

*Problemática de la
comercialización del vino español
después de una OCM del vino
intervencionista. Situación actual
de la exportación española.*

Juan Antonio Mompó
Valladolid 7 de abril 2017

Agenda

- 1 OCM del vino y vino de mesa.
- 2 Dependencia de la exportación en el sector español.
- 3 Problemática de la comercialización: el sector español versus realidad del mercado.
- 4 La evolución de la exportación: embotellado y grandes volúmenes
- 5 Obtener margen con venta de Volúmenes de calidad

1- LA OCM Y EL VINO DE MESA

UNA ESTRATEGIA “PATERNALISTA Y
EQUIVOCADA

- Regulación separada Reglamentos 816 y 817 de 1970
 - La OCM del vino ha llevado al productor a no ocuparse de la calidad sino del volumen.
 - La OCM del vino ha coadyuvado al identificar los vinos DDOO con vinos de calidad al desprestigio social de los vinos de mesa y los graneles
 - La OCM del vino ha empujado a una espiral volumen-baja calidad- desprestigio social.
 - La OCM ha contemplado con indiferencia la caída del consumo interno lo que ha llevado a una gran dependencia del exterior



UNA MALA IMAGEN DEL VINO DE MESA

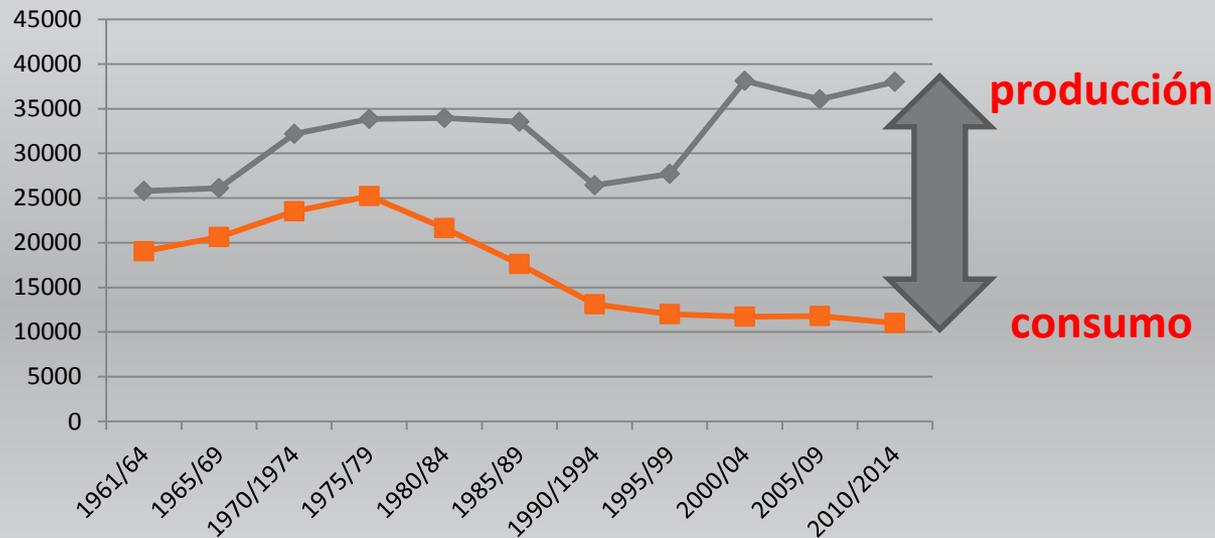
La OCM del vino y sus efectos

- **1ª contradicción:** De objetivo autoabastecimiento a eliminar excedentes
- **2ª contradicción:** producir mala calidad y reconocerlo reglamentariamente
- **3ª contradicción:** Ignorar el mercado
- **4ª contradicción:** contribuir una estructura empresarial complicada

