



Conferência

"12 anos depois de Porter. E agora? Como retomar a estratégia de crescimento para os vinhos portugueses?"



# La situación de los mercados del vino. Posibilidades para España y Portugal

Rafael del Rey

Observatorio ESPAÑOL del  
Mercado del VINO



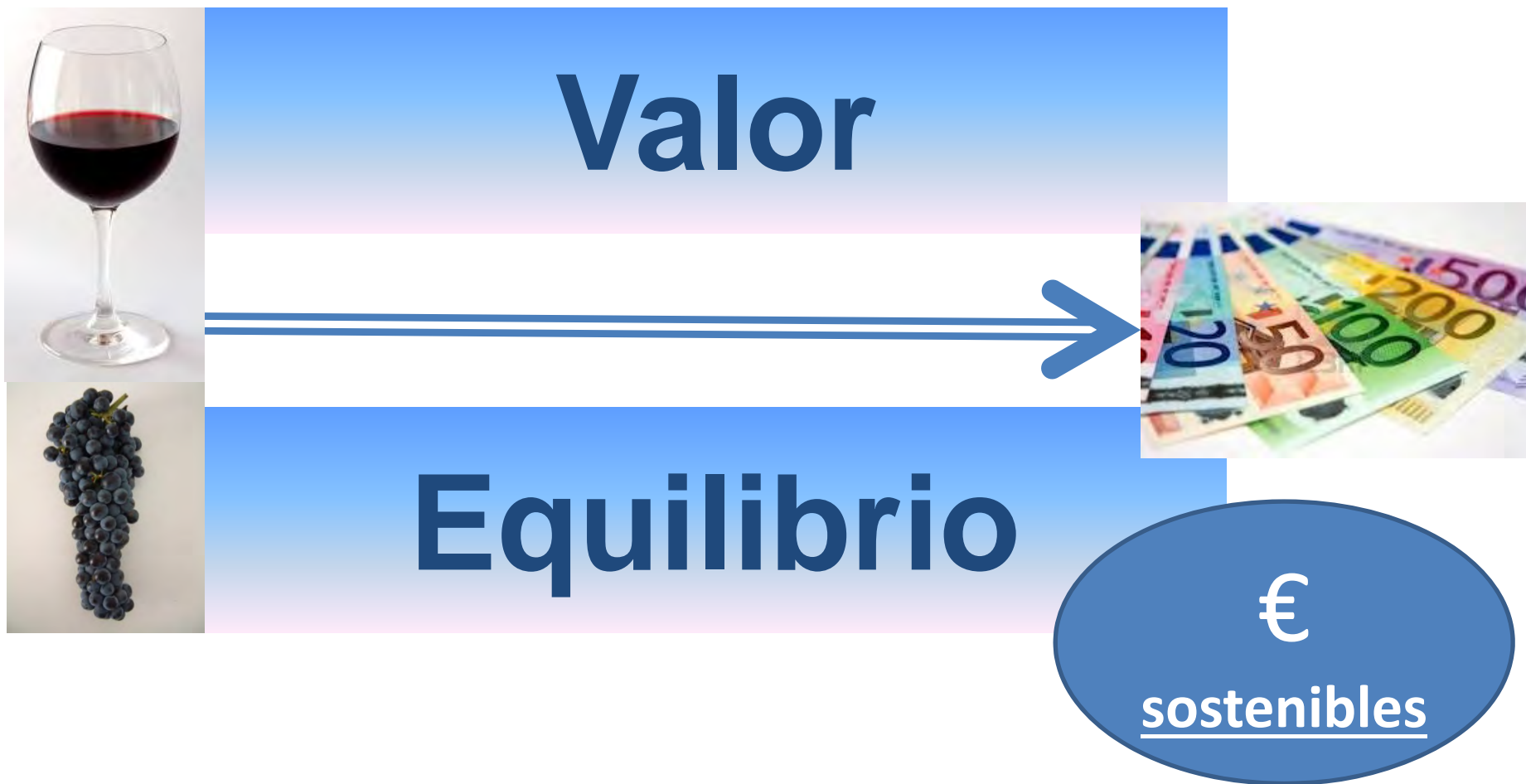
El VINO solo se DISFRUTA  
con MODERACIÓN

ANCEVE  
Porto, 14 Julio 2015

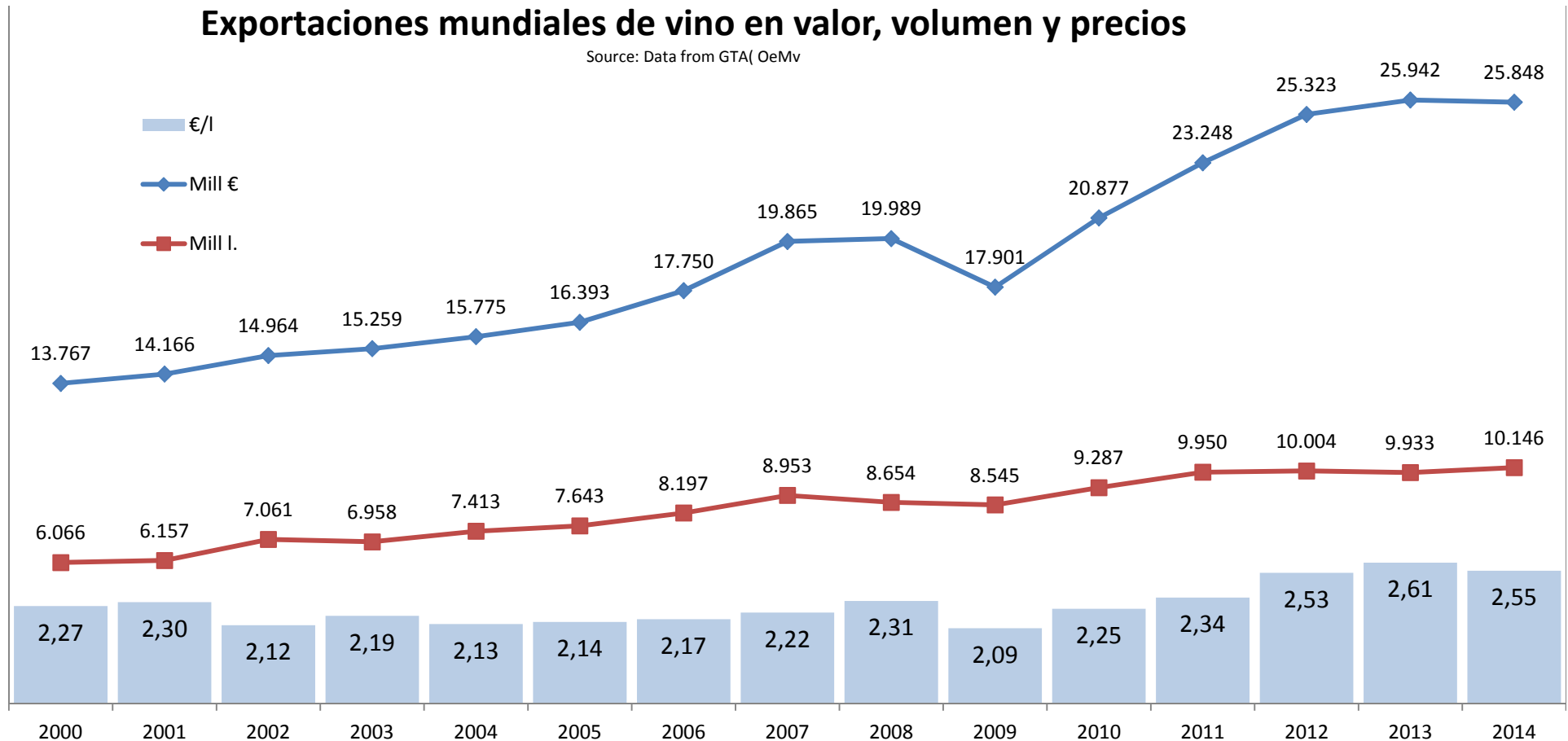
# Planteamiento

- **Análisis:** lo que hace el OeMv → situación de los mercados
- **Meta – análisis:** efectos sobre el sector  
→ cohesión → estrategia conjunta

# A la búsqueda de...



# Exportación mundial de vino: algo más; algo más barato

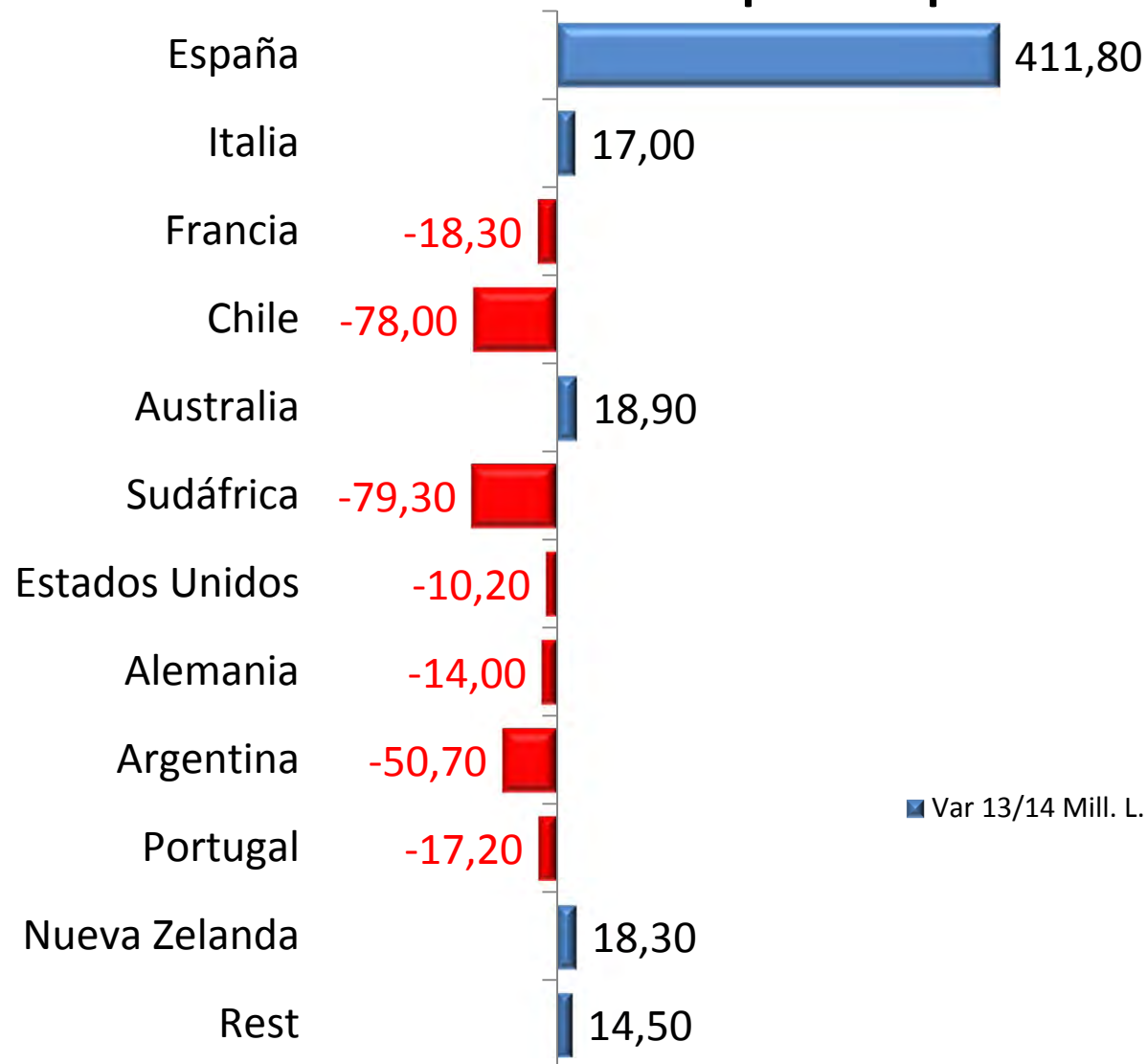


En 2014 crece algo el volumen exportado mundialmente (2,1%), pero baja el valor del comercio mundial (-0,4%), por caída generalizada del precio medio en euros (-2,4%) como consecuencia de la recuperación de producciones en 2013 (España).

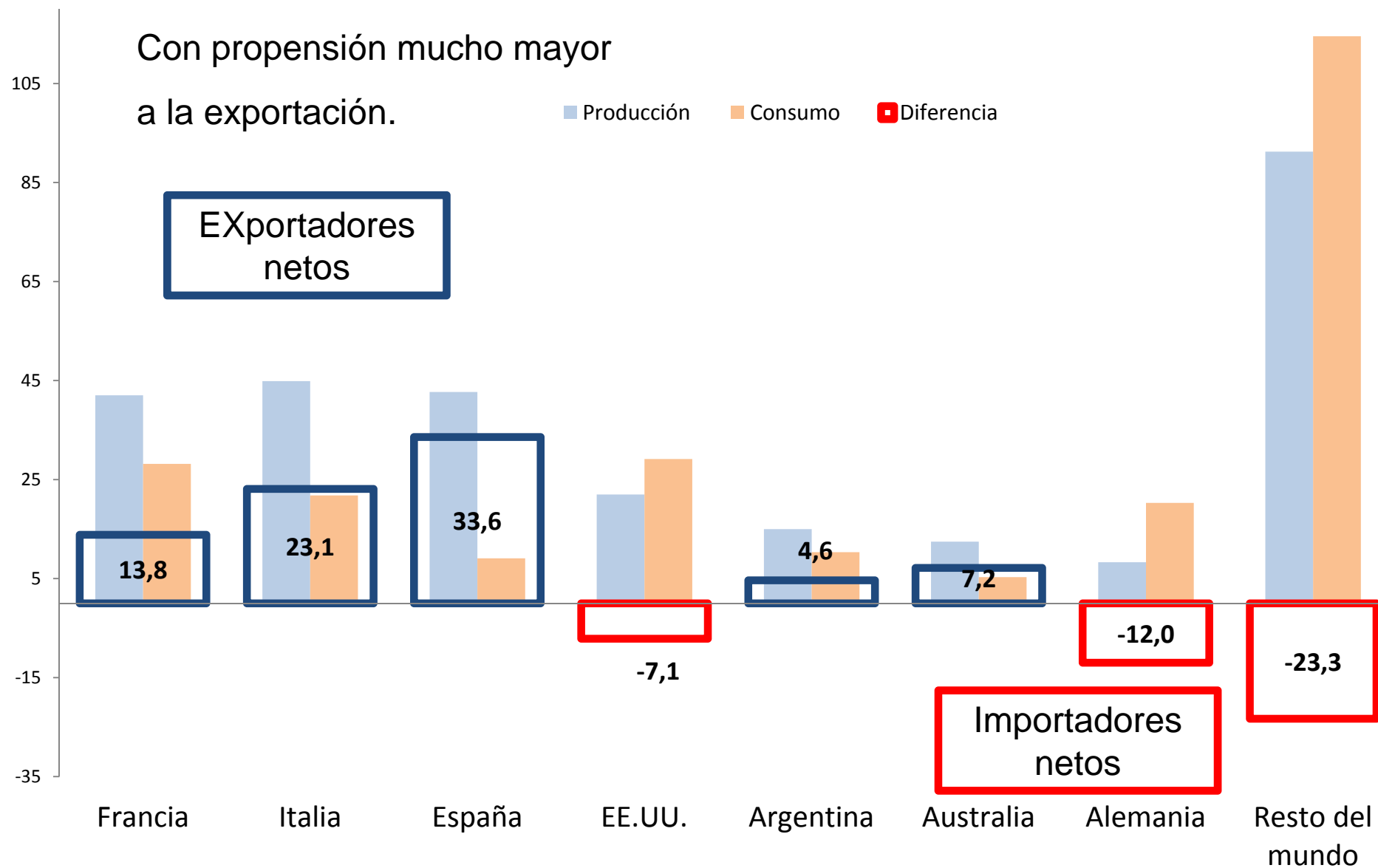
# Principales EXportadores

Es España quien está marcando las diferencias en volumen estos últimos años.

Variación en VOLUMEN 2014-13  
Principales exportadores



# Propensión exportadora

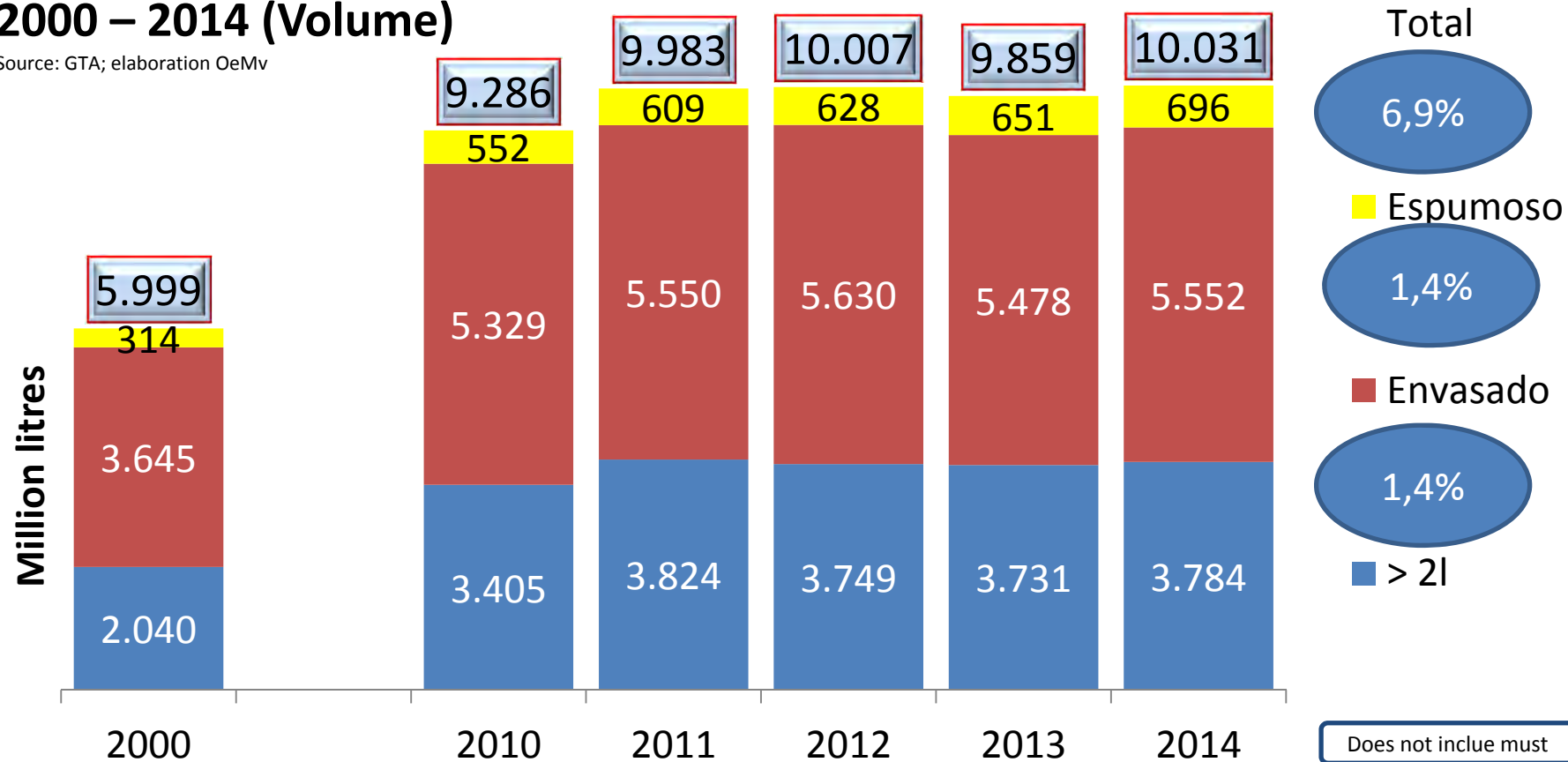


# A nivel mundial

Comercio mundial que se recupera en volumen, renqueando el envasado y muy bien el espumoso pero más barato.

