



ESTUDIO
DE MERCADO

2021



El mercado del vino en Países Bajos

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

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

27 de agosto de 2021
La Haya

Este estudio ha sido realizado por
Ana de Ondarza y Miguel Arroyo

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

<http://paiseshijos.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-21-009-9

Índice

| | |
|---|----|
| 1. Resumen ejecutivo | 5 |
| 2. Definición del sector | 8 |
| 2.1. Delimitación del sector | 8 |
| 2.2. Clasificación Arancelaria | 9 |
| 2.3. Regímenes de calidad | 9 |
| 3. Oferta – Análisis de competidores | 12 |
| 3.1. Factores demográficos | 12 |
| 3.1.1. Factores sociodemográficos | 12 |
| 3.1.2. Factores económicos | 13 |
| 3.2. Tamaño del mercado | 13 |
| 3.3. Producción local | 15 |
| 3.4. Exportaciones | 16 |
| 3.5. Importaciones | 17 |
| 3.5.1. Importaciones por valor, principales socios y productos importados | 21 |
| 3.5.2. Importaciones por volumen, principales socios y productos importados | 24 |
| 3.5.3. Vinos espumosos | 27 |
| 3.5.4. Vinos embotellados ≤ 2 litros | 30 |
| 3.5.5. Vinos embotellados entre 2 y 10 litros | 33 |
| 3.5.6. Vinos a granel | 36 |
| 3.6. Vinos españoles con DOP en Países Bajos | 38 |
| 3.7. Principales marcas con presencia en el mercado | 43 |
| 4. Demanda | 46 |
| 4.1. Perfil del consumidor | 46 |
| 4.2. Comportamiento del consumidor | 47 |
| 4.3. Evolución de la demanda | 49 |
| 4.3.1. Categorías de vino | 49 |
| 4.3.2. Previsiones de ventas | 53 |
| 4.4. Formato de venta | 54 |
| 4.5. Impacto del COVID-19 en el mercado | 55 |
| 4.6. Ventas por tipo de uva | 55 |
| 5. Precios | 57 |
| 5.1. Ventas y precios | 57 |
| 5.2. Impuestos | 57 |
| 6. Percepción del producto español | 59 |



| | |
|---|-----------|
| 7. Canales de distribución | 61 |
| 7.1. Principales infraestructuras | 61 |
| 7.1.1. Canales marítimos | 61 |
| 7.1.2. Canales aéreos | 61 |
| 7.1.3. Canales terrestres | 62 |
| 7.2. Canales de distribución | 62 |
| 7.3. Canales off-trade | 64 |
| 7.3.1. Supermercados | 65 |
| 7.3.2. Licorerías | 66 |
| 7.4. Canal online | 66 |
| 8. Acceso al mercado - Barreras | 69 |
| 8.1. Envases y embalajes | 69 |
| 8.2. Etiquetado | 71 |
| 9. Perspectivas del sector | 72 |
| 10. Oportunidades | 74 |
| 10.1. Innovaciones en los envases y embalajes | 74 |
| 10.2. Vino con baja graduación o sin alcohol | 74 |
| 10.3. Adaptación de la gama de productos por precio | 75 |
| 10.4. Adaptación de la gama de productos a los gustos locales | 75 |
| 11. Recomendaciones para el exportador | 76 |
| 12. Información práctica | 77 |
| 12.1. Ferias profesionales | 77 |
| 12.2. Publicaciones del sector | 79 |
| 12.3. Páginas web | 81 |
| 12.4. Asociaciones | 82 |
| 12.5. Otros actores de interés | 82 |

1. Resumen ejecutivo

El presente estudio analiza el sector del vino en Países Bajos, entendiendo como vino tanto los vinos de uvas frescas como los mostos de uva. Las clasificaciones analizadas son vinos tranquilos, espumosos y fortificados.

En 2020, el [mercado del vino](#) en Países Bajos alcanzó los **4.305 millones de euros**, con un volumen total de **342,3 millones de litros**. Las ventas han caído en valor (-11,6%), mientras que solo han descendido ligeramente en volumen (-1,9%) respecto a 2019 a causa del impacto de las restricciones por la pandemia en la hostelería, desplazando las ventas al canal *off-trade* con un menor precio medio. La tendencia desde 2015 sigue siendo la disminución del consumo en volumen, pero un crecimiento constante del valor de ventas.

Para 2021, se espera un nivel de ventas en volumen y valor similar al nivel de 2020, y a partir de este año, un progresivo crecimiento del mercado.

La producción neerlandesa de vino es escasa, debido mayoritariamente al clima, por lo que prácticamente la totalidad de los vinos consumidos en Países Bajos provienen de otros países. En cuanto al valor, **las importaciones de vino continúan creciendo** año tras año. En 2020, el valor de las importaciones de vino alcanzó los **1.298 millones de euros** (un 15,4% más que en 2016), y los **452 millones de litros** (un 3,7% más que en 2016). Por otro lado, las exportaciones de vino han crecido un 24% en 2020 hasta los **384 millones de euros**, siendo estas principalmente reexportaciones.

Por categorías, los vinos tranquilos y fortificados embotellados fueron los más **importados** por los neerlandeses, alcanzando un valor de más de 1.113 millones de euros en 2020. Por otro lado, el vino espumoso viene registrando un fuerte aumento en los últimos años, con un aumento del 59,50% del valor de importaciones entre 2016 y 2020. Los vinos embotellados de menos de dos litros son líderes en las importaciones totales neerlandesas tanto en valor como en volumen. En cambio, las importaciones de vino a granel continúan descendiendo como en los años anteriores.

Las importaciones de vino proceden principalmente de la Unión Europea, liderando **Francia**, seguida de Italia, Alemania y España. Entre los países extracomunitarios se encuentra Chile, Reino Unido y Australia. Países Bajos es un mercado muy relevante para los vinos españoles, donde gozan de un buen posicionamiento y una percepción de calidad por parte de sus consumidores. En 2020, el 12% de las importaciones de vino, tanto en volumen como en valor, eran de procedencia española. España se posiciona como el **cuarto proveedor** de vino de Países Bajos.



Se observa una tendencia alcista en las importaciones de vino: Francia, Italia, Alemania y España, los principales proveedores, han aumentado su presencia en 2020. Alemania se posiciona como segundo proveedor en volumen y tercero en valor, al contrario que Italia, que se sitúa como segundo en valor y tercero en volumen con un mayor precio medio. El valor de las importaciones españolas creció un 15% en 2020, mientras que el volumen lo hizo un 16%.

En Países Bajos, los vinos más consumidos fueron los vinos tranquilos (94%), seguidos de los vinos fortificados (2,9%) y por últimos los vinos espumosos (2,3%). En los últimos años, las ventas en las categorías de vinos espumosos han ido aumentando, mientras que las de los vinos tranquilos y fortificados han disminuido en volumen. Los productos que han experimentado un mayor crecimiento son los vinos blancos y rosados, tanto con indicaciones geográficas protegidas (IGP) como con denominaciones de origen protegidas (DOP), y en detrimento del tinto.

En cuanto al volumen total de venta de vinos españoles con DOP en Países Bajos en 2019, el líder es **Jerez**, con aproximadamente 4 millones de litros vendidos en el periodo de 2018-19, seguido por Cava (3,9 millones), Rioja (3,7 millones), Rueda (2,2 millones), Valdepeñas (1,7 millones), Utiel-Requena (1,3 millones) y La Mancha (1,2 millones).

Las previsiones para el periodo 2020-2025 apuntan a un **crecimiento de las ventas** de vinos en Países Bajos tanto en volumen como en valor, tras la bajada causada por la pandemia del Covid-19. Aumentará previsiblemente el volumen de ventas de vino blanco y rosado en detrimento del vino tinto. Los vinos espumosos experimentarán también un ligero crecimiento. Los importadores de vino prevén que los **vinos ecológicos** consigan consolidar un segmento importante de la comercialización del vino en los próximos 5 años. Las previsiones se basan en un aumento significativo de la demanda de este tipo de vinos por parte de las tiendas especializadas, supermercados y las empresas de catering.

El canal de **distribución** más importante para el vino es el **supermercado**. Las cadenas de supermercados ofertan cientos de marcas y la fuerte competencia y nivel de saturación desorienta a los consumidores, que optan por marcas ya conocidas o por marcas de distribuidor que conocen y en las cuales confían. Las marcas de distribuidor tienen un gran peso en el mercado neerlandés, siendo líderes en términos de venta por volumen total.

Respecto al consumo de alcohol puro en Países Bajos en 2019, alcanzó los 2,4 litros por habitante. La cerveza es la bebida con alcohol que más se consume en el país, con 3,32 litros y las bebidas espirituosas alcanzan los 1,14 litros por persona. De media los hogares en Países Bajos gastan aproximadamente 250 euros al año en vino.

Entre los principales comportamientos de consumo de vino en Países Bajos destaca que el vino **se consume principalmente en los hogares**. El formato de venta más consumido es la **botella tradicional de vidrio de 750 ml**.

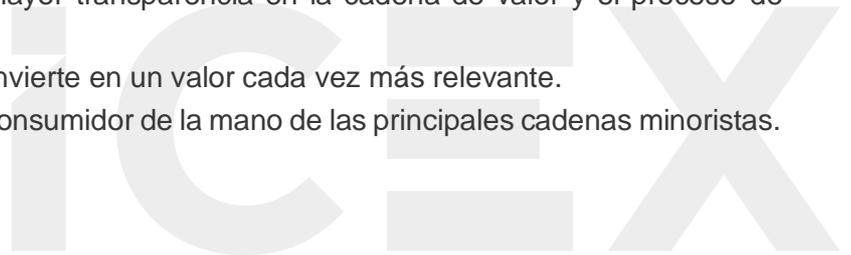


La mayoría de las compras de vino se realizan en los **supermercados**, siendo los factores de fácil accesibilidad y precios competitivos decisivos en la decisión de compra consumidor. En cuanto al tipo de vino, alrededor del 80% de las ventas de vinos tintos, blancos y rosados en el año 2020 correspondieron a vinos con un precio inferior a 4,5€.

Las ventas **online** de vino aumentaron durante 2020 debido a la situación pandémica, representando este canal el 10% de las ventas en volumen en Países Bajos durante el año.

Entre las **principales tendencias y perspectivas** observadas en el mercado neerlandés, destacan las siguientes:

- Menor consumo de bebidas con alta graduación alcohólica.
- Mayor demanda de productos de origen orgánico o con certificación ecológica.
- Mayor demanda de vinos con un menor contenido en azúcar.
- Aumento progresivo de la compra de vino a través de canales on-line.
- El consumidor demanda una mayor transparencia en la cadena de valor y el proceso de producción.
- La certificación de origen se convierte en un valor cada vez más relevante.
- Sofisticación de los gustos del consumidor de la mano de las principales cadenas minoristas.



2. Definición del sector

2.1. Delimitación del sector

El presente estudio analiza el sector del vino en Países Bajos.

Se entiende por vino “la bebida resultante exclusivamente de la fermentación alcohólica parcial o total de uvas frescas, trituradas o no, o de mosto de uva. Su contenido alcohólico real no puede ser inferior al 8,5% vol. No obstante, teniendo en cuenta el clima, el suelo, la variedad de vid, los factores cualitativos especiales o las tradiciones propias de determinados viñedos, la graduación alcohólica total mínima puede reducirse al 7% vol. por la legislación particular de cada región en la cual se ha producido”, según el Código Internacional de prácticas enológicas de 2021 de la Organización Internacional de la Viña y el Vino ([OIV](#)).

Según esta misma organización, los vinos se pueden clasificar según su contenido en azúcares como:

1. Seco (cuando el vino contiene un máximo de 4 g/l de azúcar o 9 g/l cuando el nivel de acidez total no es más de 2 g/l menos que el contenido de azúcar),
2. Semi seco (cuando el contenido de azúcar del vino sea superior a los 12 g/l o 18 g/l),
3. Semi dulce (cuando el contenido de azúcar del vino sea superior al especificado en el segundo punto, hasta un máximo de 45 g/l),
4. Dulce (cuando el vino tenga un contenido mínimo de azúcar de 45 g/l).

Por otro lado, según su contenido en dióxido de carbono se puede clasificar como:

1. Espumoso (cuando esta concentración sea igual o superior a 3 g/l y menor o igual a 5 g/l a 20 °C),
2. Tranquilo o *still* (cuando la concentración de dióxido de carbono es inferior a 4 g/l a 20 °C).

