

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

Notas Sectoriales

El mercado del vino en Países Bajos

ICEX

El mercado del vino en Países Bajos 2010

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICIÓN DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	7
II. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Importaciones	11
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	23
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	32
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	36
VI. DISTRIBUCIÓN	39
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	45
VIII. ANEXOS	47
1. Ferias	47
2. Publicaciones del sector	48
3. Asociaciones	51
4. Otras direcciones de interés	53

CONCLUSIONES

El objetivo de la presente nota sectorial es el de dar una visión general del mercado del vino en Países Bajos.

El mercado neerlandés es especialmente interesante para el exportador español, a pesar del reducido tamaño del mismo, ya que supone el 3,7% del total de las exportaciones españolas.

El consumo per cápita de vino en Países Bajos ha aumentado considerablemente durante los últimos años, durante el año 2009 se alcanzaron los 21,7 litros per cápita. La tendencia es que siga aumentando su consumo, puesto que la demanda de este producto está desplazando la de otras bebidas alcohólicas, como la cerveza.

El principal proveedor de vino a Países Bajos es Francia, con una cuota de mercado en términos de valor y volumen del 32% en el año 2009. España se situaría en cuarta posición en términos de volumen y en 5ª posición en términos de valor. Para España, Países Bajos supone el octavo destino de las exportaciones vinícolas en valor y en volumen en 2009.

El mercado neerlandés ha experimentado durante los últimos años la entrada de vinos de nuevos países productores entre los que destacan Sudáfrica (segundo) y Chile (quinto lugar).

El vino más popular en Países Bajos es el tinto, seguido del blanco. El vino se consume principalmente en los hogares. La mayoría de consumidores se interesa por el país de origen del vino y en menor medida por el tipo de uva.

En cuanto a la edad de los consumidores, el sector de la población que más aprecia el vino tinto es el formado por las personas de entre 50 y 64 años, mientras que el consumo de vino blanco está más repartido entre los distintos grupos de edad. El vino rosado es el menos popular en este mercado y es comúnmente consumido por jóvenes.

El precio medio del vino (incluyendo vino no espumoso, espumoso y Oporto, Jerez y Vermut) fue en 2009 de 2,72 euros por una botella de 0,75 litros, lo que representa un ascenso de 0,7 céntimos de euro. Los vinos espumosos son los de mayor precio, con un precio medio de 3,36 euros la botella, con una subida de 0,4 céntimos respecto a 2008.

Los vinos españoles están muy bien valorados por los consumidores, sobre todo por los entendidos, que están dispuestos a adquirir vinos españoles de precio elevado (como los tipos: Vega Sicilia, L'ermitea, etc). El vino blanco también está ganando popularidad en este mercado (Rueda, Rias Baixas, etc...)

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Existen tres importadores principales en Países Bajos: Baarsma Wine Group, DGS y Coenecoop y la cadena de supermercados Albert Heijn. Es precisamente en los supermercados donde se adquiere la gran mayoría del vino que se consume.

La legislación que se aplica a la comercialización de vino en Países Bajos es la europea, aunque el mercado neerlandés ha desarrollado una normativa particular en materia de almacenamiento, transporte, registro de productos importados y etiquetado.



ICEX

I ■ DEFINICIÓN DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Este informe pretende dar una idea resumida y general sobre el mercado de vinos en Países Bajos. En la Oficina de ICEX/Centro de Promoción de la Oficina Económica y Comercial de la La Haya se dispone de más amplia información estadística de la que aquí se refleja. Los interesados en la misma pueden pedirla por escrito, especificando sus solicitudes, y en la medida que sea posible, enviaremos la información solicitada.

Los datos que provienen de la Oficina Central de Estadística (CBS) de Países Bajos son estimaciones, porque desde 1995 las empresas no están obligadas a comunicar a la CBS su tráfico de mercancías con miembros de la UE si no sobrepasan el umbral anual de 226.000€. En 2009, España fue el cuarto país en Países Bajos en términos de volumen y ocupa la quinta posición en términos de valor. Tradicionalmente, España ocupaba la tercera posición tanto en términos de volumen como en términos de valor, pero durante los años 2007 y 2008 las importaciones alemanas crecieron notablemente y desplazaron la posición española al tercer lugar.

Los informes de GFK, “Ontwikkelingen in de Nederlandse wijnmarkt 2009” Marktonderzoek 25 maart 2010” y “Marktonderzoek 2009, Productschap Wijn” sobre el desarrollo del mercado del vino en Países Bajos en 2009 , consideran únicamente el consumo de los hogares neerlandeses (excluyendo el consumo en Restaurantes, Hoteles y Cafeterías).

Los datos estadísticos que se reflejan en este informe proceden de:

- CBS, Oficina Central de Estadística Neerlandesa, Voorburg.
- GFK, “, Ontwikkelingen in de Nederlandse wijnmarkt 2009” y “Marktonderzoek Productschap Wijn 2009” de Marzo de 2010
- Trendbox – Over oude en nieuwe feiten, de consumptie van wijn in 2009. Por encargo de la Asociación Interprofesional del Vino Países Bajos (Productschap Wijn).
- FEV, Federación Española del Vino, Memoria 2009.
- Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen.
- Euroestacom
- Productschap Wijn, Asociación Interprofesional del vino en Países Bajos.
- Nielsen, Vademécum de la distribución alimentaria 2009

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

- Datamonitor: Wines market in the Netherlands.
- CBI: The EU Market for Wine

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Para la realización de esta nota de mercado se han tenido en cuenta las siguientes partidas arancelarias del sistema armonizado (HS):

2204: Vino de uvas frescas, incluso encabezado.

220410: Vino espumoso.

220421: Vino de uva (excepto espumoso) en recipientes inferiores o iguales a dos litros.

220429: Vino de uva en recipientes superiores a dos litros.

Dentro de la partida 2204 también queda incluido el mosto, cuyas cifras de importación no serán analizadas de forma independiente.

ICEX

II. OFERTA

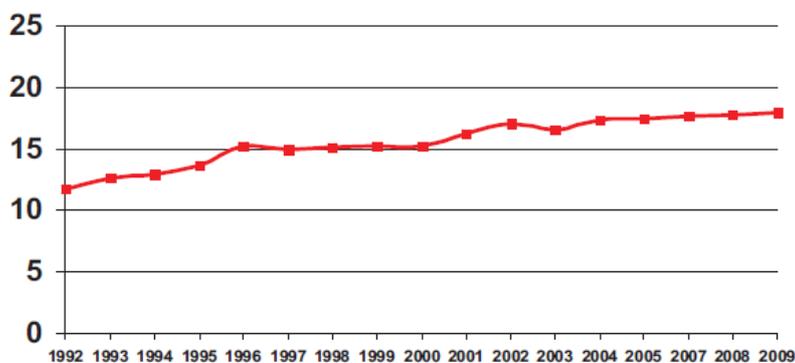
1. TAMAÑO DEL MERCADO

La industria vinícola en Países Bajos es relativamente pequeña (menos de un millón de botellas) debido principalmente, al hecho de que este país no goza de un clima adecuado para la crianza de uvas. Sin embargo, el mercado neerlandés tiene especial interés para el exportador español ya que, a pesar de su reducido tamaño, consume el 2,4%, en volumen y el 3,7% en valor del total de las exportaciones españolas.¹

El mercado neerlandés es un mercado maduro en el que se pueden encontrar vinos de buena calidad y bajo precio. En total existen más de 40.770 vinos diferentes en dicho mercado. El tamaño exacto del mercado es difícil de determinar porque Países Bajos re-exporta una gran parte del vino que compra de otros países (se estima que de un 30% a un 50%). De cualquier forma, según los datos de Vinexpo, en 2007 se consumió en Países Bajos un total de 500 millones de botellas de vino. Se espera que el consumo en 2012 sea de 526 millones de botellas.²

El consumo per cápita de vino ha aumentado considerablemente en los últimos años. Como se puede apreciar en el gráfico, se ha pasado de 17,1 litros en 1996 a 21,7 litros en el 2009 lo que supone un aumento de más de un 25% en los últimos 12 años.

CONSUMO PER CÁPITA DE VINO EN PAÍSES BAJOS (litros/persona/año)



Fuente: Productschap Wijn 2009 (Asociación Interprofesional de Vino Neerlandesa)

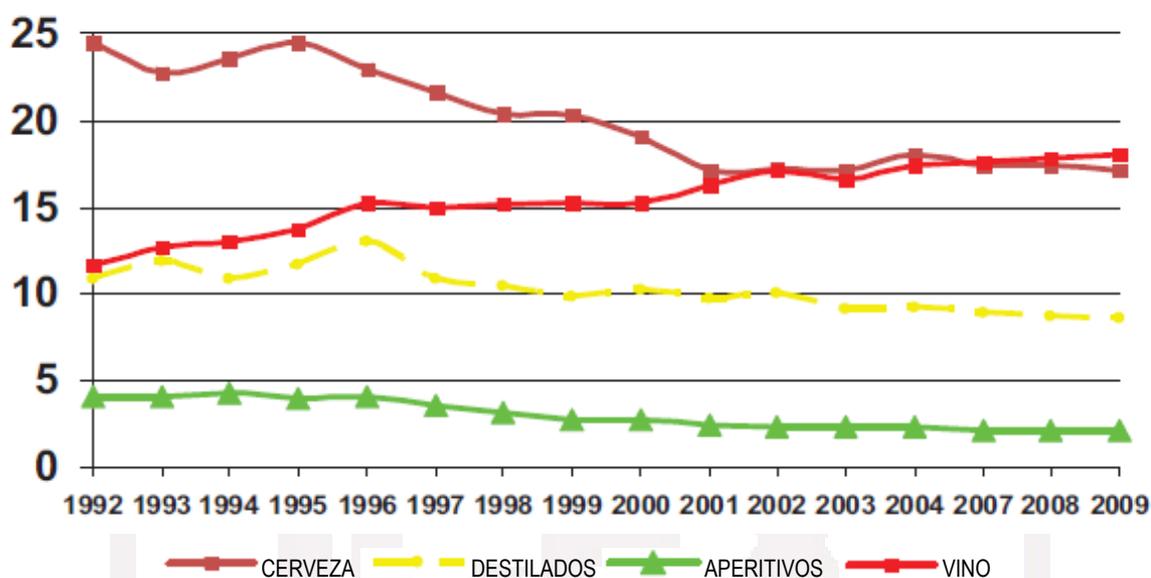
¹ Fuente: FEV (Federación Española de Vino)

² Fuente: CBI, The EU market for Wine

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

El incremento en el consumo de vino en el mercado neerlandés se ha visto impulsado por el cambio en las pautas de consumo de bebidas alcohólicas durante los últimos años. Países Bajos, es un gran consumidor de cerveza, pero a pesar de ello, su consumo ha ido disminuyendo progresivamente en la última década. Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, el consumo de cerveza se está viendo reemplazado por el consumo de vino ya que este último tiene gran aceptación social. El consumo de destilados y aperitivos se mantiene prácticamente estable, aunque se puede apreciar una pequeña disminución en su consumo.

REPARTO DEL CONSUMO DIARIO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN PAÍSES BAJOS(%)



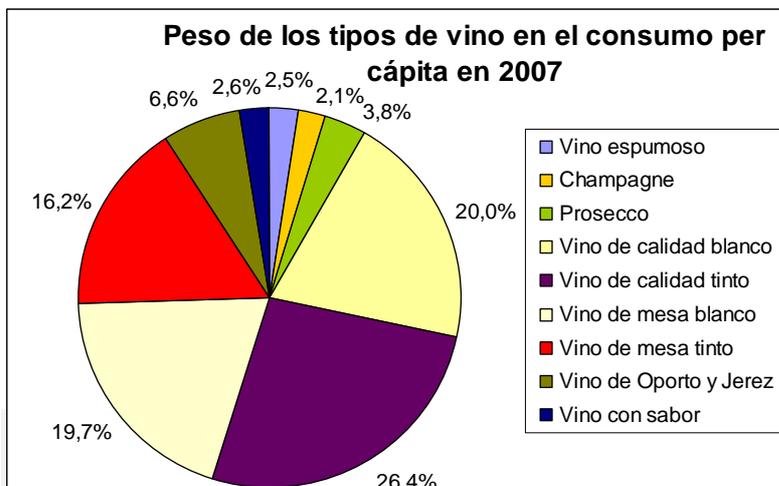
Fuente: Trendbox- Over oude en nieuwe feiten, de consumptie van wijn in 2009

El vino tinto es el más popular dentro de la población neerlandesa en términos de volumen (ver siguiente capítulo de esta nota sectorial).

En relación al consumo per cápita de vino por tipos, el 74,3% es vino con DOP, siendo el mayor, frente al resto de tipos (sin DOP, Espumosos, Otros..)

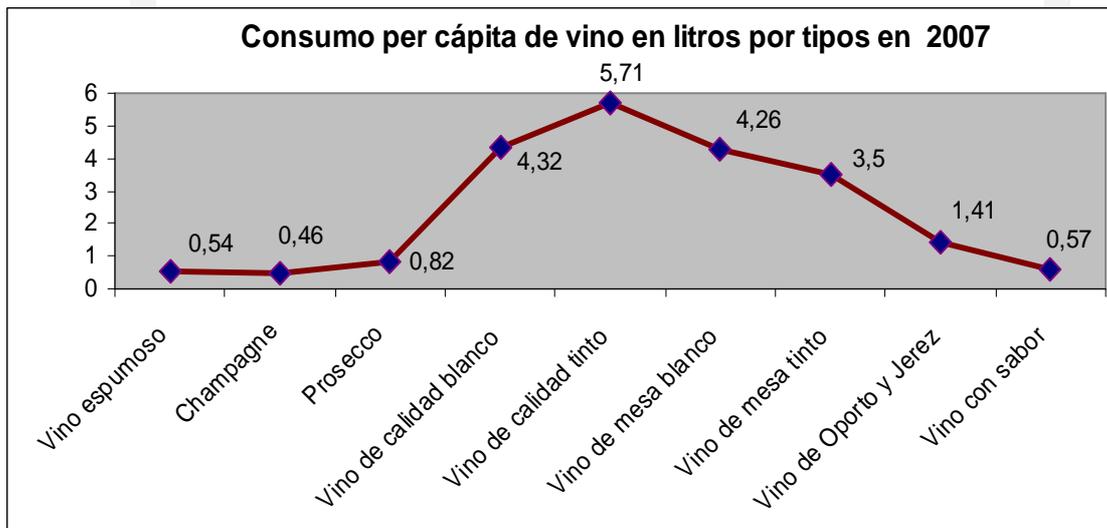
Los vinos de mesa también son populares pero, al contrario que ocurre con los vinos de calidad, el vino de mesa blanco (19,7%) goza de mayor popularidad que el vino de mesa tinto (16,2%).

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS



Fuente: Productschap Wijn (Asociación Interprofesional del Vino Neerlandesa)

Para completar la información del consumo per cápita por tipos de vinos, se adjunta la siguiente tabla que recoge el consumo per cápita por tipo de vinos en litros. Como bien se puede apreciar, los vinos de calidad son los favoritos del consumidor medio neerlandés.