## World wine exports per type 2000 – 2014 (Volume)

Source: GTA; elaboration OeMV

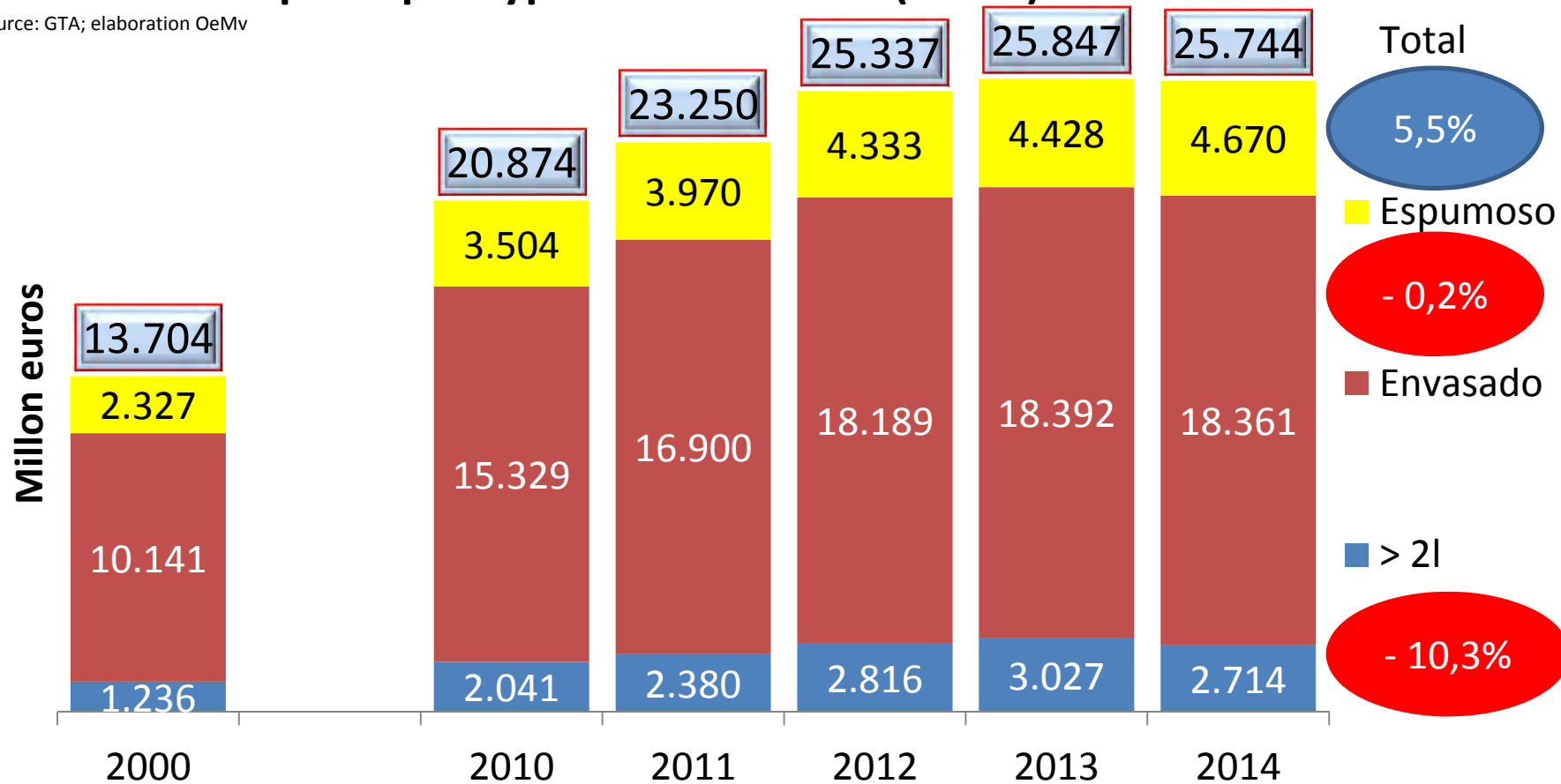


# A nivel mundial

... mientras en valor, lo que más pesa es el envasado, pero lo que mejor va es el espumoso y pierde peso el granel por los precios de España.

## World wine exports per type – 2000 – 2014 (Value)

Source: GTA; elaboration OeMv





# Contexto UE: IIGG

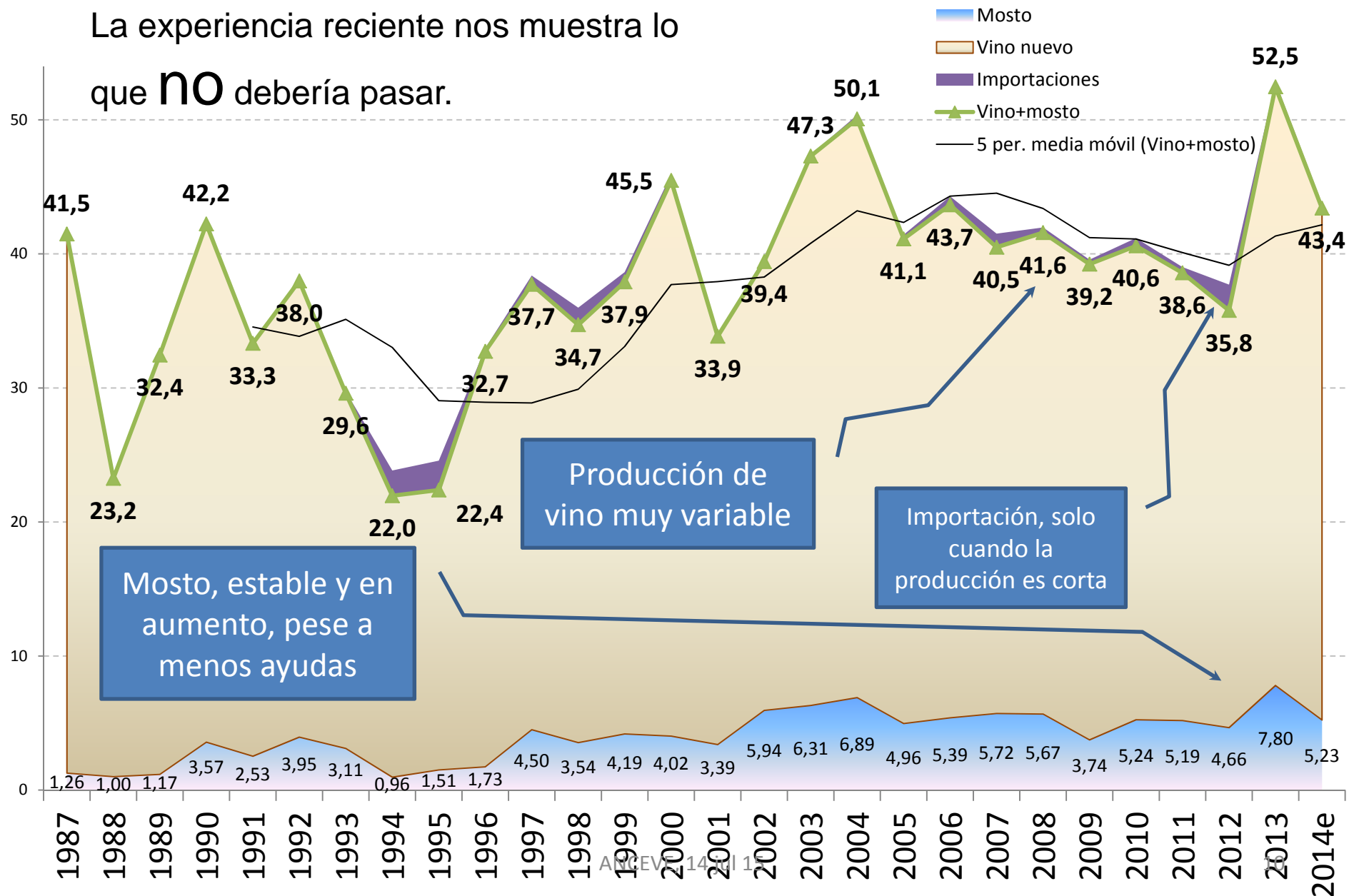
MUY RECOMENDABLE:

- Posición de los vinos europeos en el mundo
- Perspectiva del mercado
- Segmentación de los mercados → diferentes necesidades, diferentes mecanismos
- Crítica al “ombliguismo”



# España – producción

La experiencia reciente nos muestra lo que **NO** debería pasar.

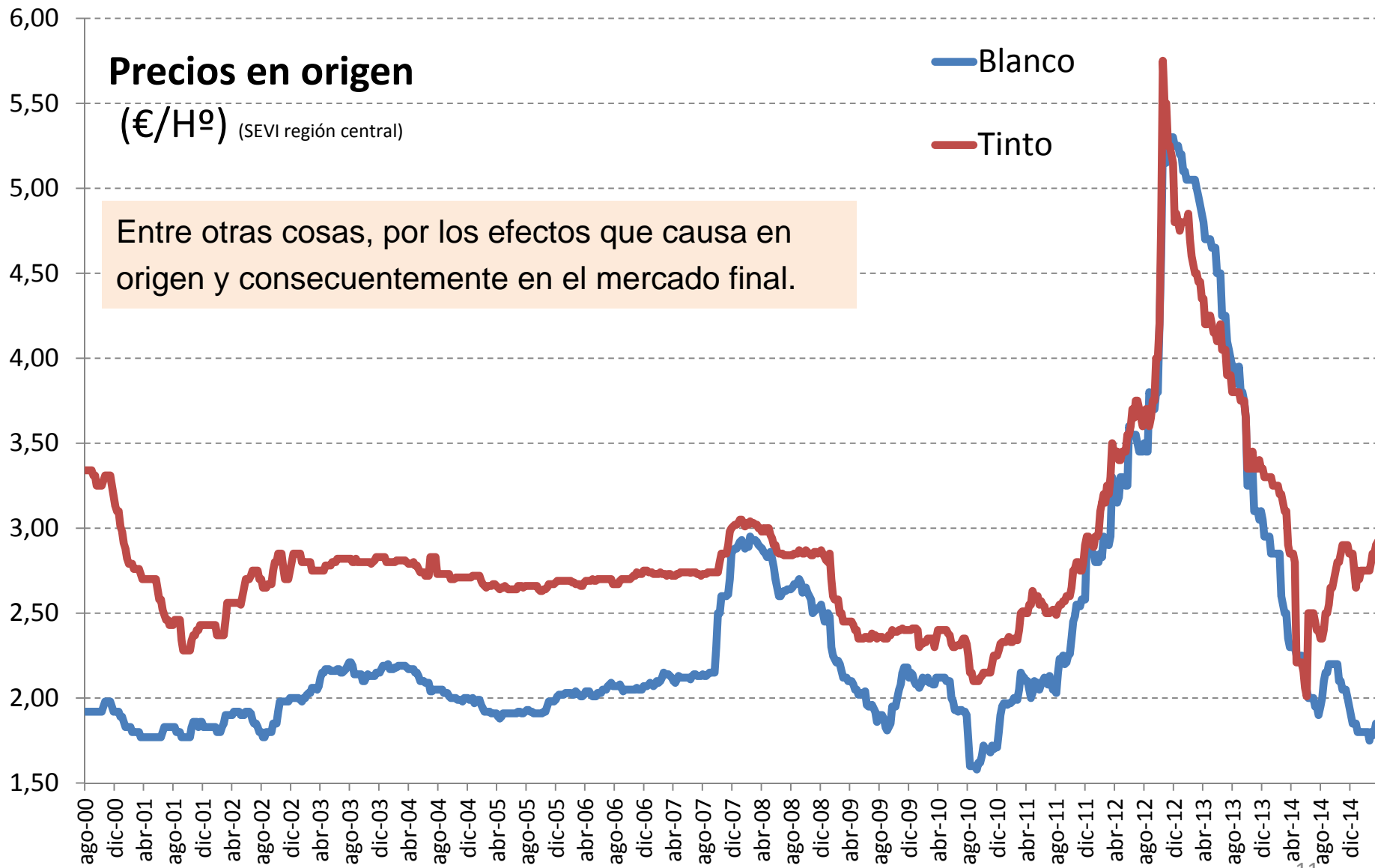


Mosto, estable y en aumento, pese a menos ayudas

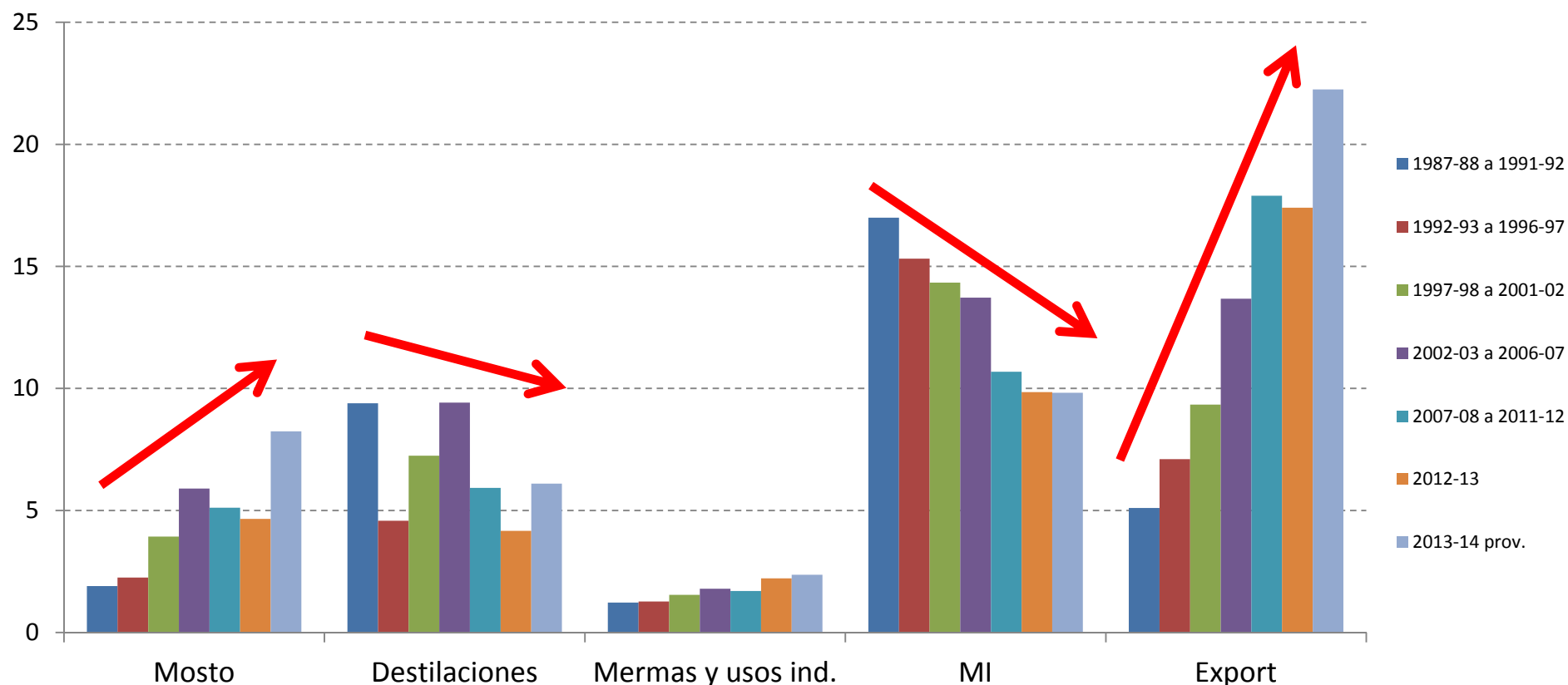
Producción de vino muy variable

Importación, solo cuando la producción es corta

# Estructura del sector – balance - precios



# Estructura del sector - balance

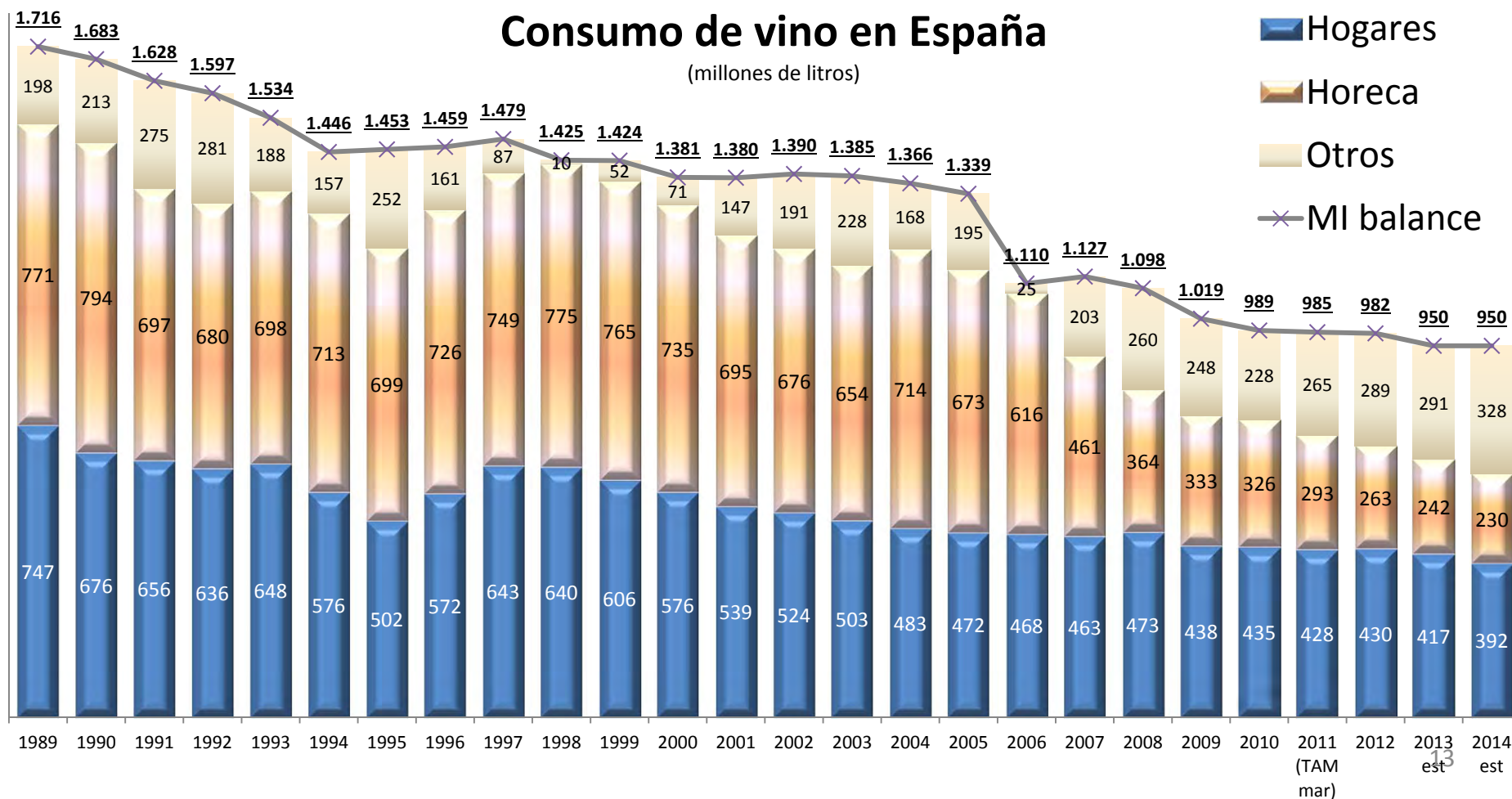


Entre los usos,

- Mosto muy estable y respondiendo bien
- Alcohol a la baja... pero no tanto
- Tendencias habituales en MI y exportación

# Estructura del sector – balance – consumo int

En el mercado nacional, mantenemos la tendencia negativa y mantenemos el atisbo del tercer canal.



