

El mercado del vino espumante

Informe Sectorial N° 4

Lic. Amalie Ablin

Área de Sectores Alimentarios - Dirección de Agroalimentos
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

1. Argentina

1.1 Comercialización

Despacho al consumo de vino espumante (en hectolitros)*

| | 2013 | 2014 |
|--------------------|----------------|--------|
| Enero | 19.906 | 24.105 |
| Febrero | 18.007 | 21.523 |
| Marzo | 26.890 | 20.467 |
| Abril | 31.418 | 25.504 |
| Mayo | 29.636 | 28.766 |
| Junio | 26.554 | 30.220 |
| Julio | 28.131 | 39.151 |
| Agosto | 37.542 | 38.220 |
| Septiembre | 47.592 | 42.266 |
| Octubre | 51.701 | 51.531 |
| Noviembre | 47.551 | |
| Diciembre | 39.139 | |
| Total anual | 406.080 | |

* Datos estimados/Fuente: INV

Exportación de vino espumante*

| | En hectolitros | | | En miles de dólares | | |
|--------------------|------------------|----------|------------------|---------------------|----------|------------------|
| | 2013 | 2014 | Variación (en %) | 2013 | 2014 | Variación (en %) |
| Enero | 2.129,10 | 2.005,64 | -5,80 | 1.181,46 | 994,36 | -15,84 |
| Febrero | 1.232,96 | 1.082,82 | -12,18 | 616,68 | 640,89 | 3,92 |
| Marzo | 1.180,06 | 2.885,85 | 144,55 | 745,93 | 1.813,04 | 143,06 |
| Abril | 2.557,83 | 3.640,29 | 42,32 | 1.393,14 | 1.831,60 | 31,47 |
| Mayo | 2.384,96 | 3.042,48 | 27,57 | 1.240,25 | 1.833,94 | 47,87 |
| Junio | 2.428,18 | 2.060,83 | -15,13 | 1.281,50 | 1.136,19 | -11,34 |
| Julio | 3.150,28 | 4.976,27 | 55,87 | 1.764,38 | 2.476,28 | 39,37 |
| Agosto | 4.540,18 | 4.131,42 | -9,00 | 2.037,76 | 2.492,90 | 22,34 |
| Septiembre | 4.772,20 | 4.246,71 | -11,01 | 2.453,53 | 2.108,20 | -14,07 |
| Octubre | 4.680,99 | 4.359,00 | -6,88 | 2.343,71 | 2.328,35 | -0,66 |
| Noviembre | 4.736,64 | | | 2.603,11 | | |
| Diciembre | 3.103,20 | | | 1.611,34 | | |
| Total anual | 36.896,58 | | | 19.272,80 | | |

* Datos estimados/Fuente: INV

Los principales destinos regionales de las exportaciones de 2013 y 2014 fueron principalmente el Mercosur y "resto de Aladi".

Importaciones de vino espumante

| | En toneladas | En miles de dólares |
|-------|--------------|---------------------|
| 2013 | 567 | 4.383 |
| 2014* | 131 | 2.011 |

*De enero a agosto/Fuente: Indec

La mayoría de las importaciones siguen proviniendo de la UE (mayoritariamente de Francia y España).

1.2 Tendencias del mercado argentino

En marzo de 2014, la autoridades nacionales anunciaron la prórroga del decreto 266 para la continuidad de la exención impositiva a los vinos espumantes, destacando el crecimiento del sector en la década y la fuerte inversión estatal en la Fiesta Nacional de la Vendimia¹.

En los últimos años, uno de los principales cambios de hábitos en el negocio del vino fue el fuerte crecimiento y desestacionalización de la demanda de espumantes.

De un consumo cercano al medio litro anual *per capita* por año, el año pasado se pasó a casi un litro. Desde una consultora privada, señalaron que en 1993, la mitad de todas las ventas de espumantes en el año se realizaron entre octubre y diciembre, y que para 2003 –una década más tarde– esa proporción había caído hasta el 42%.

En 2013 se notó un reparto mucho más equitativo de las ventas a lo largo del año, ya que entre octubre y diciembre se vendió apenas el 36% del total.

Según concluye un informe del Instituto Nacional de Vitivinicultura, *"los vinos espumantes han conquistado un espacio en el mercado mundial por lo que han aparecido nuevos productores, aumentando las ventas en el mercado interno y externo"*.

En cuanto a las preferencias de los argentinos, el informe del INV destaca que el 75% del consumo se concentra "en los espumantes secos, como el extra brut", pero que el "el mayor crecimiento se da en las variedades *brut nature* o dulce".

Refiriéndose al perfil del consumidor, una consultora privada informó sobre algunos hábitos que rigen entre los argentinos, en la actualidad, a la hora de beber espumantes: el 96% de los consultados prefiere beberlos durante los fines de semana, en tanto que el 88% del consumo se concentra en la cena.