Fuente: Productschap Wijn (Asociación Interprofesional del Vino Neerlandesa)

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

2. IMPORTACIONES

IMPORTACIONES EN VALOR DE LA PARTIDA 2204 (MILLONES DE EUROS) - TODO VINO									
País	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%	TOTAL
Francia	266,88	37,42	315,99	37,60	304,52	35,45	263,49	32,12	1150,88
Alemania	69,97	9,81	82,54	9,82	103,9	12,09	114,88	14,00	371,29
España	61,07	8,56	71,67	8,53	74,07	8,62	65,39	7,97	272,2
Italia	48,83	6,85	65,07	7,74	73,88	8,60	80,59	9,82	268,37
Chile	44,28	6,21	53,72	6,39	53,36	6,21	59,73	7,28	211,09
Sudáfrica	53,51	7,50	51,91	6,18	52,32	6,09	49,31	6,01	207,05
Australia	38,3	5,37	52,87	6,29	47,18	5,49	46,03	5,61	184,38
Portugal	37,54	5,26	42,75	5,09	37,75	4,39	39,13	4,77	157,17
Estados Unidos	31,76	4,45	25,44	3,03	23,5	2,74	15,32	1,87	96,02
Argentina	17,84	2,50	21,29	2,53	27,13	3,16	26,1	3,18	92,36
Bélgica	24,48	3,43	19,93	2,40	24,16	2,81	22,56	2,75	91,13
Reino Unido	9,53	1,34	22,75	2,71	24,99	2,91	23,76	2,90	81,03
Nueva Zelanda	3,61	0,51	5,4	0,64	5,39	0,63	7,83	0,95	22,23
Austria	0,41	0,06	1,16	0,14	1,72	0,20	1,59	0,19	4,88
Irlanda	0,06	0,01	0,05	0,01	0,1	0,01	0,05	0,01	0,26
Resto Países	5,05	0,71	7,76	0,92	5,12	0,60	4,59	0,56	22,52
Total	713,12	100,00	840,3	100,00	859,09	100,00	820,35	100,00	3232,86

Fuente: Euroestacom 2010

IMPORTACIONES EN VALOR DE LA PARTIDA 220410 (MILES DE EUROS) -ESPUMOSOS									
País	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%	TOTAL
Francia	59	76,28	77,47	76,51	70,47	70,47	42,72	61,79	249,66
Italia	3,69	4,77	6,37	6,29	6,34	6,34	7,47	10,80	23,87
España	4,3	5,56	5,68	5,61	6,26	5,61	6,10	8,82	22,34
Alemania	2,89	3,74	2,30	2,27	5,03	5,03	3,52	5,09	13,74
Bélgica	3,92	5,07	2,58	2,55	2,65	2,65	2,70	3,91	11,85
Reino Unido	0,61	0,79	1,04	1,03	3,25	3,25	1,60	2,31	6,50
Australia	0,86	1,11	1,00	0,99	1,31	1,31	1,12	1,62	4,29
Sudáfrica	0,53	0,69	0,57	0,56	0,45	0,45	0,58	0,84	2,13
Malta	0,14	0,18	0,11	0,11	0,95	0,95	0,10	0,14	1,30
Chile	0,15	0,19	0,29	0,29	0,36	0,36	0,33	0,48	1,13
Resto Países	1,26	1,63	3,84	3,79	2,93	2,93	2,90	4,19	10,93
Total	77,35	100,00	101,25	100,00	100,00	100,00	69,14	100,00	347,74

Fuente: Euroestacom 2010

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

IMPORTACIONES EN VALOR DE LA PARTIDA 220421 (MILLONES DE EUROS)									
País	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%	TOTAL
Francia	200,4	33,24	228,45	32,23	222,8	30,63	214,15	29,79	865,8
Alemania	62,29	10,33	77,58	10,94	95,15	13,08	101,92	14,18	336,94
España	55,77	9,25	64,74	9,13	66,65	9,16	58,23	8,10	245,39
Italia	44,01	7,30	57,93	8,17	66,01	9,07	71,52	9,95	239,47
Chile	41,86	6,94	50,61	7,14	48,72	6,70	55,65	7,74	196,84
Sudáfrica	41,29	6,85	44,42	6,27	46,72	6,42	44,5	6,19	176,93
Australia	36,48	6,05	49,55	6,99	42,62	5,86	42,88	5,97	171,53
Portugal	37,1	6,15	42,54	6,00	37,65	5,18	38,52	5,36	155,81
Argentina	17,34	2,88	20,62	2,91	25,79	3,55	25,01	3,48	88,76
Reino Unido	8,51	1,41	20,44	2,88	20,9	2,87	21,1	2,94	70,95
Resto de Países	57,82	9,59	52,04	7,34	54,49	7,49	45,37	6,31	209,72
Total	602,87	100,00	708,92	100,00	727,5	100,00	718,85	100,00	2758,14

Fuente: Eurostatcom 2010

IMPORTACIONES EN VALOR DE LA PARTIDA 220429 (MILLONES DE EUROS)									
País	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%	TOTAL
Francia	7,48	22,74	10,38	34,46	11,24	35,00	6,62	20,46	35,72
Sudáfrica	11,68	35,50	6,91	22,94	5,15	16,04	4,23	13,08	27,97
Alemania	4,78	14,53	2,67	8,86	2,91	9,06	9,44	29,18	19,8
Chile	2,27	6,90	2,82	9,36	4,27	13,30	3,75	11,59	13,11
Australia	1,34	4,07	2,32	7,70	3,25	10,12	2,03	6,28	8,94
Italia	1,14	3,47	1,1	3,65	1,53	4,76	1,59	4,91	5,36
España	1	3,04	1,25	4,15	1,16	3,61	1,06	3,31	4,47
Reino Unido	0,41	1,25	1,26	4,15	0,84	2,62	1,07	3,31	3,58
Argentina	0,41	1,25	0,49	1,63	1,1	3,43	0,9	2,78	2,9
Bélgica	1,09	3,31	0,3	1,00	0,1	0,31	0,4	1,24	1,89
Resto de Países	2,39	7,26	0,62	2,06	0,56	1,74	1,26	3,89	4,83
Total	32,9	100,00	30,12	100,00	32,11	100,00	32,35	100,00	128,57

Fuente: Eurostatcom 2010

En cuanto al valor de las importaciones de vino en Países Bajos y como puede apreciarse en las tablas anteriores, el tipo de vino que más se importa en Países Bajos es el que corresponde a la partida arancelaria 220421 (vinos, excluyendo los espumosos, en envases de menos de dos litros). Para este tipo de vino España ocupa en millones de euros la cuarta posición en el ranking del año 2009, habiendo importado Países Bajos durante este mismo año 8,1% del vino de éste país.

En cuanto al vino espumoso (partida arancelaria 220410), España ocupa el tercer puesto en la clasificación, por detrás de Francia (líder indiscutible en este segmento con más de un 61% del valor total de importaciones de este producto) e Italia (con un 10,80% de cuota de mercado). El porcentaje de España en esta partida es un 8,82% en 2009, con un total de 6,10 millones de euros importados.

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

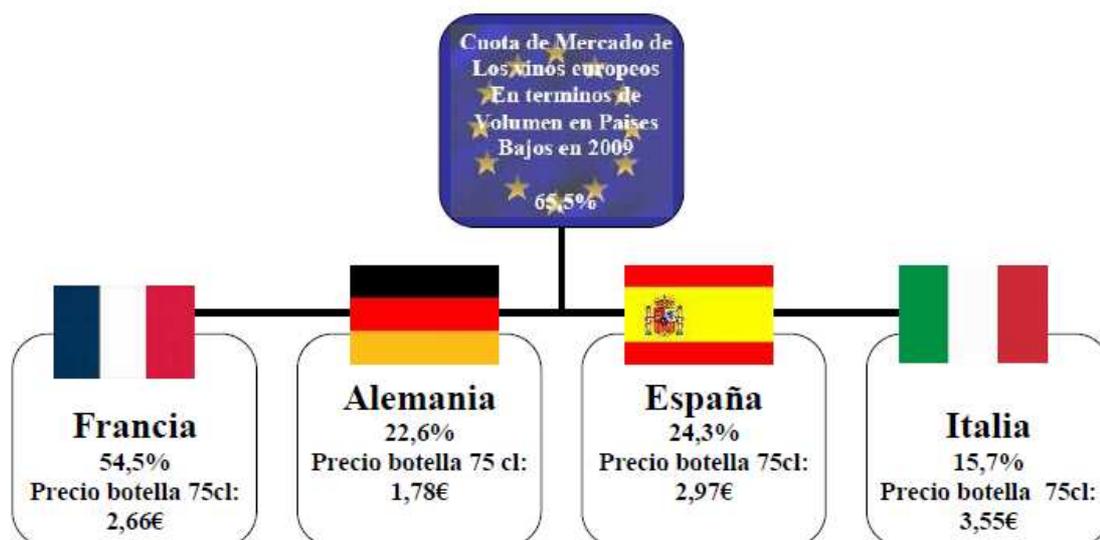
IMPORTACIONES EN VOLUMEN DE VINO (MILLONES DE LITROS)									
País-Millones de litros	2006	%	2007	%	2008	%	2009	%	Total 2006-2009
Francia	136,3	32,5	130,5	30,2	123,4	27,5	29,7	32,7	419,9
Alemania	49,0	11,7	60,7	14,0	75,8	16,9	12,7	14,0	198,2
España	44,5	10,6	42,4	9,8	44,3	9,9	7,4	8,1	138,6
Italia	40,4	9,6	41,7	9,6	42,6	9,5	10,8	11,9	135,5
Sudáfrica	37,1	8,8	30,6	7,1	30,1	6,7	5,0	5,5	102,8
Chile	21,0	5,0	27,6	6,4	26,4	5,9	6,0	6,6	81,0
Australia	16,9	4,0	20,7	4,8	17,5	3,9	4,6	5,0	59,7
Bélgica y Luxemburgo	21,7	5,2	18,7	4,3	9,9	2,2	3,2	3,5	53,5
Reino Unido	16,8	4,0	14,0	3,2	14,5	3,2	2,9	3,2	48,2
Portugal	14,7	3,5	13,6	3,1	11,2	2,5	4,4	4,8	43,9
Argentina	9,5	2,3	11,5	2,7	13,6	3,0	2,6	2,9	37,2
Resto de países	11,8	2,9	20,5	4,7	40,3	8,9	1,9	2,1	74,5
Total	419,7	100,0	432,5	100,0	449,6	100,0	91,0	100,0	1392,8

Fuente: CBS (Instituto Nacional de Estadística Neerlandés) 2010

En cuanto a las importaciones en volumen del total de vino, España ocupa el cuarto lugar con una cuota de mercado de un 8,1% en el año 2009, por detrás de Francia (32,7%), Alemania (14%) e Italia (11,9%).

En lo que se refiere a ventas totales en millones de litros entre el año 2006 y el año 2009, España ocupa el tercer puesto tras Francia y Alemania.

En términos de volumen, durante el año 2009, las adquisiciones intracomunitarias de vino supusieron el 65,5% del total de las importaciones de este producto. Francia es el país que acumula una mayor cuota de mercado en términos de volumen (las compras a dicho país representaron el año 2009 un 54,5% del total de las importaciones). Sin embargo, el precio medio de venta del vino francés es ligeramente inferior al del vino español o italiano.

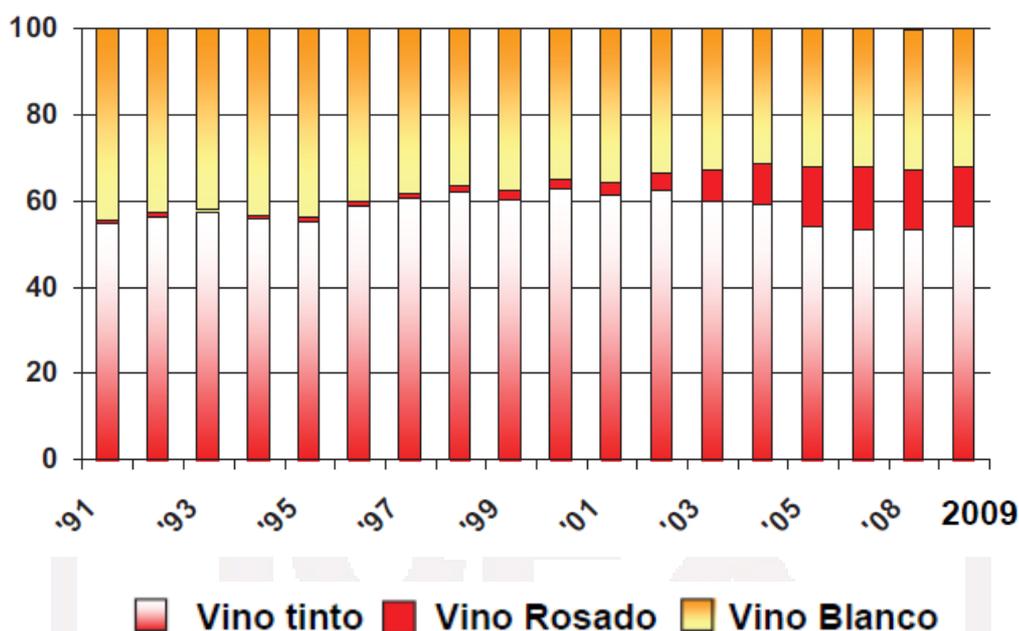


Fuente: GKF- Marktonderzoek 2009

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Además, resulta interesante segmentar el mercado de vinos atendiendo al tipo de vino consumido. El vino tinto es el más popular en Países Bajos, habiendo abarcado más del 50% de la cuota de mercado en los últimos años. La cuota del vino rosado está aumentando paulatinamente desde hace más de una década, pese a que este último año se ha mantenido aproximadamente igual al año 2008, entorno al 10%.

CUOTA DE MERCADO POR TIPOS DE VINO HASTA 2009 (%)



Fuente: Trendbox – Over oude en nieuwe feiten, de consumptie van wijn in 2009

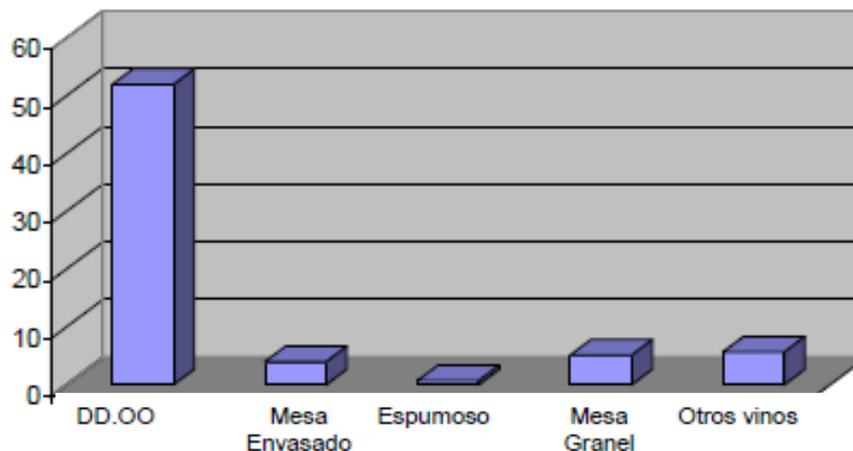
Como acabamos de ver en los gráficos anteriores, los vinos españoles gozan de gran popularidad en el mercado neerlandés ya que una de las ventajas que ofrece nuestro país es la diversidad de vinos producidos. A continuación, se procede al análisis detallado de las importaciones españolas en el mercado neerlandés.

Países Bajos representa un mercado importante para el exportador español ya que es el séptimo destino de las exportaciones de vinos españoles en términos de valor.

Del siguiente gráfico sobre el valor de las importaciones españolas en Países Bajos, se observa que el 74% procede de vinos con denominación de origen. El vino a granel, Cava, Champagne, y demás vinos espumosos representan entre todos ellos el menos del 15 % del mercado.

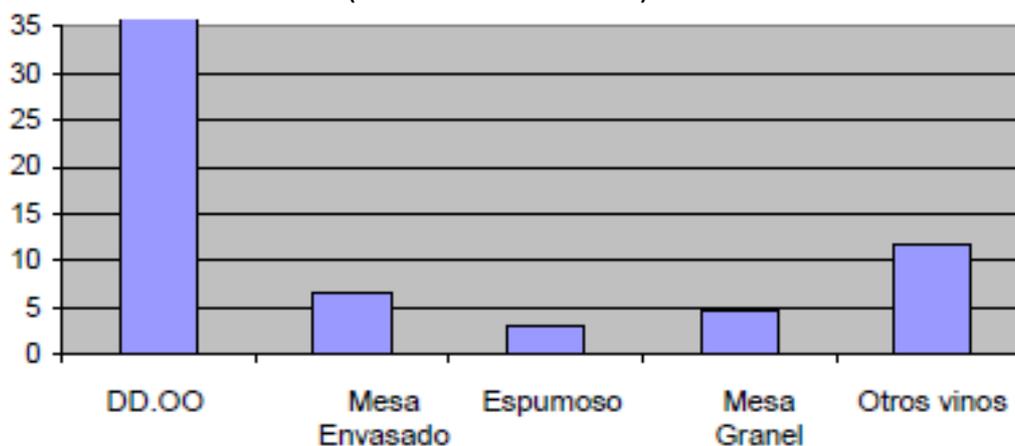
EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

VALOR DE LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS EN PAÍSES BAJOS EN 2009 (MILES DE EUROS)



Fuente: FEV 2010 (Federación Española de Vino)

VOLUMEN DE LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS A PAÍSES BAJOS EN 2009 (MILLONES DE LITROS)



Fuente: FEV 2010 (Federación Española de Vino)

Países Bajos es el décimo destino de las exportaciones españolas en términos de volumen (2009). En concordancia con el peso de las exportaciones de los distintos tipos de vinos, los vinos que pertenecen a una D.O. representan el mayor volumen de vino importado y el vino de mesa envasado representa el 74,3% del volumen importado.

Analizamos a continuación las exportaciones españolas por tipos de vino a Países Bajos entre 2008 y 2009 y vemos que se ha producido una caída de las exportaciones en casi todos los tipos. Incluso habiendo bajado el precio medio, las exportaciones se han reducido tanto en valor como en volumen.