# Estructura del sector – balance – consumo int

Ojo! Si diéramos estas cifras por buenas (difícil por falta de datos), la estructura de nuestras ventas habría cambiado sustancialmente, con (mucho menos venta en horeca, algo más en alimentación y proporcionalmente mucho más de forma directa)

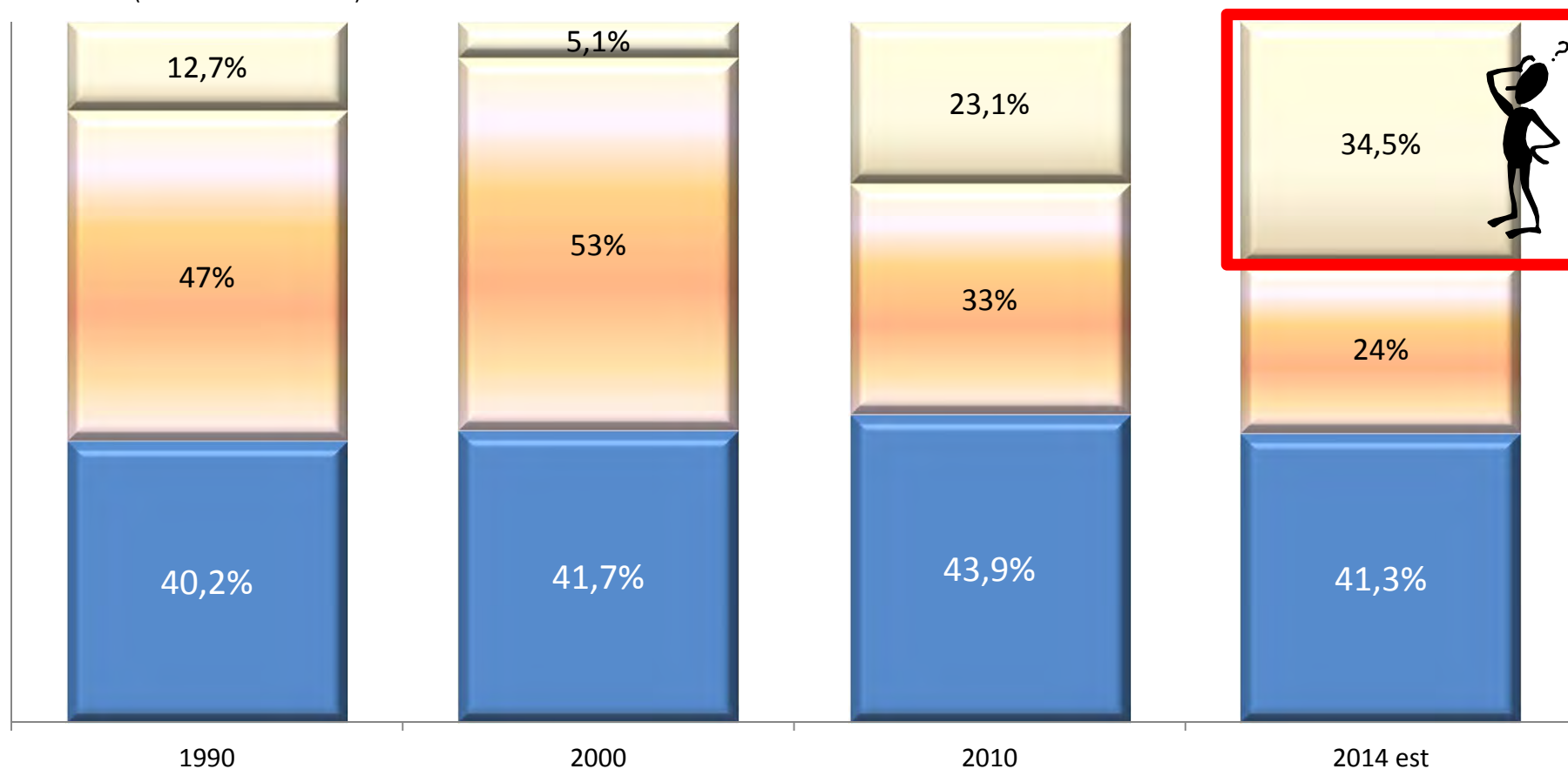
## Consumo de vino en España

(% sobre total balance)

■ Hogares

■ Horeca

■ Otros

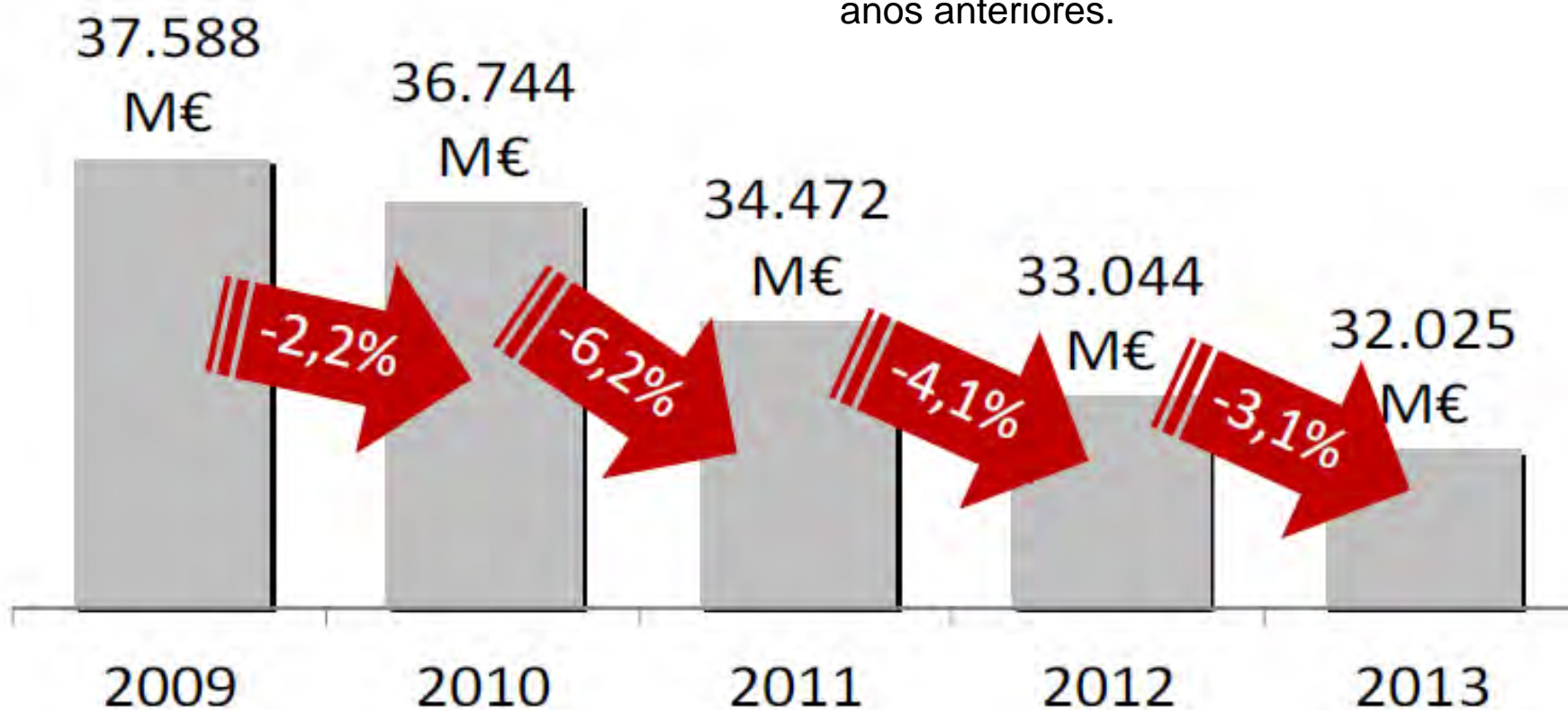


# La restauración (en general) sigue mal.



## CONSUMO EXTRADOMÉSTICO

Las cosas siguen mal en el consumo extradoméstico, con pérdida del 3,1% en el total del gasto, tras pérdidas acumuladas de años anteriores.



# Estructura del sector – Consumo interno

	2.013	2.014	Dif.
--	-------	-------	------

## Mill. Euros

Vino con DOP tranquilo	487,59	<b>505,32</b>	3,6%
Vino sin DOP	292,21	<b>256,93</b>	-12,1%
Cavas (espumoso con DOP)	127,05	<b>121,18</b>	-4,6%
Otros vinos	136,92	<b>140,48</b>	2,6%
<b>TOTAL VINO</b>	<b>1.043,77</b>	<b>1.023,91</b>	<b>-1,9%</b>
Bebidas con vino	47,67	<b>42,81</b>	-10,2%

## Mill. Ltr

Vino con DOP tranquilo	133,03	<b>136,05</b>	2,3%
Vino sin DOP	222,98	<b>201,95</b>	-9,4%
Cavas (espumoso con DOP)	24,53	<b>24,08</b>	-1,8%
Otros vinos	32,78	<b>33,64</b>	2,6%
<b>TOTAL VINO</b>	<b>413,32</b>	<b>395,72</b>	<b>-4,3%</b>
Bebidas con vino	59,89	<b>58,38</b>	-2,5%

## €/ltr

Vino con D.O.	3,67	<b>3,71</b>	1,3%
Vino de mesa	1,31	<b>1,27</b>	-2,9%
Espumosos y cavas	5,18	<b>5,03</b>	-2,9%
Otros vinos	4,18	<b>4,18</b>	0,0%
<b>TOTAL VINO</b>	<b>2,53</b>	<b>2,59</b>	<b>2,5%</b>
Bebidas con vino	0,80	0,73	-7,9%

Sigue cayendo el consumo en 2014:

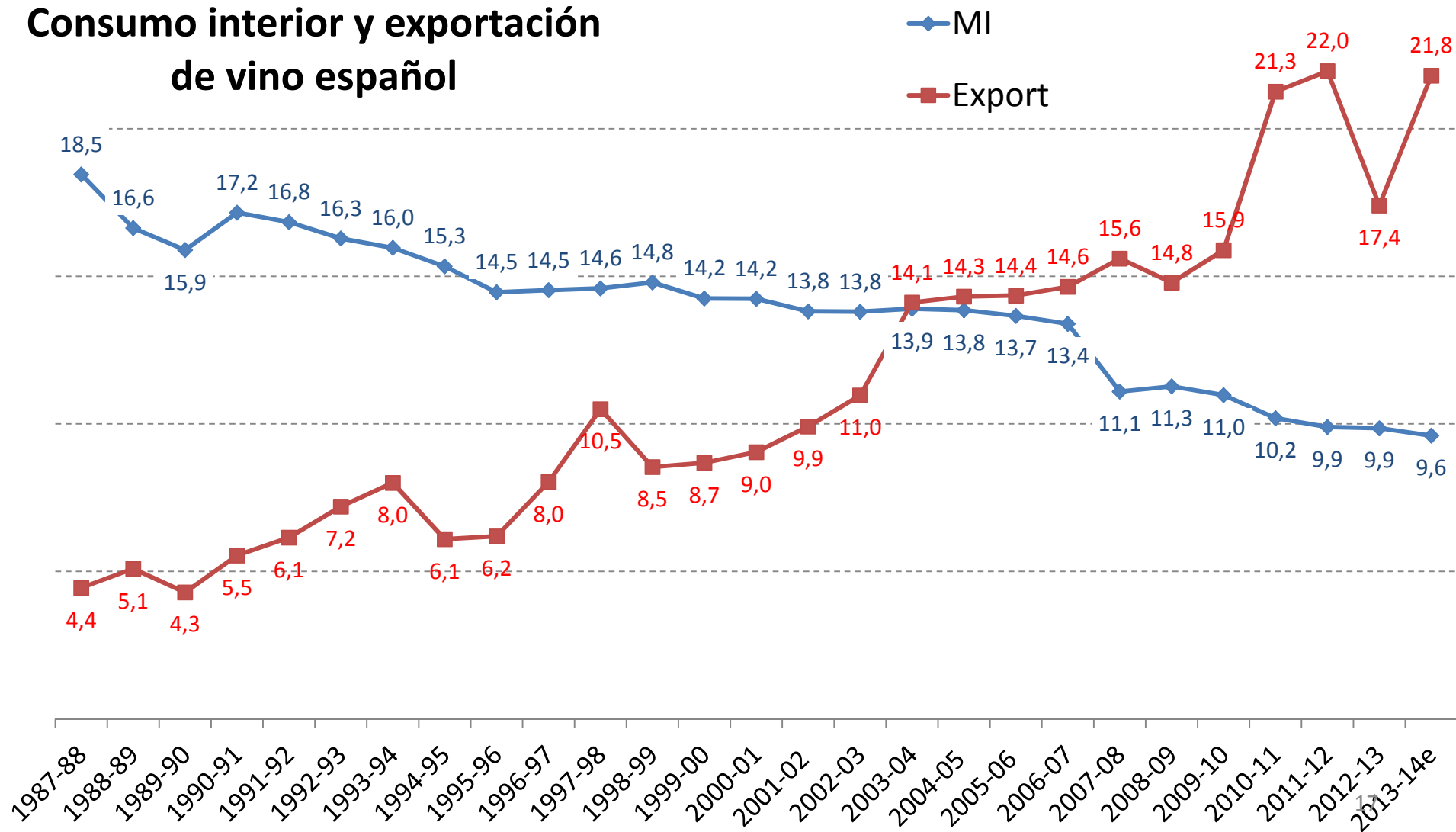
- más el volumen que el valor
- por recuperación de los precios tras la fuerte caída del 2013;
- con mayor estabilidad y mejor evolución en los vinos con DOP



# Estructura del sector – balance - ventas

Por el momento, las mayores posibilidades siguen en exportación.

## Consumo interior y exportación de vino español

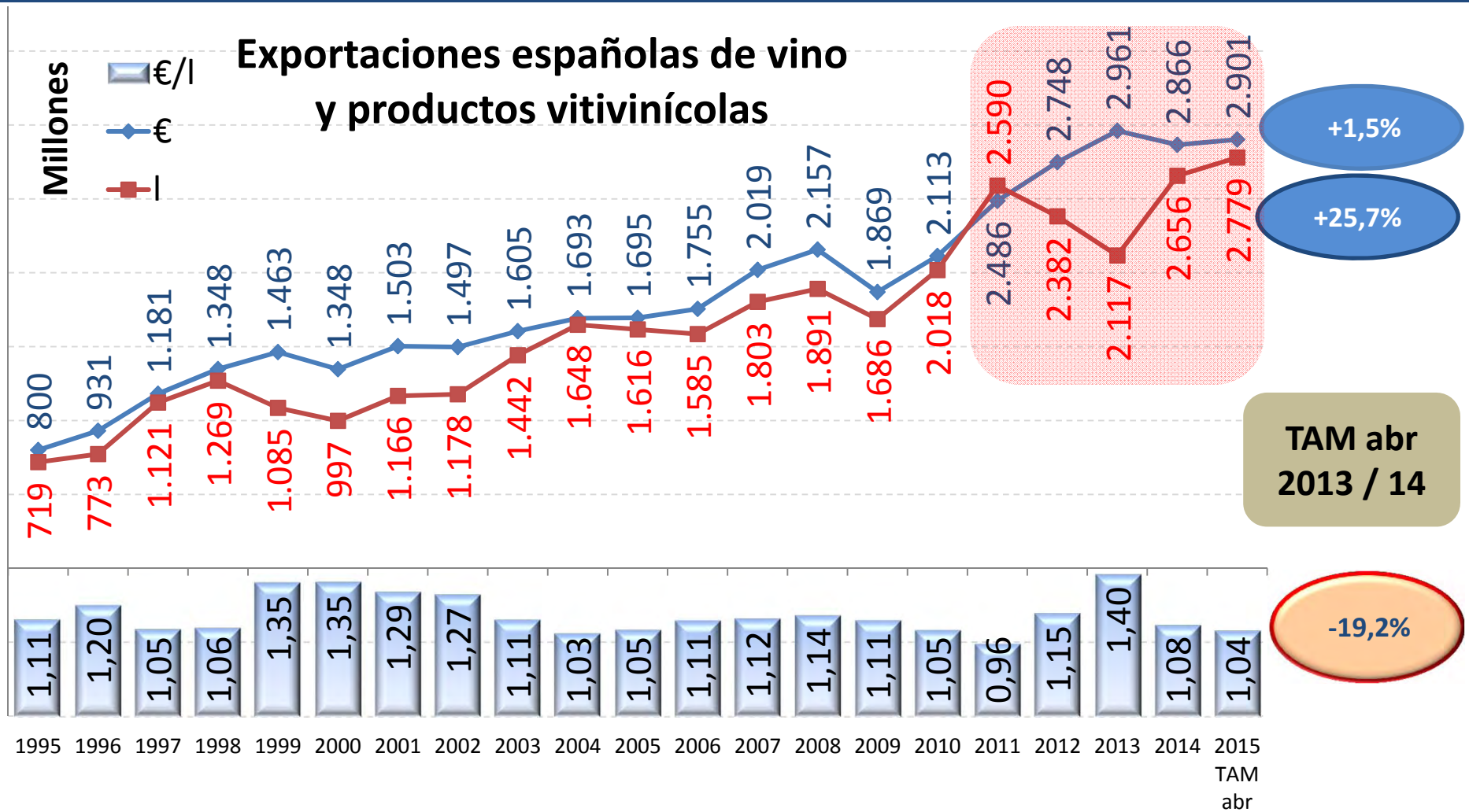


# Nos internacionalizamos



pero  
¿cómo?

# Todavía, con grandes vaivenes



Con fuerte crecimiento los dos últimos años, y fuerte caída en 2012 y 13 por escasez y subida de precios. Pero recuperándose ya en 2014 y 2015 ante la gran cosecha del 2013..., sobre todo el volumen y no en valor (→ efecto del RD).