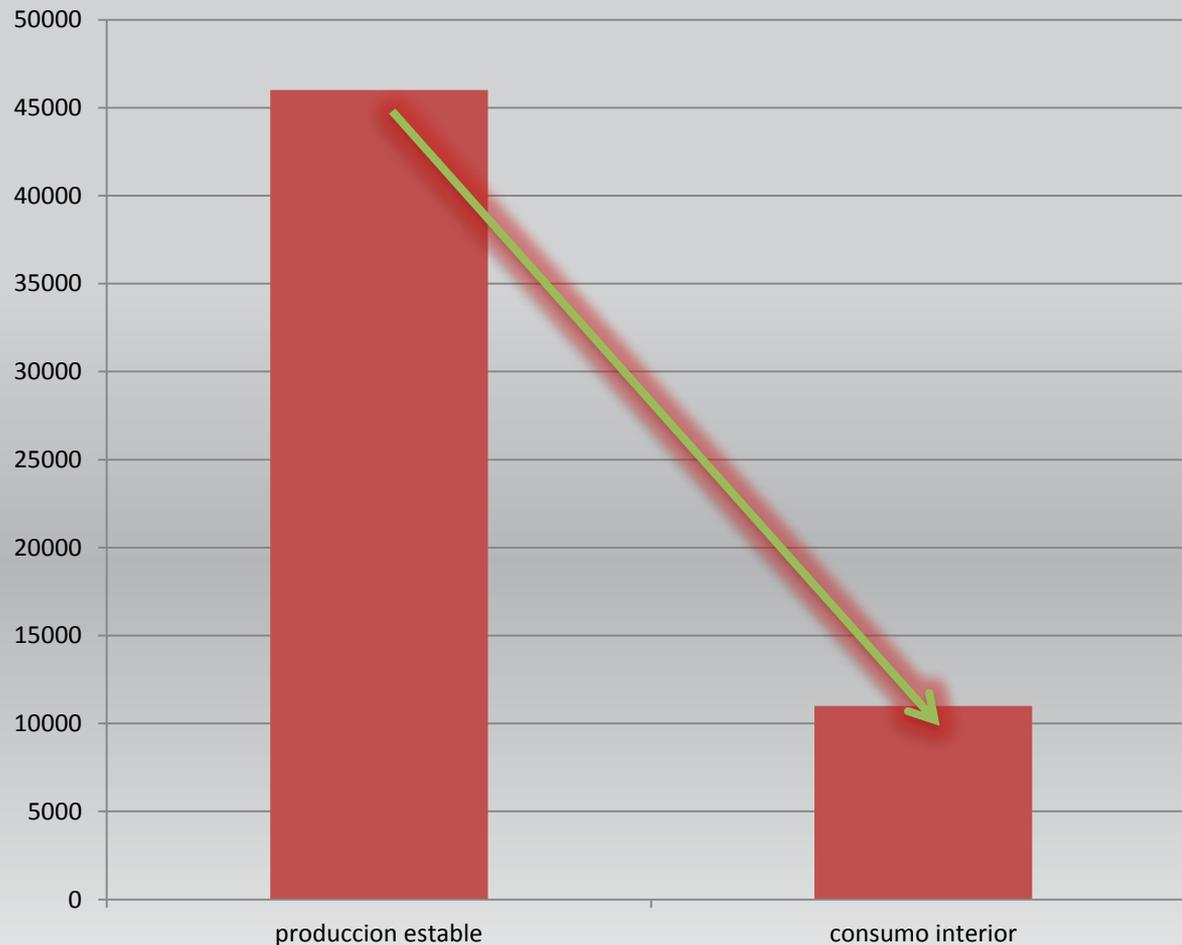
2. La dependencia del sector vitivinícola de la comercialización exterior