Paralelamente, el 94% de las personas que beben espumantes lo hacen principalmente en el hogar-, en tanto que casi la mitad elige el producto para conmemoraciones, aniversarios o festejos especiales².

¹ Para mayor información: <http://www.prensa.argentina.ar/2014/03/08/48374-anuncio-capitanich-en-la-fiesta-de-la-vendimia-la-prorroga-de-la-exencion-impositiva-para-vinos-espumantes.php> (8 de marzo 2014)

² Para mayor información:

http://www.contextotucuman.com/nota/134856/Se_duplic%C3%B3_el_consumo_de_champagne_y_cambian_h%C3%A1bitos_de_consumo.html (mayo 2014)

En cuanto a las tendencias del mercado, las bodegas no quieren quedarse fuera del *boom* de la coctelería, y siguiendo los pasos de Chandon y su espumante Delicity cada vez son más las empresas que buscan seducir al público femenino con productos que se puedan combinarse con otras bebidas³.

1.3 Innovación

Actualmente puede consumirse el primer espumante argentino 100% *Sauvignon Blanc*, variedad que debe su nombre a las palabras francesas *sauvage* (salvaje) y *blanc* (blanco). Según lo describe un enólogo⁴, "*se distingue por sus aromas muy intensos a azahar y durazno blanco, sus notas cítricas, como pomelo, y un toque de menta. Es fresco, con acidez marcada, muy vivaz y persistente*",

2. Mercado internacional

Cabe destacar, que en Noruega, el champagne y el consumo de vino espumoso se triplicaron durante la última década. Las ventas de bebidas burbujeantes presentan picos de ventas desde las vísperas de Año Nuevo, así como también desde mayo a junio.

No son sólo los vinos espumosos los que se han disparado en popularidad. Champagne y similares todavía sólo representan una pequeña parte de las ventas totales de alcohol en Noruega. Desde 1993, las ventas y el consumo de alcohol han aumentado de manera significativa. De acuerdo a un investigador del Instituto Noruego para la Investigación de Alcohol y Drogas, el fenómeno se halla relacionado con un aumento general del nivel de vida, más viajes, y el surgimiento de opiniones y secciones sobre el vino en la prensa⁵.

Las adquisiciones de champagne de Japón aumentaron un 6,7%, las de Bélgica un 14,1% y las de Australia un 11,4%, contrastando con la tendencia registrada en el Reino Unido, que redujo sus compras un 5,1% en volumen y un 3,8% en términos de valor.

Pese a esto, el Reino Unido sigue siendo el mayor mercado comprador de champagne del mundo. De un total de 136,6 millones de botellas exportadas de champagne, 30,8 millones fueron enviados a Gran Bretaña (casi la cuarta parte del total), con adquisiciones que representaron € 447,2 millones, un 72% por encima del segundo la segundo mayor importador del mundo, los EE.UU.

En referencia al tema, el director de la Oficina Champagne Reino Unido, señaló que: "*en nuestro mercado el champagne suele ser procíclico, con una marcada tendencia a la reacción tardía. No es raro ver las consecuencias de una crisis económica tal vez uno o dos años después del evento. El Reino Unido ha sido el número uno del mercado de exportación de champagne durante los últimos 18 años, y no está a punto de cambiar.*"

Las ventas mundiales de vinos espumosos, incluyendo champagne, han aumentado en seis millones de botellas en los últimos cinco años, según informó *Wine Intelligence* 2014, superando a las de vinos de todas las demás categorías.

Mientras que las ventas de las alternativas espumosos como Prosecco podrían haber superado a los de champagne, el presidente de la Asociación de Agentes de Champagne, cree que la

³ Para mayor información: <http://www.lanacion.com.ar/1742289-los-fabricantes-de-bebidas-se-preparan-para-el-verano> (noviembre 2014)

⁴ Para mayor información: http://www.foodnewslatam.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7880%3Ael-primer-espumante-argentino-100-sauvignon-blanc&catid=371%3Aempresas-argentina&Itemid=7 (junio 2014)

⁵ Para mayor información: <http://www.newsenglish.no/2014/05/18/champagne-consumption-bubbles-over/> (mayo 2014)

demanda de champagne se mantendrá llamándola la "primera opción aspiracional" en la categoría de espumosos⁶.

En el afán de exportar vino espumante, será necesario en la próxima década contemplar nuevos mercados, incluyendo a Asia.

Mientras los envíos fuera de Francia y la Unión Europea aumentaron un 3,2% (a 63 millones de botellas el año 2013), las ventas globales cayeron un 1,5%, a 304 millones, según datos del Comité Interprofesional del Vino de Champagne (CIVC)⁷. Las exportaciones a la UE disminuyeron un 3,4% hasta los 74 millones de botellas, mientras que las ventas en Francia cayeron un 2,3% a 167 millones de dólares. Asimismo, la demanda de champagne en los mercados asiáticos ha crecido vertiginosamente.