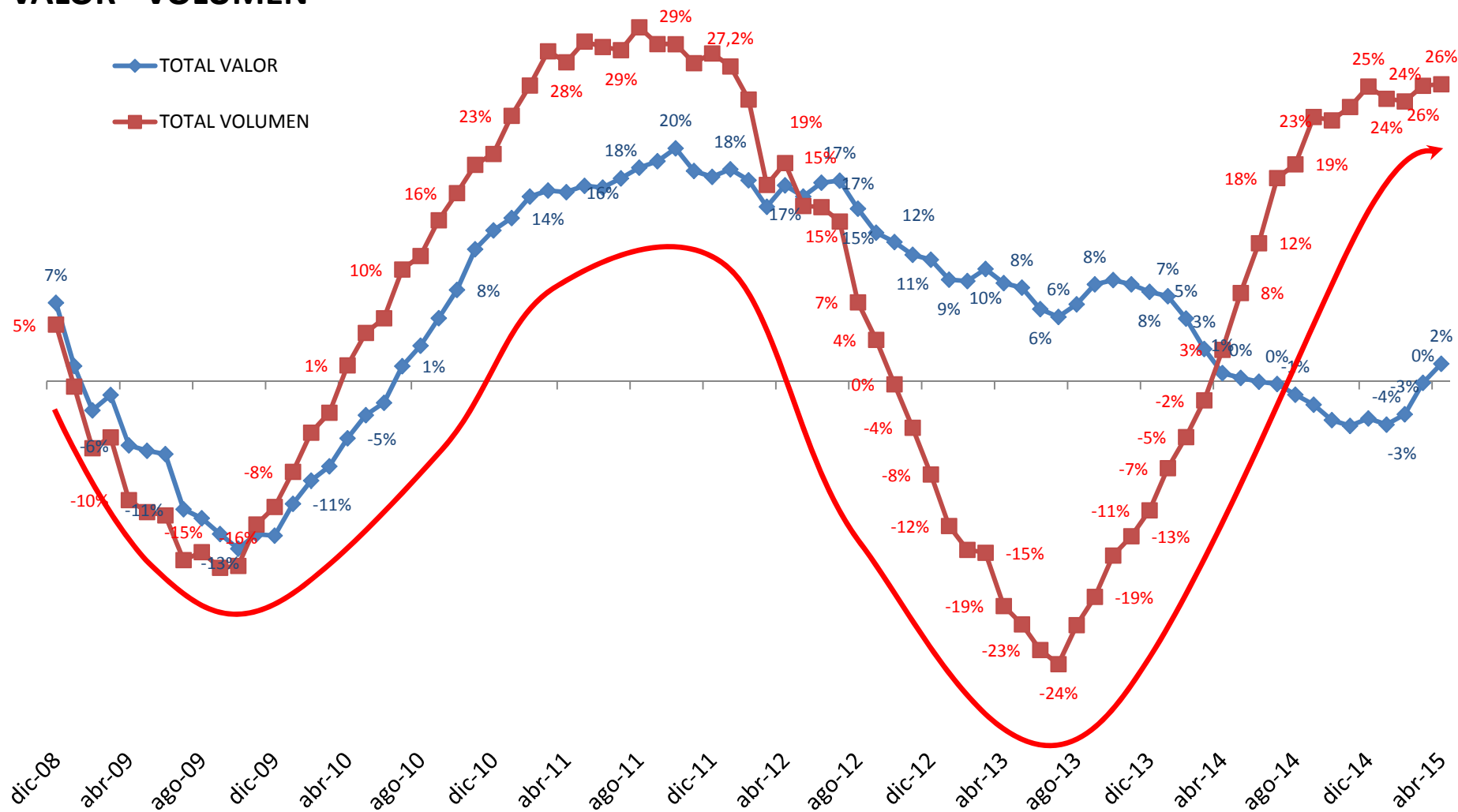
Se puede vender más,  
ganando menos

Mejor arranque de 2015 en  
valor, manteniendo vol.

# Con gran variabilidad en la evolución de nuestras exportaciones

## Tasas de variación interanual VALOR - VOLUMEN

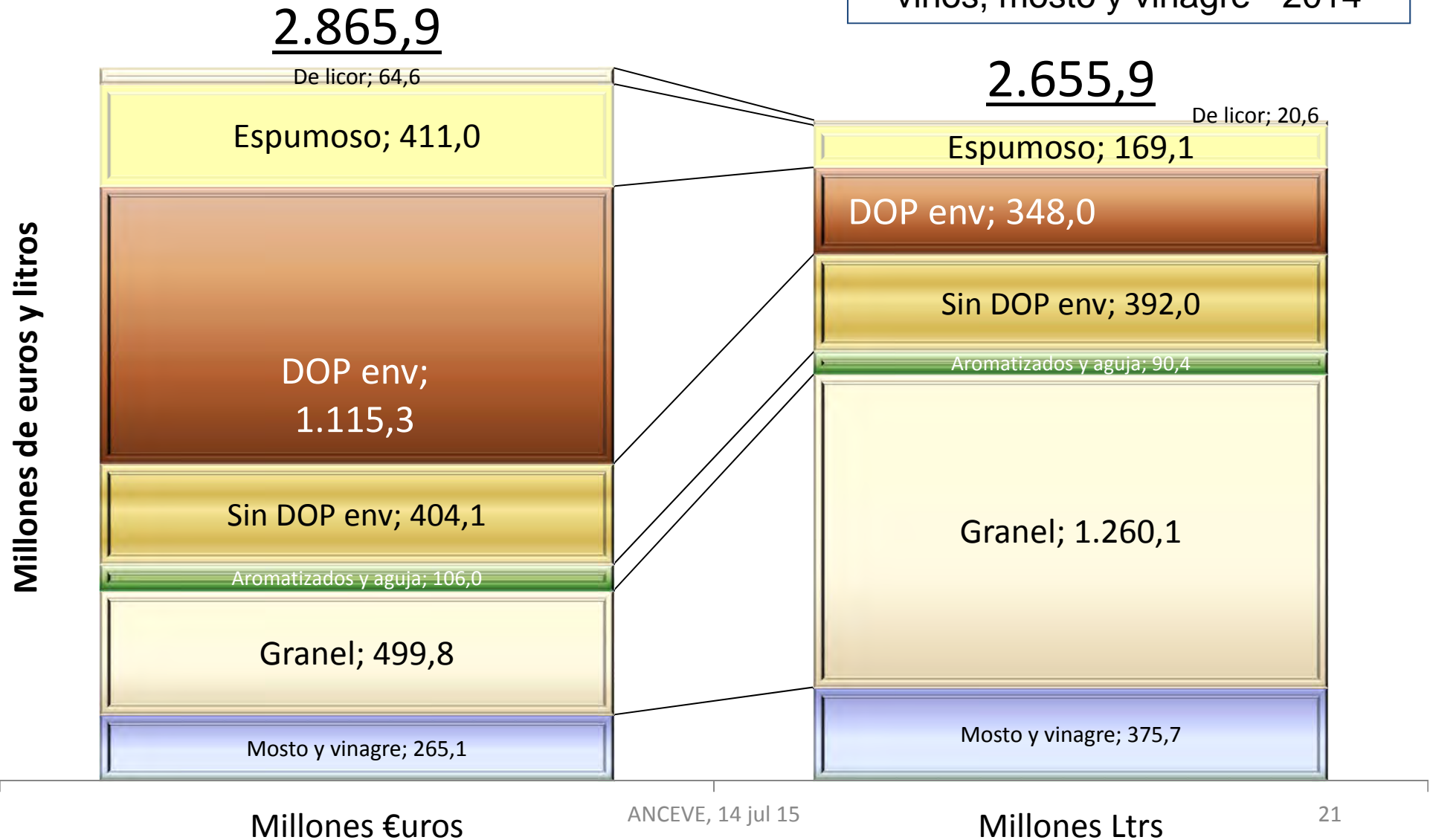
Buenas noticias en abril: mejora el valor sin caer el volumen



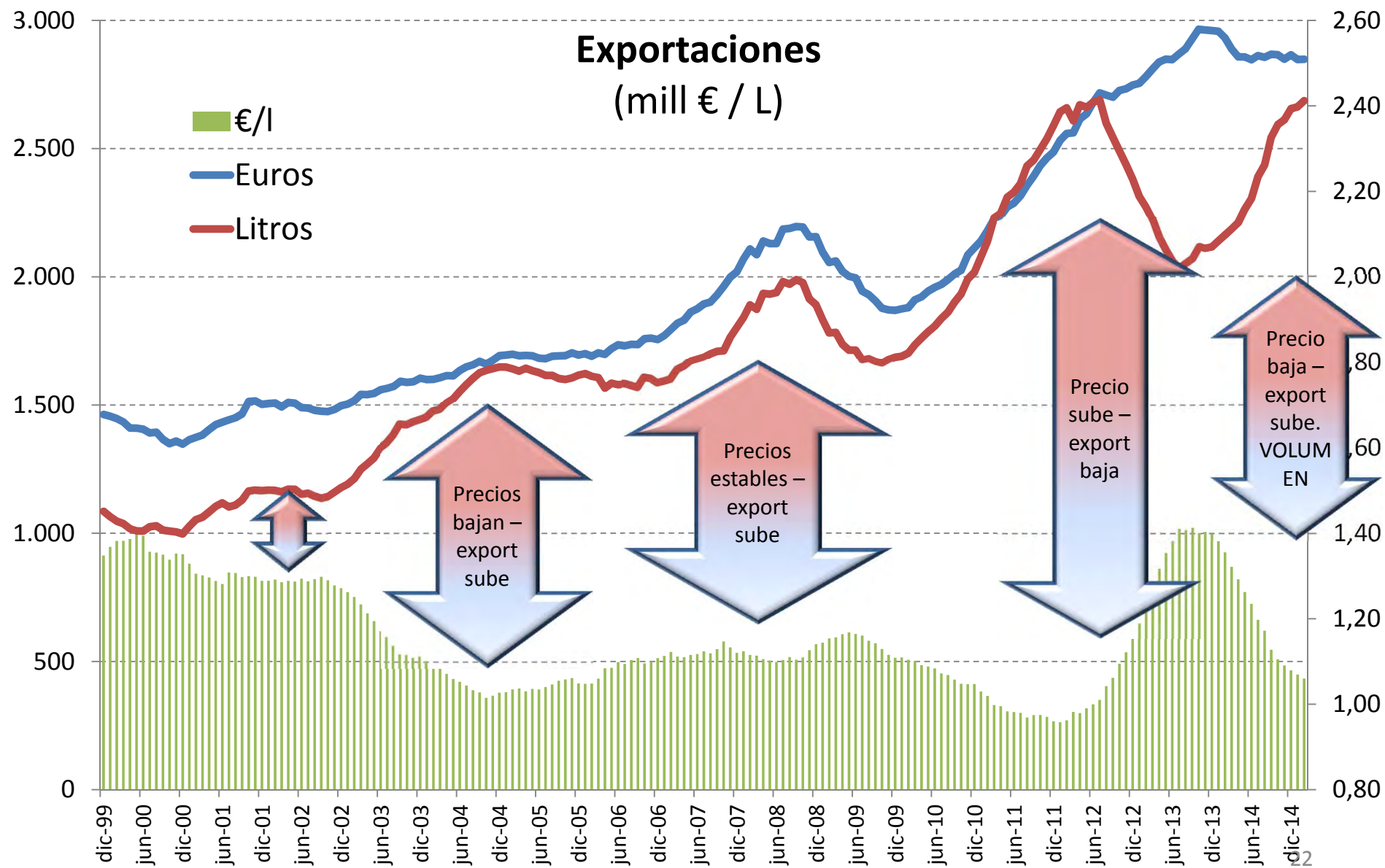
# Estructura del sector – Qué exportamos

Y en exportación hay mucho camino que recorrer

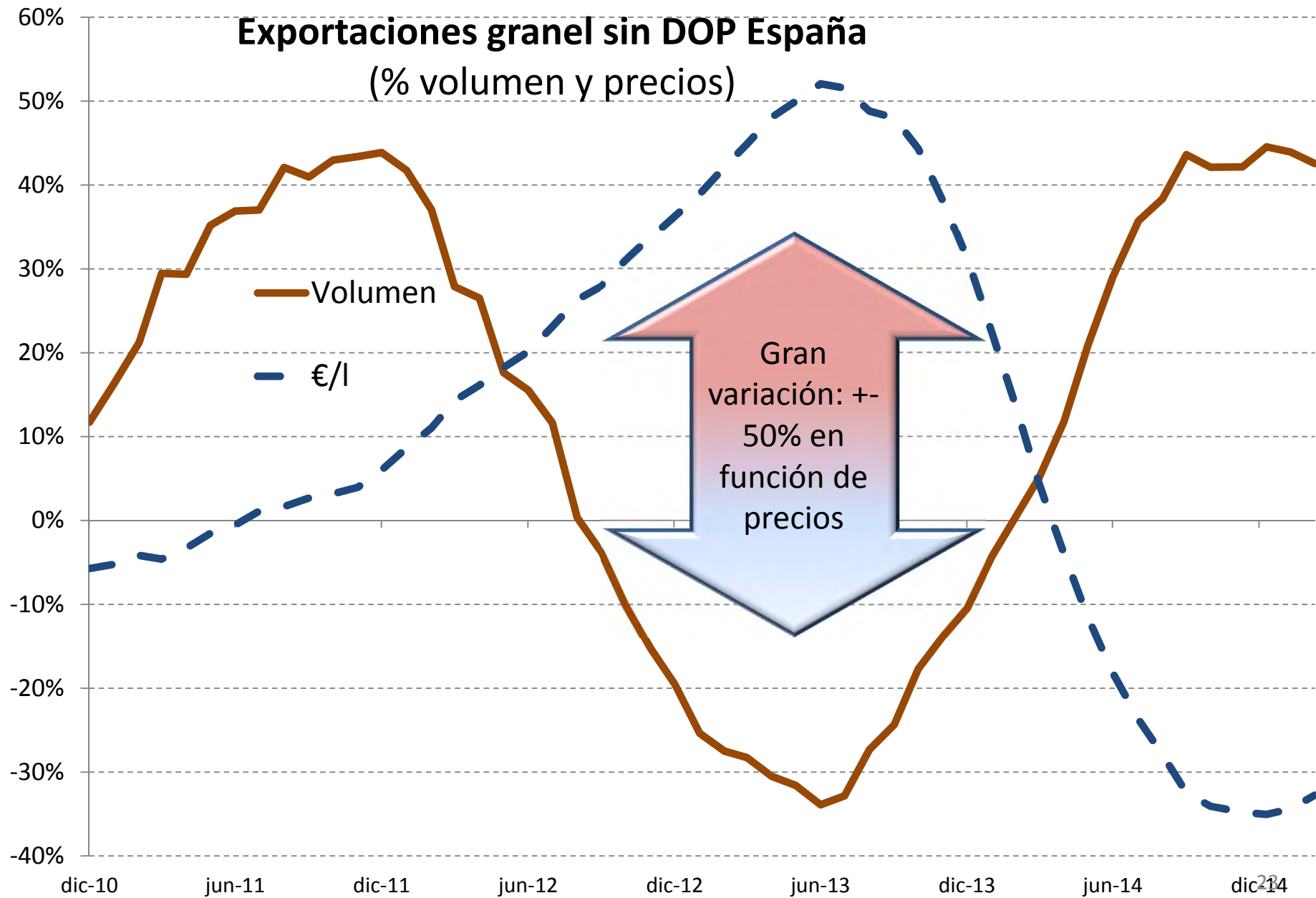
Exportaciones españolas de vinos, mosto y vinagre - 2014



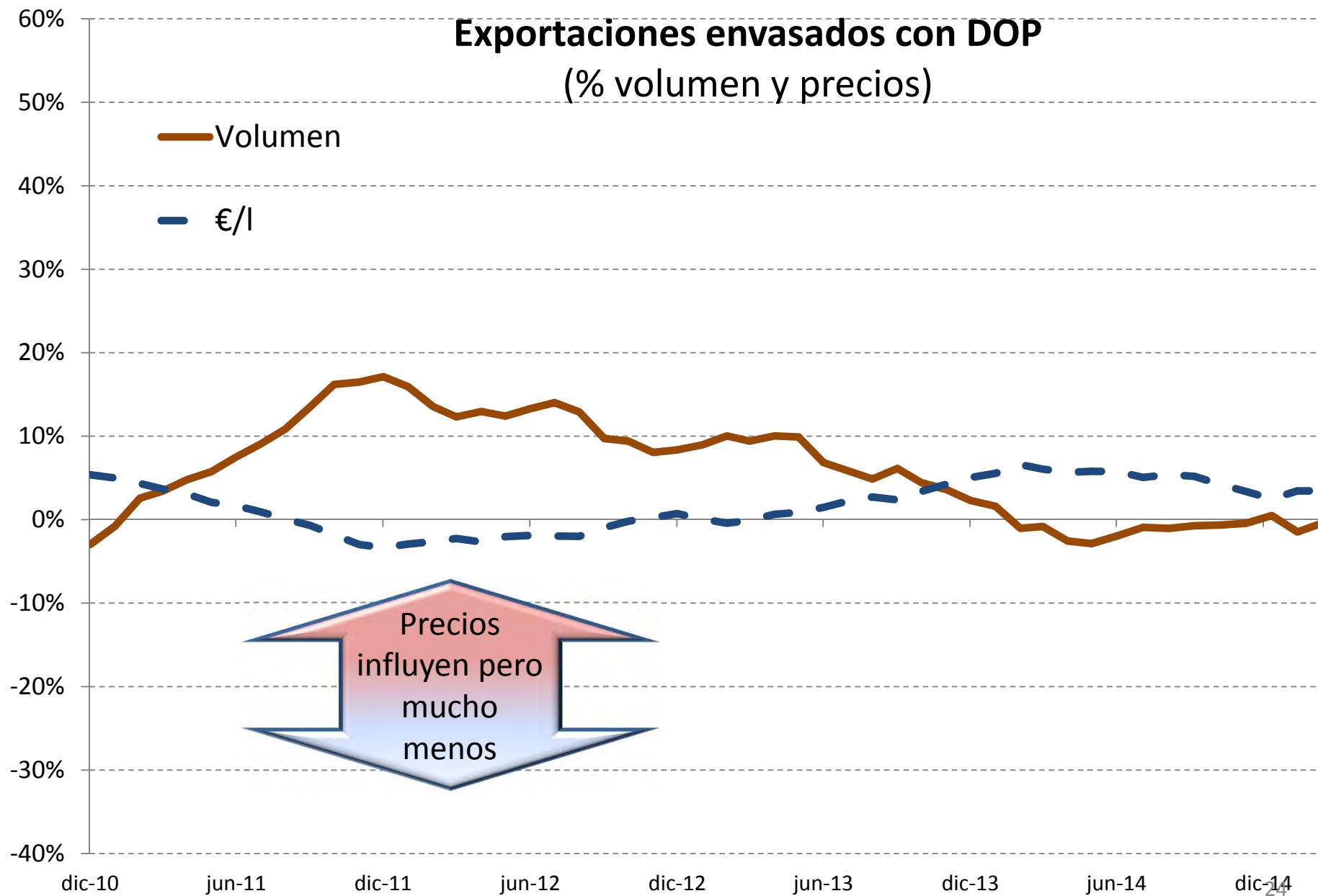
# De hecho, en exportaciones, la relación es muy directa:



# Pero, no todas se comportan igual – GRANEL sin DOP



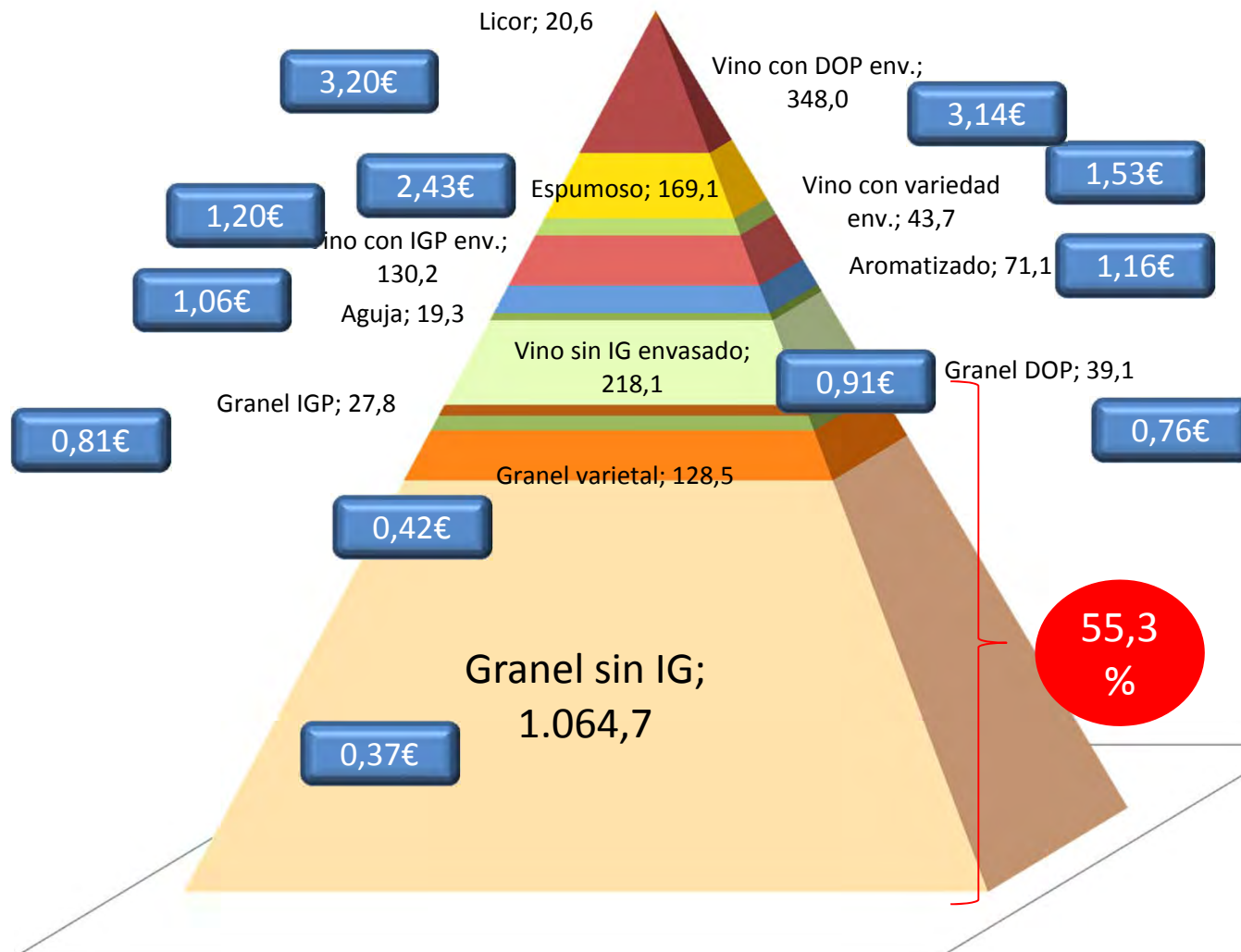
## Y, en exportaciones – Por cierto, no todas se comportan igual: DOP





# Estructura del sector – Qué exportamos

## Exportaciones españolas de vino – 2014

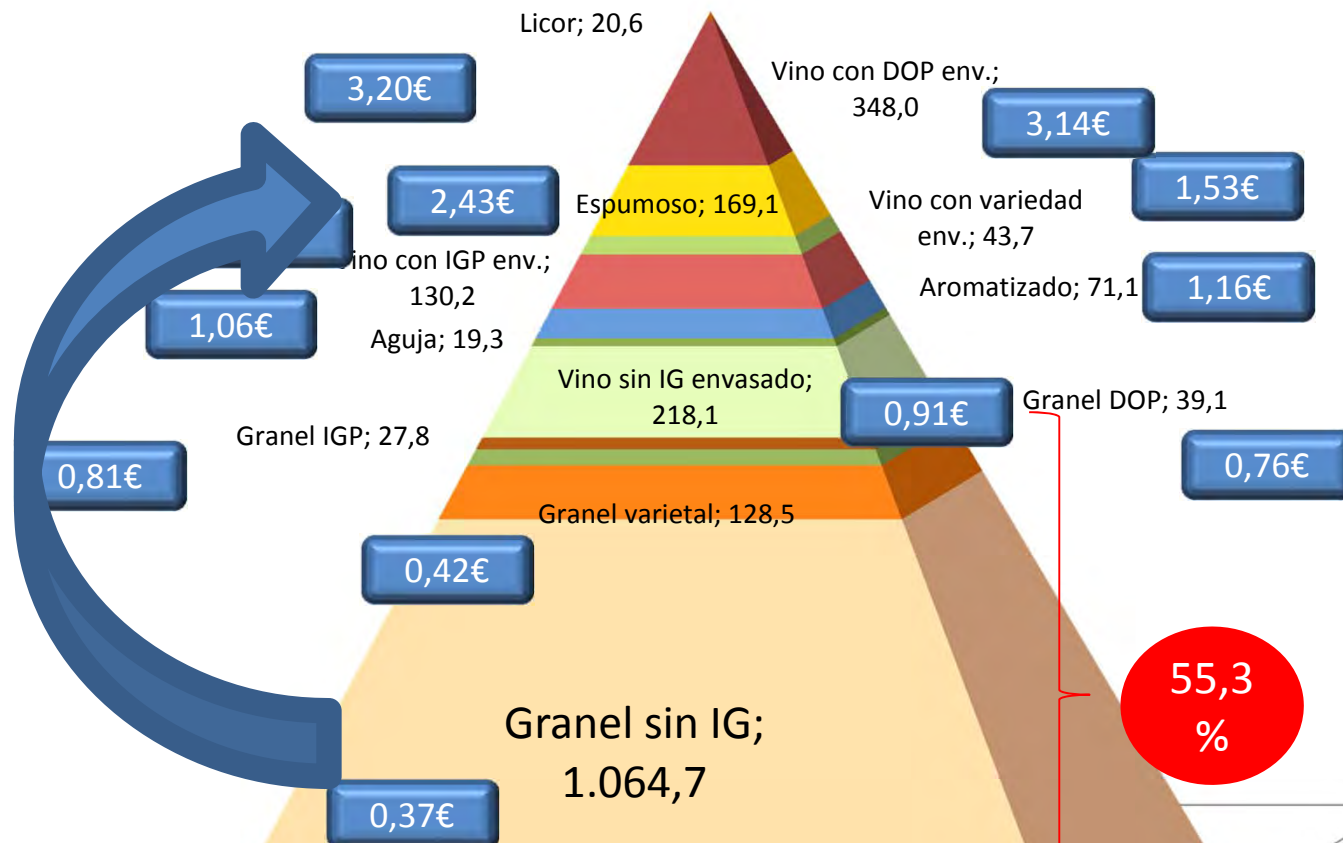


Nuestra pirámide de precios sigue dejando qué desear:

- los graneles y algún envasado por debajo del Euro/ litro
- Envasados con IG o variedad, aguja, aromatizados ligeramente por encima del Euro/litro
- Espumosos en 2,43
- Y vinos generosos y con DOP envasados por encima de los 3 €/l

# Estructura del sector – Qué exportamos

## Exportaciones españolas de vino – 2014



Nuestra pirámide de precios sigue dejando qué desear:

- los graneles y algún envasado por debajo del Euro/ litro

- Envasados con IG o variedad, aguja, aromatizados

ligeramente por encima del Euro/litro

- Espumosos en 2,43

Y vinos generosos y

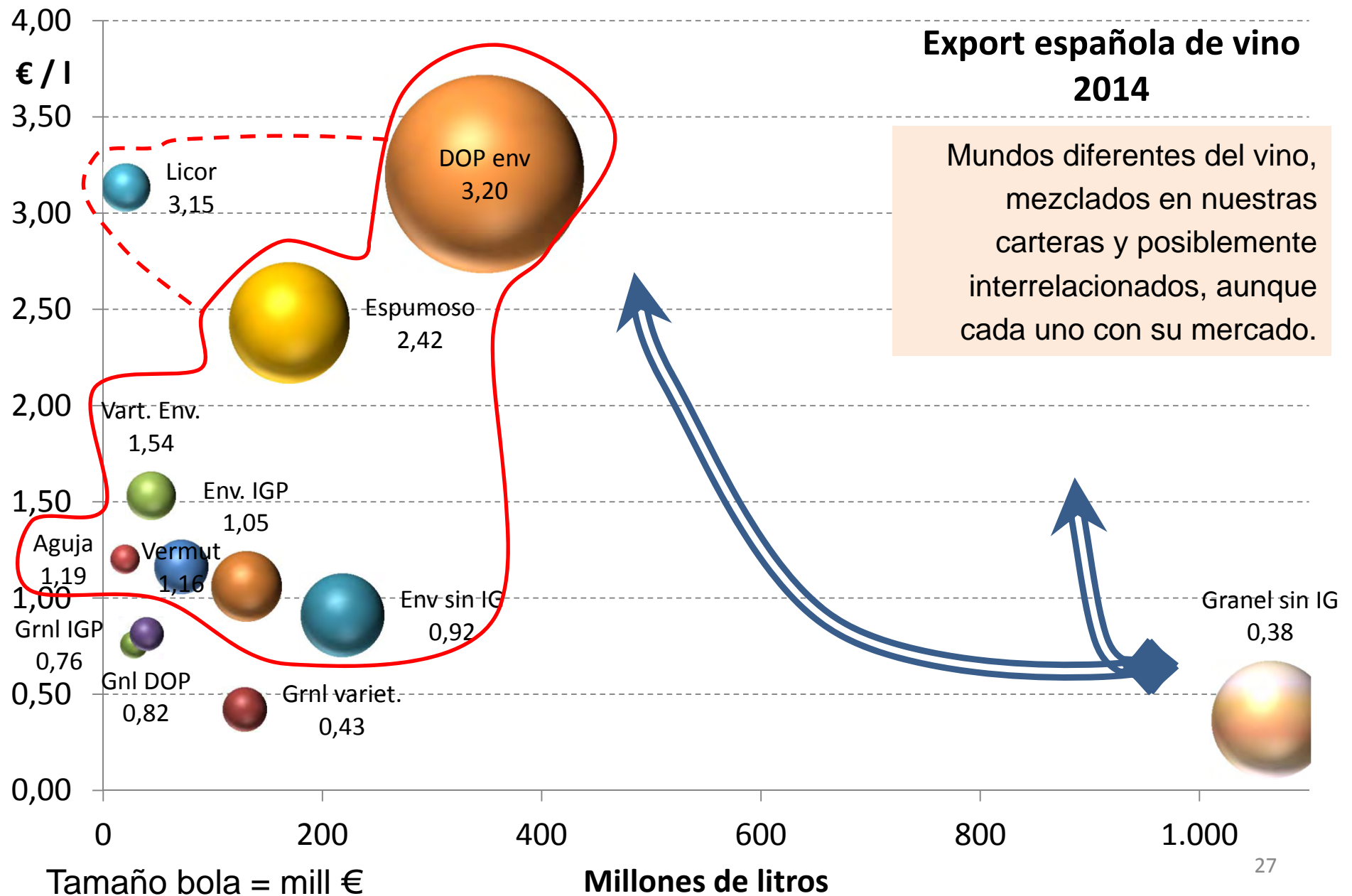
con DOP envasados

por encima de los 3 €/l

Lo pasamos todo a envasado?

En qué plazo? (el caso Italia)

# Estructura del sector – Qué exportamos



# ¿y a quien?

## PRINCIPALES MERCADOS DEL VINO ESPAÑOL

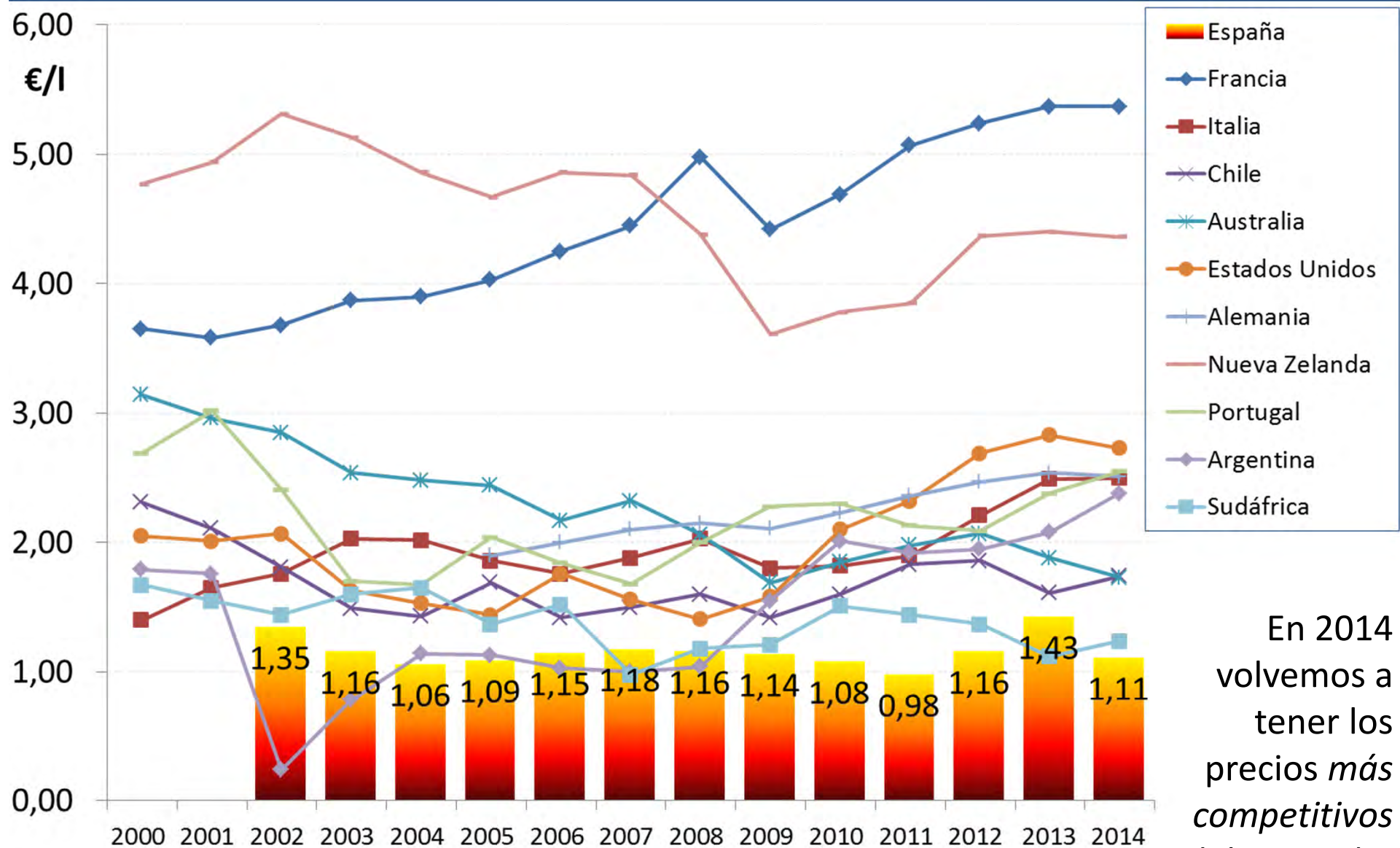
2014

	País	Valor M€	Vol. M L	€/l
1	Alemania	369,3	362,0	1,02
2	Reino Unido	341,1	159,1	2,14
3	EE.UU.	258,3	75,0	3,44
4	Francia	243,0	518,1	0,47
5	Bélgica	127,3	57,2	2,22
6	Suiza	113,3	33,6	3,37
7	Países Bajos	111,9	54,7	2,05
8	Portugal	97,4	223,6	0,44
9	China	83,8	55,1	1,52
10	Japón	82,8	37,8	2,19
11	Canadá	75,6	29,8	2,54
12	Italia	63,7	157,7	0,40
13	México	51,0	17,3	2,95
14	Suecia	50,9	24,2	2,11
15	Dinamarca	42,7	24,9	1,72
16	Rusia	34,4	83,1	0,41
17	Finlandia	25,3	11,6	2,19
18	Noruega	23,9	8,2	2,92
19	Irlanda	16,8	6,3	2,65
TOTAL EXPORT		2.600,8	2.280,2	1,14

Por mercados, en 2014:

- Vendemos mas de 100 millones de euros en 7 mercados
- pero Francia sigue siendo nuestro principal cliente en volumen y cuarto en valor,
- con precios en caída, que solo superan los 2 €/l en UK, EEUU, Bélgica, Suiza, Holanda, Japón, Canadá, México, Suecia, Finlandia, Noruega e Irlanda entre los 19 primeros
- convirtiéndonos en 1<sup>os</sup> mundiales en volumen... pero no en valor.

# Posición en el mundo del vino



En 2014 volvemos a tener los precios *más competitivos* del mercado.