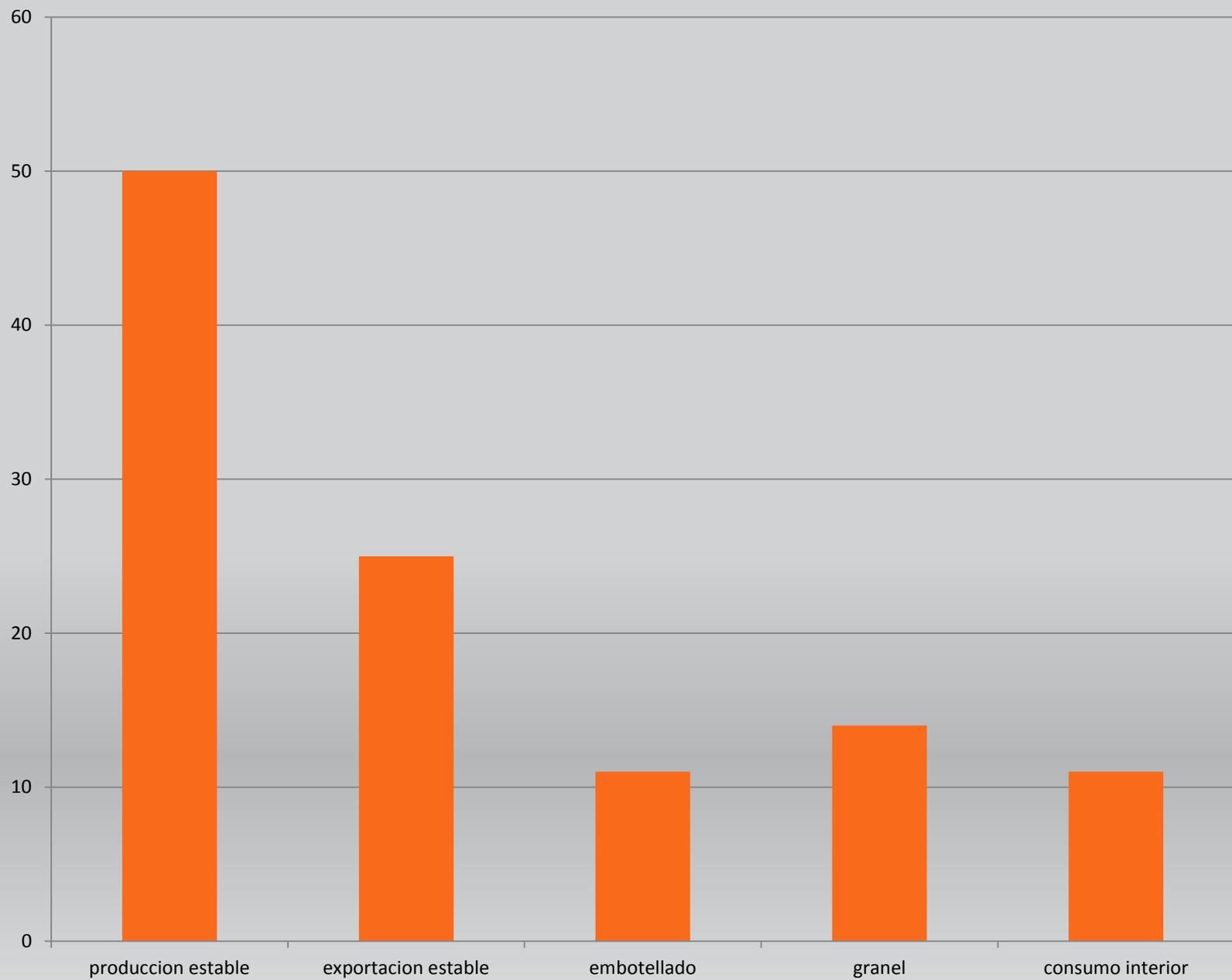
Dependencia exportación mercado español

- El sector español es cada día mas dependiente de la exportación.



Situación ACTUAL volúmenes Producción/ consumo interior





3. La problemática de la comercialización en el sector vitivinícola:

- El sector español**
- El mercado**

Problemática comercialización vino español

- Dependencia sector exterior
- Gran numero de bodegas
- Pequeño volumen de las mismas
- Fuerte competencia
- Márgenes estrechos y costes altos
- De espaldas al mercado
- Dificultades y trabas administrativas
- Desprestigio de la comercialización no embotellada
- Con grandes dificultades de imagen país y carencia de marcas

Aumenta el número de empresas exportadoras de vino en 2016 hasta alcanzar la cifra de 3.992

Según informe de ICEX España Exportación e Inversiones, sobre el perfil de la empresa exportadora de vino, con datos de Aduanas, 3.992 empresas exportaron vino por un valor de 2.714,5 millones de euros. Con respecto a 2015, se produce un aumento del +0,9% en cuanto al número de empresas exportadoras y una caída del -0,5% en cuanto a la facturación por las exportaciones de vino.

Estructura del sector

	empresas	promedio	% empresas	% euros
<5.000	1.358	1.728	34,02%	0,06%
de 5.000 a 25.000	821	10.438	20,57%	0,39%
de 25.000 a 50.000	372	13.319	9,32%	0,49%
de 50.000 a 500.000	910	144.529	22,80%	5,35%
de 500.000 a 5 millones	429	641.522	10,75%	23,73%
de 5 a 50 millones	96	1.240.410	2,40%	45,88%
de 50 a 250 millones	6	651.598	0,15%	24,10%
mas de 250 millones	0	0		
	3.992	2.703.544		

