



El mercado del vino en Rusia

iCEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Moscú

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

21 de Julio de 2020
Moscú

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

<http://rusia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 114-20-020-9

Resumen ejecutivo

1.1. Coyuntura actual

El panorama vinícola en Rusia en el año 2020 va a estar marcado por dos acontecimientos: la crisis generada por la epidemia de COVID 19 y la entrada en vigor de la Ley 468-FZ.

1. COVID y crisis económica: el cierre de todas las empresas de restauración de marzo a junio ha sido una de las medidas decretadas por el Gobierno ruso para detener el ritmo de contagios. El parón de 3 meses sin actividad ha sido un golpe duro para muchos restaurantes y ha dañado las cuentas de importadores de vinos con mucha exposición al canal on-trade, que por lo general son empresas más innovadoras, abiertas y dispuestas a trabajar con vinos de precio superiores a aquellos más enfocados al canal off-trade.
2. Ley 468-FZ de la viña y el vino, en vigor desde el 26 de junio de 2020, establece el nuevo marco regulador para un sector que en los últimos años se ha beneficiado de fuertes inversiones. Esta ley, polémica en algunos aspectos como la prohibición del uso de graneles importados para la producción de vino en Rusia, va a ser positiva para el sector vitivinícola ruso, generando estabilidad y seguridad jurídica, además de crear sistemas de apoyo a los productores rusos de vino. Esta ley no afecta de manera directa a las exportaciones de vino embotellado a Rusia, aunque a medio plazo si podría provocar la reducción de espacio para la importación de vino de gama económica si Rusia se dota de una base productiva potente. Tal es uno de los objetivos de la ley.

En el mes de julio, fecha de actualización de este estudio de mercado, cierta normalidad ha vuelto a la vida diaria de los rusos. Sin embargo, el petróleo se mantiene a precios bajos, el rublo se ha devaluado un 10% (hasta los 80 rublos/euro) y el parón económico de tres meses ha drenado liquidez de muchas familias rusas, que han reducido mucho su capacidad de consumo. Esta situación beneficia *a priori* las ventas de vinos del segmento económico (pvp inferior a 600 rublos (8 euros), en los que se posiciona una parte del vino español comercializado en Rusia.

1.2. Importaciones y situación en 2019-2020

En 2019 la Federación Rusa importó vino por valor de 1.003 millones de euros. El embotellado representa el 96% de ese valor. La importación de vino tranquilo ascendió a 870 millones de euros y la de espumoso a 191 millones.

El vino español ocupa las posiciones de cabeza del ranking, tanto en valor como en volumen. En 2019 Rusia importó de España vino tranquilo embotellado por valor de 115,9 millones de euros. España se situó en 2019 solo por detrás de Italia, Georgia y solo 300.000 euros por detrás de Francia. En volumen nuestro país ocupa la tercera posición. En 2020 las importaciones de vino van a caer respecto a 2019 debido a las turbulencias económicas derivadas del coronavirus y concretamente a la devaluación del rublo. Es posible que España supere por primera vez a Francia en el ranking de proveedores de vino embotellado en valor a la Federación rusa.

En la categoría de espumoso España ocupa una posición más modesta a pesar de su tercer lugar en el ranking, pues la popularidad del cava aún está lejos de la del champán o el prosecco. De cualquier manera, la posición de los espumosos españoles en el mercado ruso ha mejorado notablemente, pasando su valor importado de los 4,6 millones en 2015 a los 15,5 millones en 2019.

En 2019 España fue líder en la exportación de vino a granel a Rusia, aunque ésta será la categoría que previsiblemente más se resentirá en 2020 debido a la entrada en vigor de la nueva regulación del sector vitivinícola y que prohíbe utilizar la denominación “vino” para las mezclas de vinos rusos con granel importado, práctica muy frecuente en la actualidad.

1.3. Demanda y oferta

Rusia es un país con un elevado índice de consumo de alcohol per cápita, aunque éste se ha reducido notablemente en la última década. La bebida espirituosa más ampliamente consumida sigue siendo el vodka, aunque de acuerdo con el presidente del Grupo Beluga, sus ventas han caído a la mitad en los últimos 15 años. La popularidad de otras espirituosas como el whisky, ron o el brandy (categoría comercialmente estancada) es elevada.

En lo que se refiere al vino, su consumo se sitúa en torno a los 10 litros per cápita al año y se mantiene más o menos estable. 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. Según un [estudio de Deloitte de 2019](#), el vino sería la segunda bebida alcohólica más popular por detrás de la cerveza con un 59% de popularidad.

Por otro lado, un estudio de Roskachestvo publicado en julio de 2020, confirma que las ventas de vino el primer trimestre de 2020 han aumentado un 5,7% respecto al mismo período de 2019.