Mientras el mercado de exportación representa algo menos de la mitad del volumen vendido en la actualidad, el valor de las ventas supera el 50% del total, con precios impulsados por consumidores exigentes fuera de Francia.

"El champagne sigue el ciclo económico", comentaba el director de la asociación Champagne Bureau Reino Unido, quien indicó también que, "si nos fijamos en los envíos y las ventas de los últimos años, siempre están en alza, excepto cuando hay una crisis, y ahora se están recuperando de una muy grande."

Según la Asociación, en el último año otros mercados que figuran entre los 10 mejores destinos de exportación de champagne en el continente europeo fueron Bélgica, Italia, Australia, Suiza, España y Suecia.

Respecto de Asia, las plazas comerciales de Japón, Hong Kong y China presentan grandes oportunidades para la venta de champán, donde año a año el volumen distribuido se duplica. Aún cuando actualmente el mercado chino ronda el 1% del mercado mundial de champán, el mismo será representativo a futuro⁸.

Asimismo en continente americano, en Chile, los vinos espumantes empujarían el crecimiento del sector en el año 2014.

El presidente de *Vinos de Chile*, aseguraba que las exportaciones podrían aumentar significativamente hacia finales del año 2014, y que los mercados internacionales presentan condiciones favorables para los planes de la entidad.

Aunque la industria del vino ha ido decayendo progresivamente desde la década de los '90, cuando el crecimiento oscilaba en torno al 25% anual, los directores de *Vinos de Chile* indican que

⁶ Para mayor información: <http://www.thedrinksbusiness.com/2014/04/uk-champagne-shipments-down-5-1/> (abril 2014)

⁷ El Comité Interprofesional del Vino de Champagne (CIVC) es un cuerpo semi-pública creada bajo los auspicios del Gobierno de Francia para coordinar los intereses comunes de los viticultores y productores de Champagne. Entre sus funciones principales son la promoción y la protección de la denominación Champagne en todo el mundo.

La Oficina de Información Champagne (CIB) representa el CIVC en el Reino Unido.

⁸ Para mayor información: <http://www.bloomberg.com/news/2014-03-21/champagne-exports-are-seen-driving-demand-as-france-lags.html> (marzo 2014)

el mercado chileno presenta buenas condiciones. Las últimas cifras indican que las ventas externas de vino embotellado crecieron tanto en volumen como en precio.

En el periodo enero–abril las exportaciones aumentaron un 10%, frente a igual tramo del año anterior, y también se incrementó la venta externa de vinos espumosos, que pasaron de 758 mil litros a 1.010 mil litros, una variación de 33% en relación al mismo periodo.

3. Tendencia

El vino espumante integra tradicionalmente el consumo lujoso, y con frecuencia se asocia a acontecimientos festivos y eventos. Su demanda siempre prosperó en tiempos de bonanza económica, y registró caídas cuando hubo recesión. Actualmente, el mercado mundial de champán está en el camino de la recuperación después de sufrir un año de declive debido a la crisis económica europea.

Francia es el mayor y más antiguo productor de vino y champán en el mundo y el Reino Unido sigue siendo el principal destino de las exportaciones. Sin embargo, actualmente crecen los envíos de champanes a los mercados emergentes como China, Brasil e India, generando un fuerte crecimiento en volumen y valor.

Los factores que impulsan este fenómeno incluyen el crecimiento de los grandes patrimonios y de la población ocupada, el aumento de la penetración de Internet, y las sensibles mejoras de la situación económica en países densamente poblados.

Algunas de las tendencias y la evolución de la industria respectiva están cambiando el foco de la atención a los Estados Unidos y Asia, sin embargo, el crecimiento del mercado de champán se ve obstaculizado por una serie de factores: los altos aranceles, la escasez de uva y, también, la falsificación de bebidas.

Actualmente, el mercado mundial de champán es liderado en términos de ingresos, volumen y número de marcas fuertes (*Ruinart, Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Krug, Mercier y Dom Perignon*), por el conglomerado LVMH⁹. Entre los principales jugadores también figuran *Lanson-BCC Group, Vranken-Pommery Monopole SA, Pernod Ricard y Laurent Perrier*, entre otros¹⁰.

⁹ Louis Vuitton, mejor conocido como LVMH, es un conglomerado multinacional francés dueño de más de 60 marcas de renombre alrededor del mundo y tiene su sede en París, Francia. La compañía se formó en 1987 tras la fusión de dos grandes empresas, la casa de modas Louis Vuitton y Moët Hennessy (formada en 1971 tras fusionarse la productora de champaña: Moët & Chandon, con la casa productora de cognac: Hennessy)

¹⁰ Para mayor información: <http://technews.tmcnet.com/news/2014/09/24/8034206.htm> (septiembre 2014) y <http://www.prnewswire.co.uk/news-releases/apac-driving-champagne-market-growth-worldwide-says-a-2014-report-now-available-with-marketreportsonlinecom-275799931.html>