El promedio de exportación por bodega española fue de 680.000 € en 2016

Estructura sector español y exportación

- La estructura del sector dificulta una acción efectiva de exportación.
 - Gran numero de empresas
 - De pequeño tamaño
 - Con deficiente inversión sobre todo en el exterior
 - Dificultades para la adaptarse a requerimientos mercado global.
- Pero con una posibilidad real de producir buenos vinos muy comerciales adaptados al mercado.
- Es mas viable (y rentable?) competir en el mercado de graneles de calidad. Y debería ser un paso previo a la comercialización embotellado

El mercado internacional

- 3 tipos de mercado
 - Abastecimiento: Francia
 - Mercado maduro: Alemania, UK
 - Precio y diferenciación
 - Origen denominación
 - Dominio of trade
 - Mercados emergentes: China
 - Marca
 - Origen nacional
 - Vino como producto
- Ejemplo mercado maduro Alemania

Ejemplo: Alemania

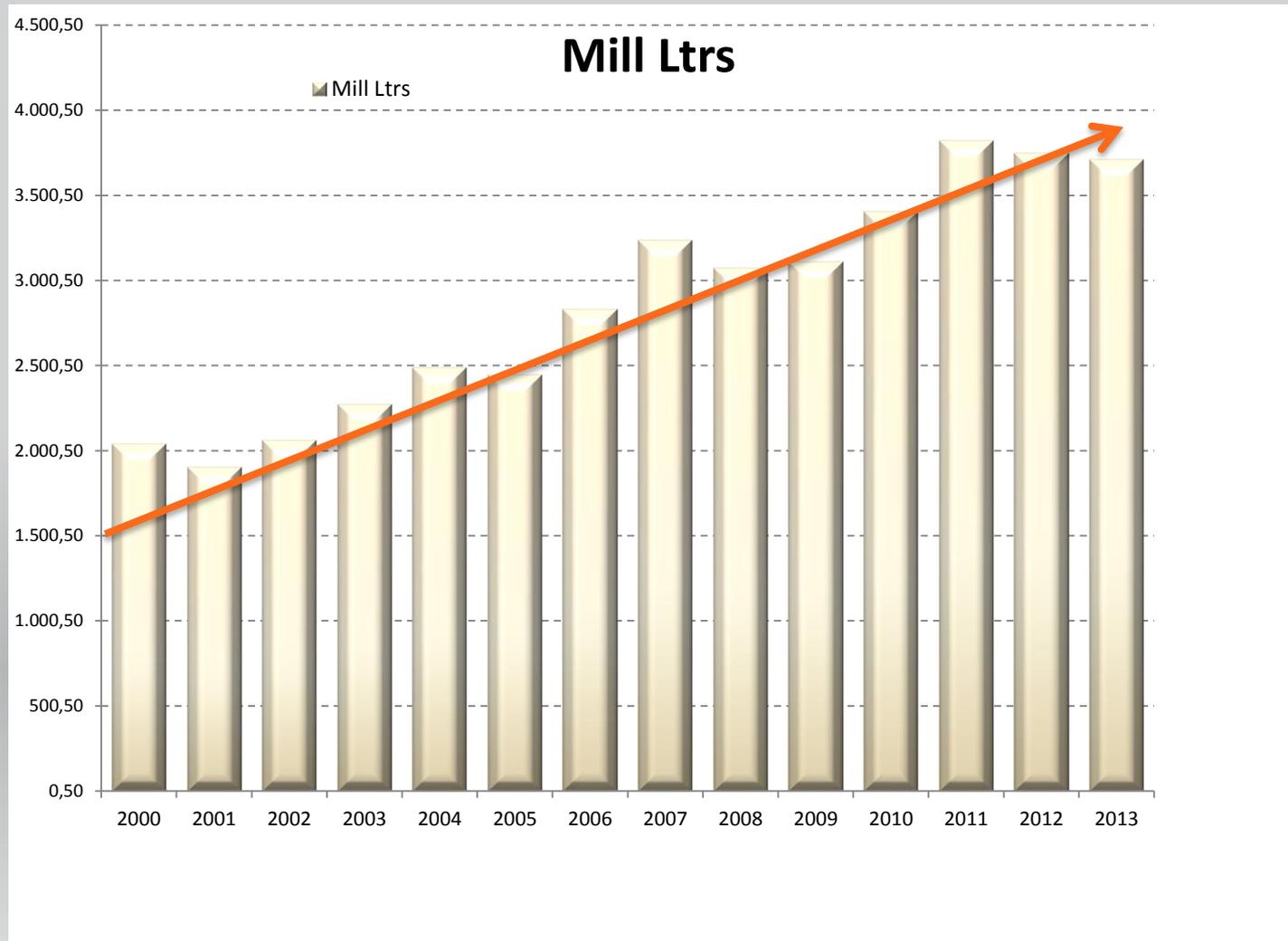
- 50% del vino es vendido por Lydl y Aldi
- 2/3 precio < 3€
- Precio 3 €  coste compra en origen < 2€
- Tendencia compra Alemania como en Francia y UK al envase en destino de los vinos estándar.