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

EXPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO			
Valor en Millones (€uros)	2008	2009	Var.
Vino con DOP envasado	861,57	790,43	-8,30%
Vino Blanco	202,95	182,55	-10,10%
Vinos tintos y rosados	658,62	607,87	-7,70%
Vino con DOP a granel	40,58	30,14	-25,70%
Vino blanco	12,68	6,19	-51,20%
Vinos tintos y rosados	27,9	23,95	-14,20%
Vino sin DOP envasado	215,68	200,48	-7%
Vino blanco	47,92	48,23	0,70%
Vinos tintos y rosados	167,76	152,25	-9,20%
Vino sin DOP a granel	306	240,14	-21,50%
Vino blanco	167,75	111,51	-33,50%
Vinos tintos y rosados	138,24	128,63	-0,70%
Vino Tranquilo	1423,85	1261,21	-11,40%
Vino con DOP	902,16	820,57	-9%
Vinos sin DOP	521,68	440,63	-15,50%
Vino Espumoso	434,79	328,43	-24,50%
Vino Aromatizado	52	55,44	6,60%
Vino de Licor	67,52	67,01	-0,80%
Vino de Aguja	8,77	6,07	-30,80%
Total Vinos	1986,94	1718,17	-13,50%

EXPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO			
Volumen (Litros)	2008	2009	Var.
Vino con DOP envasado	285,7	270,25	-5,40%
Vino Blanco	76,65	71,85	-6,30%
Vinos tintos y rosados	209,05	198,39	-5,10%
Vino con DOP a granel	76,32	51,19	-32,90%
Vino blanco	31,1	12,38	-60,20%
Vinos tintos y rosados	45,21	38,8	-14,20%
Vino sin DOP envasado	266,88	234,12	-12,30%
Vino blanco	56,21	60,75	8,10%
Vinos tintos y rosados	210,67	173,36	-17,70%
Vino sin DOP a granel	805,68	725,15	-10,00%
Vino blanco	466,82	371,71	-20,00%
Vinos tintos y rosados	338,85	353,43	4,30%
Vino Tranquilo	1434,59	1280,72	-10,70%
Vino con DOP	362,03	321,44	-11,20%
Vinos sin DOP	1072,56	959,28	-10,60%
Vino Espumoso	144,23	135,92	-5,80%
Vino Aromatizado	64,68	66,57	2,90%
Vino de Licor	24,26	23,58	-2,80%
Vino de Aguja	4,45	2,79	-37,20%
Total Vinos	1672,23	1509,59	-9,70%

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

EXPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO			
Precio Medio (€/ lit)	2008	2009	Var.
Vino con DOP envasado	3,02	2,92	-3,00%
Vino Blanco	2,65	2,54	-4,00%
Vinos tintos y rosados	3,15	3,06	-2,70%
Vino con DOP a granel	0,53	0,59	10,70%
Vino blanco	0,41	0,5	22,60%
Vinos tintos y rosados	0,62	0,62	0,00%
Vino sin DOP envasado	0,81	0,86	6%
Vino blanco	0,85	0,79	-6,90%
Vinos tintos y rosados	0,8	0,88	10,30%
Vino sin DOP a granel	0,38	0,33	-12,80%
Vino blanco	0,36	0,3	-16,50%
Vinos tintos y rosados	0,41	0,36	-10,80%
Vino Tranquilo	0,99	0,98	-0,80%
Vino con DOP	2,49	2,55	2%
Vinos sin DOP	0,49	0,46	-5,60%
Vino Espumoso	3,01	2,42	-19,80%
Vino Aromatizado	0,8	0,83	3,60%
Vino de Licor	2,78	2,84	2,10%
Vino de Aguja	1,97	2,17	10,20%
Total Vinos	1,19	1,14	-4,20%

Fuente: FEV 2010 (Federación Española de Vino)

Como vemos en el siguiente gráfico las entregas de vino a los Países Bajos han bajado tanto en valor como en volumen. Países Bajos representa para España en 2009 el octavo destino de las exportaciones vinícolas españolas en valor y en volumen.

Las exportaciones españolas han bajado tanto en volumen como en valor si lo comparamos con el año 2008. En 2008 Países Bajos representaba el séptimo país en valor y ahora se sitúa en octavo puesto, asimismo la bajada en valor ha sido más acentuada que la bajada en volumen producida por una bajada del precio medio.

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

EXPORTACIONES de VINO ESPAÑOLAS POR MERCADO 2009

Puesto	País	Valor		País	Volumen	
		Mill €uros	% var 08/09		Mill Litros	% var 08/09
1	Alemania	292,59	-13,80%	Francia	305,29	-5,10%
2	Reino Unido	257,85	-9,20%	Alemania	241,96	-7,70%
3	EEUU	180,06	-4,30%	Portugal	194,47	21,30%
4	Francia	126,32	-12,30%	Reino Unido	117,56	-6,90%
5	Suiza	100,79	2,50%	Rusia	93,13	-29,70%
6	Bélgica	80,24	19,30%	EE.UU	53,06	-0,90%
7	Portugal	71,67	11,60%	Bélgica	41,11	21,40%
8	Países Bajos	67,61	-17,20%	Países Bajos	39,14	-14,30%
9	Suecia	49,25	-3,10%	Suiza	37,95	1,30%
10	Japón	47,36	-6,30%	Italia	30,93	-56,70%
11	Canadá	45,06	0,20%	Dinamarca	26,47	16,50%
12	Dinamarca	35,14	-4,30%	Japón	24,68	31,80%
13	Rusia	31,51	-47,30%	Suecia	23,36	-19,10%
14	México	29,5	-22,80%	Canadá	20,33	-7,20%
15	Noruega	20,76	1,80%	China	10,34	-25,80%
16	Italia	20,54	-82,20%	Finlandia	8,85	1,10%
17	Finlandia	19,41	-2,70%	Noruega	7,81	6,00%
18	China	14,26	0,60%	México	7,78	-27,20%
19	Irlanda	13,82	-23,80%	Irlanda	4,74	-8,40%
20	Resto de Países	214,34	-15,60%	Resto Países	220,55	-24,70%
	Totales	1.718,17	-13,70%	Totales	1.509,59	-9,90%

Fuente: FEV2010(Federación Española de Vino)

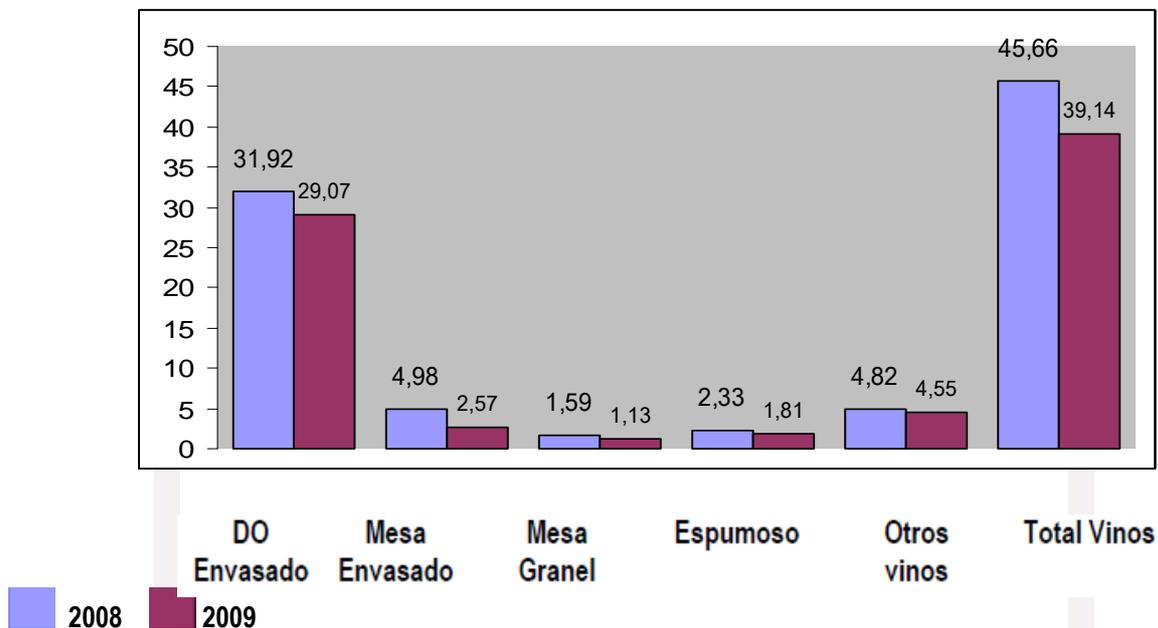
En el siguiente gráfico se presenta la evolución del volumen de las exportaciones españolas entre 2008 y 2009. Como se puede apreciar, el volumen importado ha disminuido en un 14,27%. Todas las partidas han sufrido un descenso en el volumen exportado a Países Bajos. El que mas ha bajado es el vino con DO envasado mientras que la categoría de "Otros vinos" es la que se mantuvo más estable (descendió en 0,27 millones de litros su exportación).

Por último, se presentan los precios de los vinos comercializados en Países Bajos. Como se puede apreciar, el vino espumoso es el que se sigue comercializando todavía a mayor precio, pero dado que tan solo representa el 1,1% del volumen total exportado, su repercusión en el precio medio total es muy bajo.

Según los datos aportados por la FEV (Federación Española de Vino), el precio medio de exportación de los vinos españoles en Países Bajos es 1,73€. Como ya se ha mencionado el vino espumoso es el más caro (2,85€), seguido de los vinos pertenecientes al grupo DO con un coste de 1,79€.

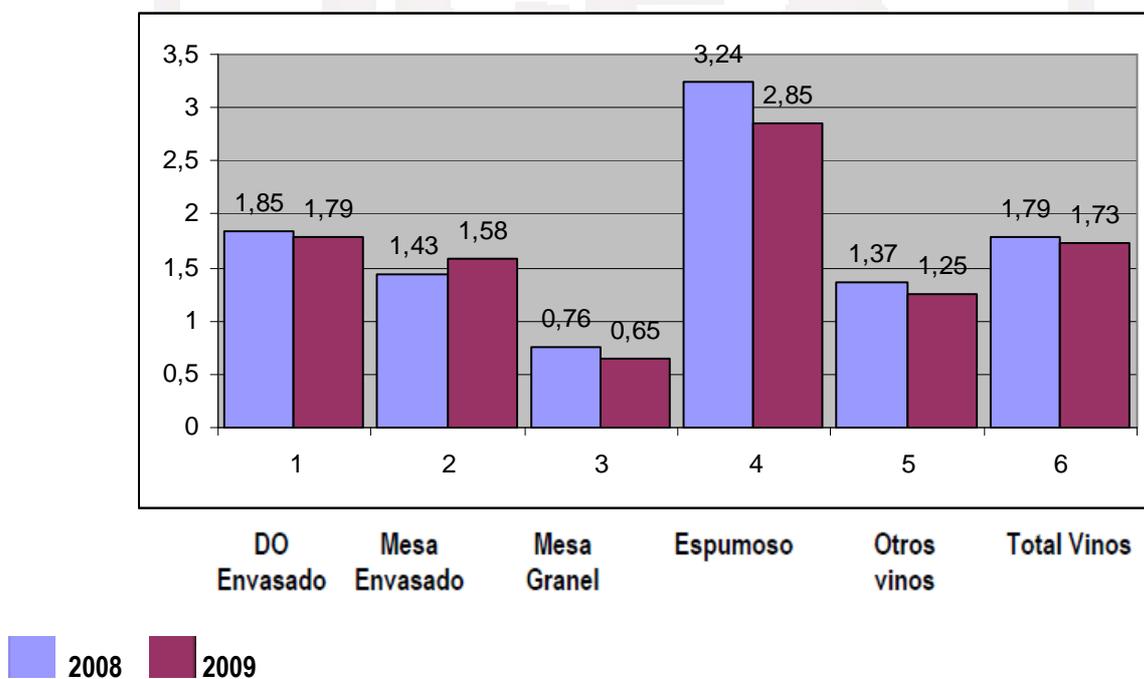
EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

EXPORTACIÓN ESPAÑOLA A PAÍSES BAJOS POR TIPO DE VINO (Mill. de litros)



Fuente: FEV (Federación Española de Vino)

PRECIOS MEDIOS DE LOS VINOS ESPAÑOLES EN PAÍSES BAJOS



Fuente: FEV (Federación Española de Vino)

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Se presenta a continuación la evolución de las exportaciones españolas en Países Bajos durante el periodo 2007-2009. Como se puede apreciar, tanto en el valor total como en el volumen total de las exportaciones españolas a Países Bajos subió en el año 2008, para posteriormente bajar en 2009. Durante el año 2009 han bajado en 17,2% el valor de estas exportaciones y en volumen esto se traduce en un descenso del 14,27%, lo cual implica que el precio ha descendido por lo que ha repercutido negativamente en el valor total.

EXPORTACION VINOS ESPAÑOLES A PAISES BAJOS							
	año	Vino D.O	V.mesa botella	V.mesa granel	Espumosos	Otros Vinos	TOTAL
Millones de €uros	2007	56,09	7,35	1,97	6,45	4,55	76,44
>cuotoa sobre exp.total		73,40%	9,60%	2,60%	8,40%	6,00%	100,00%
Millones de litros	2007	30,57	5,39	2,61	1,99	3,77	44,35
>cuotoa sobre exp.total		68,90%	12,20%	5,90%	4,50%	8,50%	100,00%
Precio medio €/litro		1,83	1,36	0,76	3,24	1,21	1,72
Millones de €uros	2008	59,21	7,09	1,2	7,57	6,58	81,67
>cuotoa sobre exp.total		72,50%	8,70%	1,50%	9,30%	8,10%	100,00%
Millones de litros	2008	31,92	4,98	1,59	2,33	4,82	45,66
>cuotoa sobre exp.total		69,90%	10,90%	3,50%	5,10%	10,60%	100,00%
Precio medio €/litro		1,85	1,43	0,76	3,24	1,37	1,79
Millones de €uros	2009	51,99	4,02	0,74	5,15	5,69	67,61
>cuotoa sobre exp.total		76,90%	5,90%	1,10%	7,60%	8,40%	100,00%
Millones de litros	2009	29,07	2,57	1,13	1,8	4,5	39,14
>cuotoa sobre exp.total		74,30%	6,60%	2,90%	4,60%	11,60%	100,00%
Precio medio €/litro		1,79	1,56	0,65	2,85	1,25	1,73

Fuente: FEV (Federación Española de Vino) 2010

Por último hay que destacar que al igual que los demás mercados, también el mercado neerlandés de vinos ha experimentado en el último decenio la entrada de nuevos países productores de vino.

En la tabla siguiente, se observa la evolución de la cuota de mercado de dichos países. En el año 2005 la cuota de vino procedente de países no miembros de la UE era de 24%, 4 años más tarde (2009), su cuota bajó moderadamente llegando al 21,12%. Esto demuestra que el consumo de los vinos procedentes del Viejo Mundo está recuperando terreno a los vinos del Nuevo Mundo.

Pais / Millones de litros	2005		2006		2007		2008		2009	
	Vol.	cuota	Vol.	cuota	Vol.	cuota	Vol.	cuota	Vol.	cuota
Sudafrica	47,3	10,94%	37,2	9,00%	30,6	7,14%	30,1	7,24%	27,3	6,37%
Chile	18,8	4,36%	21,1	5,10%	27,7	6,46%	26,4	6,35	28,7	6,77%
Australia	15,8	3,64%	17	4,11%	20,7	4,83%	17,6	4,23	16,5	3,90%
Estados Unidos	12,8	2,97%	16,8	4,06%	13,4	3,13%	13,9	3,34	15,4	3,63%
Argentina	8,52	1,97%	9,53	2,30%	11,5	2,68%	13,7	3,29	13,1	3,10%
Otros no UE	1,73	0,40%	1,52	0,36%	3,77	0,88%	1,81	0,43	2,24	0,52%
Total no UE	105	24,30%	103	24,96%	108	25,13%	90,9	21,89%	89,5	21,12%
Total UE	327	75,70%	310	75,03	321	74,87%	324	78,11%	334	78,87%
Total Importación	432	100%	413	100%	429	100%	415	100%	424	100,00%

Fuente: CBS (Instituto Nacional de Estadística Neerlandés)

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Los principales países que forman el grupo del Nuevo Mundo en el sector vinícola y que exportan a Países Bajos son:

Chile:

Los vinos chilenos son los que gozan de mayor popularidad, habiendo desbancado en 2009 en volumen a Sudáfrica. Su éxito se puede apreciar en el fuerte crecimiento experimentado iniciado desde el año 2006, hasta alcanzar un 6,7% del mercado en 2009 y afianzarse en el primer puesto muy cerca de Sudáfrica.

Sudáfrica:

Los vinos procedentes de este país se han hecho un amplio hueco en el mercado neerlandés ya que en volumen en el año 2005, este país tenía casi 11% de cuota de mercado, y siendo el primer país del grupo del nuevo mundo. Los vinos sudafricanos se han posicionado como vinos de buena calidad ofrecidos a un precio medio. Su punto fuerte es el reconocimiento del idioma por parte del consumidor neerlandés, ya que el lenguaje de las etiquetas les resulta familiar. Además, comprar vino de Sudáfrica ha ganado popularidad porque políticamente está bien visto favorecer lo que se entiende como “comercio justo”.

A partir del año 2005, los vinos sudafricanos han experimentado una bajada en su cuota de mercado, que se agudizó en 2009 perdiendo el primer puesto frente a Chile.

Australia:

Australia es el país que ha experimentado un gran crecimiento en el mercado neerlandés durante 2005-2007 y se sitúa en tercer lugar en 2009 pero desde 2008 va reduciendo su peso.

Argentina:

El consumo de vinos de origen argentino ha ido aumentando paulatinamente su volumen de exportación desde el año 2005.

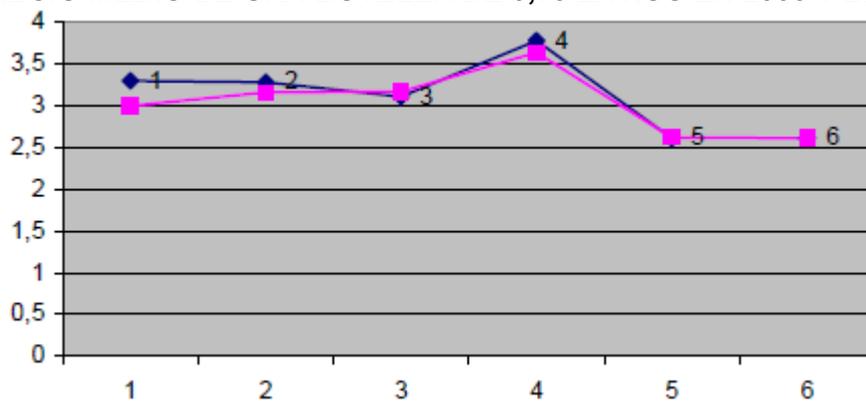
Estados Unidos:

La cuota de mercado de los vinos procedentes del mercado norteamericano experimentó, durante el año 2006 una importante subida, en 2008 bajó pero en 2009 se ha recuperado

En cuanto a los precios medios del vino del nuevo mundo se puede observar que los vinos australianos son los más costosos seguidos de los chilenos y los argentinos. Los vinos sudafricanos son los más baratos.

