



# El sector del vino en España

flash sectorial

ARDAN referencias sectoriales

## Mercado

El mercado<sup>1</sup> español del vino registró un crecimiento anual negativo durante el periodo 2005-2009 de un -2%. En 2008 generó unos ingresos totales de 10.438 millones de euros.

Si se compara con otros mercados, se observa que el francés y el italiano crecieron con una tasa anual del 0,9% y del 1,1%, respectivamente, en 2005-2009.

Los volúmenes de consumo del mercado se redujeron a un ritmo de un -1,8% anual durante el periodo 2005-2009, alcanzando un total de 1.500 millones de litros en 2009.



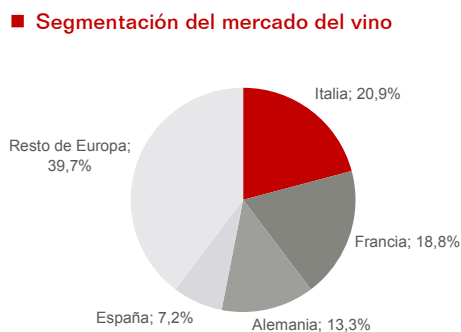
Tasa de crecimiento anual	
	Previsión
2005-2009	2009-2014
<b>-2,0%</b>	<b>-1,0%</b>

### ► Segmentación por producto

Las ventas de vino no espumoso fueron las más lucrativas del mercado español de vinos en 2009, generando el 85,7% del valor total del mercado. En comparación, las ventas de vino espumoso generaron el 10,2% de los ingresos totales del mercado.

### ► Segmentación territorial

España genera el 7,2% del valor del mercado europeo del vino. Italia supone un 20,9% del valor del mercado europeo<sup>2</sup>.



<sup>1</sup> El mercado de vinos está compuesto por champán, el vino encabezado, el vino espumoso y el vino no-espumoso.

<sup>2</sup> En lo que a este informe concierne, Europa está formada por Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Hungría, Italia, Noruega, Países Bajos, Polonia, República Checa, Reino Unido, Rumanía, Rusia, Suecia y Ucrania.



## El sector del vino en España

flash sectorial

ARDAN referencias sectoriales

### ► Previsión

Se espera que el mercado continúe desacelerándose, con una tasa de variación anual prevista del -1% durante el periodo 2009-2014.

### ► Distribución

Los establecimientos son el principal canal de distribución del mercado español del vino, ya que distribuyen el 54,8% del volumen total del mercado. Los minoristas especializados distribuyen un 15,2% del mercado.

## Análisis competitivo<sup>3</sup>

**Mercado altamente fragmentado.** Los tres participantes líderes acaparan una cuota del 3% en términos de volumen.

**Poder moderado del comprador.** El mercado minorista de alimentación y bebidas está fragmentado, lo que reduce el poder del comprador. Además los principales compradores generalmente necesitan ofrecer una amplia variedad de vinos a sus propios clientes, lo que tiende a debilitar su poder.

**Débil poder del proveedor.** Salvo que se produzca la integración hacia delante en la producción de vino el poder del proveedor en este mercado es débil, dado que la calidad de la materia prima es fundamental en este negocio, ya que el producto final está claramente influenciado por la naturaleza de las uvas utilizadas en su elaboración.

**Amenaza de sustitutos.** El vino es sensible a la amenaza de sus posibles sustitutos, como los licores, y la cerveza, debido a los bajos costes de cambio.

**Importantes barreras de entrada.** La entrada en el mercado se ve afectada por las regulaciones gubernamentales y las altas tasas de importación. Otra barrera de entrada es la necesidad de acceder a unos buenos canales de distribución.

**Fuerte competencia.** El vino es un producto altamente diferenciado. Los compradores tienen una gran variedad de vinos donde elegir con un coste de cambio bajo. Estos factores tienden a intensificar la rivalidad. Además el pobre crecimiento del mercado durante los últimos años, crea un ambiente muy competitivo en el mercado.

## Líderes

Freixenet S.A. es el participante líder del mercado español del vino, ya que supone el 1,4% del volumen del mercado. Codorniu genera el 0,9% del volumen del mercado.

<sup>3</sup> El mercado del vino se analizará tomando a los fabricantes de vino como participantes. Los compradores clave serán los minoristas y las compañías de distribución; y los proveedores clave serán los viticultores y otros productores de materias primas.



## El sector del vino en España

flash sectorial

---

ARDAN referencias sectoriales

- ▶ *Freixenet* es un productor de cava (un vino blanco espumoso) y de vinos no espumosos. La compañía opera en Alemania, Reino Unido y Estados Unidos. Consiguió unos ingresos de 244 millones de euros en 2008 registrando una subida del 8%.
- ▶ *Codorniu* es un productor de cava (un vino blanco espumoso) y de otros vinos no espumosos. La compañía produce alrededor de 60 millones de botellas de cava cada año. En 2008 generó 222 millones de euros con un incremento del 11% respecto a 2007.

En Galicia, las empresas líderes del sector fueron Vinos & Bodegas gallegas con unos ingresos en 2008 de 17 millones de euros y un incremento del 11%, Bodegas Martín Codax con 14,7 millones de euros y una caída del 3% y Bodegas Arnoya de Ourense con 14,4 millones de euros y un descenso del 27%.

-----  
Fuente: Datamonitor y ARDAN