**4. La evolución de la
exportación:
embotellado y
grandes volúmenes**

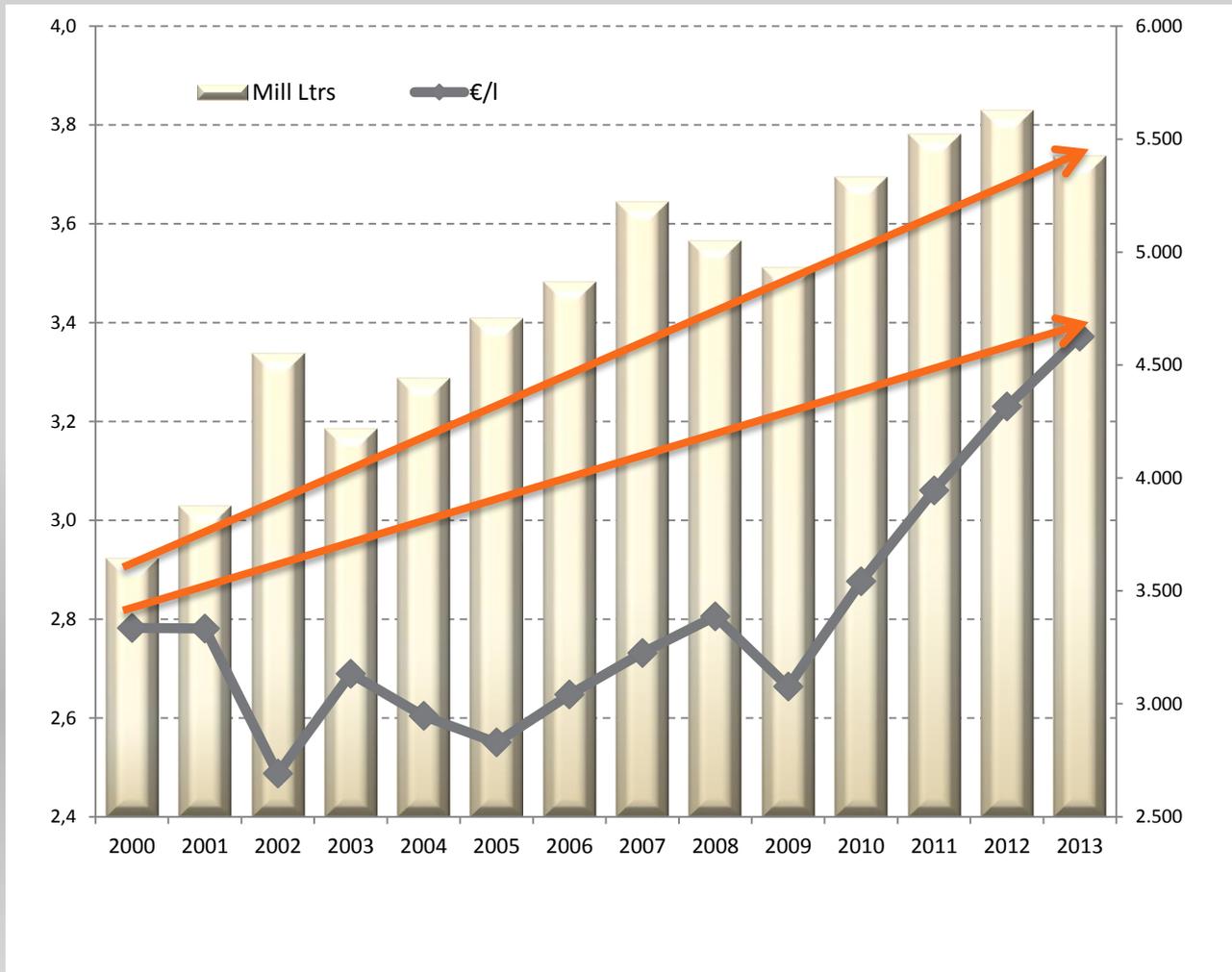
Porcentajes exportación granel y envasado