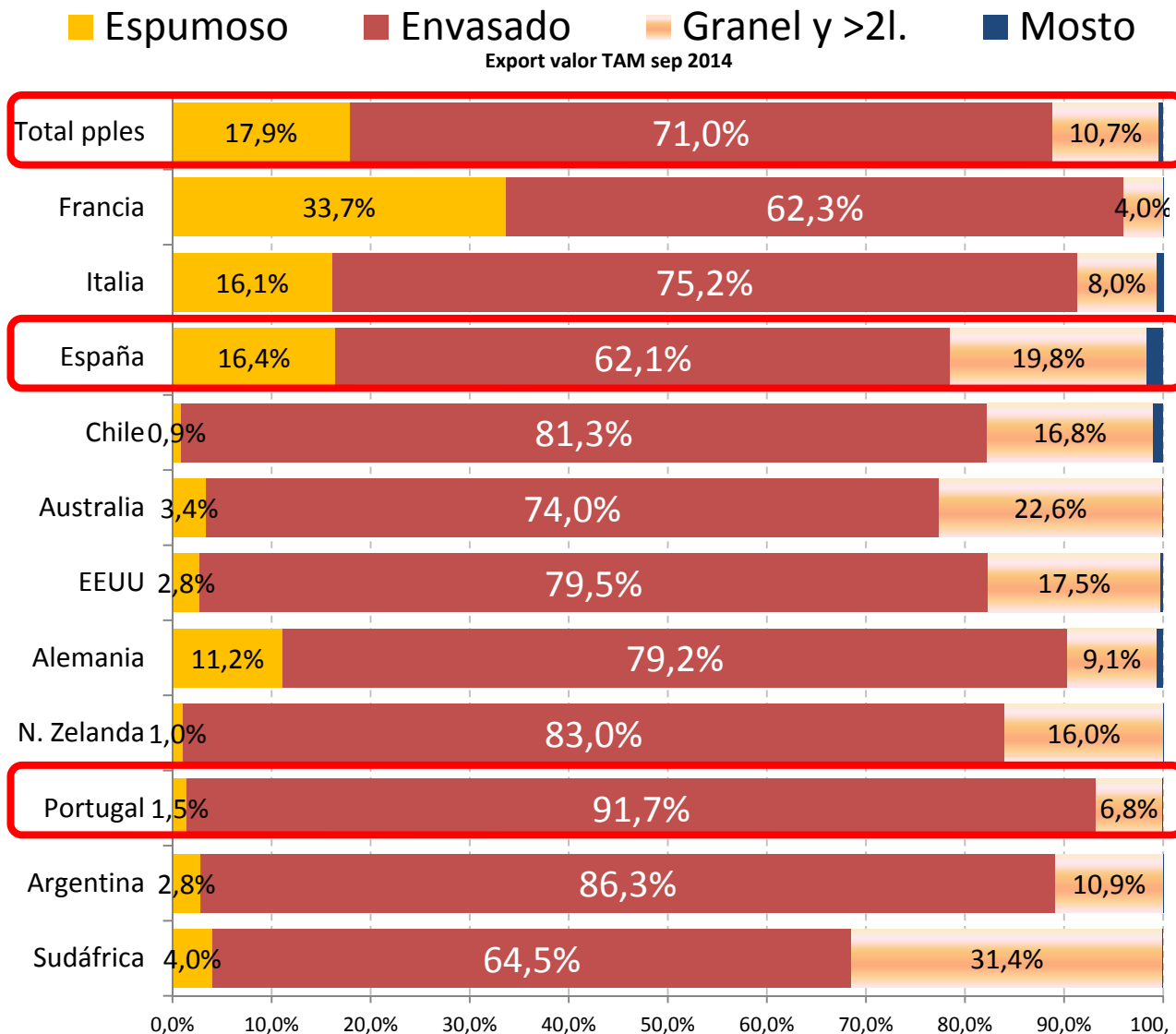
# Posición en el mundo del vino

1) Por tener mucho vino a granel

2) Pero también por tener los precios medios bajos en cada categoría de producto

# Posición en el mundo del vino

## 1) Cartera de productos más inclinada hacia categorías de menos valor



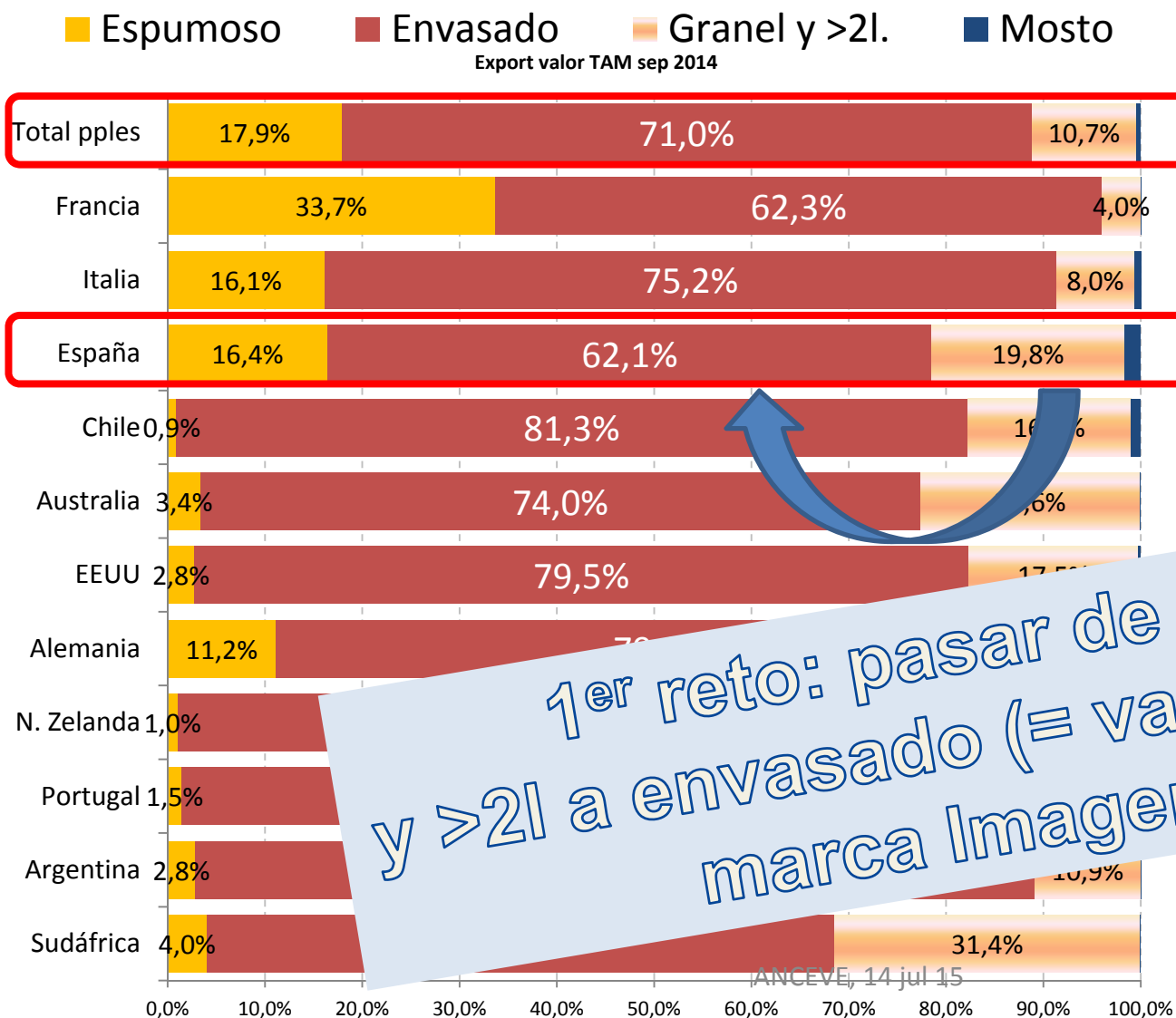
Cartera de productos en **valor**

Con respecto a la media de nuestros competidores

- España tiene la mayor proporción de granel tras Sudáfrica (BiB) y Australia
  - Tenemos la mayor proporción de mosto
- La menor proporción de vinos envasados de entre los pples;
- Pese a tener la 2ª mayor proporción de espumosos
  - Portugal es casi todo envasado

# Posición en el mundo del vino

## 1) Cartera de productos más inclinada hacia categorías de menos valor



### Cartera de productos en valor

Con respecto a la media de nuestros competidores

- España tiene la mayor proporción de granel tras Sudáfrica

Chile

mayor

mosto

ión

los

las Sudáfrica;

- Pese a tener la 2ª mayor proporción de espumosos



# Posición en el mundo del vino

## 2) Precios medios bajos en cada categoría de producto – TOTAL VINOS

### Exportaciones de vino pples países

Fuente: datos GTA / elaboración  
OeM v

		TOTAL VINOS Y MOSTOS		
		Mill €	Mill Ltrs	€/l
<b>Francia</b>	dic-14	7.731,6	1.439,1	5,37
<b>Italia</b>	dic-14	5.111,2	2.042,4	2,50
<b>España</b>	dic-14	2.511,2	2.256,8	1,11
<b>Chile</b>	dic-14	1.399,9	806,0	1,74
<b>Australia</b>	dic-14	1.263,5	730,4	1,73
<b>EE.UU.</b>	dic-14	1.106,0	404,7	2,73
<b>Alemania</b>	dic-14	974,3	388,6	2,51
<b>N. Zelanda</b>	dic-14	845,4	193,9	4,36
<b>Portugal</b>	dic-14	728,2	285,1	2,55
<b>Argentina</b>	dic-14	631,0	264,8	2,38
<b>Sudáfrica</b>	dic-14	594,0	479,6	1,24
<b>Total pples</b>		<b>22.896,3</b>	<b>9.291,5</b>	<b>2,46</b>

Los más  
económicos  
a nivel  
mundial en  
el TOTAL  
vinos

# Posición en el mundo del vino

## 2) Precios medios bajos en cada categoría de producto - ESPUMOSOS

### Exportaciones de vino pples países

Fuente: datos GTA / elaboración  
OeM v

		VINOS ESPUMOSOS		
		Mill €	Mill Ltrs	€/l
Francia	dic-14	2.636,1	164,8	15,99
Italia	dic-14	840,4	240,3	3,50
<b>España</b>	dic-14	<b>399,5</b>	<b>165,7</b>	<b>2,41</b>
Alemania	dic-14	104,3	29,4	3,55
Australia	dic-14	40,9	11,8	3,48
EE.UU.	dic-14	29,7	5,7	5,18
Sudáfrica	dic-14	26,0	10,0	2,59
Argentina	dic-14	18,3	5,0	3,63
Chile	dic-14	13,2	4,1	3,22
<b>Portugal</b>	dic-14	<b>12,9</b>	<b>1,8</b>	<b>7,15</b>
N. Zelanda	dic-14	10,0	1,6	6,21
<b>Total pples</b>		<b>4.131,2</b>	<b>640,3</b>	<b>6,45</b>

Con precios  
reducidos  
en el caso  
de los vinos  
espumosos

# Posición en el mundo del vino

## 2) Precios medios bajos en cada categoría de producto - ENVASADOS

### Exportaciones de vino pples países

Fuente: datos GTA / elaboración  
OeMv

		VINOS ENVASADOS		
		Mill €	Mill Ltrs	€/l
<b>Francia</b>	dic-14	4.788,2	1.026,8	4,66
<b>Italia</b>	dic-14	3.840,7	1.219,1	3,15
<b>España</b>	dic-14	1.572,5	762,2	2,06
<b>Chile</b>	dic-14	1.147,6	463,1	2,48
<b>Australia</b>	dic-14	939,5	318,8	2,95
<b>EE.UU.</b>	dic-14	881,6	219,9	4,01
<b>Alemania</b>	dic-14	774,8	287,0	2,70
<b>N. Zelanda</b>	dic-14	695,2	135,7	5,12
<b>Portugal</b>	dic-14	666,1	221,5	3,01
<b>Argentina</b>	dic-14	555,1	187,1	2,97
<b>Sudáfrica</b>	dic-14	382,6	181,2	2,11
<b>Total pples</b>		<b>16.243,9</b>	<b>5.022,4</b>	<b>3,23</b>

También los  
más  
económicos  
entre los  
vinos  
envasados (sin  
contabilizar > 2l)

# Posición en el mundo del vino

2) Precios medios bajos en cada categoría de producto – GRANEL + >2l

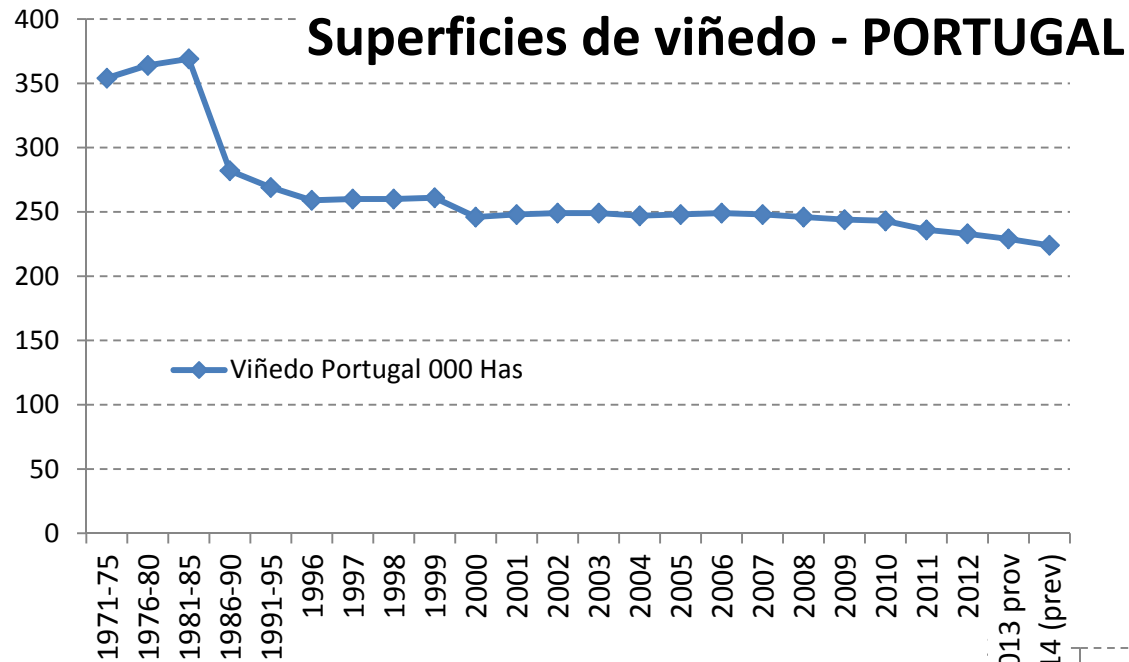
## Exportaciones de vino pples países

Fuente: datos GTA / elaboración  
OeM v

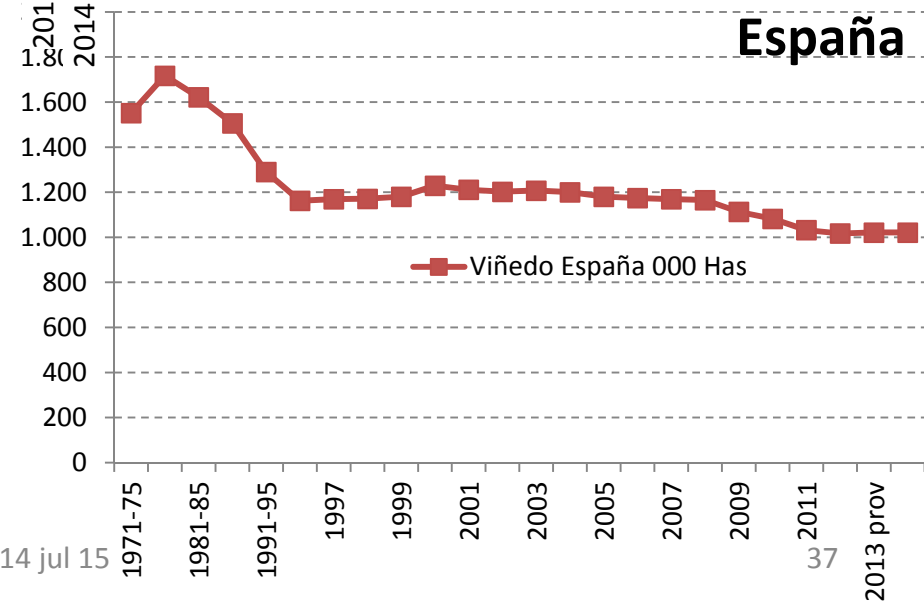
		VINOS A GRANEL Y >2L		
		Mill €	Mill Ltrs	€/l
<b>España</b>	dic-14	495,6	1.245,8	0,40
<b>Italia</b>	dic-14	397,1	563,3	0,71
<b>Francia</b>	dic-14	305,6	247,1	1,24
<b>Australia</b>	dic-14	281,8	399,6	0,71
<b>Chile</b>	dic-14	226,9	332,7	0,68
<b>EE.UU.</b>	dic-14	192,0	178,9	1,07
<b>Sudáfrica</b>	dic-14	184,9	288,2	0,64
<b>N. Zelanda</b>	dic-14	140,3	56,6	2,48
<b>Alemania</b>	dic-14	89,1	70,0	1,27
<b>Argentina</b>	dic-14	57,6	72,6	0,79
<b>Portugal</b>	dic-14	48,9	61,8	0,79
<b>Total pples</b>		<b>2.419,9</b>	<b>3.516,4</b>	<b>0,69</b>

Y, por supuesto, en la categoría de vinos en envases de > 2l y granel.

# La situación en Portugal

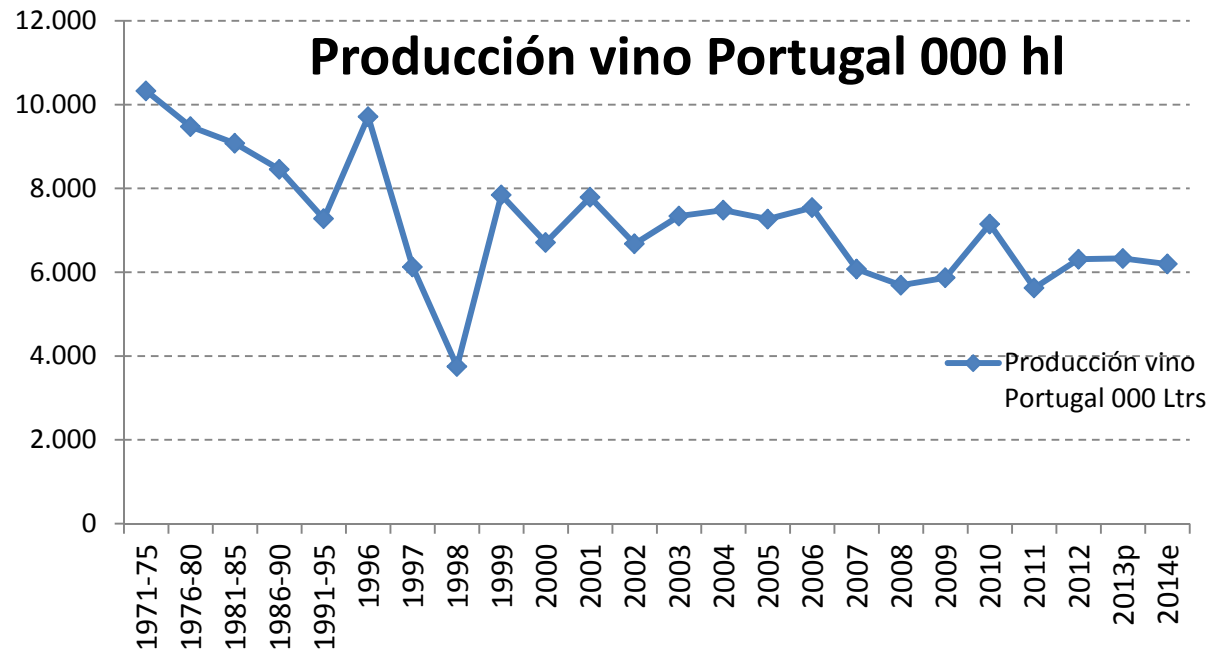


Con superficies mucho más estables de viñedo (sobre las 230.000 Has y el 3% del total mundial) frente a la caída de España...