Para la realización del estudio se han tenido en cuenta las siguientes categorías:

- Mosto: producto líquido obtenido a partir de uvas frescas, ya sea de forma espontánea o mediante procesos físicos tales como: triturado, despallado de uvas o uvas, escurrido, prensado.
- Vinos tranquilos o *still*: son los vinos que no pasan por una segunda fermentación alcohólica en botella, fermentación biológica, o métodos de elaboración especial, se pueden diferenciar por el color (blanco, tinto y rosado), por su contenido en azúcar, por la concentración de gas carbónico, el tiempo de crianza en barrica o botella, y su método de elaboración.

- Vinos espumosos: son los vinos que contienen dióxido de carbono de forma natural debido a una segunda fermentación. Esta fermentación debe tener como mínimo un periodo de 90 días.
- Vino encabezado, fortificado o generoso: son los vinos que, en su elaboración, incorporan procesos especiales para aumentar su graduación alcohólica. Producidos con variedades selectas de uvas y cuya graduación alcohólica está comprendida entre 14º y 23º.

2.2. Clasificación Arancelaria

Para su clasificación arancelaria se ha utilizado la nomenclatura del Sistema Armonizado, de acuerdo con la nomenclatura TARIC que se encuentra definido bajo la partida arancelaria 2204. A continuación, en la siguiente tabla podemos ver la clasificación de este producto en detalle.

| Código Arancelario | Definición |
|--------------------|--|
| 2204 | Vino de uvas frescas, incluidos vino fortificado; mosto de uva exceptuando la partida de 2009. |
| 220410 | Vino espumoso y otros vinos; mosto con fermentación detenida por la adición del alcohol. |
| 220421 | Vino de uva (excepto espumoso); mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2L. |
| 220422 | Vino de uvas frescas, incl. encabezado; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol, en recipientes con capacidad mayor o igual a 2L y menor de 10L. |
| 220429 | Vino de uva en recipientes con capacidad superior a 2L (excepto vino espumoso); mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiéndole alcohol, en recipientes con capacidad superior a 2L. |
| 220430 | Mostos de uva (excepto los "apagados" con alcohol y los incluidos en la partida 2009). |

Elaboración propia a partir de datos de la [Comisión Europea](#).

2.3. Regímenes de calidad

Países Bajos es uno de los países miembros de la Unión Europea, en la cual existen diversos reglamentos que establecen que, si un producto alimentario tiene un origen geográfico específico, una reputación, una cualidad determinada u otras características atribuibles fundamentalmente a su origen, este puede protegerse mediante regímenes de calidad:

1. Las indicaciones geográficas comprenden:
 - DOP – Denominación de Origen Protegida (alimentos y vinos)
 - IGP – Indicación Geográfica Protegida (alimentos y vinos)
 - IG – [Indicación Geográfica](#) (bebidas espirituosas y vinos aromatizados).
2. ETG - La Especialidad Tradicional Garantizada (productos agrícolas y alimenticios).
3. Protección de los productos: Como parte del sistema de la UE de derechos de propiedad intelectual (DPI), los nombres de los productos registrados como IG están jurídicamente protegidos contra las imitaciones y los abusos dentro de la UE y en países no pertenecientes a la UE en los que se haya firmado un acuerdo de protección específico.

Estas denominaciones e indicaciones están reconocidas como propiedad intelectual por la EUIPO y tienen como objetivo proteger los nombres y marcas de estos productos, promoviendo las características únicas del producto vinculadas a su origen geográfico y a la forma de elaboración.

En la siguiente tabla se pueden encontrar los detalles de los regímenes de calidad:

Denominación de origen protegida (DOP)



Todas las etapas del proceso de producción, transformación y preparación deben tener lugar en la región específica. En el caso de los vinos, esto significa que las uvas deben proceder exclusivamente de la zona geográfica en la que se elabora el vino. La etiqueta es opcional para los vinos.

Indicaciones geográficas protegidas (IGP)



Para la mayoría de los productos, al menos una de las fases de producción, transformación o elaboración debe tener lugar en esa región. En el caso de los vinos, esto significa que al menos un 85% de las uvas utilizadas deben proceder exclusivamente de la zona geográfica en la que se elabora realmente el vino.

Indicaciones
geográficas (IG) de
bebidas espirituosas y
vinos armonizados



Para la mayoría de los productos, al menos una de las fases de destilación o elaboración debe tener lugar en esa región. Sin embargo, no es necesario que las materias primas procedan de la región.

Especialidad tradicional
garantizada



Las especialidades tradicionales garantizadas (ETG) destacan los aspectos tradicionales de un producto, como su elaboración o composición, sin estar vinculadas a una zona geográfica específica. El registro de un producto como ETG protege contra su falsificación y uso indebido.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [la Comisión Europea](#).

[eAmbrosia](#) es el registro de indicaciones geográficas de la UE, en el cual a junio de 2021 hay un total de 3.773 denominaciones e indicaciones de calidad, (frente a unas 3.320 un año antes) de las cuales 402 tienen origen español y 34 neerlandesas. De estas 402 denominaciones el 37,4% corresponden a vinos, el 57,4% están dentro de la categoría de alimentos y un 4,9% a otras bebidas y licores.

Según un estudio de la Comisión Europea (abril 2020), los productos agroalimentarios y las bebidas cuyas denominaciones están protegidas por la Unión Europea mediante indicaciones geográficas (IG) representan un volumen de ventas de 74.760 millones de euros. Además, más de una quinta parte de esta cantidad procede de [exportaciones](#) a terceros países.

Según este mismo estudio, las indicaciones geográficas y las especialidades tradicionales garantizadas representaron conjuntamente un valor estimado de facturación de 77.150 millones de euros, lo que representa el 7% del valor total de las ventas del sector europeo de la alimentación y las bebidas, estimado en 1.101 millones de euros en 2017 (último dato disponible en el mencionado estudio).

De esta cantidad, casi la mitad procedía del vino (39.400 millones de euros), el 35% de productos agrícolas y alimentarios (27.340 millones de euros) y el 13% de las bebidas espirituosas (10.350 millones de euros).

3. Oferta – Análisis de competidores

3.1. Factores demográficos

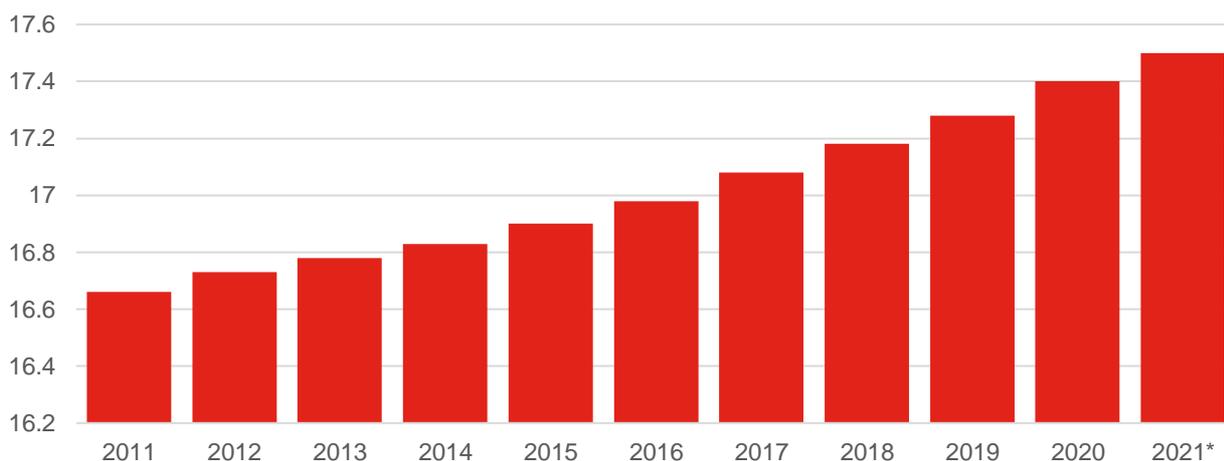
3.1.1. Factores sociodemográficos

Países Bajos cuenta en 2021 con una población de 17,5 millones de personas, siendo uno de los países europeos con mayor densidad, 508 habitantes/km². Su extensión es de 42.000Km² e incluye también las islas caribeñas de Bonaire, Saba y San Eustaquio.

En cuanto a las características de la población, en los primeros años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, esta creció relativamente rápido y, posteriormente, la población ha ido creciendo de forma más moderada. Actualmente, Países Bajos cuenta con una población cada vez más envejecida, propia de los países desarrollados.

La pirámide poblacional, según el [CBS](#), tiene forma regresiva en la base y la punta, siendo la media de edad de 43,6 años y estos el grupo poblacional más grande. Es necesario mencionar también, el aumento de los hogares unipersonales ligado al incremento en el número de divorcios en los últimos años.

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN PAÍSES BAJOS EN EL PERÍODO 2011-2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [CBS](#).

En cuanto a sus [principales ciudades](#), la capital de Países Bajos es Ámsterdam (872.757 habitantes en enero de 2021), mientras que la sede del Gobierno está en La Haya (545.838). Las otras



ciudades más importantes del país en función de su número de habitantes son Róterdam (651.157 habitantes), Utrecht (357.597), y Eindhoven (234.394).

El idioma oficial es el neerlandés, aunque gran parte de su población habla con fluidez inglés. Países Bajos es el país de habla no inglesa cuya población habla en mayor medida esta lengua. Existe libertad de culto; predominan quienes no practican ninguna religión (53%), seguidos de católicos (20%), protestantes (15%) y musulmanes (5%).

3.1.2. Factores económicos

En 2020 el PIB nominal alcanzó 800.095 millones de euros, descendiendo un (-3,8%) respecto al año anterior, y situándose en la quinta posición dentro de la Unión Europea (sin contar a Reino Unido). El [PIB per cápita](#) descendió ligeramente hasta los 45.870€ situándose en la cuarta posición UE por detrás de Luxemburgo, Irlanda y Dinamarca.

El índice de Gini de Países Bajos, que mide el distanciamiento entre las rentas más altas y bajas de cada país, se situó en el 28,1 en 2018, último dato disponible, muy próximo a la media comunitaria según el [Banco Mundial](#).

La tasa de desempleo ascendió a 3,8% en 2020, un 0,7% mayor que el año anterior como consecuencia de la crisis de la COVID-19, pero con tendencia a la baja en 2021.

La inflación en 2020 (índice armonizado) fue de 1,1% frente al 2,7% del año anterior.

Países Bajos se encuentra en el puesto número 42 de la clasificación “Doing Business” del Banco Mundial, que compara las regulaciones para hacer negocios en 190 economías mundiales (*Ease of doing business ranking*; España figura en el puesto 30).

3.2. Tamaño del mercado

En 2020, el mercado del vino en Países Bajos alcanzó un valor de 4.305 millones de euros, con un volumen total de 342,3 millones de litros. Las cifras han disminuido respecto a 2019 en un -11,6%, y un -2% en volumen. Esta bajada ha sido consecuencia directa de la crisis de la pandemia COVID-19 del año 2020 que ha cambiado los patrones de consumo y comportamiento, especialmente importante durante los meses de cierre de la hostelería (marzo - mayo y octubre - diciembre). Sin embargo, se espera que el mercado vuelva a crecer anualmente un 8,34%, según datos de [Statista](#).

Los pronósticos para los próximos años son positivos. Se prevé para 2021 una recuperación del sector moderada y para 2022 un crecimiento muy pronunciado alcanzando un 13,4% en valor y un 3,1% en volumen.



Actualmente, el consumo medio anual per cápita en Países Bajos se sitúa en 19,79L en 2020 con 252,80€ de gasto medio por persona.

La producción nacional de vino neerlandesa es escasa, aunque va creciendo de forma gradual desde 1990. Hay en la actualidad aproximadamente 170 viñedos, que [producen](#) alrededor de un millón de botellas al año. La mayoría de los vinos consumidos en el país son de importación, y la escasa producción local se consume en el propio país.

La balanza comercial del sector del vino en Países Bajos es, por tanto, deficitaria tanto en volumen como en valor, como se estudiará en los siguientes apartados. Países Bajos en 2020 exportó vino por un valor de 384,1 millones de euros, con un aumento de un 40,2 % respecto a 2016.