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

PRECIO MEDIO DE UNA BOTELLA DE 0,75 LITROS EN 2008 Y 2009.



PAISES	1.OTROS	2.ARGENTINA	3.CHILE	4.AUSTRALIA	5.SUDAFRICA	6.SUDAFRICA
2008	3,00 €	3,16 €	3,17 €	3,64 €	2,62 €	2,62 €
2009	3,30 €	3,28 €	3,11 €	3,78 €	2,61 €	2,61 €

Fuente: GKF- Marktonderzoek Productschap Wijn 2009

ICEX

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

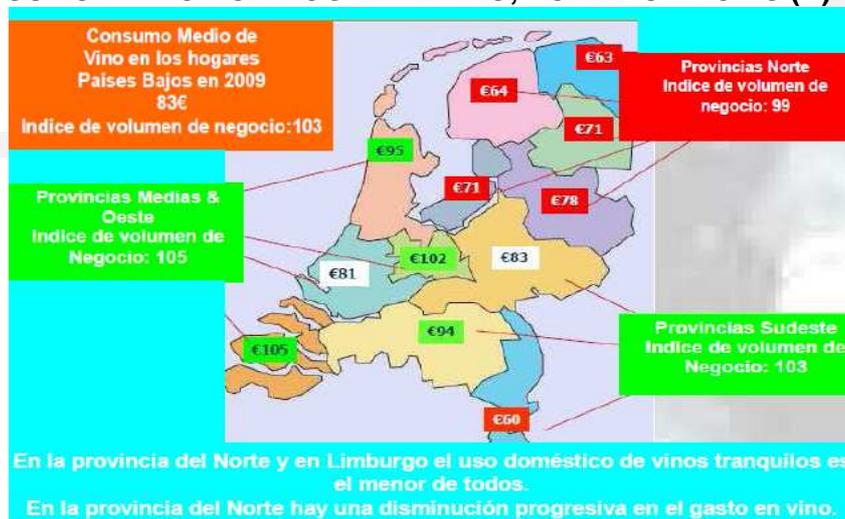
El consumidor neerlandés trabaja generalmente desde las 8/ 9 de la mañana hasta las 16.30 / 17.30 de la tarde de forma continua. El almuerzo consiste en comer un bocadillo, con leche y fruta a las 12.00-12.30h en el lugar de trabajo. Existen algunas empresas, principalmente de carácter internacional, que ofrecen una cantina para sus empleados. Entre las 17.00 y las 19.00h de la tarde se llega a casa para cenar, siendo la cena la principal comida del día. Hasta no hace mucho los neerlandeses no solían acompañar la cena con vino, este hábito está cambiando, especialmente, entre los residentes en la zona del Randstadt (zona que comprende las ciudades de Ámsterdam, Róterdam, Utrecht y La Haya), y que cuenta con una población cercana a los 7 millones de habitantes.

El consumo de vino se produce cada vez más durante la cena, según el informe realizado por Trendbox en marzo de 2009, sólo un 18% de los entrevistados declara no consumir nunca vino durante la cena.

El momento para consumir vino suele ser, a rasgos generales, entre las ocho y diez/oncena de la noche, ya que hay varias horas de diferencia entre la cena y la hora de acostarse.

En el siguiente mapa puede apreciarse cómo varía de una provincia a otra el consumo medio de los hogares.

CONSUMO MEDIO POR HOGAR AL AÑO, POR PROVINCIAS (€)

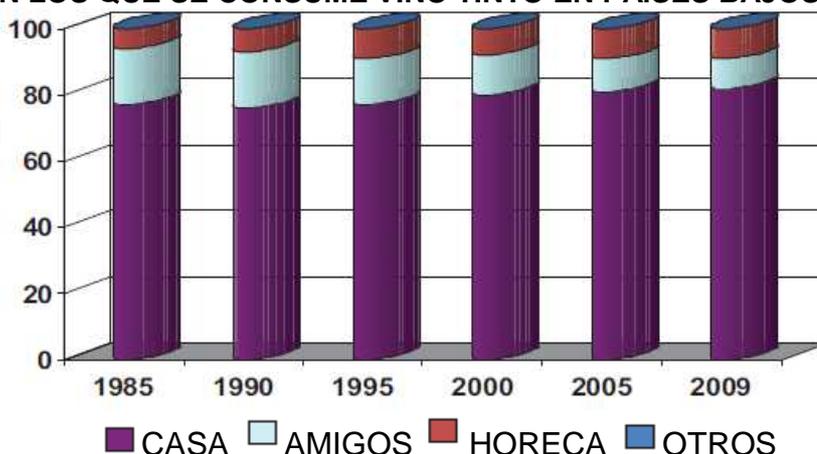


Fuente: GKF- Marktonderzoek Productschap Wijn 2009

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Tras conocer el desarrollo de un día ordinario en la vida de un consumidor neerlandés y atendiendo a los datos de la tabla, se puede apreciar que el consumo de vino en Países Bajos durante el año 2009 fue mayoritariamente doméstico. Si atendemos al tipo de vino, el vino tinto es el que goza de mayor popularidad entre aquellos que consumen el vino en su propia casa. Sin embargo, el consumo de vino rosado es el más común entre los que consumen el vino en casa de amigos y el vino blanco es el más solicitado por el canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y Catering).

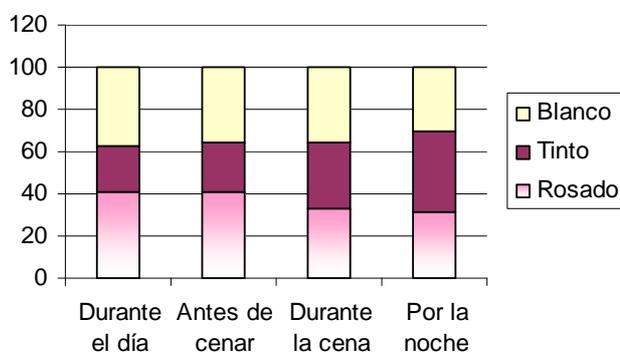
LUGARES EN LOS QUE SE CONSUME VINO TINTO EN PAÍSES BAJOS (2009)



Fuente: Trendbox- Over oude en nieuwe feiten, de consumptie van wijn in 2009

En el siguiente gráfico, se muestran los hábitos de consumo de los distintos tipos de vinos en el mercado neerlandés. Como se puede apreciar, el consumidor neerlandés presenta diferentes pautas de consumo en función del momento, por ejemplo: el vino tinto resulta ser más popular durante la noche mientras que el rosado se consume en mayor medida durante el día. De hecho, el vino rosado va perdiendo popularidad en el transcurso del día, mientras que el consumo de vino tinto se incrementa. El vino blanco se mantiene constante, aunque baja por la noche.

HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS DISTINTOS TIPOS DE VINO EN PAÍSES BAJOS (%)

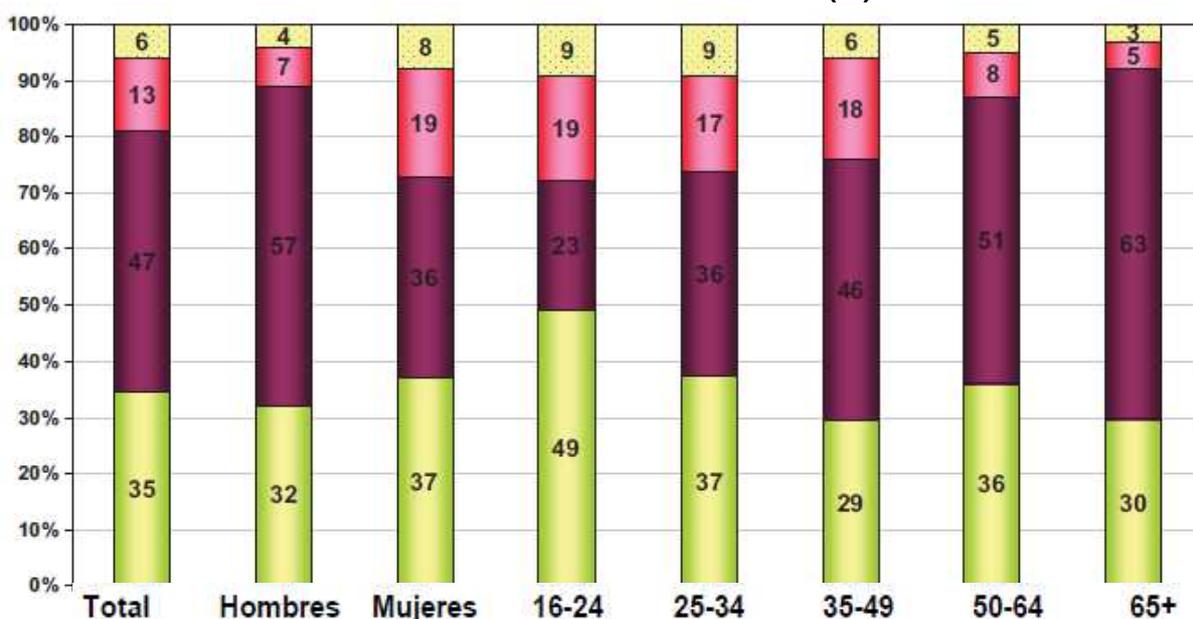


Fuente: Trendbox- Over oude en nieuwe feiten, de consumptie van wijn in 2009

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Según la encuesta realizada por Trendbox, el 55% de la población prefiere el vino tinto a otras bebidas alcohólicas. Los hombres mayores de 50 años son los que más valoran esta bebida, mientras que los jóvenes de entre 16 y 24 años son los que menos, este último segmento prefiere el vino blanco. El vino espumoso es, en general, poco valorado en comparación con el resto de bebidas, lo que puede deberse en parte a que en general su consumo se relaciona únicamente con celebraciones.

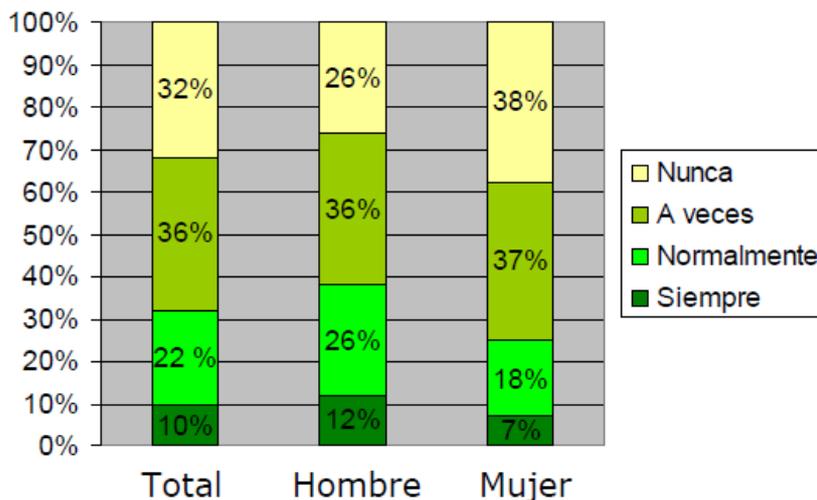
PREFERENCIAS DE LA POBLACION NEERLANDESA POR EDADES Y SEXO EN CUANTO A VINOS Y CAVAS 2009 (%)



Fuente: Trendbox- Over oude en nieuwe feiten, de consumptie van wijn in 2009

■ Vino Blanco ■ Vino Tinto ■ Vino Rosado ■ Champan/cava/prosecco (espumosos)

ATENCIÓN AL TIPO DE UVA EN PAISES BAJOS EN 2009 (%)

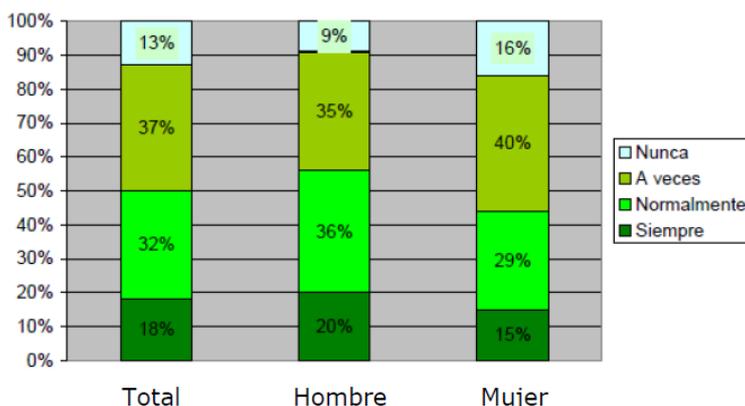


Fuente: Trendbox- Over oude en nieuwe feiten, de consumptie van wijn in 2009

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Como se puede apreciar en el grafico anterior, solo el 10% de los consumidores de vinos encuestados presta siempre atención al tipo de uva del que proviene el vino. De hecho, un 32% del de la población reconoce no interesarse nunca por el tipo de uva.

ATENCIÓN AL PAÍS DE ORIGEN DEL VINO EN PAÍSES BAJOS EN 2009(%)

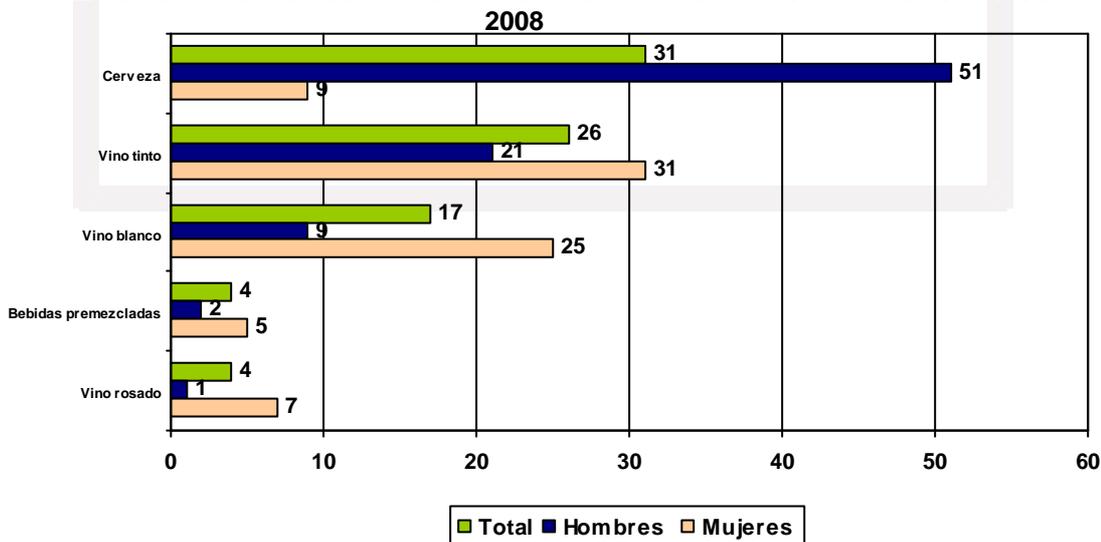


El grafico anterior muestra la atención que presenta el consumidor neerlandés al país de origen a la hora de comprar vino. Un 18% de los entrevistados afirmaron tener en cuenta siempre este factor y un 32%, reconoció hacerlo regularmente. Tan solo un 13% afirmó no considerar esta característica.

Además, si comparamos los dos gráficos anteriores, podemos comprobar que en Países Bajos se considera más importante el origen del vino que la uva de la que proceda el vino.

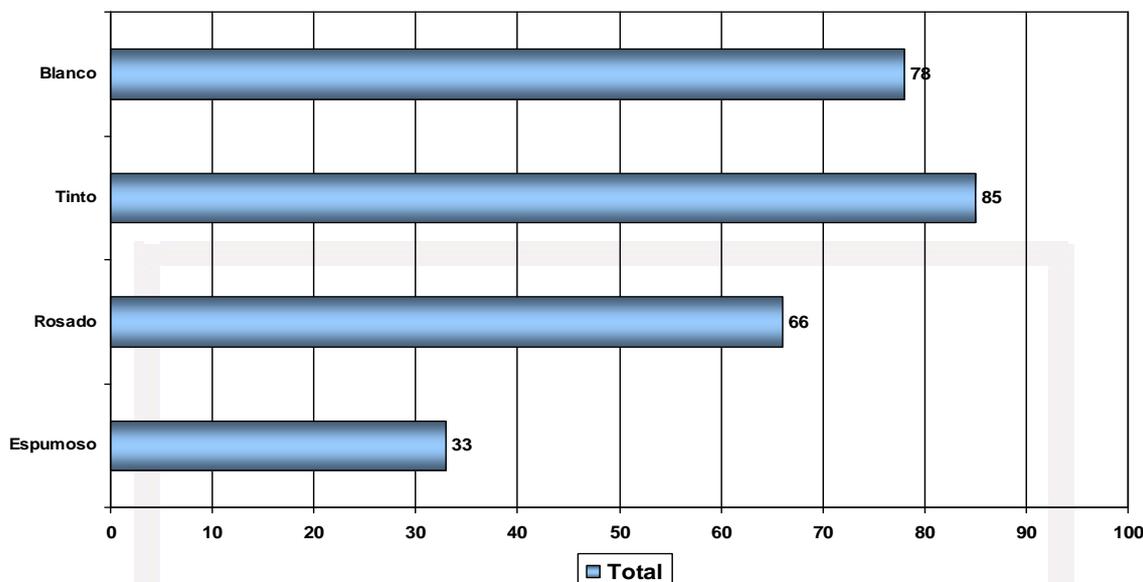
En el siguiente gráfico se describe el consumo de bebidas alcohólicas en función del género. A simple vista se puede apreciar que los hombres consumen principalmente cerveza, mientras que la bebida que tiene mayor popularidad entre el género femenino es el vino tinto, seguido por el vino blanco. Además, podemos volver a comprobar que el vino tinto es preferido sobre el blanco y el rosado, siendo, éste último el menos popular en Países Bajos.

