



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

El mercado del vino en Rusia Agosto 2017

Este estudio ha sido realizado por
David Feijoo Escudero bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Moscú

EL MERCADO DEL VINO EN RUSIA

Coyuntura actual

El mercado del vino en Rusia ha sufrido entre 2014 y 2016 una fuerte contracción derivada de la situación de fragilidad económica por la que ha atravesado el país y de la fuerte devaluación del rublo que se produjo entre 2014 y 2015. A finales de 2016 el curso del rublo se fijó en torno a los 60-65 rublos/euro, situación que se ha mantenido más o menos estable en 2017. Por tanto la situación actual del sector viene definida en función de dos factores principales:

1. La caída de la demanda debido a la pérdida de poder adquisitivo de la población y
2. La inestabilidad del rublo que afecta a la operativa de importación y pagos a proveedores.

Los hitos principales en el periodo 2016-2017 en el sector del vino son:

- Crisis económica y devaluación del rublo: Caída del consumo y aumento de los precios. Reorientación de las estrategias de los importadores hacia países con una oferta de vino de mejor relación calidad-precio.
- España es uno de los países que más aumenta su participación en 2016 y 2017, consolida el primer puesto entre los suministradores de vino a Rusia por volumen, aunque se mantiene el tercero en valor por detrás de Italia y Francia. La cuota de los vinos españoles en Rusia es del 16%.
- Irrupción de Georgia y Portugal como suministradores de vino embotellado a la Federación Rusa. El precio medio de los vinos de estos dos países es superior al español.
- Sustitución de importaciones: el conflicto con occidente ha creado las condiciones óptimas para las posturas nacionalistas en materia económica. El sector vitivinícola no ha sido ajeno y existe un rumor de que el Ministerio de Agricultura de Rusia podría prohibir la importación de los vinos a granel. En tal caso, España sería el país más afectado por la prohibición. Los operadores rusos son contrarios a esta medida mientras la producción nacional no sea capaz de satisfacer la demanda y en su lugar están pidiendo al gobierno la subida de aranceles y utilizar ese ingreso para la creación de un fondo de ayuda para el sector vitivinícola ruso.
- Relacionado con el punto anterior, los vinos de calidad rusos han aparecido con pujanza en la restauración y en la gran distribución, tienen buena relación calidad-precio y se están poniendo de moda entre los consumidores.

Importaciones y situación en 2016

En 2016, la Federación Rusa importó vino de España por valor de 120 millones de euros, de los cuales el 56,9% correspondió a vino embotellado (220421) y el 38,2% a vinos a granel (220429), el 5% a vino espumoso.

Las importaciones de vino español aumentaron en valor un 19% en 2016 respecto a 2015. El aumento ha sido muy parejo en todas las categorías (embotellado 16%, granel 17%, espumoso 21%).

El precio medio del vino español embotellado es de 1,8 euros por litro, frente a los 3€ de Italia 3,1€ de Francia o 2,4€ de Chile.

Para 2017 las previsiones son optimistas. La caída del consumo y de las importaciones tocó fondo en 2016, y los importadores han adaptado con más o menos fortuna sus portafolios a un rublo devaluado, lo que permite augurar cierta estabilidad.

EL MERCADO DEL VINO EN RUSIA

España es el primer suministrador de vino a Rusia en volumen a nivel de grupo arancelario y en embotellado es segundo en volumen y tercero en valor, y según todos los indicadores la brecha con Francia e Italia se va a seguir reduciendo en 2017.

Demanda y oferta

Rusia es uno de los países con mayores índices de consumo de alcohol per cápita del mundo. La bebida espirituosa más ampliamente consumida es el vodka, aunque la popularidad de otras espirituosas como el whisky, ron o el brandy es elevada.

En lo que se refiere al vino, su consumo se sitúa en torno a los 7,5 litros per cápita al año y se mantiene más o menos estable con ligera tendencia al alza. El consumo de vinos de calidad está muy concentrado en Moscú (70%), San Petersburgo (10-15%) y las grandes ciudades rusas (15%). El volumen del mercado del vino en valor, según estimaciones no oficiales es de 8.000 millones de dólares al año.

La producción rusa de vino no es capaz de satisfacer la demanda existente debido a la insuficiencia de oferta así como a la poca calidad tradicional de los vinos rusos, aunque en los últimos tres años esta situación está cambiando rápidamente: el interés de los rusos por el vino, las inversiones en el sector y la organización de un grupo de bodegueros que están haciendo vinos de calidad, con buena imagen está haciendo que los vinos nacionales sean ya en 2017 un factor a tener en cuenta en este mercado. A día de hoy Rusia dispone de unas 90.000 hectáreas de viñedo en explotación y se llegará a las 150.000 en unos años. Aunque esto no es suficiente para satisfacer la demanda interna, seguramente el vino ruso ocupe en unos años un lugar privilegiado en la distribución y desplace a otros países competidores en el segmento económico.