BALANZA COMERCIAL NEERLANDESA DE VINO (2204) (MILLONES DE EUROS)

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. 16-20 |
|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|
| Importación | 1.124,88 | 1.138,36 | 1.168,56 | 1.193,19 | 1.298,16 | 15,4% |
| Exportación | 273,88 | 289,80 | 321,44 | 310,70 | 384,17 | 40,2% |
| Saldo | -851,00 | -848,55 | -847,12 | -882,48 | -913,99 | |

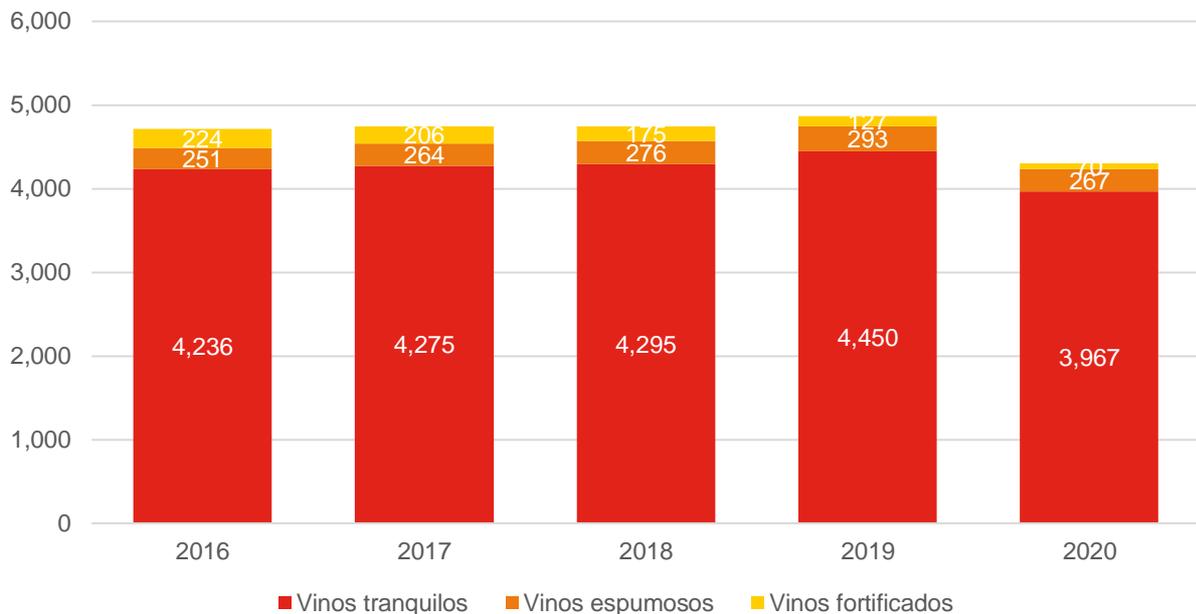
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [TradeMap](#)

Las exportaciones del país corresponden principalmente a reexportaciones de productos provenientes de otros países, como por ejemplo Francia e Italia, ya que la reducida producción nacional se consume en el propio país.

Los principales mercados de exportación en 2020 fueron Noruega, Reino Unido, Bélgica, Alemania y Japón, por orden de importancia.

En Países Bajos, los vinos más consumidos en 2020 fueron los vinos tranquilos, 92,14%, seguido de los vinos espumosos, 6,2%, y los vinos fortificados, 1,6%. Si comparamos este dato con los años anteriores, se observa que hay una tendencia a la baja en el consumo de vinos fortificados frente al aumento del consumo de las otras dos categorías. La siguiente gráfica ofrece la evolución del consumo de las 3 principales categorías de vino consumido en Países Bajos.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE VINO EN PAÍSES BAJOS 2016-20 (MILLONES DE EUROS)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Statista](#)

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, el año 2020 se puede ver el efecto directo de la crisis de la pandemia del COVID-19 que ha llevado a un menor consumo de vino en todas categorías como consecuencia del cierre de la hostería durante varios meses.

3.3. Producción local

En comparación con otros países de la Unión Europea como Italia, Francia o España, la producción del vino local es escasa. Los viñedos neerlandeses producen alrededor de un millón de botellas al año, destinadas al consumo local. Sin embargo, aunque la propia producción es mínima comparada con otros países, el país tiene cierta tradición vinícola, especialmente en la zona de la ciudad de Maastricht y alrededores. Desde 1990 se ha incrementado la producción nacional de vino y en la actualidad cuenta con aproximadamente 170 viñedos.

En los últimos años, la superficie dedicada a los viñedos ha pasado de 80 hectáreas a 240. Entre 2003 y 2017, la superficie de uva aumentó en un promedio de 9 hectáreas anuales. El territorio cultivado se concentra principalmente en las provincias de Limburg y Gelderland. También Noord-Brabant se ha convertido en una provincia vinícola en los últimos años.

Todo este crecimiento es debido al desarrollo de nuevas variedades de uva con mayor resistencia a las enfermedades fúngicas, como Johanniter, Solaris, Sauvignier Gris, Cabernet Blanc, Cabernet Cortis, Pinotin y Regent.

Dos tercios del vino que se produce en los Países Bajos es blanco. Además, los vinos neerlandeses, ya sean de variedades tradicionales o nuevas, se [caracterizan](#) por una alta acidez.

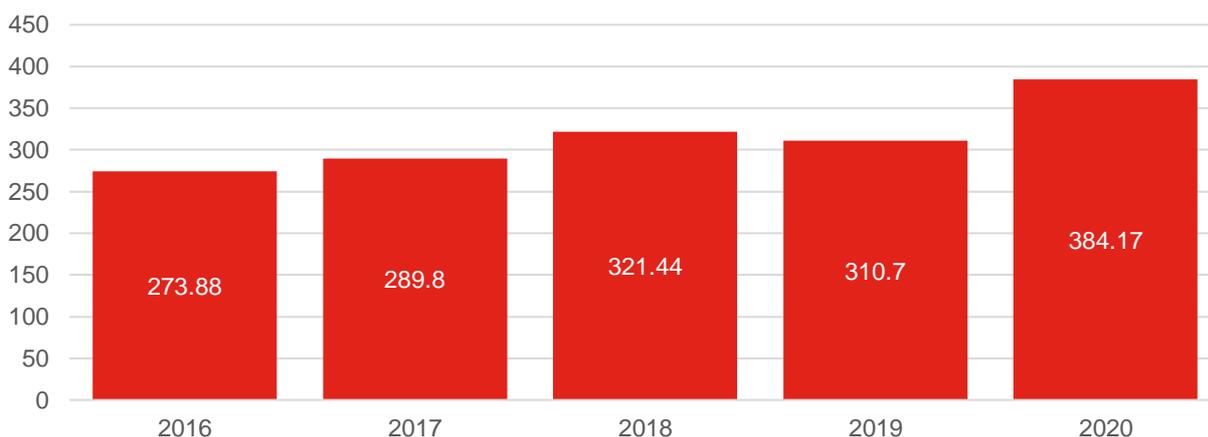
Wageningen University & Research indicó en un informe del año 2020 basado en una encuesta realizada a nivel nacional que solo el 2% de los consumidores neerlandeses prefiere comprar vino producido en su propio país.

En la actualidad, según los últimos datos disponibles aproximadamente de las 100 bodegas comercializadoras que existen en Países Bajos, solo 7 producen producto biológico (7%). El vino con certificación biológica [supone](#) menos del 0,3% del consumo anual del país.

3.4. Exportaciones

Las exportaciones de vino de Países Bajos en 2020 ascendieron a 384,17 millones de euros, siguiendo de esta forma con la tendencia de crecimiento de los últimos años. La mayoría de estas exportaciones son reexportaciones de vinos provenientes de sus principales socios. El crecimiento de los últimos 5 años ha sido del 40,26%. En 2020, las exportaciones crecieron un 24%.

EXPORTACIONES DE PAÍSES BAJOS EN MILLONES DE EUROS (2016-2020)

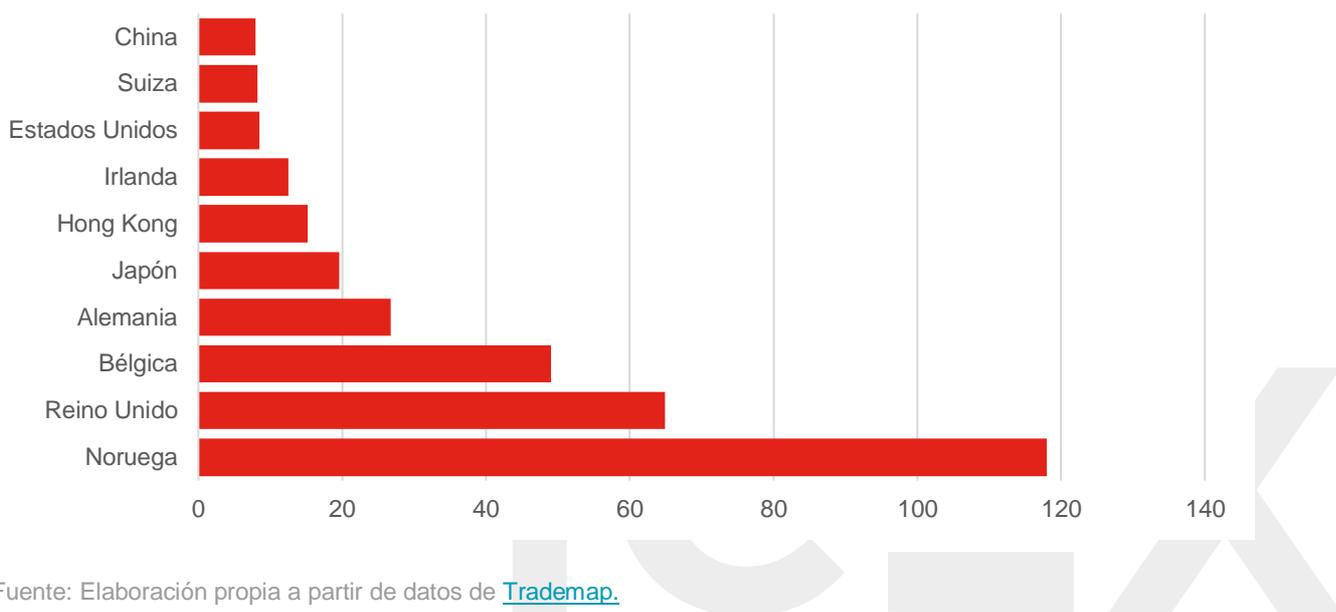


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

Los principales destinos de las exportaciones de vino neerlandesas en 2020 han sido países de Europa y Asia, como se puede apreciar en la siguiente gráfica. El primer destino fue Noruega seguido por Reino Unido, sobrepasando de esta manera a Bélgica que había ocupado la segunda

posición el año anterior. Otros destinos frecuentes son: Alemania; Japón; Hong Kong, Irlanda; Estados Unidos; Suiza y China.

VALOR DE LAS EXPORTACIONES DE VINO (2204) NEERLANDESAS (2020, MILL. EUR)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](https://www.trademapp.com/).

La localización geográfica estratégica de Países Bajos y su altamente desarrollada infraestructura de transporte y logística favorecen el papel que desempeña el país en la distribución internacional de mercancías.

3.5. Importaciones

En el año 2020 el valor de las importaciones de vino alcanzó más de 1.298 millones de euros, de nuevo siguiendo con la tendencia de crecimiento de los últimos 5 años, que aumentó en un 15,4% frente a 2016. Respecto al año anterior, las importaciones crecieron en 2020 un 8,7%.

La siguiente gráfica ofrece la evolución de los últimos 5 años.

EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE IMPORTACIONES EN MILLONES DE EUROS EN 2020



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

En la siguiente tabla se puede observar la evolución de las importaciones de vino por categorías en valor durante el periodo 2016-2020.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDEASAS DE VINO (MILLONES DE EUROS)

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. 16-20 | Var. 19-20 |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|--------------|
| Vino espumoso (220410) | 85,87 | 92,21 | 118,68 | 121,39 | 136,98 | 59,50% | 12,80% |
| Vino tranquilo y fortificado | | | | | | | |
| Embotellado (< 2 L) (220421) | 970,71 | 982,43 | 987,34 | 1.002,84 | 1.097,74 | 13,00% | 9,40% |
| Embotellado (2-10 L) (220422) | 0,00 | 7,00 | 10,49 | 18,33 | 16,72 | 138,80%* | -8,70% |
| Granel (220429) | 65,79 | 55,18 | 50,46 | 48,98 | 44,57 | -32,20% | -9,00% |
| Mostos de uva (220430) | 2,40 | 1,50 | 1,58 | 1,63 | 2,13 | -11,20% | 30,60% |
| Total | 1.124,88 | 1.138,36 | 1.168,56 | 1.193,19 | 1.298,16 | 15,40% | 8,70% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#). *variación 2017/2020

Las importaciones neerlandesas de vino aumentaron un 15,40% en valor entre 2016 y 2020, y un 8,70% solamente durante el último año.