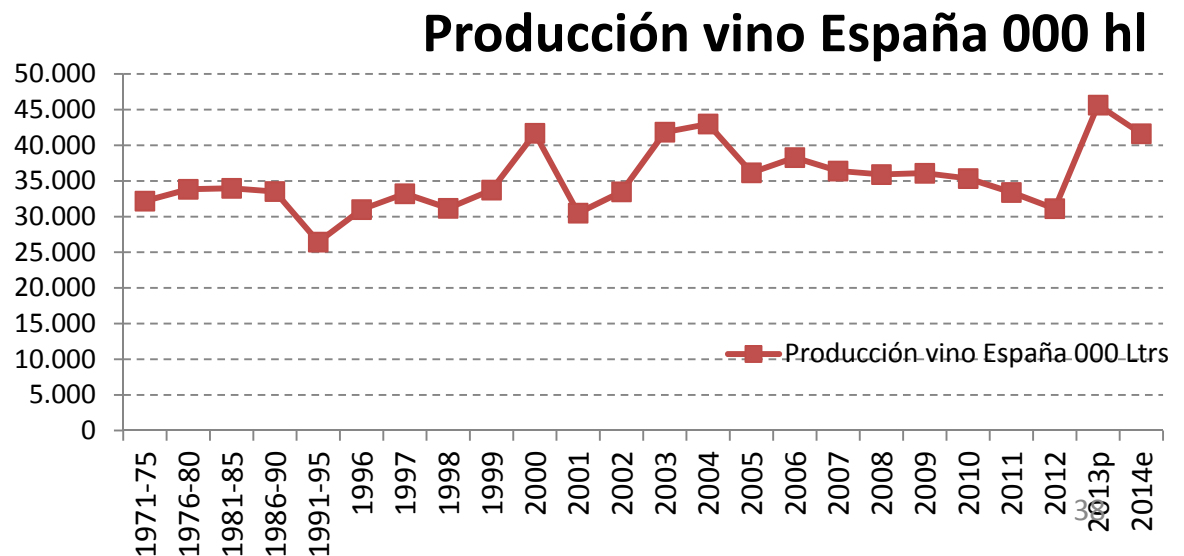


ANCEVE, 14 jul 15

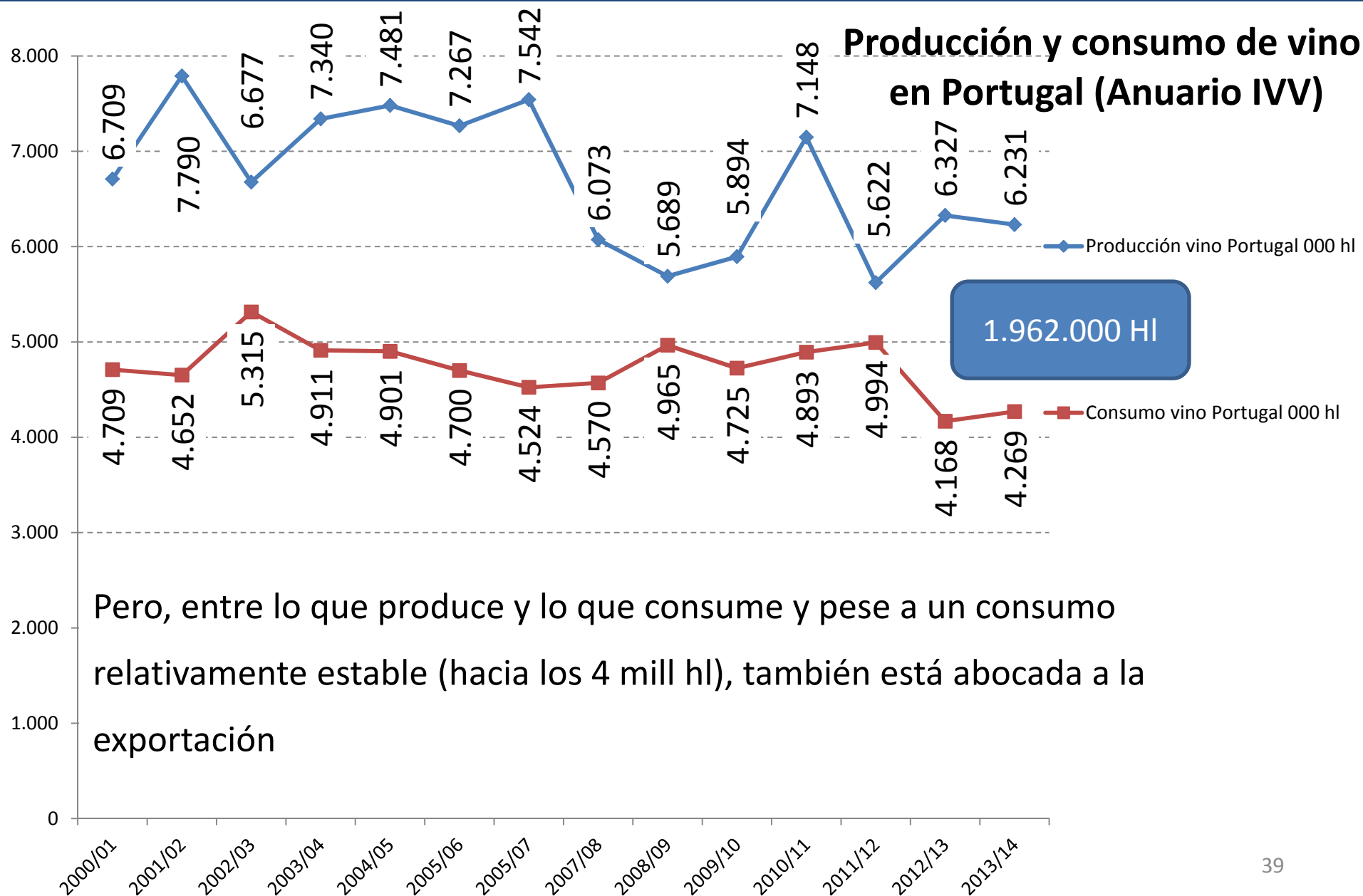
# La situación en Portugal



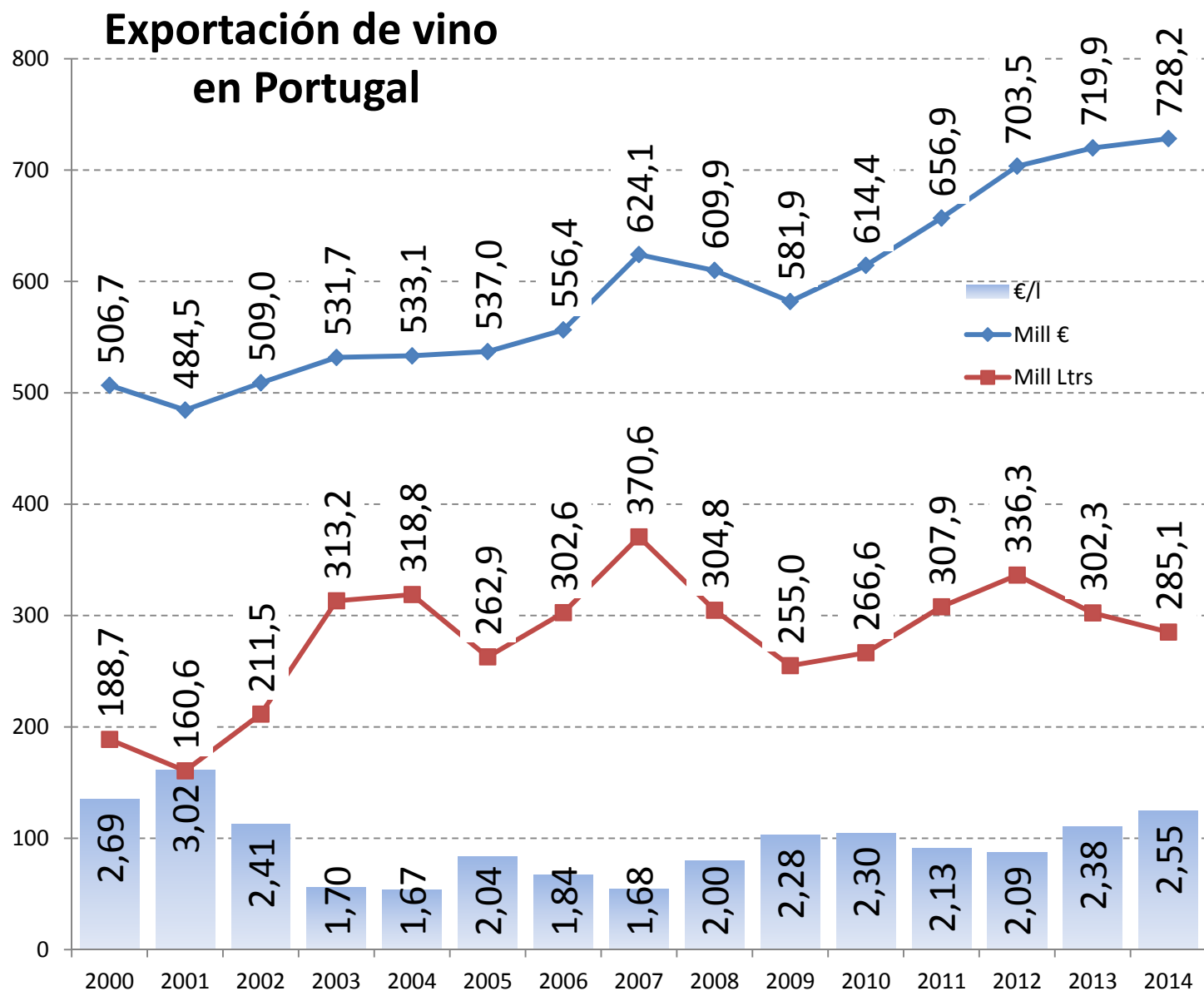
... Portugal mantiene una producción también estable (sobre los 6 mill Hltrs), frente al aumento español.



# La situación en Portugal



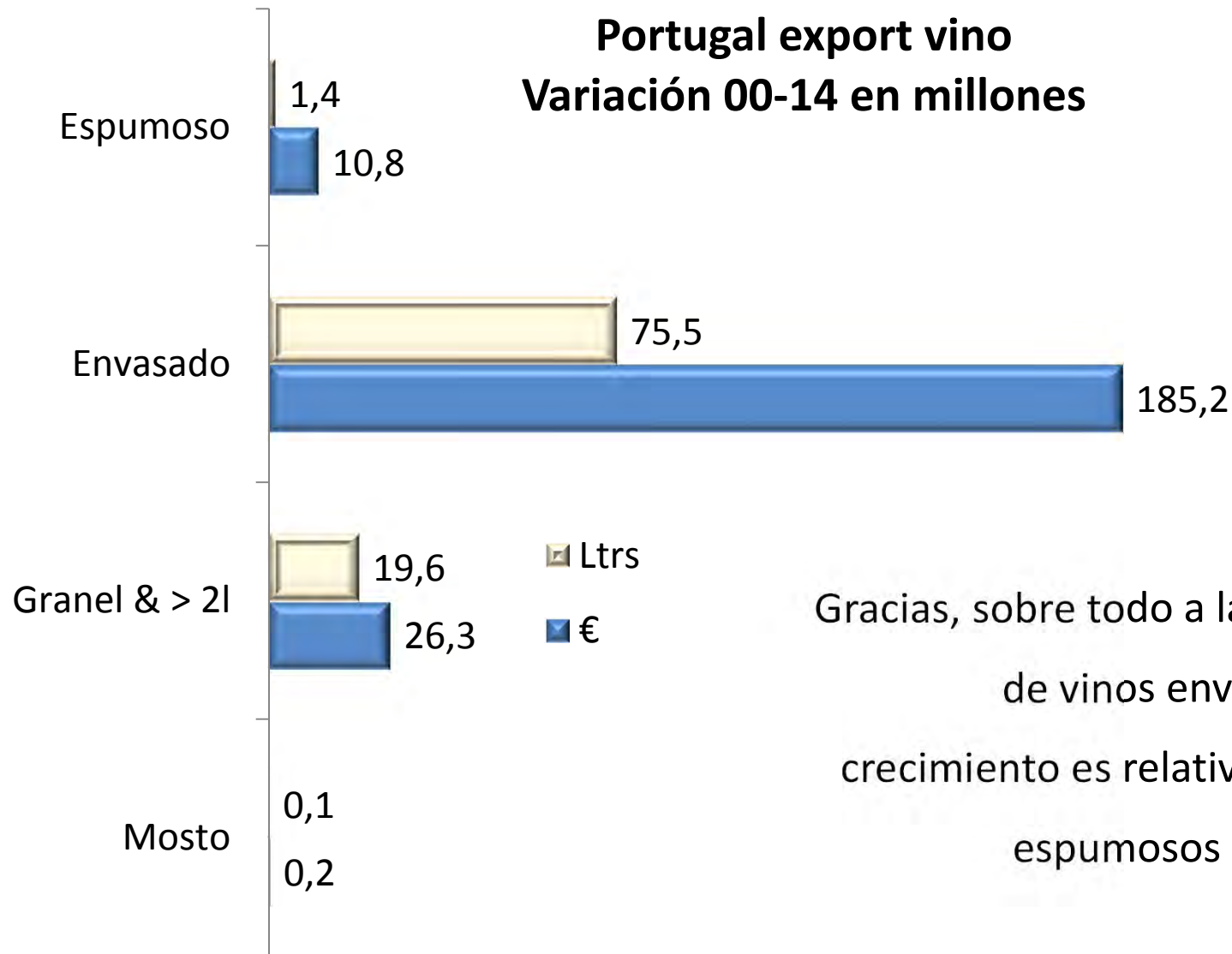
# La situación en Portugal



Y, efectivamente, Portugal está exportando más, sobre todo desde la crisis de consumo de 2009 y particularmente en valor (CAGR 09-14 del 4,6% en € y del 2,3% en Ltrs)...

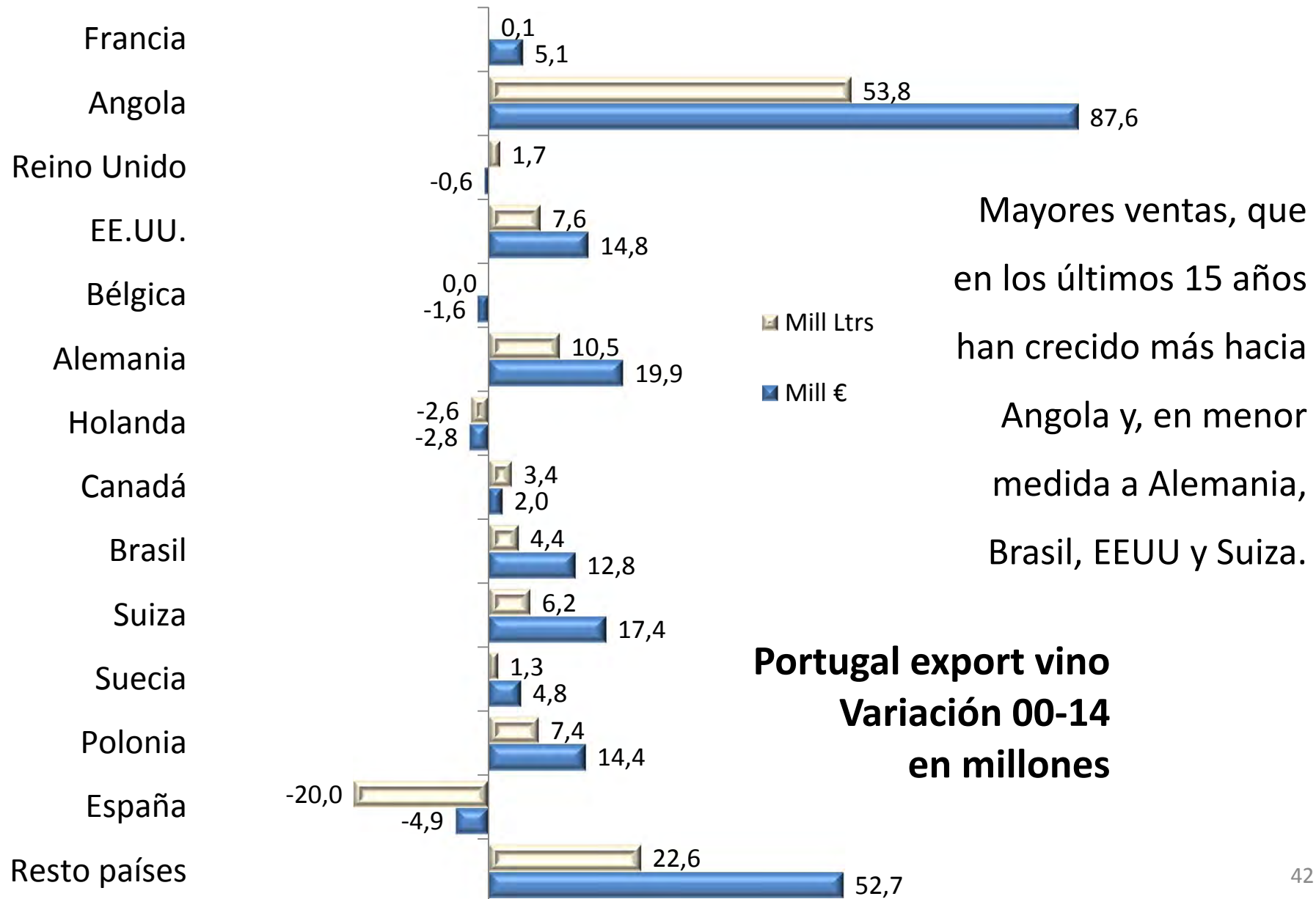


# La situación en Portugal



Gracias, sobre todo a las mayores ventas de vinos envasados, aunque el crecimiento es relativamente mayor en espumosos y granel (en valor)

# La situación en Portugal



# La situación en Portugal

## Export Portugal - variaciones en pples mercados 2010- 2014

2010	Reino Unido								Total
	Francia	Angola	EEUU	Bélgica	Alemania	Holanda	resto		
Porto	230,4	1,5	56,4	29,9	101,9	27,6	113,8	101,7	663,1
Envasados	86,6	247,7	130,2	87,8	50,1	82,3	34,9	593,9	1.313,6
Granel sin IG	183,9	239,3	0,3	4,4	0,8	89,8	13,1	91,6	623,1
Otros	12,3	4,5	7,3	2,2	3,4	4,8	1,3	30,9	66,6
<b>Total</b>	<b>513,3</b>	<b>492,9</b>	<b>194,2</b>	<b>124,1</b>	<b>156,2</b>	<b>204,5</b>	<b>163,1</b>	<b>818,1</b>	<b>2.666,5</b>

2014	Reino Unido								Total
	Francia	Angola	EEUU	Bélgica	Alemania	Holanda	resto		
Porto	223,4	3,3	89,6	33,8	87,3	39,1	103,5	102,7	682,8
Envasados	83,8	346,2	102,0	115,8	49,5	101,1	22,5	722,5	1.543,4
Granel sin IG	45,5	270,6	2,8	7,8	2,9	90,5	5,5	132,0	557,7
Otros	13,9	6,9	4,9	2,8	3,5	4,2	1,2	31,4	68,7
<b>Total</b>	<b>366,7</b>	<b>627,1</b>	<b>199,3</b>	<b>160,2</b>	<b>143,3</b>	<b>234,8</b>	<b>132,6</b>	<b>988,6</b>	<b>2.852,6</b>

Dif. 10-14 000 HI	Reino Unido								Total
	Francia	Angola	EEUU	Bélgica	Alemania	Holanda	resto		
Porto	-7,0	1,9	33,3	4,0	-14,6	11,5	-10,3	1,0	19,7
Envasados	-2,8	98,5	-28,2	28,1	-0,5	18,7	-12,4	128,6	229,9
Granel sin IG	-138,3	31,4	2,5	3,4	2,1	0,7	-7,6	40,5	-65,5
Otros	1,5	2,5	-2,4	0,6	0,1	-0,6	-0,1	0,5	2,0
<b>Total</b>	<b>-146,6</b>	<b>134,2</b>	<b>5,1</b>	<b>36,1</b>	<b>-12,9</b>	<b>30,3</b>	<b>-30,4</b>	<b>170,5</b>	<b>186,1</b>

Dif. 10-14 %	Reino Unido								Total
	Francia	Angola	EEUU	Bélgica	Alemania	Holanda	resto		
Porto	-3,0%	126,8%	59,1%	13,3%	-14,3%	41,8%	-9,1%	0,9%	3,0%
Envasados	-3,3%	39,8%	-21,7%	32,0%	-1,0%	22,7%	-35,5%	21,6%	17,5%
Granel sin IG	-75,2%	13,1%	815,5%	78,1%	258,8%	0,8%	-58,4%	44,2%	-10,5%
Otros	12,4%	55,7%	-33,4%	27,5%	2,1%	-13,2%	-7,1%	1,7%	3,1%
<b>Total</b>	<b>-28,6%</b>	<b>27,2%</b>	<b>2,6%</b>	<b>29,0%</b>	<b>-8,3%</b>	<b>14,8%</b>	<b>-18,7%</b>	<b>20,8%</b>	<b>7,0%</b>

¿Qué vende Portugal?