BEBIDAS ALCOHÓLICAS CONSUMIDAS EN FUNCIÓN DEL GÉNERO EN PAÍSES BAJOS EN 2008



Fuente: Trendbox- Over oude en nieuwe feiten, de consumptie van wijn in 2008

CONSUMO MENSUAL DE LOS DISTINTOS TIPOS DE VINO EN PAÍSES BAJOS EN 2008 (%)



Fuente: Trendbox- Over oude en nieuwe feiten, de consumptie van wijn in 2008

El gráfico anterior muestra el porcentaje de los entrevistados por Trendbox que afirmó haber consumido vino durante el mes anterior a la encuesta. El 85% de los encuestados reconoció haber bebido vino tinto en al menos una ocasión durante el mes anterior.

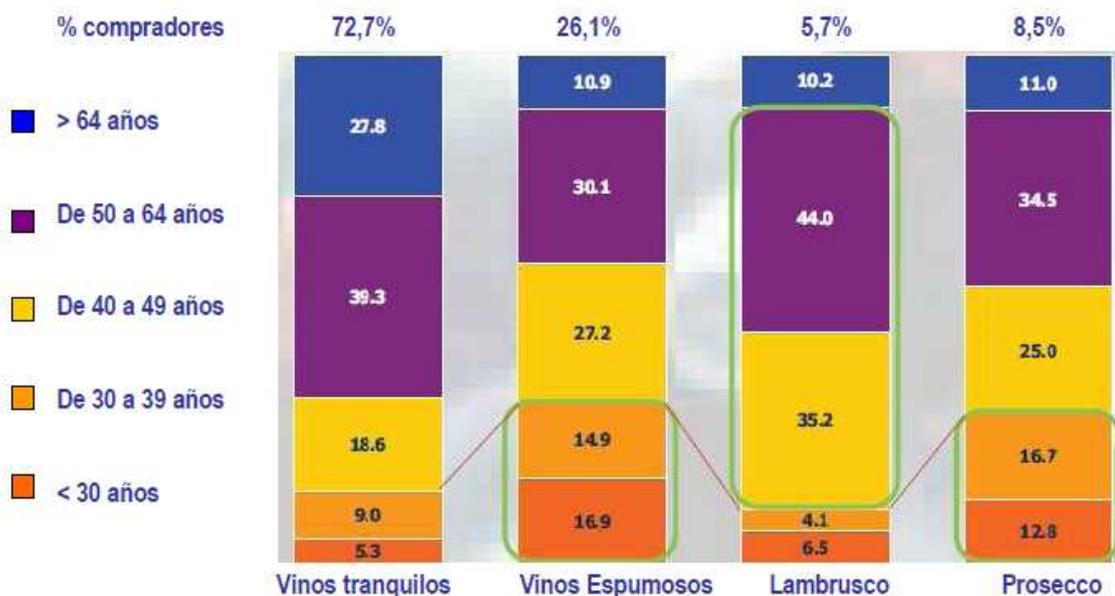
El 33% de los consumidores sondeados aseguró haber tomado vino espumoso y es que este tipo de vino está en auge entre los consumidores neerlandeses, y según datos del año 2010 de Nielsen, la cuota del vino espumoso en Países Bajos crece. También se puede observar que hay un renovado interés por parte de los nuevos consumidores por el vino espumoso, sobre todo el Prosecco ya que este consumo de vinos espumosos que tradicionalmente se reservaba para momentos de celebraciones (como Navidades, Semana Santa, cumpleaños, etc.), se ha ido desarrollando para ser cada vez más un vino que se consume para el aperitivo.

Este crecimiento viene dado sobre todo por los supermercados pero también se ve en tiendas de vinos y licorerías, y se debe al aumento del prosecco y vino australiano. En lo referente al consumo de champagne este se está desplazando a los champanes de precio más bajo. El canal de las licorerías y tiendas especializadas es donde se perfila el crecimiento del consumo de los espumosos de precio más alto (cava).

En cuanto a la edad de los consumidores, como se puede valorar en el siguiente gráfico, el sector de la población neerlandesa que más aprecia el vino tinto es el formado por las personas de entre 50 y 64 años. El sector en el que el vino tinto está perdiendo popularidad es el formado por aquellos de entre 25 y 49 años.

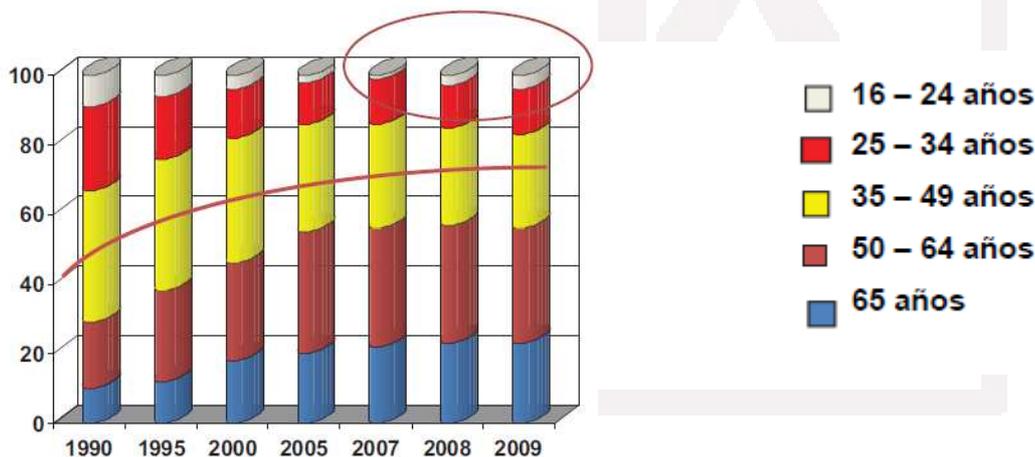
EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Se puede observar en el siguiente gráfico como dependiendo de la edad hay un tipo de vino que se destaca: los compradores de Vinos Tranquilos son principalmente personas entre 50 a 64 años, lo mismo que pasa con el resto de vinos, pues como se indicó anteriormente es el intervalo de edad que mayor cantidad de vino bebe. Así mismo puede destacarse que el vino Espumoso, es más apreciado entre los consumidores de menos de 30 hasta 40 años.



Fuente: Productschap Wijn Trendbox 2009

CONSUMO DE VINO TINTO POR EDAD DEL CONSUMIDOR (2009)

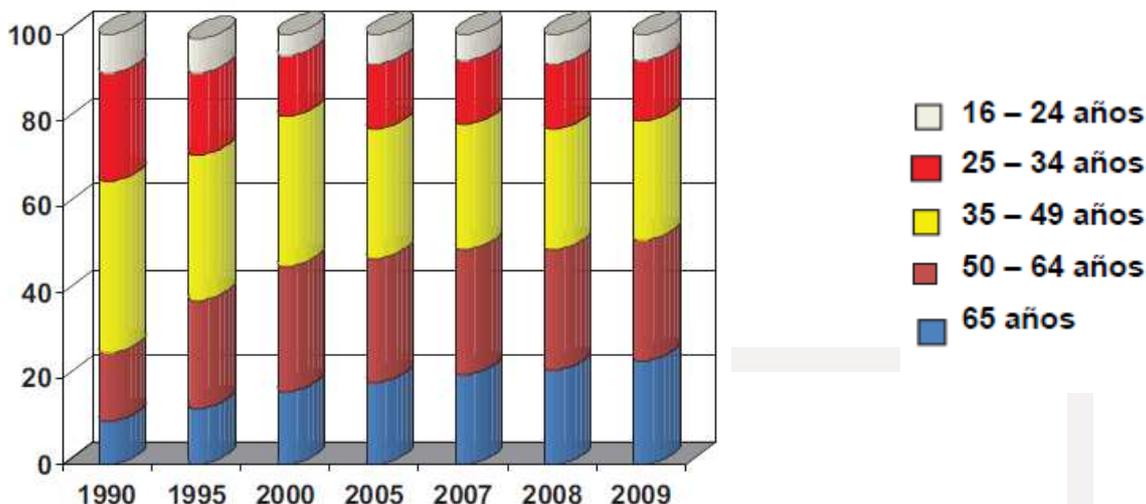


Fuente: Trendbox- Over oude en nieuwe feiten, de consumptie van wijn in 2009

Por su parte, el consumo de vino blanco está más repartido entre los distintos grupos de edad de la población. Como se puede observar en el gráfico, el vino blanco es más popular que el tinto para los jóvenes. Sin embargo, en el segmento que más vino consume (edades entre 50 y 64 años), sigue predominando el vino tinto. Las personas de entre 25 y 34 años cada año consumen menos vino, tanto blanco como tinto.

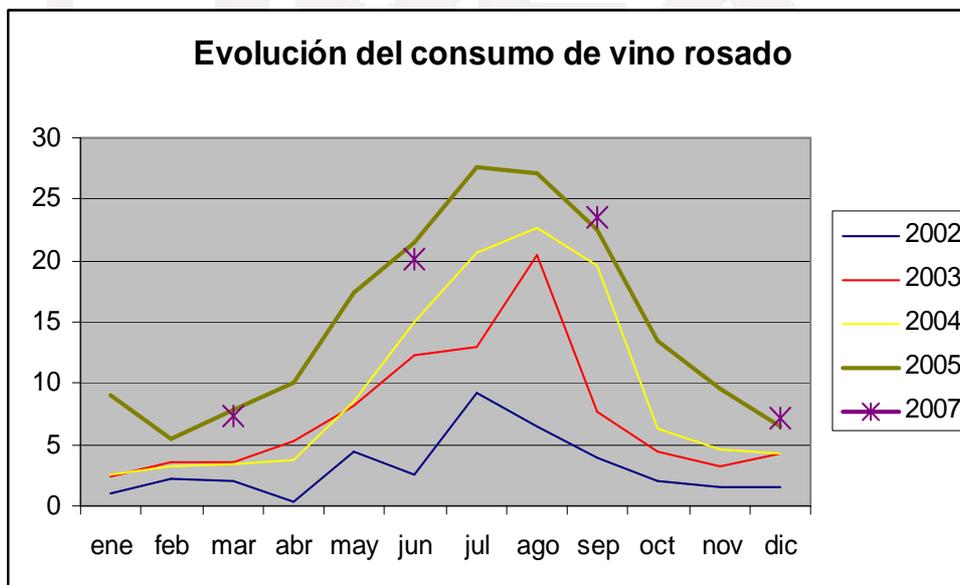
EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

PERFIL DEL CONSUMIDOR DE VINO BLANCO POR EDAD EN PAÍSES BAJOS (%)



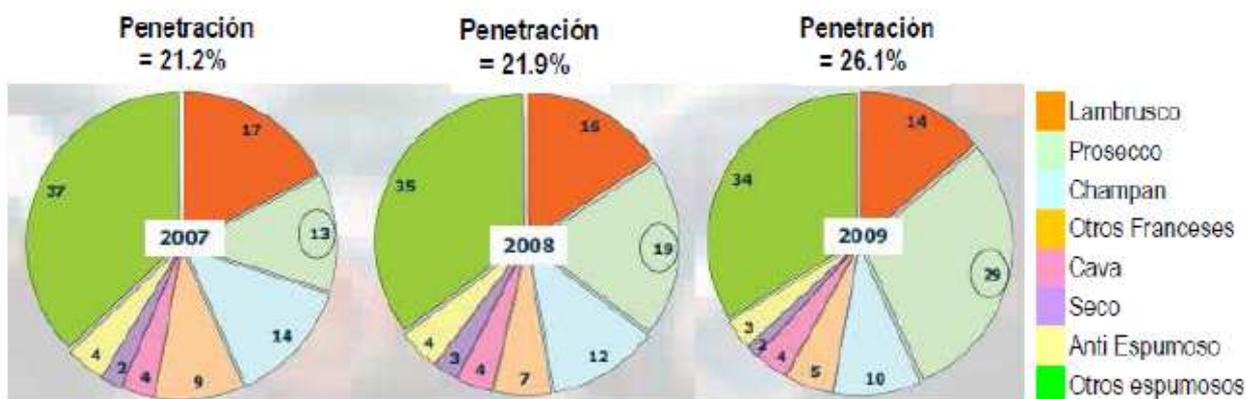
Fuente: Trendbox- Over oude en nieuwe feiten, de consumptie van wijn in 2009

Como ya se ha visto anteriormente, el vino rosado es el que registra una menor popularidad en Países Bajos. Sin embargo, cabe destacar una peculiaridad, como se puede apreciar en el gráfico de abajo, su consumo es altamente superior en los meses de verano. Además, cabe destacar su consumo creciente a lo largo de los últimos años. El vino rosado es comúnmente consumido por el público más joven.



Fuente: GFK, " Marktonderzoek 2008, Ontwikkelingen in de Nederlandse wijnmarkt 2007".

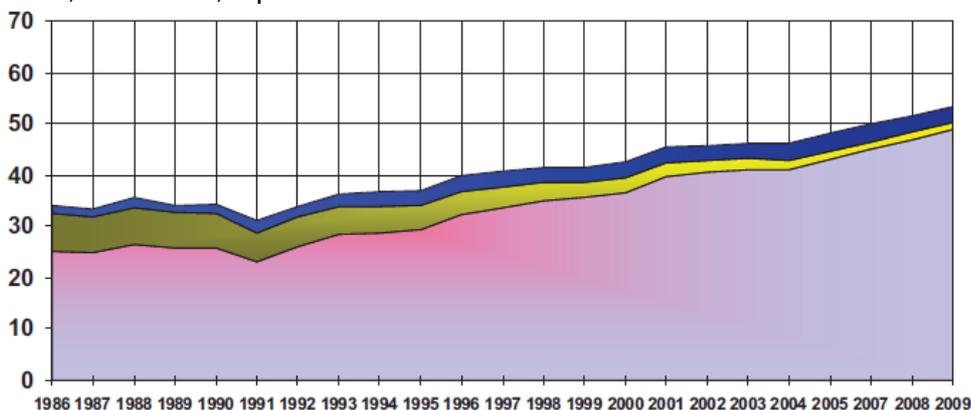
VOLUMEN DE LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS A PAÍSES BAJOS DE VINOS ESPUMOSOS EN 2009
(MILLONES DE LITROS)



Total Espumosos Indice 163	Indice abs entre 2009 frente 2007
Lambrusco	121
Prosecco	356
Champagne	107
Otros franceses	84
Cava	151
Seco	100
Anti Espumante	119
Otros vinos espumosos	136

Hay que destacar el aumento de consumo / penetración del vino Espumoso en Países bajos,. Podemos observar como entre el 2007 y el 2009 ha tenido un aumento de 4,9%. El mayormente consumido son otros espumosos, y el que más ha aumentado progresivamente ha sido el Prosecco, en un 16% del 2007 al 2009.

Asimismo, resulta interesante comparar la evolución del consumo de vino en relación al consumo de Oporto y Jerez. A simple vista se puede apreciar que el consumo de vino ha ido aumentando a pasos agigantados mientras que el consumo de Oporto se ha mantenido constante. Sin embargo, el consumo de Jerez ha ido disminuyendo en los últimos años, sobretodo, a partir del año 2004.

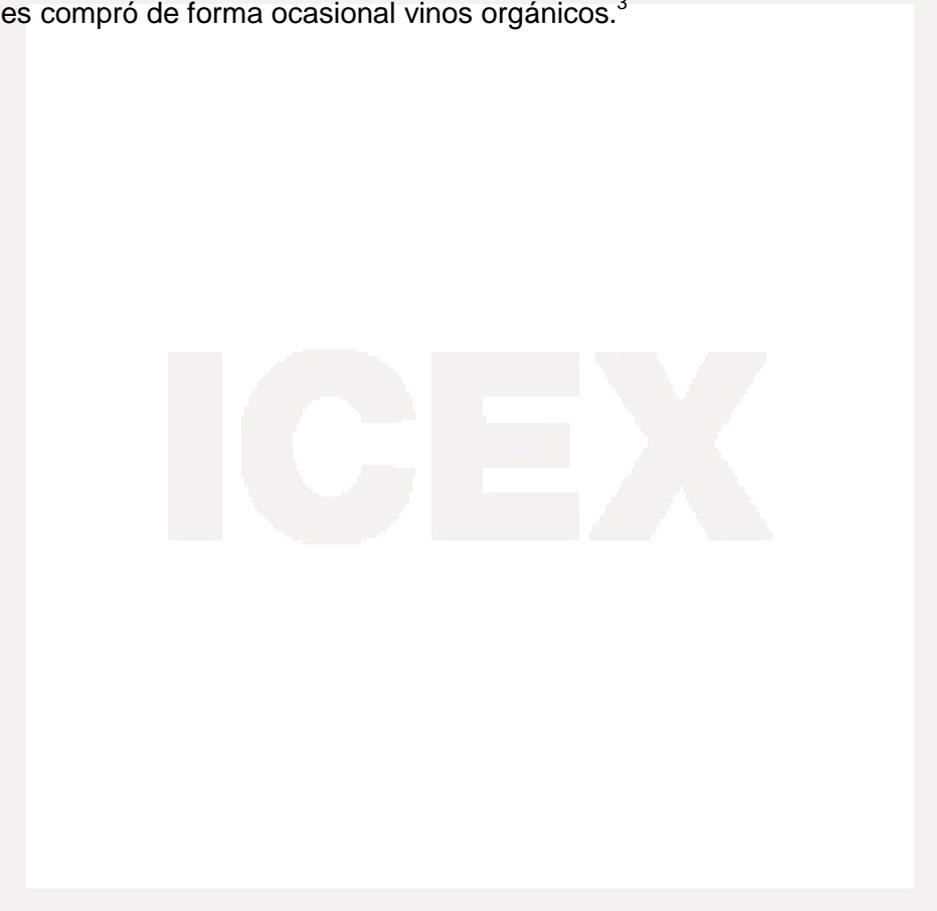


Fuente: GFK , " Ontwikkelingen in de Nederlandse wijnmarkt 2009".