La categoría de vinos tranquilos y fortificados embotellados de menos de 2 litros son los más demandados. Esta alcanzó en 2020 un valor total de 1.097 millones de euros, creciendo respecto al año anterior un 9,4%, y con una variación en el periodo 2016-2020 del 13%.

El grupo que ha experimentado un mayor crecimiento en los últimos 5 años son los vinos tranquilos y fortificados de entre 2 a 10 litros con un crecimiento del 138%. Sin embargo, su importancia en valor es relativamente pequeña dentro del total de las importaciones, con cerca de 17 millones de euros en 2020. Hay que destacar también los vinos espumosos, que han alcanzado en 2020 los 136 millones de euros en valor, creciendo un 12,8% respecto a 2019, y 59% respecto a 2016.

Finalmente, el vino a granel y los mostos de uva son dos categorías cuyo consumo ha ido disminuyendo en los últimos años, siendo el más destacado el vino a granel con una bajada del 32,2% en los últimos 5 años.

A continuación, se puede observar la evolución de las importaciones de vino según el volumen en el periodo 2016-2020:

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO (MILLONES DE LITROS)

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. 16-20 | Var. 19-20 |
|-------------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| Vino espumoso (220410) | 11,22 | 12,66 | 17,85 | 18,69 | 19,75 | 76,00% | 5,60% |
| Vino tranquilo y fortificado | | | | | | | |
| Embotellado (< 2 L) (220421) | 354,28 | 358,95 | 341,66 | 342,33 | 379,27 | 7,00% | 10,70% |
| Embotellado (2-10 L) (220422) | 0,00 | 4,25 | 6,95 | 11,90 | 12,17 | 186,00% | 2,20% |
| Granel (220429) | 69,45 | 55,51 | 44,39 | 38,55 | 39,84 | -42,60% | 3,30% |
| Mostos de uva (220430) | 0,60 | 0,30 | 0,30 | 0,40 | 0,70 | 16,60% | 75,00% |
| Total | 435,5 | 431,70 | 411,25 | 412,12 | 451,75 | 3,70% | 9,60% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](https://www.trademapp.com/).

Si bien las importaciones totales de vino, en términos de volumen, disminuyeron entre 2016 y 2019 en un 5,3%, pasando de 435,5 millones de litros en 2016 a 412,1 millones de litros en 2019, en 2020 ha cambiado esta tendencia alcanzando los 451,75 millones de litros, un crecimiento respecto al año anterior del 3,7%. Este crecimiento es del 9,6% respecto a 2016.

Según se aprecia en la tabla anterior los vinos embotellados de menos de 2 litros son líderes en las importaciones totales neerlandesas, ya que representan el 84% del total de vinos importados en volumen. Estos vinos han crecido en los últimos 5 años en un 7% respecto a 2016. El crecimiento más importante ha tenido lugar el último año con un 10,7%.

Los vinos espumosos también han experimentado un crecimiento importante estos últimos 5 años creciendo un 76%, lo que refleja un aumento en su popularidad en el país los últimos años. Respecto a 2019 ha crecido de forma más moderada (5,6%).

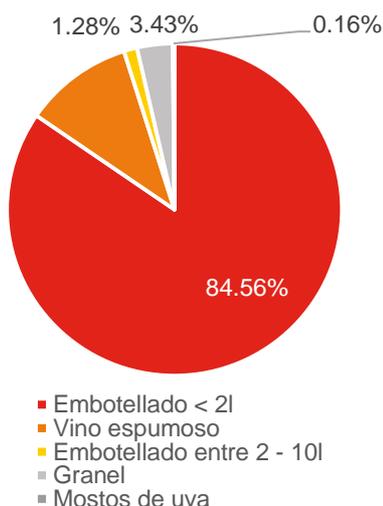
Los vinos a granel han ido disminuyendo progresivamente durante los últimos años hasta caer un 42,6% respecto a 2016, si bien en el año 2020 han llegado a importarse aún casi 40 millones de litros. En 2020 ha sido el primer año que el vino a granel crece respecto al año anterior, aunque este crecimiento ha sido muy reducido, de un 3,3%, por lo que no se puede concluir que la tendencia a partir de ahora vaya a ser positiva.

El bag-in-box (partida 220422) es un producto que es cada vez más consumido. En el periodo 2016-2020 ha crecido su importación en volumen en un 186% pero sigue siendo todavía un producto que tiene una presencia reducida.

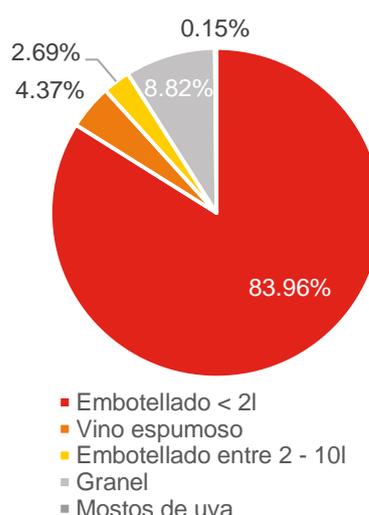
Los mostos de uva, si bien es un producto muy marginal, han crecido en volumen en 2020 respecto a 2019.

IMPORTACIÓN NEERLANDESA DE VINO POR CATEGORÍAS AÑO 2020

En millones de euros



En millones de litros



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](https://www.trademapp.com/)

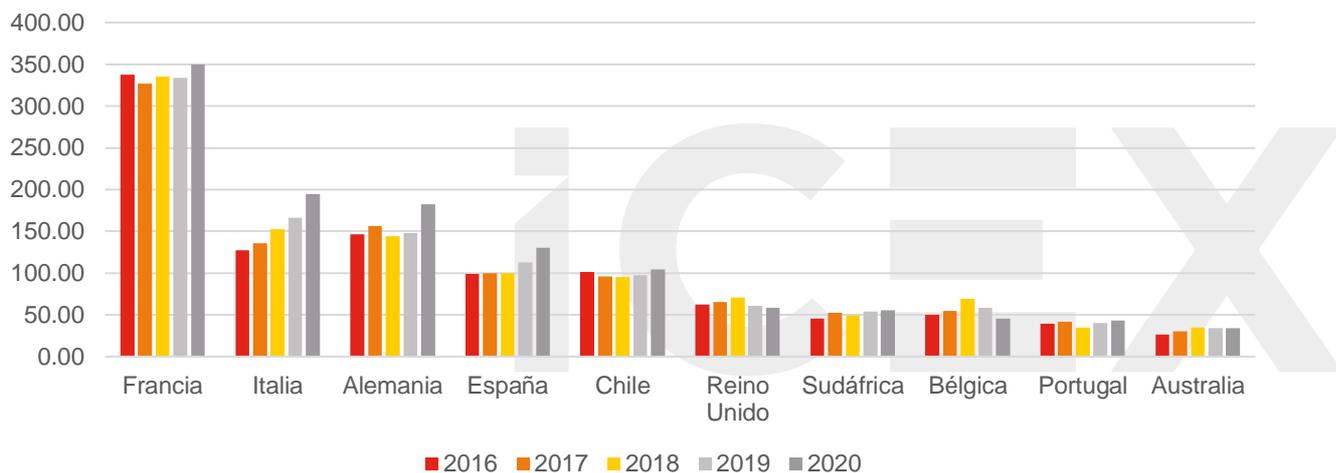
En las gráficas anteriores se puede apreciar la diferencia entre las importaciones en valor y en volumen. El vino espumoso y el vino a granel son los que varían en mayor medida: el vino

espumoso, con un crecimiento del 10,55% en las importaciones en valor y un 4,37% en volumen, muestran que su precio ha aumentado. El vino a granel, sin embargo, desciende un 9% en valor respecto al año previo y crece un 3,3% en volumen, evidenciando precios más bajos.

3.5.1. Importaciones por valor, principales socios y productos importados

La siguiente gráfica visualiza la procedencia de las importaciones de vino en Países Bajos, en valor (millones de euros).

PRINCIPALES PROVEEDORES DE PAÍSES BAJOS DE VINO (2204) EN MILLONES DE EUROS 2016 -2020



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](https://www.trademapp.com/).

La mayoría de las importaciones proceden de países europeos: Francia es el país que más le suministra, alcanzando en 2020 el máximo de los últimos 5 años con 349,75 millones de euros. Le sigue Italia (194,87M€), Alemania (182,46M€) y España (130,73M€) los cuales también han aumentado su presencia en este último año.

Entre los proveedores no europeos se encuentra Chile (104,34M€) en quinto lugar, Sudáfrica en séptimo (55,37M€) y Australia (33,77M€) en décimo lugar. Estos vinos denominados “vinos del nuevo mundo”, han ido ganando o manteniendo cuota dada su atractiva relación calidad precio.

Sin embargo, a grandes rasgos se observa que son los mayores proveedores cercanos los que consolidan su presencia en este mercado. Así, en términos de valor, Países Bajos ha importado más vino de sus 5 principales socios respecto al año anterior. Francia, que en los años anteriores venía disminuyendo sus exportaciones, en 2020 ha vuelto a aumentar sus ventas de vino a Países Bajos, en un 4,8% respecto a 2019. Esta disminución de Francia venía provocada por un aumento

de exportaciones de Italia y España, y en menor medida Alemania, los cuales también han exportado en mayor medida en 2020.

Francia ha conseguido aumentar un punto porcentual su cuota en el mercado neerlandés ganándola sobre las exportaciones de países con cuotas muy reducidas.

Tras superar a Alemania en 2018, Italia consolida su segundo puesto en el ranking, y ha logrado aumentar su cuota de mercado hasta alcanzar en 2020 un 17% frente al 15% de 2019. De esta forma ha tenido un crecimiento del 17% respecto al año anterior.

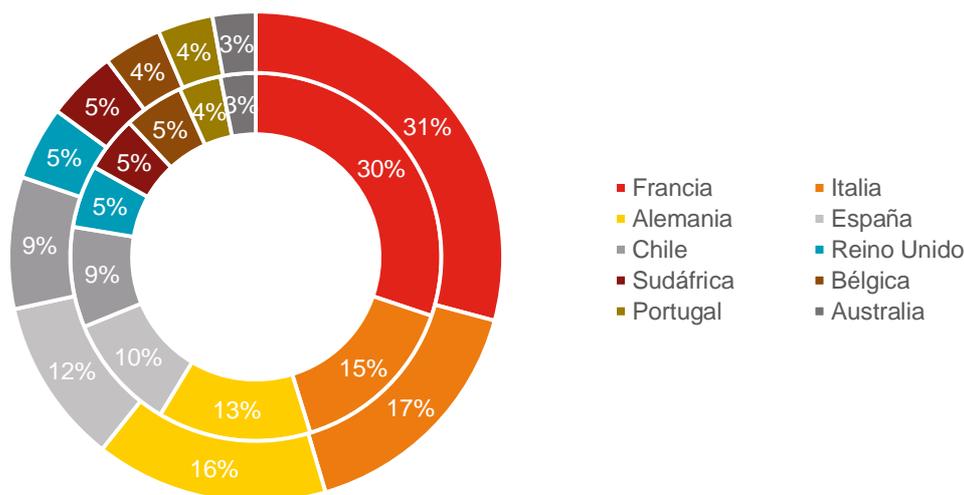
Alemania también ha tenido un crecimiento exponencial en el último año creciendo un 23,5% respecto a 2019 y alcanzando el 16% de cuota de mercado.

España, en cuarto lugar, ha aumentado su cuota en dos puntos porcentuales, pasando del 10% al 12%, creciendo sus exportaciones de vino en 2020 en un 15,9% frente a 2019. De los 1.298,16 millones de euros importados por Países Bajos en vino, España exportó 130,70 millones de euros, frente a los 112,7 de 2019.