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, están 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 92.000 hectáreas teóricas de viñedo en explotación y el objetivo es llegar 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 algunos segmentos.

1.4. Países competidores

Los principales competidores del vino español de calidad son Francia, Italia, Georgia y Nuevo Mundo, principalmente Chile. Otros países como Sudáfrica, Argentina, Alemania, Austria o, especialmente Portugal, también tienen posiciones sólidas en Rusia. Es necesario destacar el buen comportamiento de los vinos lusos en este mercado gracias a una promoción muy bien dirigida y a la buena relación calidad-precio de sus vinos. En lo que respecta a los vinos franceses, la tradición y la imagen de 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 algo más elevados que los italianos y bastante más que los españoles, aunque su posicionamiento como producto de calidad también es más sólido. El punto débil de los vinos franceses es la falta de vinos de gama económica de buena calidad. El caso de Italia es interesante porque el fortísimo apoyo que le presta su gastronomía, una de las más populares en Rusia, les permite posicionar muy bien sus vinos en las cartas de restaurantes e indirectamente, en la distribución minorista. De hecho, Italia vende bastante más vino en Rusia que Francia (93 millones de litros frente a 50). En espumoso Italia (59,7 millones de litros) también está muy por delante de Francia (14,5 millones).

Un caso parecido al italiano es el de Georgia, país que se ha convertido en 5 años en un destino turístico importante y cuyos vinos se apoyan en una potente gastronomía en Rusia.

1.5. 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 Rusia existen aproximadamente 60 empresas importadoras de vino que cuentan con redes de distribución en todo el país y que trabajan en condiciones de exclusividad. Los importadores regionales son muy raros.

Los importadores clásicos (Simple, Luding, Alianta, Fort, DP-Trade, Marine Express, MBG) llevan operando en el mercado entre 20 y 30 años y comercializan vinos de todas las gamas y en todos los canales por lo general, aunque siempre hay especializaciones.

En los últimos 10-15 años ha aparecido una nueva generación de empresas importadores (Vinoterra, Grape, Wine Discovery, L-Wine, Real Authentic Wine) a quienes se debe una apertura de la oferta y la demanda de vino según parámetros más modernos: popularización de nuevas regiones productoras poco conocidas, nuevos estilos de vino, innovación en la forma de comunicación con el consumidor, etc.

También hay importadores que proceden del sector de los destilados, bien fabricantes (Beluga, Ladoga) o distribuidores (AST).

En la distribución minorista, aunque algunos importadores cuentan con sus propias tiendas (SimpleWine, WineLab, Vinissimo), controlando toda la cadena desde la importación hasta la venta al detalle, existen distribuidores de venta al detalle que también importan directamente: Aromatny Mir, Otdokhni, Krasnoe Beloe, Drinks, Bristol).

Sin embargo, ha aumentado mucho el peso de los llamados “importadores técnicos”, empresas de logística que importan y cobran por el servicio. Casi todos los grandes operadores del sector del retail trabajan con importadores técnicos para gestionar sus portafolios de vino importado, aunque algunas como Metro, Magnit o Azbuka Vkusa importan directamente sin la intermediación de aquellos.

1.6. 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 pues el peso de la burocracia de importación va a cargo del importador ruso. Sin embargo, el exportador debe ser cuidadoso en la documentación de los envíos porque cualquier error o inexactitud puede suponer un problema para el desaduanaje de la mercancía.



1.7. Posicionamiento del vino español

El vino español tiene un buen posicionamiento en Rusia y ha mejorado mucho en los últimos años, siendo un producto conocido entre los importadores y asociado a un producto de buena relación precio-calidad.

A favor del vino español jugó la devaluación del rublo de 2014, que obligó a consumidores de rentas medias o incluso medias-altas de Moscú o San Petersburgo a buscar mejores relaciones de calidad-precio, siendo este el principal gancho para la compra y de fidelización al producto.

También es importante la ampliación de la gama de vinos españoles comercializados en Rusia. Si hace solo siete años era difícil ver vinos de regiones menos conocidas, en la actualidad se pueden encontrar fácilmente en muchas tiendas de Moscú caldos de Manchuela, Ribeira Sacra, Navarra, Valdeorras, Calatayud, Empordá, Alicante, Jumilla, Utiel-Requena o Campo de Borja.

Seguramente la popularidad de España como destino turístico entre los ciudadanos rusos haya contribuido a esto en cierta medida.

Por todo ello, es posible aventurar que la demanda de vinos de nuestro país en la Federación Rusa se va a mantener en un nivel elevado en los próximos años, al igual que el nivel de aprecio por los consumidores rusos. El segmento de vinos económicos en Rusia seguirá presentando oportunidades a medio 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 ya se adelanta, sin detallar en la ley que acaba de ser aprobada.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