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Los vinos biológicos que tienen cada vez mayor aceptación en Países Bajos. Observamos como en este país se tiene mayor conciencia sobre temas como el medio ambiente, la sostenibilidad, la escasez de recursos, etc. Algunos supermercados incluso están lanzando sus propias marcas blancas de productos sostenibles, es el caso de Albert Heijn y su marca Puur & Eerlijk que cubre productos biológicos y de comercio justo.

Los productos alimenticios biológicos tienen cada vez más adeptos entre los consumidores neerlandeses: cada vez se ven más vinos biológicos en la distribución así como asistimos a la proliferación de importadores especializados en este tipo de vinos. Prueba de ello es que en el año 2009 tuvo lugar en Ámsterdam una feria dedicada exclusivamente a los vinos biológicos que reunió a más de cincuenta productores (en su mayoría franceses) y que llegó a congregarse a más de cuatrocientos visitantes. En 2008, el 17% de los consumidores neerlandeses compró de forma ocasional vinos orgánicos.³



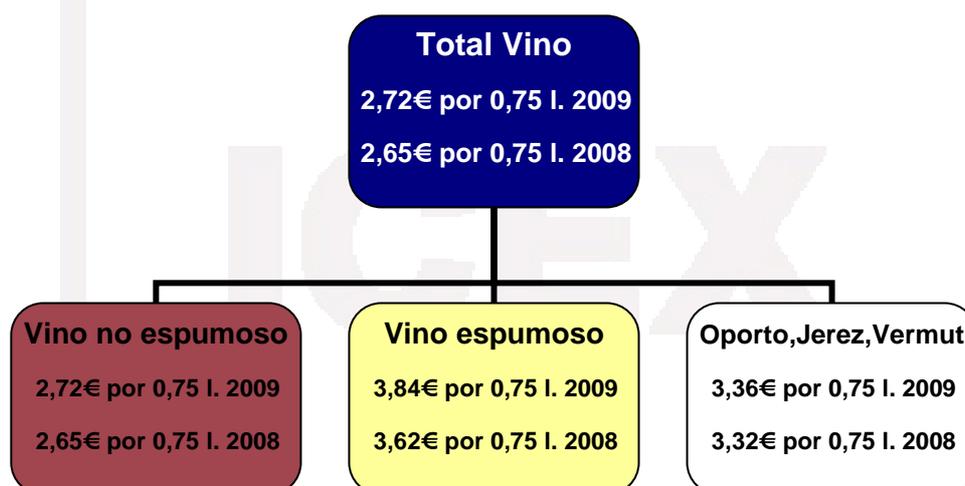
ICEX

³ Fuente: CBI-The UE Market for Wine

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Durante el año 2009 el precio medio en supermercados de una botella de vino de 0,75 litros fue de 2,72 euros, 7 céntimos más que en 2008.

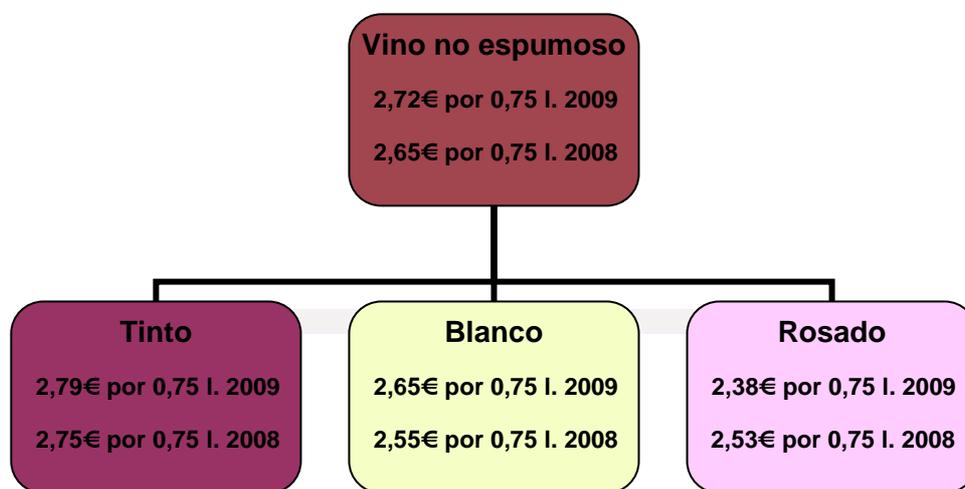
PRECIO MEDIO POR TIPOS DE VINO EN PAÍSES BAJOS



Fuente: GFK- Marktonderzoek Productschap Wijn 2009

El vino espumoso es el más costoso alcanzando los 3,84 euros por 0,75 litros el año 2009. El vino no espumoso es el de menor precio. Se han producido pequeños aumentos de precio en los tres segmentos del año 2008 al 2009.

PRECIO MEDIO DEL VINO NO ESPUMOSO EN PAÍSES BAJOS

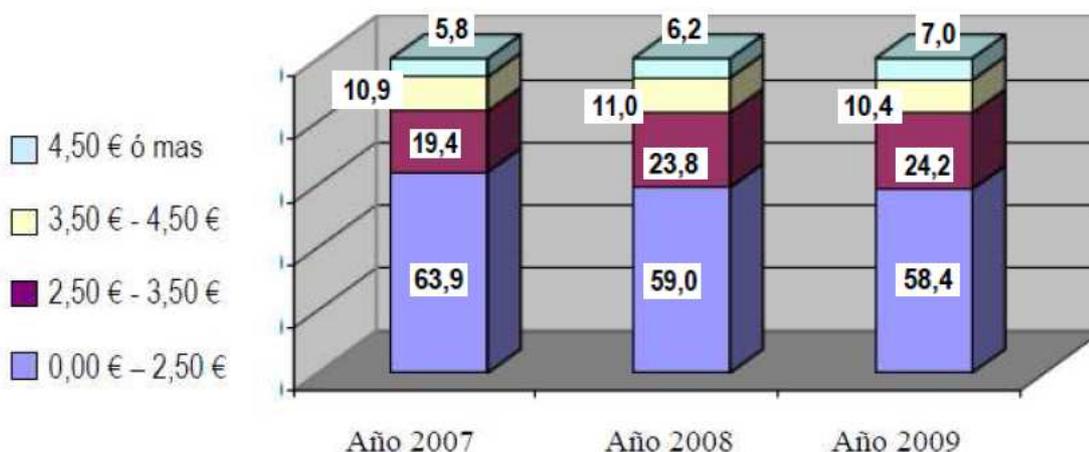


Fuente: GFK- Marktonderzoek Productschap Wijn 2009

Dentro de la categoría de vino no espumoso el vino tinto es el que alcanzó un mayor precio medio por cada 0,75 litros en 2009 en los Países Bajos. Sin embargo, las diferencias de los precios medios de los tres tipos de vino no espumosos no son grandes.

El precio medio del vino no espumoso en supermercados de gama alta y media (como los establecimientos de la cadena Albert Heijn o Plus) fue en 2009 de 2,77 euros por 0,75 litros (7 céntimos de euro menos que en 2008). En supermercados de descuento (como Lidl o Aldi) el precio medio por cada 0,75 litros de vino fue en 2009 de 2,26 euros, un precio sensiblemente menor que el alcanzado por los otros supermercados. En licorerías el precio medio de cada 0,75 litros de este tipo de vino fue de 4,51 euros.

SEGMENTACIÓN POR PRECIO DEL VINO NO ESPUMOSO (%)



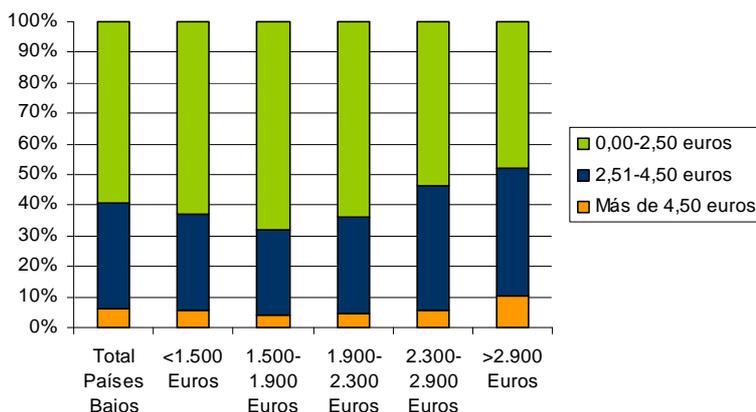
Fuente: GFK-Marktonderzoek Productschap Wijn 2009

El gráfico anterior muestra la segmentación por precio del mercado neerlandés de vino, teniendo en cuenta los precios de botellas de 0,75 litros. Durante los años 2007 y 2008 más del 60% del mercado estaba copado por vinos de gama baja de precios de hasta 2,50 euros, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en La Haya

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

pero la cuota del vino entre 2,50 y 3,50 euros esta subiendo, mientras que la del vino de precio mas bajo esta perdiendo peso. Así mismo en el año 2007 los vinos de mas de 3,50 euros tenían una cuota del 16,7% mientras que en el año 2009 es del 17,4%.

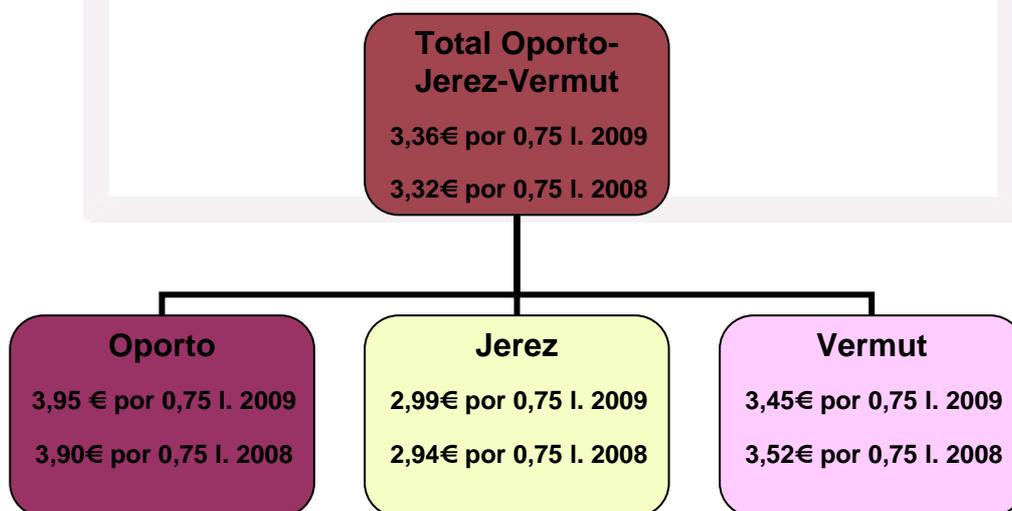
SEGMENTACIÓN POR PRECIO DEL VINO NO ESPUMOSO POR GRUPOS DE INGRESOS EN 2008 (%)



Fuente: GfK-Marktonderzoek Productschap Wijn 2008

La cuota de cada segmento de precios cambia según el poder adquisitivo de los consumidores. Entre aquellos que ingresan menos de 1.900 euros al mes son más populares los vinos de menos de 2,50 euros por 0,75 litros. Como es de esperar, los vinos de más de 4,50 euros alcanzan una mayor cuota de mercado en el segmento que obtiene mayores ingresos.

Dentro del segmento formado por los vinos de aperitivo (Oporto, el vino de Jerez y el Vermut), el Oporto alcanzó un precio medio de 3,36 euros en 2009 por 0,75 litros (0,04 euros más que en 2008), el Jerez 2,99 euros por 0,75 litros (0,05 euros más que en 2008) y el Vermut 3,45 euros por 0,75 litros (0,07 euros menos que en 2008).



Fuente: GfK-Marktonderzoek Productschap Wijn 2009

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Dentro de este grupo, en el 2009, vemos que se reparte su volumen de consumo de la siguiente forma:

Producto	Año 2009
Oporto + Jerez + Vermut	100%
Oporto	49,1%
Jerez	35,3%
Vermut	9,4%

Fuente: GfK Marktonderzoek Productschap Wijn 2009

En cuanto a la estructura de costes, para una botella de 3,14 euros (precio final) es la siguiente:

Estructura de costes	€/botella
Zumo de uva	0.38
Fabricación de vino	0.04
Precio de vino a granel	0.42
Embotellamiento	0.35
Tasas locales	0.08
Transporte y almacenaje	0.10
Márgenes	0.10
Precio mayorista	1.05
Impuestos especiales	0.45
Márgenes minorista	1.14
IVA	0.50
Precio para el consumidor	3.14

Fuente: Rabobank (2007)

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Hasta hace pocos años, los vinos españoles (al igual que los vinos procedentes de otros países), tenían una gran desventaja competitiva con respecto a los vinos franceses. Los vinos franceses transmitían una imagen de “elegancia” y, para ocasiones especiales, se compraba mayoritariamente vino francés.

El vino francés estaba posicionado en la mente del consumidor neerlandés medio como un vino bueno y “de calidad” por el simple hecho de “ser francés”. Incluso, al hablar de un vino que no fuera francés, se hablaba de un vino “extranjero”⁴. Sin embargo, en los últimos años los vinos franceses han ido perdiendo parte de esta exclusividad y hoy en día está muy bien visto regalar o servir vinos de otros países, como España.

Ya no es tan difícil vender un vino español caro, sobre todo a consumidores aficionados, entendidos, y de no demasiada edad. Un claro ejemplo lo representan vinos tan célebres y de precio elevado como Vega Sicilia, L'Ermita, Tinto Pesquera.

Los vinos españoles tienen buena reputación en el grupo de consumidores expertos, y en el segmento de la población formado por consumidores maduros (con edad inferior a 55 años) y aficionados al vino. Los mayores de por ejemplo 50 o 55 años se han educado con el vino francés, pero lo más jóvenes ya no tienen inculcado que el vino francés es el único vino que merece la pena, y están más abiertos a vinos de todas las procedencias porque los han ido conociendo según iban aprendiendo de vino. Además, el vino español está posicionado como un vino de calidad a buen precio.

En cuanto al vino blanco español, hay todavía en Países Bajos camino por recorrer, pero afortunadamente, hoy por hoy, el consumidor neerlandés conoce bastante bien el vino blanco, principalmente de Rueda, y lo valora por su buena relación calidad-precio. Así mismo el vino blanco de Galicia (Rias Baixas, Valdeorras, Ribeiro) muy alabado por la prensa neerlandesa, aparece cada vez más en los menús de los restaurantes pero a precios más elevados, por lo que el consumidor medio suele elegir un vino francés que conoce mejor por el mismo precio.

El principal problema del vino blanco español es la baja rotación, un vino blanco español, en la mayoría de los casos, hay que disfrutarlo en el año siguiente al de la cosecha. De no ser así, adquirirá un gusto algo “pasado”, por lo que el consumidor no repetirá la compra. ¿Cómo

⁴ El segmento de la población con edad superior a 55 años pertenece a la “vieja moda” del vino francés.

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

mejorar esta situación? Una posible solución sería que los productores de vinos blancos españoles podrían incentivar a sus importadores a que tengan un especial cuidado en que los vinos blancos se vendan en las tiendas y restauración durante las añadas correctas.

Por último, el vino rosado español goza de buena reputación: la buena aceptación de los caldos rosados españoles puede significar la obtención de nuevos futuros consumidores de vinos tintos y blancos españoles, ya que los consumidores de vino rosado son mayoritariamente jóvenes, cuyas primeras experiencias vinícolas son con los vinos rosados.

Como ya explicamos anteriormente en esta nota, la cuota del vino espumoso en Países Bajos, pese a ser todavía baja está teniendo mayor interés: si bien tradicionalmente el consumo de espumosos entre los neerlandeses se limitaba a ocasiones especiales (fiestas de Navidad, Pascua, cumpleaños, etc.) se ve una tendencia en la que se consume como un vino para el aperitivo o para acompañar un plato.

En cuanto al sector de la hostelería, hay que destacar que aunque la imagen del vino español es en general buena, no es tan óptima como desearíamos, y por ello tiene dificultades para estar presente en dicho sector.