La siguiente gráfica muestra el aumento de cuota de mercado de los diez principales países proveedores.

VARIACIÓN EN LA CUOTA DE LOS PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES DE PAÍSES BAJOS DE VINO (2204) (VALOR)

Entre 2019 (anillo interior) y 2020 (anillo exterior)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](https://www.trademapp.com/).



Los cinco principales proveedores de Países Bajos son los que han logrado aumentar su cuota de mercado, en detrimento del resto de proveedores, con cuotas más bajas, que se han mantenido o reducido.

Por tipo de producto, cabe destacar los vinos tranquilos embotellados de menos de 2 litros, y con indicación geográfica protegida (IGP) que en 2020 alcanzaron los 113,35 millones de euros, con un crecimiento en los últimos 5 años de un 22,4%.

Según se desprende de los datos de la siguiente tabla, el vino blanco de variedades, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros (22042195), ha experimentado un aumento espectacular en los últimos 5 años creciendo un 115% respecto a 2016 y un 43% respecto al año anterior, alcanzando los 98,22 millones de euros. Hay que destacar también el vino blanco con indicación geográfica protegida (IGP) (22042179), con un total de 97,6 millones de euros y un crecimiento en 2020 del 15,6% respecto al 2016.

Podemos concluir que los productos que han experimentado un mayor crecimiento en valor son los vinos blancos, tanto con indicaciones geográficas protegidas (IGP) como con denominaciones de origen protegidas (DOP), y el champán, cuyo valor de importación ha aumentado en un 49,4% en los últimos 5 años.

IMPORTACIÓN NEERLANDESA DE VINO (2204) POR PRODUCTO (MILLONES DE EUROS)

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. 16-20 |
|---|-------|-------|-------|-------|--------|------------|
| 22042180 - Vino con indicación geográfica protegida (IGP), de grado alcohólico adquirido inferior o igual al 15% volumen, originarios de la comunidad, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros | 92,59 | 94,70 | 95,80 | 97,90 | 113,35 | +22,40% |
| 22042179- Vino blanco con indicación geográfica protegida (IGP), de grado alcohólico adquirido inferior o igual al 15% volumen, originarios de la comunidad, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros | 84,40 | 83,40 | 85,40 | 86,90 | 97,60 | +15,60% |
| 22042178- Vino con denominación de origen protegido (DOP), de grado alcohólico adquirido inferior o igual al 15% volumen, originarios de la comunidad, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros | 68,50 | 66,00 | 70,20 | 72,50 | 87,00 | +27,00% |
| 22042194 - Vino con denominación de origen protegida (DOP) o vinos con indicación geográfica protegida (IGP), en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. | 86,80 | 89,30 | 86,90 | 69,30 | 65,70 | -24,00% |
| 22042195 - Vino blanco de variedades, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. | 45,50 | 51,60 | 43,20 | 68,70 | 98,22 | +115,00% |

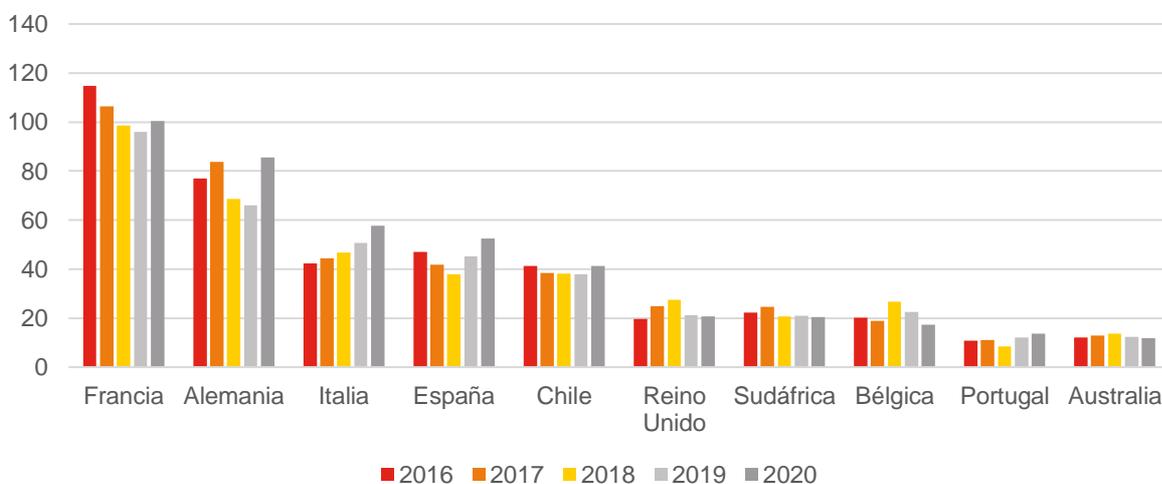
| | | | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|----------|
| 22041011 - Champán de grado alcohólico adquirido igual o superior a 8,5% vol. | 54,00 | 57,37 | 65,60 | 67,70 | 78,40 | +49,40% |
| 22042193- Vino blanco con denominación de origen protegida (DOP) o vinos con indicación geográfica protegida (IGP), en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. | 68,70 | 77,30 | 81,45 | 65,00 | 59,90 | -11,11% |
| 22042138- Vino blanco con denominación de origen protegido (DOP), de grado alcohólico adquirido inferior o igual al 15% volumen, originarios de la comunidad, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. | 54,80 | 51,90 | 56,50 | 57,90 | 35,55 | -33,10% |
| 22042196- Vino de variedades, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros (excepto vinos espumosos, blancos, originarios de la comunidad). | 36,83 | 44,49 | 38,29 | 55,75 | 75,40 | +110,00% |
| 22042198- Vino, no expresado ni comprendido en esta partida, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros (excepto vinos espumosos, blancos, originarios de la comunidad). | 65,30 | 56,50 | 62,70 | 54,40 | 56,10 | -11,30% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

3.5.2. Importaciones por volumen, principales socios y productos importados

En la siguiente gráfica se puede observar el volumen de importaciones de Países Bajos en millones de litros a sus socios principales:

PRINCIPALES PROVEEDORES DE PAÍSES BAJOS DE VINO (2204) EN MILLONES DE LITROS 2016 -2020



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

Según se aprecia en la misma, los principales países de los que importa vino Países Bajos, en volumen, son Francia, Alemania, Italia y España, sobrepasando en este caso Alemania a Italia como segundo exportador de vino. Estos cuatro países acumularon el 66% del total de importación de vino en Países Bajos en 2020, igual que en 2019.

Los dos principales proveedores en volumen, Francia y Alemania, habían visto caer su exportación a Países Bajos en los últimos años en mayor medida que sus exportaciones medidas en valor.

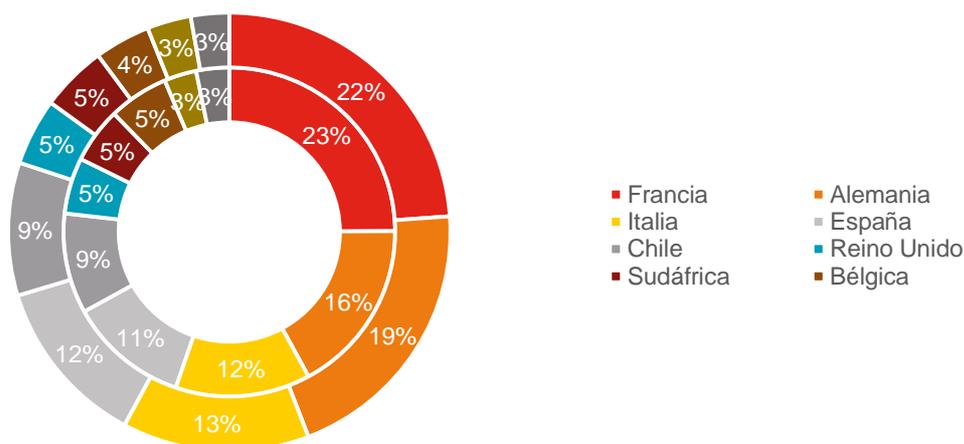
Sin embargo, en 2020, Francia ha experimentado un repunte sobrepasando el volumen de exportaciones de los dos años inmediatamente anteriores. De esta forma, se sitúa en 2020 con una cuota del 22%.

Por su parte, Alemania ha pasado de tener una cuota de mercado del 16% en 2019 a 19% en 2020 exportando 85,55 millones de litros, casi un 30% más que el año anterior. Italia, aunque pasa a estar en tercera posición, sigue con la tendencia de crecimiento estable de los últimos 5 años, creciendo sus exportaciones desde 2016 un 35,7%.

En cuanto a España, ha sido muy positiva su progresión de los últimos dos años. Con un total de 52,4 millones de litros en 2020, España consolida su tendencia creciente. Las exportaciones españolas experimentaron un incremento del 16%, siendo el segundo país con mayor crecimiento en 2020. La cuota de mercado actual se sitúa en un 12%.

VARIACIÓN EN LA CUOTA DE LOS PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES DE PAÍSES BAJOS DE VINO (2204) (VOLUMEN)

Entre 2019 (anillo interior) y 2020 (anillo exterior)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](https://www.trademapp.com/)

En cuanto a los productos que más importa Países Bajos por volumen podemos destacar el vino blanco con indicación geográfica protegida (IGP) que en 2020 alcanzó los 43,5 millones de litros,

así como los vinos tranquilos embotellados de menos de 2 litros, y con indicación geográfica protegida (IGP) con un total de 42,7 millones de litros. Los productos que han experimentado un mayor crecimiento son los vinos blancos de variedades, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros, creciendo un 92,3% entre 2016 y 2020, y el vino de variedades, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros con un crecimiento del 74,1%.

La caída más importante de los últimos años la han protagonizado los vinos blancos con denominación de origen protegido (DOP) (22042138), cuya caída en los últimos cuatro años alcanzó el -30,4%.

IMPORTACIÓN NEERLANDESA DE VINO (2204) POR PRODUCTO (MILLONES DE LITROS)

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. 16-20 |
|---|------|------|------|------|------|------------|
| 22042179 - Vino blanco con indicación geográfica protegida (IGP), de grado alcohólico adquirido inferior o igual al 15% volumen, originarios de la comunidad, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. | 38,5 | 37,0 | 36,5 | 37,3 | 43,5 | +12,9% |
| 22042180 - Vino con indicación geográfica protegida (IGP), de grado alcohólico adquirido inferior o igual al 15% volumen, originarios de la comunidad, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros | 39,1 | 36,3 | 35,7 | 37,0 | 42,7 | +9,2% |
| 22042178 - Vino con denominación de origen protegido (DOP), de grado alcohólico adquirido inferior o igual al 15% volumen, originarios de la comunidad, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. | 28,4 | 25,1 | 25,4 | 25,7 | 28,0 | -1,4% |
| 22042194 - Vino con denominación de origen protegida (DOP) o vinos con indicación geográfica protegida (IGP), en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. | 33,8 | 35,8 | 30,9 | 24,5 | 26,8 | -20,7% |
| 22042195 - Vino blanco de variedades, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros (excepto vinos espumosos, originarios de la comunidad, y las subpartidas 2204.21.06 a 2204.21.09 | 16,9 | 19,6 | 15,1 | 23,0 | 32,5 | +92,3% |
| 22042193 - Vino blanco con denominación de origen protegida (DOP) o vinos con indicación geográfica protegida (IGP), en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. | 25,7 | 29,8 | 28,3 | 22,2 | 23,1 | -10,1% |
| 22042198 - Vino, no expresado ni comprendido en esta partida, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros (excepto vinos espumosos, blancos, originarios de la comunidad) | 24,9 | 21,3 | 23,9 | 18,8 | 18,5 | -25,7% |
| 22042196 - Vino de variedades, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros (excepto vinos espumosos, blancos, originarios de la comunidad, y las subpartidas 2204.21.06 a 2204.21.09). | 15,1 | 18,3 | 14,1 | 18,2 | 26,3 | +74,1% |
| 22042197 – Vino blanco no expresado ni comprendido en esta partida, en recipientes con | 20,7 | 24,7 | 20,2 | 17,7 | 16,8 | -18,8% |

capacidad inferior o igual a 2 litros (excepto vinos espumosos, originarios de la comunidad, y las subpartidas 2204.21.06 a 2204.21.09).

| | | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|--------|
| 22042138 - Vino blanco con denominación de origen protegido (DOP), de grado alcohólico adquirido inferior o igual al 15% volumen, originarios de la comunidad, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros. | 17,4 | 17,1 | 18,1 | 17,8 | 12,1 | -30,4% |
|--|------|------|------|------|------|--------|

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

3.5.3. Vinos espumosos

El valor total de las importaciones de Países Bajos de vinos espumosos en 2020 fue de 136,9 millones de euros, lo que supone un aumento del 12,8% respecto al año anterior y un 59,5% respecto a 2016.