Volumen (en litros)				
Año	Exportación total vinos (sin mostos)	Exportación a granel	Exportación embotellado	% Granel/total
1995	675.031.403	281.056.134	393.975.269	41,64%
2000	902.351.336	397.196.818	505.154.518	44,02%
2001	1.054.220.716	481.018.476	573.202.240	45,63%
2002	1.037.062.710	441.836.502	595.226.208	42,60%
2003	1.280.720.721	659.667.031	621.053.690	51,51%
2004	1.468.646.695	827.346.130	641.300.565	56,33%
2005	1.449.955.866	770.966.046	678.989.820	53,17%
2006	1.434.415.903	731.825.685	702.590.218	51,02%
2007	1.558.204.643	810.811.530	747.393.113	52,03%
2008	1.672.236.998	882.001.828	790.235.170	52,74%
2009	1.527.344.999	780.673.348	746.671.651	51,11%
2010	1.768.547.228	875.693.315	892.853.913	49,51%
2011	2.242.962.818	1.240.445.952	1.002.516.866	55,30%
2012	2.062.814.647	996.592.780	1.066.221.867	48,31%
2013	1.846.950.230	895.261.439	951.688.791	48,47%
2014	2.228.165.966	1.274.346.043	953.819.923	57,19%
2015	2.396.348.563	1.396.471.332	999.877.231	58,27%
nov-16	2.239.590.749	1.268.004.569	971.586.180	56,62%

España evolución granel



Evolución España export. vino envasado



4 Obtener márgenes con volúmenes de calidad

Objetivo margen de una Industria

- Error al contraponer exportación granel y embotellado
- Realmente debería ser con y sin marca.
- Sin marca el margen queda repartido y reducido
- ¿Cual de las 4000 empresas exportadoras tiene capacidad para crear marca?
- ¿Puede ser la marca España un soporte?
- El objetivo de margen solo puede obtenerse con producto de calidad

España debe centrar su objetivo en ser el mayor productor de vinos de calidad.

Manantial volúmenes de calidad (1)

- Vocación de España: Mayor productor mundial de vino y volcarse en la Exportación
- Consumo interior a la baja. Nivel cobertura < 25%
- Necesidad imperiosa de exportar.
- Embotellado: creciendo a precios bajos
- Granel:
 - Presenta oportunidades de margen.
 - Siempre sobre la base de producción de calidad

España debe ser el país manantial de volúmenes de calidad (2)

- España hoy es el mayor exportador de vinos a granel.
- La exportación a granel
 - Con una adecuada actividad comercial
 - Con una calidad adecuada a la exigida por el mercado global.
 - Con una calidad creciente
- El apostar antes por el embotellado ha llevado al fracaso.
- Es factible obtener márgenes mayores con graneles de calidad.

Que hacer. Desde Punto Vista producción

- Hoy falta oferta para una demanda ya importante que cubren otros países. Además
 - La oferta es de pequeñas cantidades
 - Falta de calidad demandada
- Es necesario trabajar mas en el campo y la calidad y en la elaboración.
- Es necesario elaborar varietales de reconocidos.
 - Blancos: Chardonay y Sauvignon, Verdejo
 - Tintos: Cabernet, Merlot, Syrah
- Elaboración cuidada.
 - Vendimia nocturna
 - Uso de nitrógeno frio, etc.
- Cantidades necesarias
 - No es posible vender un camión
 - 200.000/ 1.000.000 litros cantidades mínimas

Que hacer. Punto de vista comercial

- Europa es el principal mercado de los graneles de calidad.
- Muchos de los mercados de granel estándar evolucionarán a volúmenes de calidad
- Grandes superficies como inmediatos clientes
- Países mas relevantes hoy : Francia, Alemania,
- Países con mas futuro: China, Rusia (?) y UK
- Oportunidades dependiendo años: USA
- El precio que hoy se puede obtener en el mercado hoy es > 30/50% a los precios de un vino estándar.

Principales reflexiones

- No contraponer granel/embotellado
- La verdad esta en el binomio marca/no marca
- El granel es un modo de transporte.
- Entender cada uno de los mercados individuales es entender el mercado global.
- El embotellado es solo un proceso mas.
- ¿Podemos estar en producción y comercialización?

MUCHAS GRACIAS