En este aspecto hay que señalar en primer lugar, que el neerlandés medio no tiene mucha costumbre de ir a restaurantes (de media una vez al mes). Hasta hace unos años, los hombres de negocios solían ir a comer con sus clientes a restaurantes de alta categoría, pero al quitarse casi por completo la desgravación fiscal de este tipo de gasto, los restaurantes exclusivos han sufrido un importante descenso en este tipo de comidas que se ha agravado con la crisis en 2009 y 2010. Muchos restaurantes de la categoría alta están cambiando su fórmula, orientándose hacia el tipo “brasserie”, donde se puede comer y beber más económicamente.

Los vinos españoles que se ven en la mayoría de las cartas de vino son de Rioja, Ribera del Duero y Rueda. También se ven con regularidad vinos de Penedés Valencia, Somontano, Navarra y Rias Baixas.

Una gran parte de los vinos consumidos en los restaurantes (pero también en bares y locales nocturnos) son los “vinos de la casa”, y ahí sí, cada vez más frecuentemente se trata de un vino español. El inconveniente es que el consumidor medio no se preocupa o no se le informa la procedencia del “vino de la casa” y se lo bebe sin preguntar de donde viene.

Las demás regiones españolas, aún no están suficientemente bien representadas (aunque el vino de Valdepeñas sea el más vendido de los vinos tranquilos españoles, un 11% del total de éstos), habiendo buenas posibilidades para aquellos vendedores españoles que deseen trabajar en pequeñas cantidades, construyendo “imagen” más que volumen. Una dificultad es que los restauradores neerlandeses son muy tradicionales. Ellos ponen en la carta lo que el consumidor pide y la mayoría no son innovadores.

A pesar de lo comentado anteriormente, pensamos que esta situación está evolucionando a favor de los vinos no-franceses, que progresivamente se van incluyendo en las cartas de vino de los restaurantes. Cabe destacar, además de la oferta española, la de caldos procedentes de nuevos países productores (Sudáfrica, Chile, Australia, Nueva Zelanda, etc.). Hoy en día, aunque poco a poco, cada vez hay más variedad de vinos en las cartas de los restaurantes y hay menos reparos en pedir un vino español, aunque en la práctica el listado de vinos franceses sigue ocupando la mayor parte de las cartas de vino de los restaurantes.

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

En los restaurantes de nivel medio-alto también podemos observar cada vez más la presencia de vinos españoles en lo que en este país se denomina “wijnarrangement” que podemos traducir como “menú del vino”. Este concepto es una fórmula que los restauradores neerlandeses han introducido en su menú del día y que funciona muy bien en este país: por cada plato del menú, el sumiller del restaurante elige, de su carta de vinos, el vino que mejor se adapta a cada plato y sirve una copa de cada vino elegido. De esta forma el consumidor puede conocer nuevos vinos sin tener que consumir una botella entera. Los vinos españoles son seleccionados por los sumilleres ya que ofrecen una calidad muy interesante y se adaptan bien a esta fórmula, además de ayudar a la rotación de los vinos del establecimiento.

En establecimientos del tipo bar, cafetería, terraza, chiringuitos de playa de moda, y en la época de verano, los vinos rosados se consumen mucho. Estos vinos están viviendo un innegable renacimiento desde hace unos 10 años, pero generalmente se beben en verano, y con veranos poco calurosos (como el del 2008) un factor que condiciona mucho las ventas. Los rosados de España gozan de buena reputación, tanto entre profesionales como entre consumidores. Lo positivo del boom del vino rosado es que atrae a un nuevo público (personas más jóvenes, consumidores de cerveza), que, probablemente, más adelante pasarán del vino rosado al vino blanco y tinto.

En los dos últimos años (2009-2010) se ha visto también un importante crecimiento de los vinos espumosos, sobre todo por el consumo del Prosecco. Este vino que tiene un precio medio de 4 a 5 euros por botella en supermercado (no hay que olvidar que el 80% del vino consumido en los hogares de Países Bajos se compra en los supermercados) y han producido que se consuman también mas los vinos espumosos como el Cava.

Los Cavas en un segmento de precio mas alto (>8 a 10 euros) se venden mejor en licorerías y tiendas de vino.

VI. DISTRIBUCIÓN

En Países Bajos el vino se consume principalmente en los hogares puesto que en 2009 el 88% del vino se compro en supermercados. El resto se divide a partes iguales entre licorerías (6%) y otros canales (Internet, Clubes de vino...)

La importación de vino en Países Bajos está, en manos de importadores y agentes de vino. Existe una agrupación interprofesional: la Real Asociación de Importadores de Vino (KVNW), que cuenta con un centenar de miembros. En conjunto importan más del 80% del vino en este mercado. En la página web de esta asociación: www.kvnw.nl se pueden encontrar los datos de todos los asociados.

Las tres principales empresas importadoras de vino en Países Bajos son:

1. BAARSMA WINE GROUP (www.baarsma.com)

A escala europea es una de las empresas más exitosas de distribución vinícola e incluye en su holding otras empresas neerlandesas como Oud Reuchlin & Boelen, Wijnvoordeel, Lovian, etc. y distribuye principalmente a supermercados, comercio mayorista y horeca.

2. DGS (www.dgswijn.nl) Y COENECOOP (www.coenecoop.com)

Ambas empresas importan grandes volúmenes de vino que se distribuyen mayoritariamente en supermercados, mayoristas y tiendas de productos biológicos. Tienen conexión por la empresa Delta Wines BV que es presidente de ambas empresas.

3. ALBERT HEIJN

Forma parte del grupo neerlandés Koninklijke Ahold N.V. (www.ahold.com), una de las empresas más importantes en el sector de alimentos y bebidas. Albert Heijn es la primera cadena de supermercados, cuya cuota de mercado de vino en 2009 es del 29% en volumen y 35% en valor, con los siguientes tipos de puntos de venta:

- 830 supermercados (de los cuales 200 franquicias), abarcando toda la superficie nacional. (www.ah.nl)
- venta por Internet con entrega a domicilio (www.ah.nl) que abarca el 75% de los domicilios neerlandeses y que desde el año 2008 incorpora la nueva web de vinos "wijn domein" (www.ahwijn domein.nl)

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

- 50 tiendas de conveniencia "AH to Go" distribuidas en las ciudades, estaciones de tren y metro (<http://www.ah.nl/werk/ahtogo>)
- 30 tiendas grandes "AH XL" con superficie entorno a los 3.400 m² (<http://www.ah.nl/werk/ahtogo/>) cuyo surtido incluye más de 35.000 referencias.
- 500 licorerías "Gall & Gall" de las cuales 190 franquicias (www.gall.nl)

Aún perteneciendo a la misma compañía matriz, las cadenas Albert Heijn y Gall & Gall operan independientemente.

No sólo Albert Heijn tiene sus propias licorerías, también otras cadenas de supermercados las tienen. Esto es debido a que la legislación neerlandesa no permite la venta de bebidas alcohólicas de grado alcohólico elevado (por encima de 15%) en los supermercados. Dichos puntos de venta solamente pueden vender bebidas de baja graduación alcohólica: vino, jerez, oporto, vermú y cerveza. Para no perder los clientes que quieran comprar licores, destilados, etc. los supermercados disponen de cadenas de licorerías situadas, en la mayoría de los casos, muy cerca de cada supermercado.

En 2009 tanto los establecimientos de cadenas de licorerías como las licorerías independientes están manteniendo cuota de mercado respecto a los supermercados. La venta de vino en los supermercados de descuento está perdiendo cuota de mercado respecto a los superiores.

Gall & Gall es la cadena de licorerías con más puntos de venta. Otra cadena importante de licorerías es Mitra, con unos 320 puntos de venta.

La distribución de los vinos en Países Bajos se realiza a través de los canales:

1. ALIMENTACIÓN:

1.1. Cadenas nacionales y regionales de supermercados, entre las que podemos diferenciar los siguientes segmentos: alto, medio y bajo o descuento.

1.2. Supermercados independientes, o afiliados voluntariamente, mediante centrales de compra.

2. LICORERÍAS:

2.1. Cadenas

2.2. Independientes, tiendas especializadas, enotecas

3. OTROS: Internet, clubes de vino (correo), grandes almacenes con departamento de vino, delicatessen, dutyfree, regalos de empresa (estuches de Navidad).

Merece la pena hacer una pequeña mención sobre la venta de vino por Internet. Si atendemos al estudio que realizó la Universidad neerlandesa Nyenrode en 2010 sobre donde compraban los neerlandeses su vino, las cifras hablan por si mismas: el 90% del vino que se compra en Países Bajos se realiza por las mujeres, y estas generalmente lo hacen en su establecimiento preferido. Los consumidores de mayor edad no se fían de Internet y los jóvenes hasta 35 años no tienen mucha idea del vino que quieren comprar puesto que además Internet ofrece un surtido de lo mas extenso, por lo que se concluye de este estudio que los que más compran por Internet son los varones entre 35 y 50 años que buscan la comodidad y precios ventajosos (por Internet el pedido mínimo suele ir en general por cajas de 12) y generalmente con un poder de compra alto. Por

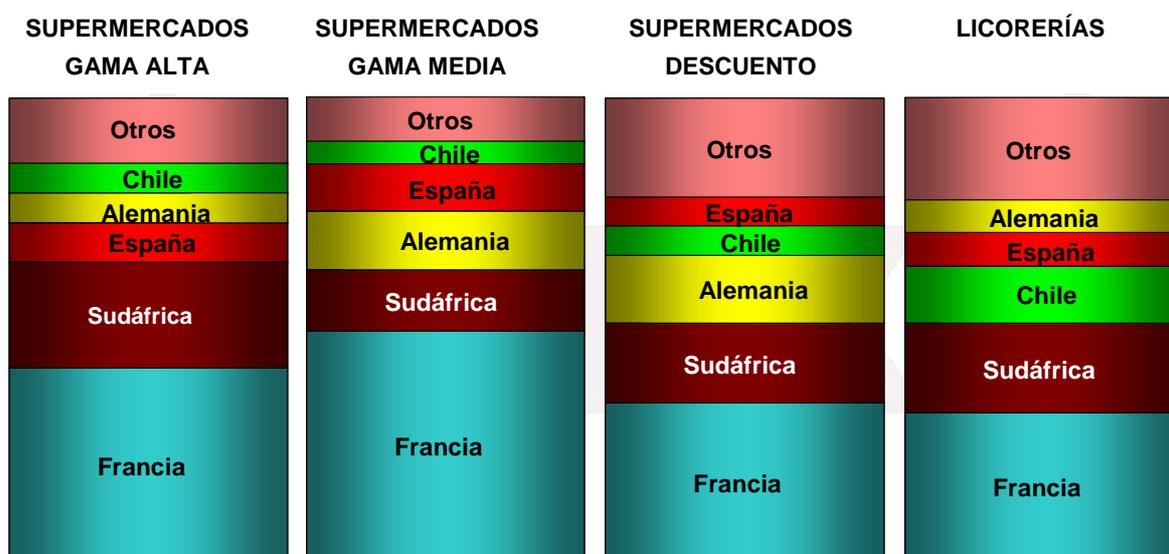
EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

ello podemos concluir que desgraciadamente la venta por Internet representa todavía un nicho de mercado pequeño.

En muchos casos Internet se utiliza sobre todo para conseguir información sobre los productos y después se compran los vinos de manera tradicional en un establecimiento. Así mismo las cadenas de supermercados Albert Heijn ó Jumbo, han puesto ya en funcionamiento la venta de vinos por su pagina de Internet e importadores como el grupo Baarsma ó Grapes Unlimited intentan conectar con jóvenes y mujeres mediante su pagina web para así poder ampliar sus ventas totales.

Parece ser que los problemas logísticos (entrega, pago) se van solucionando, y los consumidores (sobre todo los aficionados de vino, que buscan vinos especiales), se aventuran cada vez más a comprar por Internet.

SEGMENTACIÓN POR PROCEDENCIA DEL VINO EN DIFERENTES CANALES EN 2009 (%)



Fuente: GfK-Marktonderzoek Productschap Wijn 2009

El anterior gráfico muestra la cuota de mercado de cada tipo de vino según el país de origen en cuatro canales de distribución en Países Bajos en 2009. Entre los supermercados de gama alta se pueden destacar los establecimientos de las cadenas Albert Heijn, Plus y Super de Boer (adquirida en 2010 por la cadena Jumbo). Entre los supermercados de gama media están los Jumbo, Spar y Coop. Supermercados de descuento son Lidl y Aldi. Se puede apreciar que el vino francés es el más popular en los cuatro canales, aunque lo es sobre todo en supermercados de gama media y alta. En los supermercados de gama media es donde menos éxito tienen los vinos sudafricanos y donde más populares son los vinos españoles.

El volumen total de vino aumenta bajo la influencia de las compras en supermercados y posterior consumo en los hogares. Así como el volumen de negocio aumentó del 2008 al 2009 pese al aumento de los precios.

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

DESARROLLO TOTAL DEL VINO EN SUPERMERCADOS PAISES BAJOS

	Año 2007	Año 2008	Año 2009
Aumento de Volumen	+ 1%	+ 2%	+ 2%
Aumento del Volumen de Negocio	+ 1%	+ 7%	+ 4%
Penetracion	78,10%	78,10%	79,90%
Precio por 0,75 lit	2,63 €	2,77 €	2,83 €

Fuente: GFK-Marktonderzoek Productschap Wijn 2009

Según los datos facilitados por GFK en su estudio Marktonderzoek Productschap Wijn en el 2009, el volumen de negocio del vino en los supermercados en el 2008, fue de un 2% igual que en el año 2009. Así mismo en estos 3 años podemos ir observando los precios medios en los supermercados, han ido aumentando así como el volumen de penetración, llegando en el 2009, a ser el precio mas alto 2,83€, con una subida de 0,20 céntimos en el periodo 2007-2009.

Hasta el año 2008, vemos que hay un aumento en la compra de vinos en los Supermercados de Descuento, pero desde este año se va a reducir como podemos ver en el siguiente cuadro en beneficio de los supermercados de gama media que van a aumentar su cuota. Las licorerías y otros lugares de compra se van a mantener con el mismo volumen,.

Volumen de consumo por canal	2008	2009
Países Bajos general	100	100
Supermercados gama media	58	60
Supermercados de descuento	30	28
Licorerías	6	6
Otros lugares de compra (*)	6	6

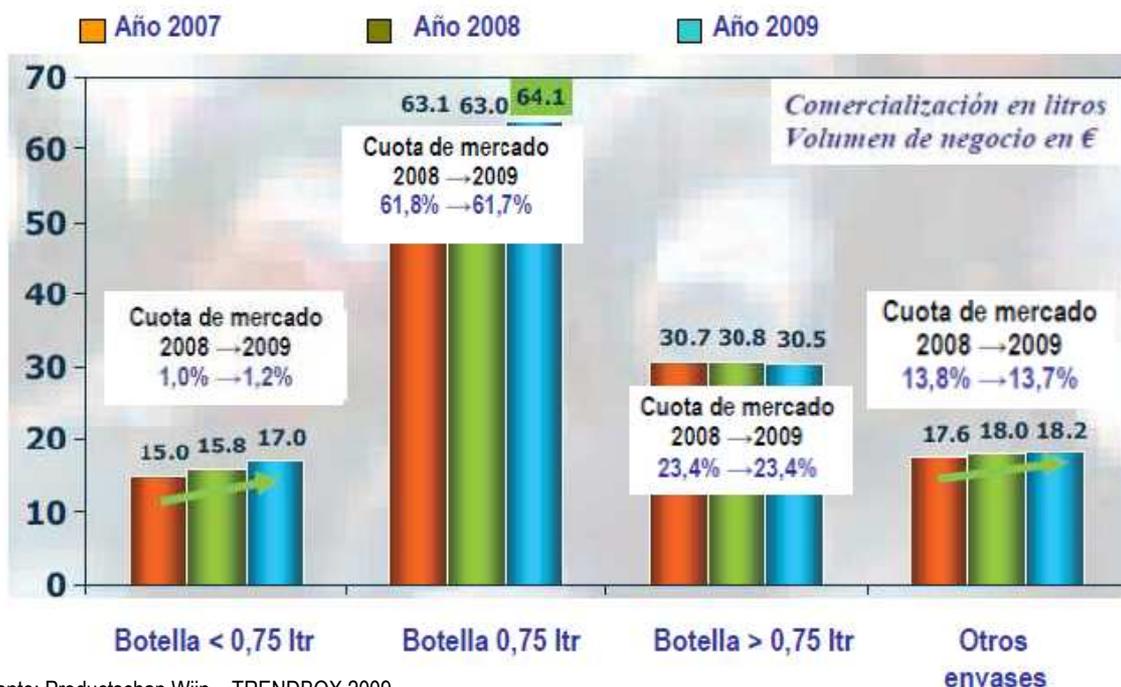
(*) **Mayoristas, Makro, otros mayoristas, Hema, Internet, otras tiendas de delicatessen, tiendas especializadas (en queso).**

Fuente: GFK-Marktonderzoek Productschap Wijn 2009

En cuanto al “packaging” hay que destacar que la forma más habitual de presentar los vinos en Países Bajos es en botellas de 0,75 litros, lo podemos ver en el siguiente grafico en que en el 2009, adquirió una cuota de mercado del 61,7%. La alternativa a la botella de 0,75 más interesante en este mercado es la de “bag-in-box”, bolsa en una caja. Opciones como cartones o latas resultan menos atractivas y sólo se usan estacionalmente. Es interesante destacar que las botellas de vino pequeñas (de hasta 0,5 litros) están ganando popularidad en Países Bajos, puesto que en 2009 las botellas inferiores a 0,75 cl son las que han tenido mayor crecimiento de todas en su consumo.