Francia lidera, con el champán, las exportaciones de vinos espumosos al mercado neerlandés con una gran ventaja sobre el resto de los competidores. En 2020 fue el segundo país con mayor crecimiento en la venta de vinos espumosos, creciendo un 13,5% respecto a 2019 y un 44% respecto a 2016.

Italia, que se encuentra normalmente en segundo lugar con su exportación de principalmente prosecco y lambrusco, ha crecido de forma importante en el periodo 2016-2020, alcanzando un incremento del 69%. No obstante, en el año 2020 ha visto reducirse su exportación en un 3,2%, situándose en tercer lugar en el ranking en cuanto al valor.

España ha logrado situarse en el 2020 en segunda posición, sobrepasando a Italia, en la venta en valor de vinos espumosos. España exportó a Países Bajos vinos espumosos por valor de 18,8 millones de euros en 2020, que corresponden a 5 millones de litros exportados. Además, España es el país que ha experimentado un mayor crecimiento en los últimos 5 años, un 161,1% respecto a 2016, a costa de Italia y Bélgica.

IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO ESPUMOSO (220410) (MILLONES DE EUROS)

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Variación 16-20 | Variación 19-20 |
|---------|------|------|------|------|------|-----------------|-----------------|
| Francia | 45,8 | 48,8 | 57,1 | 58,2 | 66,1 | +44,0% | +13,5% |
| España | 7,2 | 9,5 | 12,7 | 16,3 | 18,8 | +161,1% | +15,3% |
| Italia | 10,7 | 9,5 | 14,4 | 18,7 | 18,1 | +69,1% | -3,2% |



| | | | | | | | |
|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Alemania | 5,8 | 7,9 | 13,1 | 11,2 | 11,6 | +100,0% | +3,5% |
| Bélgica | 6,0 | 8,2 | 11,9 | 9,0 | 9,2 | +53,3% | -2,2% |
| Total | 85,87 | 92,21 | 118,68 | 121,39 | 136,98 | 59,50% | 12,80% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO ESPUMOSO (220410) (MILLONES DE LITROS)

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Variación 16-20 | Variación 19-20 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------------|
| España | 2,1 | 2,7 | 3,6 | 4,9 | 5,0 | +138,0% | +2,0% |
| Francia | 3,1 | 3,3 | 4,1 | 3,9 | 4,5 | +45,0% | +15,3% |
| Italia | 2,9 | 2,2 | 3,2 | 4,5 | 4,4 | +51,7% | -1,3% |
| Alemania | 0,9 | 1,5 | 2,9 | 2,3 | 2,1 | +133,0% | -9,5% |
| Bélgica | 0,4 | 1,3 | 2,3 | 1,5 | 1,6 | +300,0% | +6,6% |
| Total | 11,22 | 12,66 | 17,85 | 18,69 | 19,75 | 76,00% | 5,60% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

En cuanto a la importación total de espumosos, en volumen, el año 2020 marca un total de casi 20 millones de litros, el mayor valor del periodo 2016-2020, con un crecimiento del 76%. En cuanto al año 2020, ha crecido de forma más moderada (5,6%).

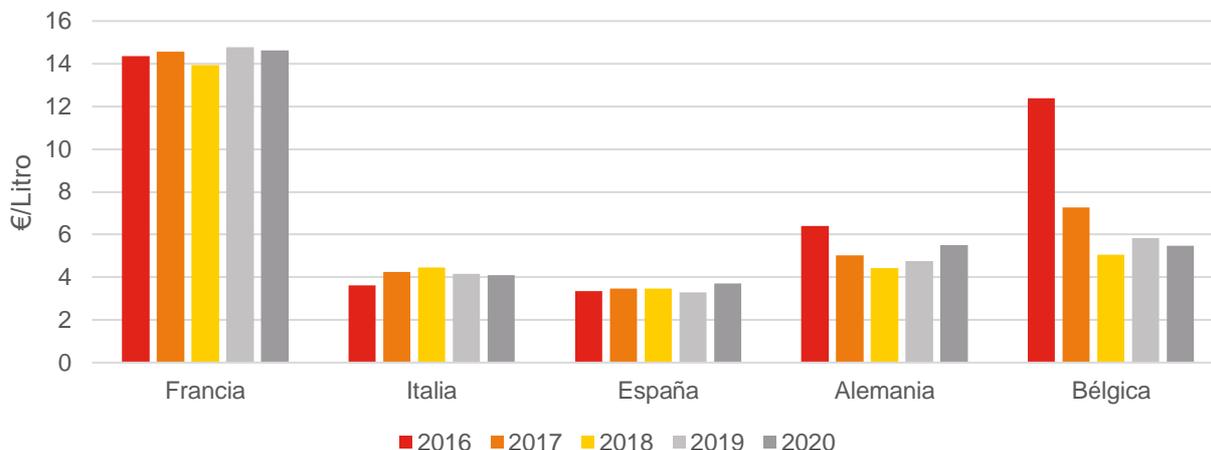
Francia, proveedor líder en volumen hasta el año 2018 con algo más de 4 millones de litros, ha perdido su liderazgo frente a España, si bien ha aumentado en un considerable 15,3% su exportación con respecto al año 2019.

Italia, en tercera posición en 2020, aumentó su presencia en un 51% entre 2016 y 2019, pero en 2020 experimentó una contracción del 1,3% en su exportación.

España, por su parte, con un impresionante crecimiento de sus ventas de espumosos en el periodo 2016-2020 del 138%, ha alcanzado en el año 2020 cifras récord con 5 millones de litros, afianzando el liderazgo que ya consiguió en 2019 y situándose por encima de sus principales competidores.

Alemania y Bélgica mantienen el 4º y 5º puesto, respectivamente, marcando ambos crecimientos muy importantes (133% y 300%) durante el periodo 2016-2020 y también con respecto al año 2019, si bien han sido más moderados.

PRECIO POR LITRO DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO ESPUMOSO (220410) SEGÚN SU ORIGEN 2016 -2020 EN €/LITRO

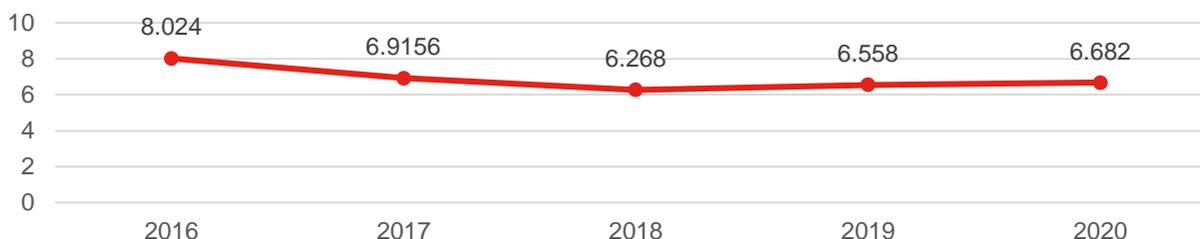


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

El precio medio por litro de los vinos espumosos españoles ascendió en 2020 a 3,72€ por litro, ligeramente superior al del 2019, no obstante, manteniéndose por debajo de la media de precio de los cinco principales exportadores al mercado. Francia se sitúa muy por encima de la media, 6,68€ por litro, alcanzando los 14,63 euros por litro en 2020. España, por lo tanto, sigue presentando el precio por litro más bajo de los cinco principales países proveedores, en cuanto a los vinos espumosos.

EVOLUCIÓN DE LA MEDIA DE PRECIO POR LITRO DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO ESPUMOSO (220410)

Media de precio de los 5 principales exportadores. €/litro entre 2016-2020



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

Hay que tener en cuenta que el precio medio del vino espumoso en Países Bajos cayó de forma importante en el año 2017, pasando de su precio máximo de 8 euros en 2016 a 6,9 euros en 2017.

En el periodo 2017-2020 ha ido fluctuando, pero en los últimos años con tendencia ascendente. En 2020 hay un repunte con una subida del 1,8% para situarse en 6,7 euros, aunque todavía lejos del valor registrado en el año 2016.

3.5.4. Vinos embotellados ≤ 2 litros

En 2020 Países Bajos importó vino embotellado de menos de dos litros por valor de 1.097,74 millones de euros, lo que supone un aumento del 9,4% en las importaciones en valor respecto al año anterior, y un 13% más que en 2016. Este tipo de vino lidera las importaciones neerlandesas en 2020, y representa un 84,56% del valor total y un 83,96% del volumen total de importación de vino en Países Bajos.

En 2020, la importación neerlandesa de vino tranquilo embotellado, en términos de valor, se la dividieron, principalmente, entre Francia, Italia, Alemania, España y Chile. Hasta 2019, Chile se había situado por delante de España en valor de ventas. Sin embargo, en 2020 España le ha superado en el ranking.

Francia sigue siendo el principal proveedor de vino envasado de menos de dos litros, aunque sigue perdiendo cuota de mercado con respecto al resto de grandes exportadores, y ha exportado un 2,3% menos respecto a 2016. Es el único país que presenta valores negativos en los últimos años. Sin embargo, en 2020 se invierte esta tendencia alcanzando los 264 millones de euros, y vuelve a situarse en los valores del año 2016.

Las importaciones de vino tranquilo italiano se situaron en segundo lugar, siguiendo su tendencia creciente, y marca el mayor incremento respecto al resto de países de los últimos cinco años (51,7%). España se sitúa en 2020 en cuarto lugar en términos de valor, año en que supera la barrera de los 100 millones de euros, y logra aumentar sus exportaciones a Países Bajos en un 25,3% desde 2016 y un 17,9% con respecto a 2019.

EVOLUCIÓN POR VALOR DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO EMBOTELLADO ≤ 2 LITROS (220421) EN VALOR 2016-2020 EN MILLONES DE EUROS

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. 16-20 | Var. 19-20 |
|--------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|---------------|--------------|
| Francia | 270,4 | 258,3 | 258,3 | 256,1 | 264,0 | -2,3% | +3,08% |
| Italia | 114,1 | 123,1 | 133,8 | 143,1 | 173,1 | +51,7% | +20,9% |
| Alemania | 128,5 | 136,0 | 118,3 | 117,0 | 153,8 | +19,7% | +31,4% |
| España | 85,1 | 84,9 | 82,2 | 90,5 | 106,7 | +25,3% | +17,9% |
| Chile | 94,3 | 88,1 | 88,1 | 91,5 | 98,1 | +3,9% | +7,2% |
| Total | 970,71 | 982,43 | 987,34 | 1.002,84 | 1.097,74 | 13,00% | 9,40% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).



Como se desprende de la siguiente gráfica, en 2020 Países Bajos importó 379,27 millones de litros de vino embotellado de menos de 2 litros, con un aumento del 10,7% en las importaciones respecto al año anterior.

**IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO EMBOTELLADO ≤ 2 LITROS (220421)
(MILLONES DE LITROS)**

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. 16-20 | Var. 19-20 |
|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| Francia | 92,6 | 87,9 | 81,8 | 80,7 | 81,5 | -12,0% | +1,0% |
| Alemania | 66,6 | 72,2 | 55,9 | 51,5 | 72,0 | +8,1% | +39,8% |
| Italia | 37,1 | 40,0 | 41,2 | 44,8 | 51,6 | +39,1% | +15,2% |
| España | 36,8 | 33,4 | 31,1 | 35,6 | 42,0 | +14,1% | +18,0% |
| Chile | 33,6 | 30,7 | 30,4 | 31,8 | 34,0 | +1,2% | +6,9% |
| Total | 354,28 | 358,95 | 341,66 | 342,33 | 379,27 | 7,00% | 10,70% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

En 2020, las importaciones de vino tranquilo embotellado de menos de 2 litros en términos de volumen se dividieron, principalmente, entre Francia, Alemania, Italia, España y Chile.