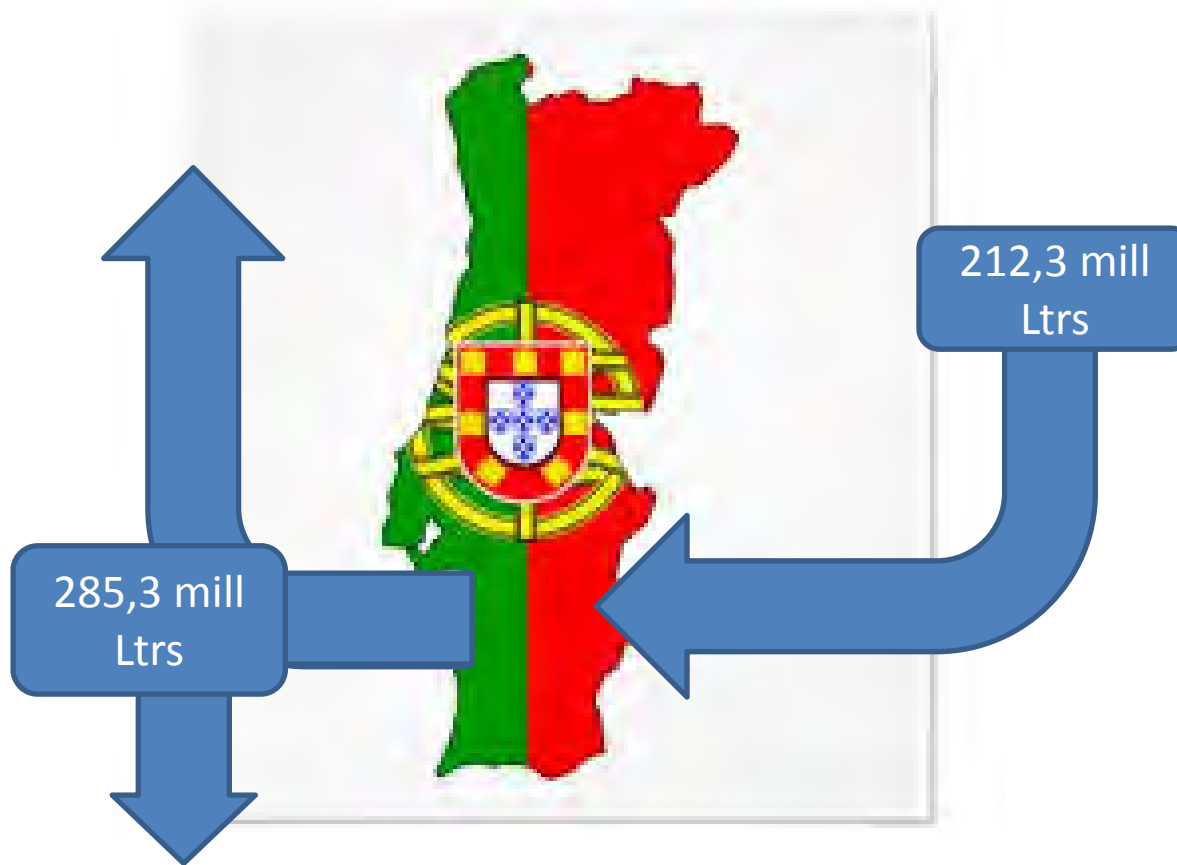
Del volumen total, superan los 100.000 hls las ventas de:

- envasados y granel a Angola,
- Porto a Francia
- Envasados a UK, EEUU y Alemania
- y vinos de Porto a Holanda

Y en los últimos 5 años, los principales cambios han sido:

- Menos granel a Francia
- Mas envasados y granel a Angola
- Más Porto a UK y Alemania, pero menos a Bélgica y Holanda
- Y mas envasado a EEUU, Alemania y resto del mundo

# La situación en Portugal



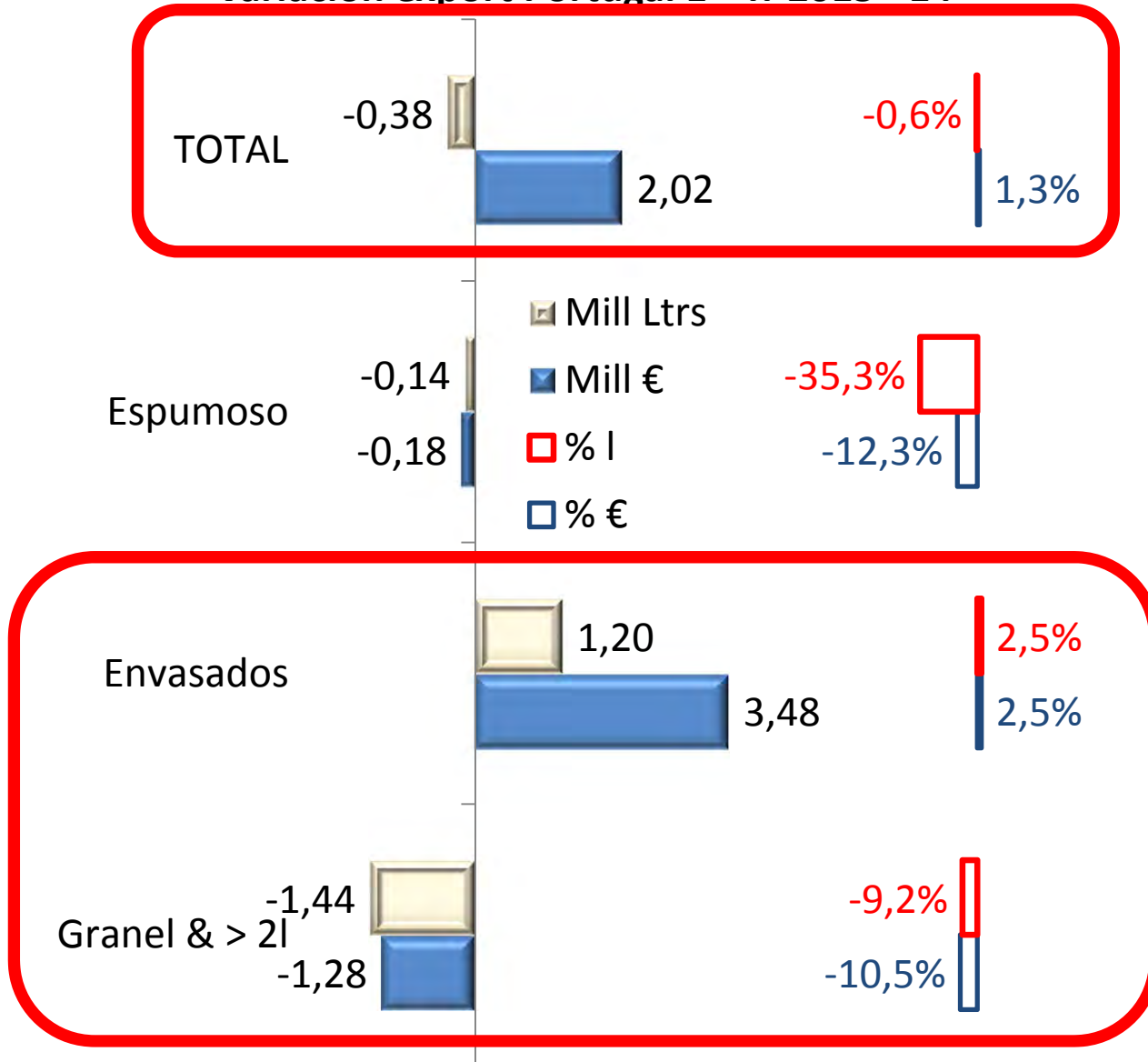
Ahora, Portugal exporta 285,3 millones de litros, pero importa 224,5 millones de litros de vinos y mostos (GTA), de los que 213,8 millones procedentes de España a un precio medio de 42 céntimos / litro.

¿Podrá mantener en el futuro exportaciones de 55,8 millones de litros de vinos a granel, de los que 27 mill a Angola y 9 a Alemania?

La alternativa: la de los pasados años: más envasados a más mercados...

# La situación en Portugal

Variación export Portugal 1<sup>er</sup> Tr 2015 - 14



Como está ocurriendo también en 2015:

- Más envasados y menos granel
- Con crecimiento mayor del valor que del volumen

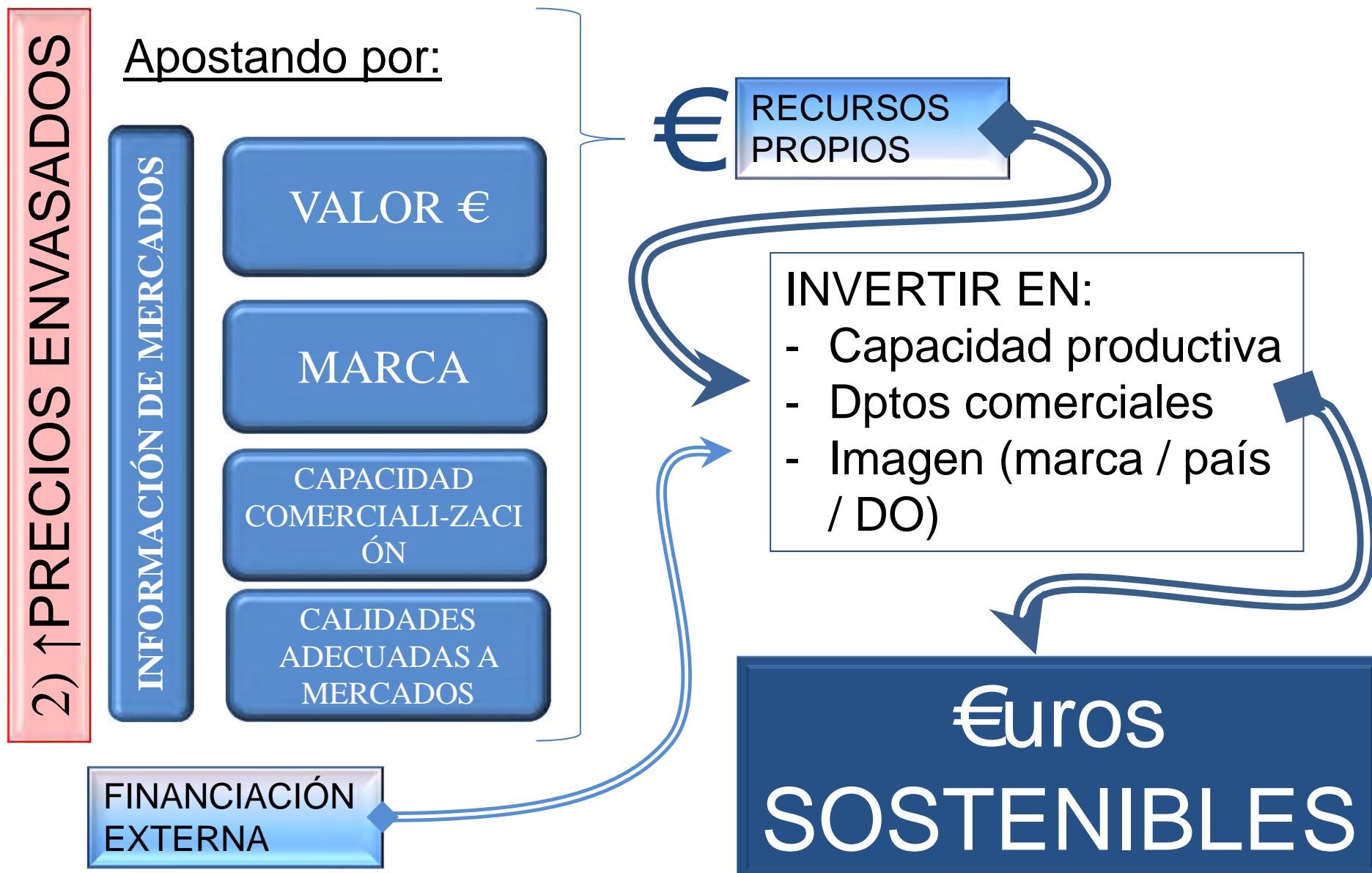
# De los datos al análisis

En España mantenemos

- y recordamos - los retos

colectivos

# RETO – generar recursos para invertir



# Retos:

Producción → equilibrio / adaptación a mercado?

Mosto, alcohol, vinagres → estabilidad al alza

Consumo interior → recuperar (horeca, alimentación, enoturismo, venta directa)

Exportación: generar VALOR y MARCA

Envasar más

Envasados de mayor valor

Equipos  
comerciales

Apoyo a  
marcas

Apoyo al  
crecimiento

Ayudas  
OCM

Eficiencia productiva



Y el debate está entre...

Eficiencia

o

diferenciación

## En definitiva...

- Mantenemos la necesidad de mezclar:
  - Un buen conocimiento del entorno (mercados, tendencias, posibilidades, segmentos, etc.)Con
  - Un muy buen conocimiento de MIS posibilidades (historia, potencial productivo, costes, recursos, objetivos de tamaño y segmentos, etc.)
- Para definir la estrategia particular de cada uno, que genere **VALOR** estable en el tiempo.

Nuestro reto:

- generar valor en todos los segmentos de mercado,
- mantenerlo en el TIEMPO,
- segmentando bien la oferta para que unos productos no perjudiquen la imagen de otros

# Retos:

Producción → equilibrio /

Mosto, alcohol, ví

Consumo

alime

A largo: llegar al consumidor final

A corto plazo: equilibrio de un balance en aumento vía (-) producción

o + ventas

adados de mayor valc



# En definitiva:

## Equipos comerciales:

- Contratación
- formación

Equipos  
comerciales

Apoyo a  
marcas

Apoyo al  
crecimiento

Ayudas  
OCM

Eficiencia productiva

Que no nos pase más lo que se decía en el siglo XVIII:

*“- Apatía y resignación, son las palabras nacionales  
–dice al cabo de un momento-. Ganas de no complicarse  
la vida... A los españoles nos resulta cómodo ser  
menores de edad”.*

Arturo Pérez-Reverte, “Hombres Buenos”

# Meta - análisis

Un análisis

- BUENO (con medios y profesionalizado),
- COMPLETO (de toda la cadena),
- Desde la PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR
- MUY DIFUNDIDO (esfuerzo por todo el país, por todos los tipos de vino, también en medios de comunicación)
- COMPARTIDO

Genera  
COHESIÓN  
y una  
ESTRATEGIA  
COMÚN

# Consecuencia: buscar mayor cohesión

Pasar de las relaciones entre eslabones de la cadena del sector del vino...



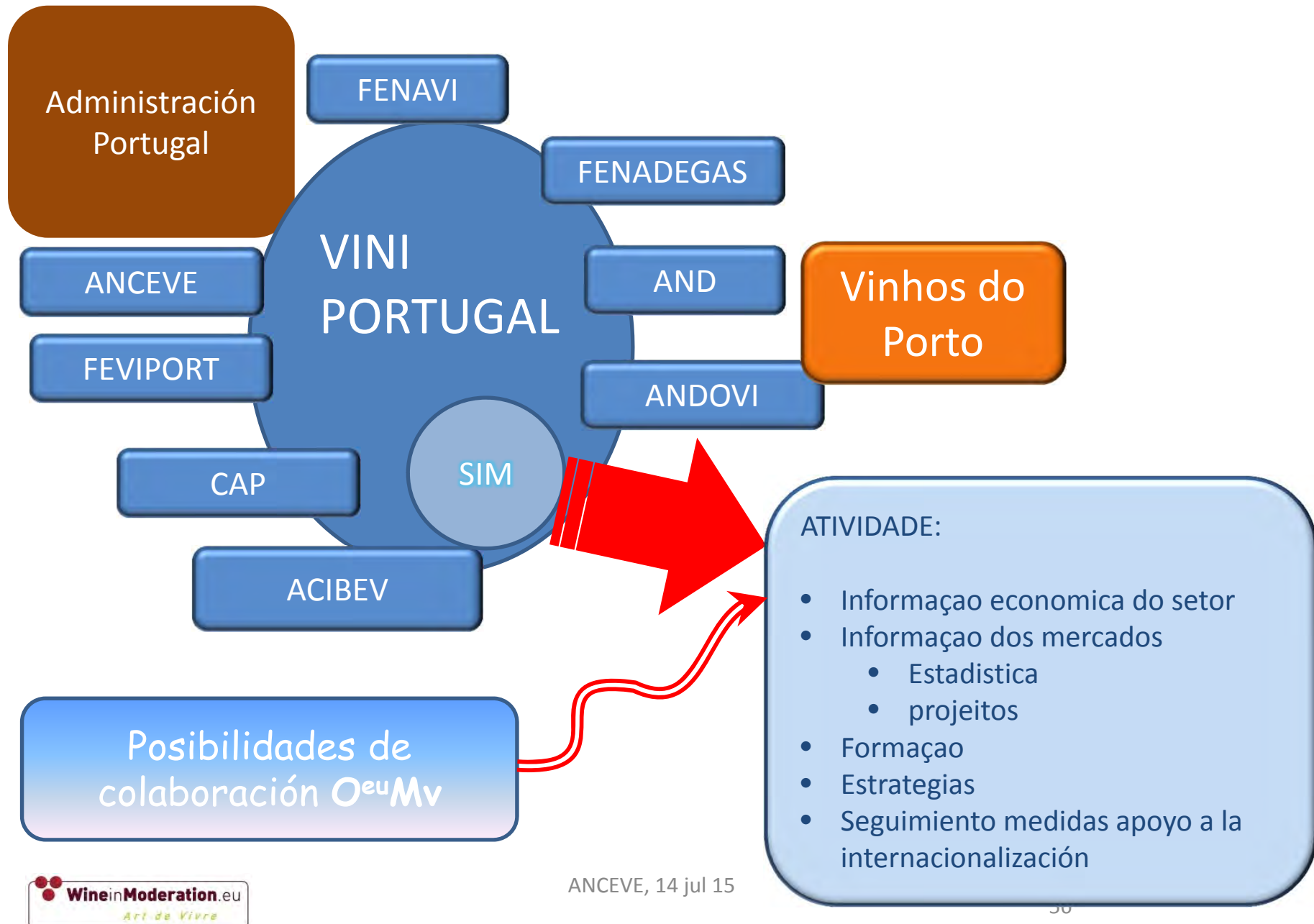
...a una relación más estrecha, **cohesionada** y enfocada hacia un fin común: **la generación de valor con la venta de productos vitivinícolas, estable en el tiempo .**

# Consecuencia: buscar mayor cohesión

Pasar de las relaciones entre eslabones de la cadena del sector del vino...



# Puede funcionar mejor en Portugal?







Conferência

"12 anos depois de Porter. E agora? Como retomar a estratégia de crescimento para os vinhos portugueses?"



Muita mais  
informação na:  
[www.oemv.es](http://www.oemv.es)

# Muito Obrigado

La situación de los mercados del  
vino.  
Posibilidades para España y  
Portugal

Rafael del Rey

Observatorio ESPAÑOL del Mercado del VINO



El VINO solo se DISFRUTA  
con MODERACIÓN

ANCEVE – Porto, 14 jul 15