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Vinos tranquilos excluido el vino espumoso
Variaciones en % entre compradores de vino para el hogar y la comercialización según año y tipo de envase.

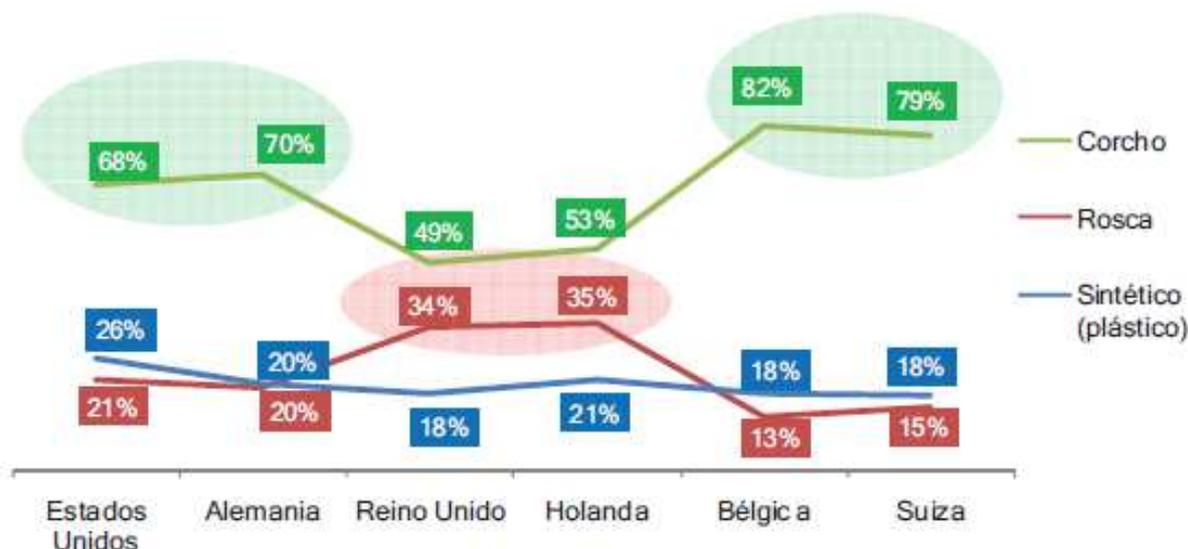


Fuente: Productschap Wijn – TRENDBOX 2009

Aunque todavía se prefiere el corcho, se ven cada vez más vinos con tapones de rosca o tapones plásticos en supermercados y tiendas especializadas. Países como Bélgica y Suiza, siguen con prácticamente un 80% con tapones de corcho.

Junto con Reino Unido, en Países Bajos es donde se utiliza más el tapón de rosca. El tapón sintético es el menos utilizado, pero supera a Alemania, Suiza y Bélgica.

ACTITUDES HACIA DIFERENTES TIPOS DE TAPONES.



Fuente: Productschap Wijn – TRENDBOX 2009

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

A continuación, queremos dar unas recomendaciones para aquellas bodegas que deseen comercializar su vino en el mercado neerlandés, o a aquellas bodegas que han intentado hacerlo pero que no han conseguido los resultados esperados.

Hablando en términos generales, puesto que siempre hay excepciones, la distribución del vino español ha mejorado considerablemente en los últimos años, pero podría ser mejor. El problema no está tanto en la actitud negativa del consumidor, como en la de los profesionales, el “trade”. Los importadores, mayoristas, restauradores y detallistas no tienen un interés especial en esforzarse por sus vinos españoles, ya que tienen además una gran presión por parte de vinos procedentes de otros países que también luchan por dar salidas a sus caldos. Esto puede ser una consecuencia del aparente poco interés (“falta de agresividad”) que, generalmente, el sector español demuestra en su marketing hacia el mercado extranjero. Si se realizara un esfuerzo importante para “conquistar” un mercado extranjero, en este caso el neerlandés, el resultado mejoraría considerablemente. No basta con buscar una empresa que incluya los vinos en su surtido y dejar que haga “lo que pueda” y como le parezca, para después quejarse de que “no vende” y buscar otro comprador. Hay que cuidar mucho la actitud comercial en los mercados extranjeros. Pongamos unos ejemplos de cosas necesarias para poder “conquistar” (o por lo menos entrar satisfactoriamente) en el mercado:

- ✓ Hablar una lengua extranjera. Para el mercado neerlandés la lengua más usada comercialmente, en el trato con el extranjero, es la inglesa.
- ✓ Conocer el mercado en cuestión y los hábitos de consumo.
- ✓ Prestar mucha atención a la apariencia del producto (etiqueta, botella, cápsula, corcho, etc.).
- ✓ Elegir con cuidado el comprador o distribuidor y elaborar conjuntamente con él un plan de marketing fijando objetivos reales.
- ✓ Estar físicamente presente las veces que sean necesarias, para que no le “olviden” y para visitar, junto al comprador, a sus clientes.
- ✓ Ser fiel y no cambiar frecuentemente de comprador o distribuidor.
- ✓ Conocer (degustar, estudiar su precio, su diseño, etc.) los vinos competidores (tanto extranjeros como españoles).
- ✓ En resumen: mantener contactos frecuentes con el cliente implicará un mayor interés por parte de éste, repercutiendo positivamente en las ventas.

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

La legislación aplicable a la comercialización de vino en Países Bajos es común a todos los estados miembros de la UE. Además, el mercado neerlandés ha desarrollado una normativa particular en materia de almacenamiento, transporte, registro de productos importados y etiquetado.

Se aconseja al exportador español que, bien directamente o mediante su importador, contacte con la Cámara de Comercio neerlandesa a fin de facilitar la documentación necesaria y el registro en la correspondiente asociación. Además, se deberá notificar a la Oficina Central de Estadística Neerlandesa (CBS) el volumen importado.

En el caso particular de los importadores de vinos, es obligatorio registrarse en el Comité vinícola (Product Board Wine). Este comité cobra un total de 1,14€ por hectolitro comercializado en Países Bajos.

Los vinos españoles, junto al resto de vinos procedentes de los países miembros de la UE, no deben pagar arancel ni deben presentar certificado de importación. En caso de importar grandes cantidades, se debe adjuntar un documento anexo. Sin embargo, sí que resulta obligatorio pagar impuestos de comercialización o accisas (ver cuadro) dependiendo del tipo de vino importado.

Países Bajos es un país altamente preocupado por el medio ambiente. Por ello, en noviembre del año 2007 el Parlamento de Países Bajos aprobó el decreto que recoge el nuevo gravamen para envases y embalajes. Este decreto hace una distinción entre los envases primarios y secundarios. Aquellos importadores que introduzcan menos de 50.000 kg están exentos de este impuesto. Al final del año 2010, se han aprobado las nuevas tarifas, con una subida alrededor del 2%.

Para el resto la tarifa por litro de vino será de 0,046 €(sin IVA).

Los vinos importados en Países Bajos deben cumplir la normativa europea que obliga a los exportadores a ofrecer información sobre el volumen y procedencia en la etiqueta del producto. Además, las etiquetas deben estar traducidas al neerlandés. En el caso del vino de mesa, no es necesario especificar la zona de origen de vino y la normativa es mucho más permisiva. Por el contrario, los vinos de calidad se encuentran sujetos a estrictas especificaciones y deben indicar la región de origen y la D.O, en caso de que se tenga.

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Además, en la etiqueta el importador deberá hacer mención al consumo de bebidas alcohólicas con moderación.

A principios de enero de 2010 el Parlamento ha aprobado las nuevas tarifas de accisas que entrarán en vigor a partir del 1 de febrero de 2010.

A continuación se presenta el cuadro con las tarifas del 2009 y las tarifas a aplicar desde el 1 de febrero de 2010:

	2009 (en hl)	Desde el 1 de febrero 2010 (en hl)
Grupo A (entre 1,2% y 8,5% vol)		
a) Vino tranquilo / otras bebidas fermentadas	€ 34,27	€ 35,28
b) Vino espumoso/otras bebidas fermentadas espumosas	€ 44,32	€ 45,63
Grupo B (entre 8,6% y 15% vol)		
a) Vino tranquilo /otras bebidas fermentadas sin alcohol añadido	€ 68,54	€ 70,56
b) Vino espumoso /otras bebidas fermentadas espumosas (eventualmente alcohol añadido hasta un máximo de 13% vol)	€ 233,70	€ 240,58
Grupo C (entre 8,6% y 10% vol)		
Otras bebidas fermentadas con alcohol añadido	€ 68,54	€ 70,56
Grupo D (entre 10,1% y 15% vol)		
Intermedios (bajo que otras bebidas fermentadas con alcohol añadido)	€ 84,65	€ 87,14
Grupo E (más de 15% vol)		
a) Intermedios (entre otras Vermut, Oporto, vino de Jerez)	€ 119,24	€ 122,75
b) Vinos espumosos	€ 233,70	€ 240,58

Fuente: Asociación Interprofesional del Vino (2010)

Durante el año 2010 se ha venido discutiendo la nueva ley sobre bebidas y horeca. En esta ley se recoge la posibilidad de que, únicamente en las tiendas y licorerías, se permita degustar bebidas alcohólicas. Con esta norma se facilitará que el consumidor tenga un acceso más directo al vino, lo que hasta la fecha estaba prohibido tanto en supermercados como en licorerías, pero a principios de 2011 todavía no se ha aprobado.

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

HORECAVA

Feria Internacional del sector hostelería.

Lugar: Ámsterdam RAI

Frecuencia: anual (última edición: 10 – 13 de enero de 2011)

Organización: RAI Project Team Horecava

PO Box 77777

1070 MS Ámsterdam, Países Bajos

Tel: +31 (0) 205491212

Fax: +31 (0) 206464469

Contacto: horecava@rai.nl

Web: www.horecava.nl (en neerlandés)

WINE PROFESSIONAL

Feria Internacional de vinos y productos gourmet

Lugar: Ámsterdam RAI

Frecuencia: Anual (última edición: 10 -13 de enero de 2011)

Organización: The Wine and Food Association

P.O. Box 15414

1001 MK Ámsterdam, Países Bajos

Tel: +31 20 6251298

Fax: +31 20 6245028

E-mail: info@thewinesite.nl

Web: www.thewinesite.nl (disponible en neerlandés)

VAKBEURS VINOS DE ESPAÑA

Feria organizada para bodegas e importadores de vinos español.

Lugar: Fabrica Van Nelle. Rotterdam

Frecuencia: Bienal (proxima edición 4 abril 2011).

Organización: Vinos de España

Tel.: +31 (0)70 3608718

Email: vinosspanje@comercio.mytic.es

http: www.vinos-de-espana.nl/fair2001.

PLMA'S WORLD OF PRIVATE LABEL

Feria Internacional de marca blanca.

Lugar: Amsterdam RAI

Frecuencia: anual (próxima edición: 24 al 25 de mayo de 2011)

Organización: Private Label Manufacturers Association

Word Trade Center

Strawinskylaan 671

1077 XX Amsterdam

Tel: +31 20 5753032

Fax:+31 20 5753093

Contacto: info@plma.nl

Página web: www.plmainternational.com (disponible en español)

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Adfundum

Revista profesional independiente para el sector de las bebidas

Editor: Uitgeverij Lakerveld B.V.

P.O. Box 160, 2290 AD Wateringen

Tel.:+31 174 315000

E-mail: ad.van.gaaen@lakerveld.nl (Dhr. A.C. van Gaalen)

Página web: <http://www.lakerveld.nl> (en neerlandés)

Tirada: 1.090 ejemplares, 11 publicaciones al año.

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Drankendetail

Revista para el sector de las bebidas dirigida a minoristas especializados y al canal horeca.

Editor: Theo Jägers B.V.

P.O. Box 37, 3990 DA Houten

Tel.: +31 30 6371780

E-mail: theojagers@planet.nl

Tirada: 2.300 ejemplares, 10 publicaciones al año.

Wine Life

Revista sobre vino dedicada a consumidores interesados en vino de tipo general.

Postbus 3626

1001 AK Amsterdam

Tel: +31 20 531 7469

E-mail: redactie@dutch-media.nl

Página web: <http://www.winelifemagazine.nl> (en neerlandés)

Tirada: 4.000 ejemplares, 7 publicaciones al año.

By the grape magazine

Revista sobre vino para consumidores amantes del vino no expertos.

También tiene edición digital.

Ijsselkade, 15

7201 HC, Zutphen

Tel: +31 612 411228

E-mail: redactie@bythegrape.com

Página web: <http://www.bythegrape.com> (en neerlandés)

Proefschrift – Wine and Food Professional

Revista sobre vino y gastronomía dedicada a consumidores expertos.

Editor: The Wine and Food Association

Winkeldijk 12a, 1291 HL Abcoude

Tel.: +31 20 6251298

E-mail: info@thewinesite.nl

Página web: <http://www.thewinesite.nl> (en neerlandés)

EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Tirada: 10.000 ejemplares, 6 publicaciones al año.

Perswijn

Revista sobre vino independiente e informativa dedicada a profesionales y aficionados.

Editor: Uitgeverij de Wijnpers

P.O. Box 95007, 1090 HA, Ámsterdam

Tel.: +31 020 6922108

E-mail: wijnpers@wijnpers.nl

Página web: <http://www.wijnpers.nl> (en neerlandés)

Tirada: 13.000 ejemplares, 8 publicaciones al año.

Distrifood

Revista profesional para supermercados.

Editor: Reed Business B.V.

Hanzestraat 1, 7006 RH Doetinchem

P.O. Box 4, 7000 BA Doetinchem

Tel.: +31 314 349337

E-mail: distrifood@reedbusiness.nl

Página web: <http://www.reedbusiness.nl> (disponible en neerlandés)

Tirada: 9.828 ejemplares, semanal.

Foodmagazine

Revista profesional para los supermercados.

Editor: Reed Business B.V.

Tel.: +31 314 349911

Fax: +31 314349023

Contacto para publicar anuncios: sales.food@reedbusiness.nl

Páginas web: <http://www.reedbusiness.nl> / www.foodmagazine.nl (disponibles en neerlandés)

Tirada: 6.230 ejemplares, mensual.

Levensmiddelenkrant

Revista profesional para supermercados.

Editor: Ondernemers Pers Nederland B.V.

Anne Hendrik Kooistrastraat 140, 2441 CP, Nieuwveen

P.O. Box 16, 2460 AA Ter Aar

Tel: +31 172 53 78 79

Fax: +31 172 53 94 77

Contacto: Sr. Erik van den Broek. Email: Erik@levensmiddelenkrant.com

Página web: www.levensmiddelenkrant.com (disponible sólo en neerlandés)

Tirada: 12.114 ejemplares, semanal.

Voeding Nu

Revista profesional sobre alimentos y salud.

Editor: Noordervliet Media B.V.

Redactie Voeding Nu

Tel: +31 10 209 4035

Fax: +31 10 209 4070

E-mail: info@noordervlietmedia.nl

Página web: www.voedingnu.nl / www.noordervliet.nl (disponible sólo en neerlandés)

Tirada: 5.065 ejemplares, 11 publicaciones al año.

3. ASOCIACIONES

KVNW – Asociación Neerlandesa de Comerciantes de Vino

Van Eeghenlaan 27,

1071 EN Amsterdam.

Tel.: 020 - 6730331

Fax.: 020 - 6645466

E-mail: info@kvnw.nl

Página web: www.kvnw.nl (en neerlandés)

PRODUCTSCHAP WIJN- Asociación Interprofesional Neerlandesa del Vino

Stadhoudersplantsoen 12

2517 JL Den Haag

PO Box 29739

2502 LS Den Haag

E-mail: pw@wijninfo.nl

Página web: www.wijninfo.nl (en neerlandés)

KONINKLIJK HORECA NEDERLAND - Real Unión de Empresarios de Hostelería

PO Box 566

3447 AN Woerden

Tel: +31 34 8489489

Fax: +31 34 8499400

E-mail: info@horeca.org

Web : www.horeca.org (en neerlandés)

VERENIGING VAN DE NEDERLANDSE GROOTHANDEL IN DRANKEN EN HORECABENODIGDHEDEN (GHD) - Asociación Neerlandesa de Mayoristas de bebidas y artículos/productos de hostelería

PO Box 179

2501 CD Den Haag

Tel: +31 70 3180710

Fax: +31 70 3106173

E-mail: info@gdh.nl

El formulario de contacto se encuentra en el siguiente link:

http://www.gdh.nl/frame_contact.htm

Web: www.gdh.nl (disponible en neerlandés y en inglés)

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Voedsel en Waren Autoriteit (VWA)

(Autoridad para la Seguridad de los Alimentos y Productos de Consumo)

Postbus 19506

2500 CM Den Haag

Países Bajos

Tel: +31 70 448 4848

Fax: +31 70 448 4747

E-mail: info@vwa.nl

<http://www.vwa.nl> (disponible en neerlandés e inglés)

Associatie Wijn Docent

(Asociación de profesores de vino)

E-mail: info@wijndocent.nl

<http://www.wijndocent.nl/> (disponible en neerlandés)

Nederlands Gilde Van Sommeliers

(Gremio de Sumilleres Neerlandeses)

Tel: +31 161-492070 ó +31 6-50893960

E-mail: ngs.secr@planet.nl

<http://www.sommeliers.nl/> (disponible en neerlandés)