Francia sigue siendo el principal proveedor de vino envasado de menos de dos litros, aunque sigue perdiendo cuota de mercado y descienden sus exportaciones en volumen en un 12% respecto a 2016.

En el caso de Alemania, sin embargo, mientras que en 2019 también cayeron sus exportaciones con respecto al 2018, en 2020 ha repuntado creciendo un 39,8% respecto al año anterior. Además, en el periodo 2016-2020 su presencia crece un 8% y está alcanzando a Francia, que como hemos visto anteriormente está bajando de forma paulatina su ritmo de exportación a Países Bajos.

Italia se consolida en tercera posición, con un aumento del 39,1% entre 2016 y 2020, y con una variación del 15% durante el último año.

Las exportaciones españolas aumentaron un 18% respecto al año anterior y un 14% en los últimos cinco años, afianzándose en la cuarta posición.

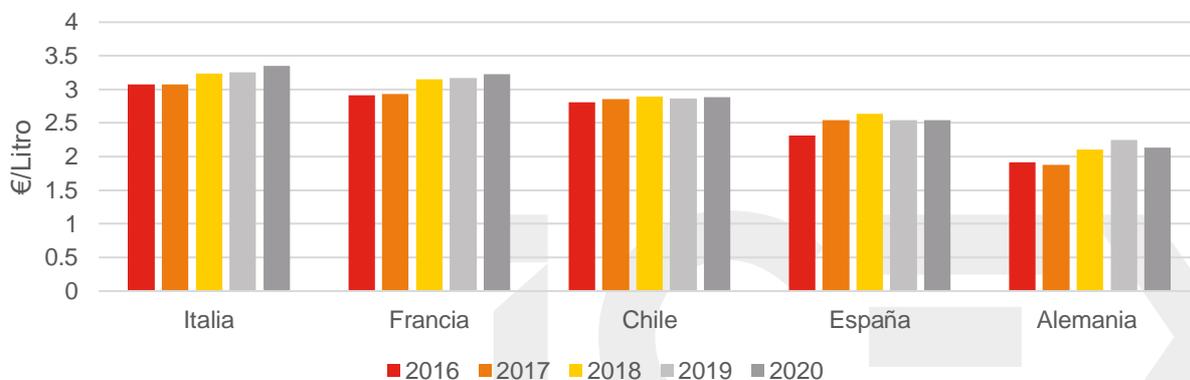
Chile, por su parte, registra entre 2016 y 2020 un crecimiento del 1,2%, y un resultado más positivo en el año 2020 con respecto al anterior, con un aumento del 6,9%.

En cuanto al precio medio del vino de los principales proveedores en 2020, Italia se posiciona en cabeza con un precio de 3,35€/litro, continuando así con la tendencia al alza de los últimos 5 años, seguido de Francia con 3,23€/litro y Chile con 2,88€/litro, unos precios que se han mantenido

estables con un ligero aumento en los últimos años. El precio medio del envasado italiano es superior al francés, característica poco común en el mercado mundial.

España alcanzó en 2020 los 2,54€/litro, manteniendo el precio alcanzado en 2019. Alemania es el único país que ha visto reducirse el precio de su producto respecto al año anterior, siendo además este el más bajo entre los cinco principales competidores: 2,13 €/L. Se observa que durante los últimos años se han ido reduciendo las diferencias de precios entre los principales competidores.

PRECIO POR LITRO DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO DE MENOS DE 2 LITROS (220421) SEGÚN SU ORIGEN 2016 -2020 EN €/LITRO

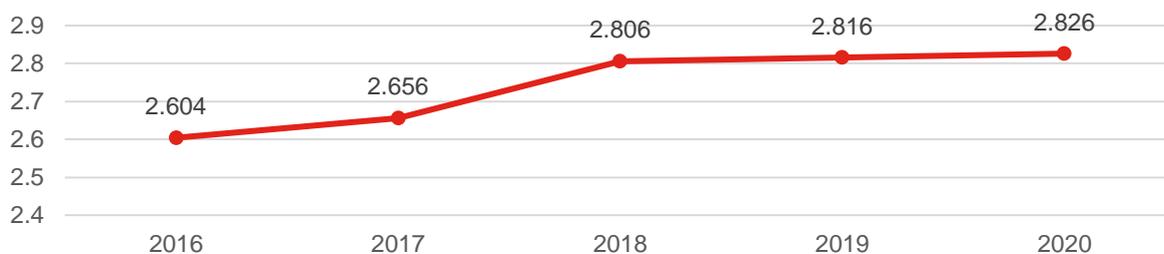


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](https://www.trademap.com).

Como se desprende del siguiente gráfico, el precio medio en Países Bajos de los vinos de menos de dos litros se ha incrementado en un 8% durante el periodo 2016-2020, si bien la subida se ha ido ralentizando en el periodo 2018-2020 (subida del 0,7%).

EVOLUCIÓN DE LA MEDIA DE PRECIO POR LITRO DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO DE MENOS DOS LITROS (220421)

Media de precio de los 5 principales exportadores. €/litro entre 2016-2020



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](https://www.trademap.com).

3.5.5. Vinos embotellados entre 2 y 10 litros

La partida 220422 de vino embotellado con un tamaño de dos a diez litros fue creada en 2017 como consecuencia del aumento en la venta y consumo de vinos en grandes formatos y sobre todo en formato *bag-in-box* (BiB). Este formato consiste en un producto líquido (vino) dentro de una bolsa cerrada con una válvula para su dosificación, y dicha bolsa dentro de una caja cerrada. La principal característica del envase *bag-in-box* es que permite conservar el producto envasado con todos sus atributos, ya que la bolsa se contrae a medida que se va vaciando, impidiendo de esta manera el contacto del producto con el oxígeno, además de aislarlo y protegerlo de la luz.

En 2020 Países Bajos importó 16,72 millones de euros de vino embotellado en un envase entre dos y diez litros, con una disminución del 8,7% en las importaciones en valor respecto al año anterior. Sin embargo, en comparación con 2017, estas importaciones han experimentado un crecimiento del 138,8% en los últimos 4 años. 2020 ha invertido la tendencia al crecimiento exponencial de los últimos años.

Alemania se consolidó, a pesar de una reducción del 15,8% en 2020 con respecto al 2019, como líder indiscutible en esta categoría, con una cuota de más del 65% en valor y un altísimo crecimiento en los últimos cuatro años.

Francia se afianza en segunda posición alcanzando los 4,1 millones de euros en 2020, pero representa todavía menos de la mitad del valor de la importación de Alemania. Francia presenta una evolución muy positiva en el periodo 2016-2020, con un crecimiento del 95%, así como una subida del 32% con respecto al año 2019.

España, en tercer lugar, alcanzó en 2020 los 1,4 millones de euros, si bien en los últimos 5 años ha tenido un crecimiento muy importante (180%), el 2020 ha sido menos positivo, con una disminución del 30% respecto a 2019.

Bélgica e Italia se sitúan en 2020 en el cuarto y quinto puesto en el ranking de importaciones de vino embotellado entre 2 y 10 litros. Ambos alcanzan el mismo nivel de importación (0,2 millones de litros) y registran una evolución similar tanto en el periodo de los últimos 5 años, con una reducción en valor de más del 80% y de nuevo una bajada entre 2020 y 2019.

EVOLUCIÓN POR VALOR DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO EMBOTELLADO ENTRE 2 Y 10 LITROS (220422) (MILLONES DE EUROS)

| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. 17-20 | Var. 19-20 |
|----------|------|------|------|------|------------|------------|
| Alemania | 1,1 | 4,3 | 12 | 10,1 | +818,2% | -15,8% |
| Francia | 2,1 | 2,5 | 3,1 | 4,1 | +95,2% | +32,3% |
| España | 0,5 | 1,3 | 2,0 | 1,4 | +180,0% | -30,0% |
| Bélgica | 1,7 | 1,5 | 0,4 | 0,2 | -88,2% | -50,0% |



| | | | | | | |
|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|----------------|---------------|
| Italia | 1,1 | 0,6 | 0,3 | 0,2 | -81,8% | -33,3% |
| Total | 7,00 | 10,49 | 18,33 | 16,72 | 138,80% | -8,70% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

Según muestra el siguiente gráfico, en cuanto al volumen de vino embotellado entre 2 y 10 litros en 2020, Países Bajos importó 12,17 millones de litros de vino embotellado en un envase con capacidad de dos a diez litros, con un aumento del 2,2% en las importaciones respecto al año anterior. Este tipo de formato ha aumentado en los últimos tres años en igual medida tanto en valor como en volumen. Sin embargo, en 2020 ha aumentado el volumen en mayor medida que el valor. Se registra, por tanto, una disminución de los precios de este tipo de vino en el último año, tal y como se desprende de la gráfica de los precios medios.

En 2020, la importación procede, principalmente, de cinco países: Alemania, Francia, España, Bélgica e Italia. Entre los cinco se reparten el 94% de la importación neerlandesa total de vino en este formato. Alemania es el principal proveedor. Sus exportaciones se han visto reducidas en un 3% respecto al año anterior, aunque esta reducción no tiene mucha entidad si consideramos que desde 2017 se ha disparado su exportación en un 527,3%, pasando de un millón a casi 7 millones de litros en 2017.

Francia se sitúa en segunda posición con más de 3 millones de litros en 2017, la mitad que Alemania y con crecimiento tanto en el periodo de los últimos tres años como entre 2019 y 2020. España, en tercera posición, alcanza los 1,2 millones de litros, un 29% menos que el año anterior, lo que supone un frenazo respecto al progreso en un 200% durante los últimos tres años. Italia, en 5ª, posición disminuye en el periodo de tres años con respecto a 2019 y Bélgica ha conseguido aumentar sus exportaciones en volumen en el último año, pero su evolución durante el trienio va en retroceso.

IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO EMBOTELLADO ENTRE 2 Y 10 LITROS (220422) EN VOLUMEN (MILLONES DE LITROS)

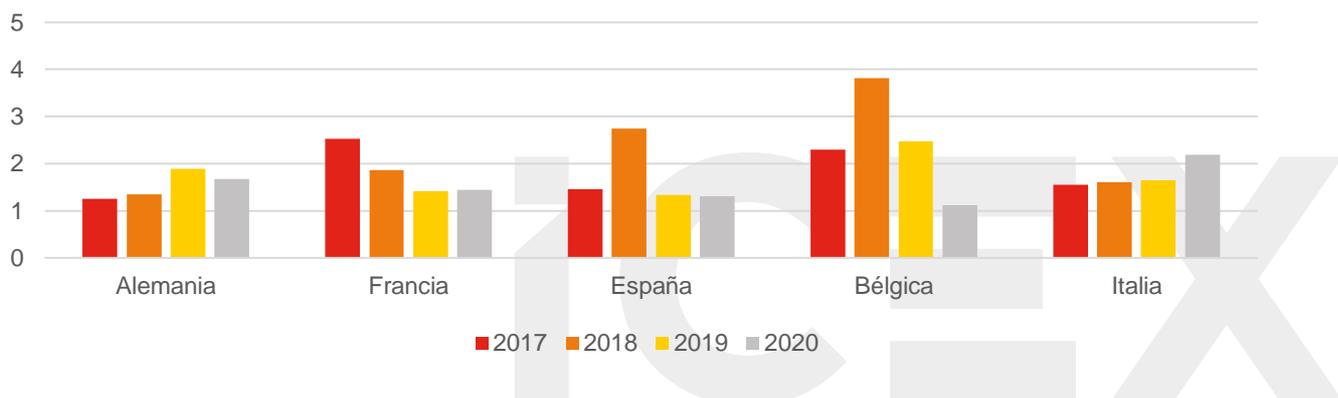
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. 17-20 | Var. 19-20 |
|--------------|-------------|-------------|--------------|--------------|----------------|--------------|
| Alemania | 1,1 | 3,7 | 7,1 | 6,9 | +527,3% | -3,0% |
| Francia | 0,9 | 1,6 | 2,4 | 3,2 | +255,6% | +33,0% |
| España | 0,4 | 0,6 | 1,7 | 1,2 | +200,0% | -29,0% |
| Bélgica | 0,8 | 0,5 | 0,2 | 0,3 | -67,5% | +30,0% |
| Italia | 0,8 | 0,5 | 0,2 | 0,1 | -87,5% | -50,0% |
| Total | 4,25 | 6,95 | 11,90 | 12,17 | 186,00% | 2,20% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

En cuanto al precio medio del vino de los principales países proveedores en 2020, Italia se posicionó a la cabeza con el precio más alto (2,19€/litro) y con una fuerte subida respecto a 2019. Alemania se posiciona en segundo lugar con un precio de 1,69€/litro, seguida de Francia, con un precio de 1,44€/litro. España alcanza en 2020 un precio medio de 1,31€/litro, similar al del año 2019.