Países competidores

Los principales competidores del vino español de calidad son Francia, Italia y Nuevo Mundo, principalmente Chile. Otros países como Sudáfrica, Argentina o, especialmente Portugal, también tienen posiciones sólidas en Rusia y es necesario destacar el fulgurante ascenso de los vinos lusos en este mercado gracias a una promoción muy bien dirigida y a la fantástica relación calidad-precio de los vinos del país vecino. En lo que respecta a los vinos franceses, la tradición y la imagen de “glamour”, lujo y refinamiento con la que los rusos asocian a Francia, les hace ocupar el segmento “premium”. Los precios de los vinos de calidad franceses son por lo general más elevados que los de los italianos o españoles y su posicionamiento como producto de calidad mucho más sólido. El caso de Italia también es interesante porque el fortísimo apoyo que le presta su gastronomía (un 25% de los restaurantes de Moscú son italianos) algo que les permite posicionar muy bien sus vinos en las cartas de restaurantes e, indirectamente, en la distribución minorista. De hecho Italia vende más vino en Rusia que Francia, gracias a sus ventas de espumosos (prosecco) y en el canal Horeca (on trade). En espumoso Italia (17,3 millones de litros) va muy por delante de Francia (5 millones).

Distribución

La distribución del vino en Rusia se caracteriza por una cadena relativamente corta en la que las funciones de importación y distribución se solapan. En algunos casos, los importadores cuentan hasta con sus propias tiendas, es decir controlan toda la cadena desde la importación hasta la venta al detalle. La enorme dimensión del país ha determinado la aparición de dos tipos de redes de distribución: una, a nivel nacional formada por grandes importadores y distribuidores de Moscú y San Petersburgo que comercializan el producto en las principales ciudades del país y otra, a

EL MERCADO DEL VINO EN RUSIA

nivel regional, formada por distribuidores más pequeños pero bien asentados en regiones y que capilarizan las redes de los grandes importadores en las regiones rusas.

Sin embargo, ha aumentado mucho el peso de los llamados “importadores técnicos”, empresas de logística que importan y cobran por el servicio. Una tendencia que apuntan todos los analistas es el peso que cada vez más tiene la distribución moderna en las ventas de vino. En algunos casos las cadenas importan directamente parte de su lineal de vinos (Azbuka Vkusa, Metro, X5 o Magnit).

Barreras

Al igual que sucede con la mayoría de bienes importados, la introducción de vinos de origen extranjero en Rusia está sujeta a una serie de trámites aduaneros y a la presentación de varios certificados que constituyen auténticas barreras técnico-comerciales. Estas barreras no tienen por qué afectar al exportador español siempre que éste sea escrupuloso y cuidadoso en la documentación de los envíos porque cualquier error o inexactitud puede suponer un problema para el desaduanamiento de la mercancía. Estas barreras y pagos arancelarios y de certificación influyen mucho en el precio del producto.

Posicionamiento del vino español

El vino español tiene un buen posicionamiento en Rusia y ha mejorado en los últimos 2-3 años: conocido entre los importadores y asociado a un producto de buena relación precio-calidad. El consumo de vino español de calidad es aún reducido debido a que en muchos casos la calidad estimada, aunque sea alta, no se corresponde con su precio de venta en tiendas y restaurantes. Ello es debido a que su “marca” tiene un valor insuficiente. Por ello, es posible conjeturar que el aumento futuro de la demanda de vinos de nuestro país en la Federación Rusa dependerá de que el precio se adecue a la calidad estimada, lo cual debe conseguirse invirtiendo en su imagen de calidad y potenciando la marca del vino español. Las marcas a promocionar pueden ser regionales (Denominaciones de Origen o regiones concretas), varietales o de vinos o productores específicos. Como factor positivo es preciso destacar que el interés del mercado hacia los vinos de calidad está aumentando (hay casi unanimidad entre los importadores a este respecto), igual que el conocimiento de variedades y vinos que hasta hace poco eran desconocidas como la mencia, el albariño, el godello o las garnachas. El segmento de vinos económicos en Rusia seguirá presentando oportunidades a corto plazo para las empresas de nuestro país pero esto dependerá en gran medida de las estrategias de expansión que sigan los productores rusos, que tienen una ventaja logística importante y contarán con instrumentos de apoyo por parte de las administraciones rusas, como el tipo reducido de accisa.