Bélgica es el país que ha experimentado un mayor descenso en precio en los últimos tres años y ha pasado de ser el país con precios más altos (3,82€/L en 2018) a tener el precio más bajo en la actualidad (1,12€/L).

PRECIO POR LITRO DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO EMBOTELLADO ENTRE 2 Y 10 LITROS (220422) SEGÚN SU ORIGEN (€/LITRO)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

El precio medio por litro de los vinos de entre 2 y 10 litros fue en 2020 de 1,55€ por litro, solo Alemania e Italia tienen actualmente precios más altos. Durante los últimos años los precios de importación de vinos envasados entre 2 y 10 litros han ido en descenso desde 2018, ajustándose a la demanda del mercado.

EVOLUCIÓN DE LA MEDIA DE PRECIO POR LITRO DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO EN ENVASE DE 2-10 LITROS (220422)

Media de precio de los 5 principales exportadores. €/litro entre 2017-2020



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

3.5.6. Vinos a granel

Los vinos a granel, clasificados en la partida arancelaria 220429, son aquellos cuyo envase es superior a 10 litros. Anteriormente se hablaba de granel cuando el envase superaba los 2 litros, pero con la aparición de la nueva partida destinada a envases entre los 2 y los 10 litros, el granel queda acotado a formatos superiores a los 10 litros. La creación de esa nueva partida arancelaria, la 220422, trajo consigo un notable descenso en la importación de vinos “a granel”, dado que parte de dichas cifras pasaron a figurar dentro de la nueva partida.

A continuación, vamos a analizar las exportaciones de vinos a Países Bajos en cuanto a su valor:

EVOLUCIÓN POR VALOR DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO A GRANEL (220429) EN VALOR 2016 - 2020 EN MILLONES DE EUROS

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. 16-20 | Var. 19-20 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|---------------|
| Francia | 21,75 | 17,57 | 17,09 | 15,84 | 15,10 | -30,6% | -4,7% |
| Alemania | 12,26 | 10,96 | 8,35 | 7,38 | 6,81 | -44,5% | -7,7% |
| Chile | 6,83 | 6,81 | 7,06 | 5,91 | 5,83 | -14,6% | -1,4% |
| Australia | 4,62 | 4,76 | 4,80 | 4,40 | 4,23 | -8,4% | -3,9% |
| España | 5,99 | 4,57 | 3,06 | 3,93 | 3,64 | -39,2% | -7,4% |
| Total | 65,79 | 55,18 | 50,46 | 48,98 | 44,57 | -32,20% | -9,00% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](https://www.trademapp.com/).

En 2020, Países Bajos ha reducido las compras de vino a granel de sus cinco socios principales, pasando de 55 millones de euros en 2017 a 45 en 2020. Independientemente de la creación de la partida 220449, esta reducción venía siendo ya progresiva en la mayoría de los casos. También el año 2020 ha generado porcentajes negativos, con una reducción total en sus importaciones del 9% respecto al año anterior.

El principal exportador de vino a granel a Países Bajos es Francia, cuyo liderazgo es muy claro con respecto al resto de países proveedores, y con más del doble en valor que el segundo del ranking, Alemania. A este le siguen Chile, Australia y España.

Francia exportó a Países Bajos vinos a granel por valor de 15,10 millones de euros en 2020. Entre 2016 y 2017 se registra un descenso significativo, -19,9%. Esto apunta a que una quinta parte del vino a granel que exportaba anteriormente era en envases de entre 2 y 10 litros, que pasó a la nueva partida 220449.

Alemania y España son los dos países que han visto reducirse considerablemente sus exportaciones en valor en los últimos años: un 44,5% y 39,2% respectivamente, descenso que se

confirma también si comparamos el año 2019 y 2020 que ha supuesto para ambos países también un descenso en torno al 7%.

Como se desprende del siguiente gráfico que presenta la evolución de las importaciones neerlandesas de vino a granel en volumen, las cifras revelan una drástica bajada del nivel total de importaciones de vino a granel en Países Bajos entre 2016 y 2018. En los dos años posteriores, las cantidades se estabilizan y reflejan un descenso más moderado. No obstante, el aumento acumulado del 3,3% en el año 2020 indica una leve recuperación de esta partida. Así, Francia, Chile y España, por primera vez en 3 años, han logrado aumentar sus exportaciones año a año, siendo España el país que lo ha conseguido en mayor medida, alcanzando un aumento del 36%. Sin embargo, los tres países han tenido que reducir en gran medida los precios para poder aumentar sus exportaciones en volumen.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES NEERLANDESAS DE VINO A GRANEL (220429) POR VOLUMEN 2016 – 2020 EN MILLONES DE LITROS

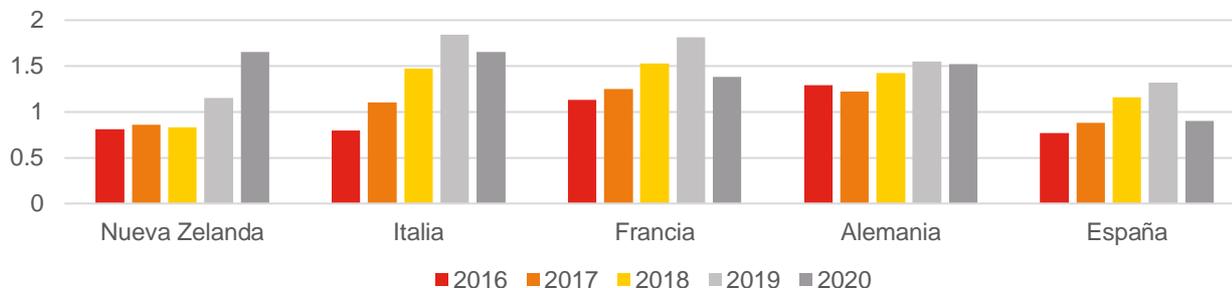
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. 16-20 | Var. 19-20 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|
| Francia | 19,10 | 13,98 | 11,11 | 8,73 | 10,91 | -42,9% | +25,0% |
| Chile | 7,84 | 7,47 | 7,51 | 6,05 | 7,15 | -8,8% | +18,3% |
| Australia | 6,67 | 6,31 | 5,87 | 5,00 | 4,48 | -32,8% | -10,4% |
| Alemania | 9,49 | 8,96 | 5,85 | 4,71 | 4,48 | -52,8% | -4,9% |
| España | 7,77 | 5,17 | 2,62 | 2,97 | 4,04 | -48,0% | +36,0% |
| Total | 69,45 | 55,51 | 44,39 | 38,55 | 39,84 | -42,60% | 3,30% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

Al analizar la tendencia del precio por litro de vino a granel importado por Países Bajos hasta 2019, llama la atención el notable aumento que experimenta el precio en el caso de casi todos los países de procedencia. Sin embargo, 2020 ha supuesto la ruptura de la tendencia alcista en 4 de los 5 principales socios de Países Bajos. Tal y como se ha mencionado anteriormente, esta bajada ha permitido a Francia, Chile y España exportar más este año en volumen.

Entre las bajadas más relevantes del precio por litro entre 2019 y 2020 destacan la de España (31,81%), la de Francia (23,75%) e Italia (10,32%). El único socio cuyos precios continúan subiendo es Nueva Zelanda con una espectacular subida del 43,47%.

PRECIO POR LITRO DE LAS IMPORTACIONES A PAÍSES BAJOS DE VINO A GRANEL (220429) SEGÚN SU ORIGEN 2016-2020



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

La media del precio por litro entre los principales exportadores de vino a granel a Países Bajos ha ido aumentando progresivamente, como hemos visto, situándose actualmente en 1,42 €/litro, la segunda media más alta de los últimos 5 años.

La media española de los últimos 5 años es la más baja entre los principales proveedores europeos, y se encuentra por debajo de 1 €/litro. Los demás precios se sitúan todos por encima del euro de media, mientras que ninguno de los productores del “nuevo mundo” sobrepasa el euro por litro ni en su media de los últimos cinco años, ni en la actualidad, a excepción de Nueva Zelanda, que en 2020 exportó vino a granel por valor de 1,65 €/litro, con un aumento en el precio por litro en el último año del 43,47%.

EVOLUCIÓN DE LA MEDIA DE PRECIO POR LITRO DE LAS IMPORTACIONES A PAÍSES BAJOS DE VINO A GRANEL (220429)

Media de precio de los 5 principales exportadores. Euros /litro entre 2016 -2020



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Trademap](#).

3.6. Vinos españoles con DOP en Países Bajos

Las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) constituyen el sistema utilizado en Europa que garantiza el cumplimiento de unos requisitos superiores a los exigidos para el resto de los productos consecuencia de características propias del

producto debidas al medio geográfico de las materias primas, la elaboración de los productos, y a la influencia del factor humano.

- **Denominación de Origen (DO):** los vinos deben ser elaborados en una región específica con uvas procedentes de esa zona, deben tener unas características especiales que solo se pueden conseguir gracias al medio geográfico en el que se han elaborado. En 2020 en España cuenta con 69 denominaciones de origen.
- **Denominación de Origen calificada (DOca):** estos vinos tienen que pasar por un sistema de control desde su producción hasta su comercialización, todo el vino que se produzca debe venderse embotellado, tienen que haber pasado por lo menos diez años desde su reconocimiento como DO y ha de existir una delimitación por municipios de los terrenos aptos para su producción. En España hay 2 regiones DOca, Rioja y Priorato.
- **Vino de Calidad con indicación geográfica (VC):** la uva de estos vinos debe tener la misma procedencia y la producción del vino deberá realizarse en la región. En España hay 8 regiones VC.
- **Vino de Pago (VP):** son vinos de reconocido prestigio que proceden de un pago. En España hay 19 VP.
- **Vinos de Indicación Geográfica Protegida (IGP): Vino de la Tierra (VT).** Proceden de una región con características propias pero la regulación es menos exigente. En España hay 42 regiones con VT.

Las denominaciones de origen españolas con una mayor producción son Rioja y Cava, seguidas de Rueda y Cariñena. Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación 59% de la producción de vinos con denominaciones de origen se consume dentro del país, disminuyendo un 5,82% respecto a 2018, mientras que un 41% se destina al comercio exterior, la cual ha disminuido también un 6,5% respecto al año anterior. Los [principales destinos](#) por países han sido Reino Unido (801.840 hl), Alemania (708.171 hl), EE. UU. (447.484 hl), Bélgica (303.343 hl) y China (300.233 hl).

Según el [INFOVI](#), los datos de producción provisional de la campaña 2019/2020 reflejan una producción de vino y mosto de 37,2 millones de hectolitros. Esta producción es inferior en un 26% a la de la campaña anterior y en un 14% a la media de las cuatro campañas anteriores. Del total de [producción](#) de vino y mosto, 33,5 millones de hectólitros corresponden a vino y 3,7 a mosto.

La producción de vino ha sido mayoritariamente de tinto y rosado (un 53%) y el resto de blanco. Cabe destacar que el 43% de la producción de vino se ha declarado como vino con Denominación de Origen Protegida (DOP), el 13% como vino con Indicación Geográfica Protegida (IGP), el 19% como vinos varietales sin Indicación Geográfica, siendo el resto de los vinos el 25% de la producción.

DENOMINACIONES DE ORIGEN ESPAÑOLAS CON MAYOR PRODUCCIÓN (2018/2019)

Millones de litros

| DOPs | Producción (millones de litros) |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| Rioja | 3.434,06 |
| Cava | 2.154,26 |
| Rueda | 766,39 |
| Cariñena | 693,47 |
| Veldepeñas | 585,23 |
| Jerez-Xérès-Sherry | 506,72 |
| Jerez-Xérès-Sherry y Manzanilla S.B | 486,32 |
| Navarra | 483,54 |
| Valencia | 468,41 |
| La Mancha | 375,27 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2020)

Durante la campaña de 2018–2019, la exportación total de vino español con DOP a Países Bajos alcanzó los 253.955hl, valor prácticamente igual al de la campaña anterior.

EXPORTACIONES DE DENOMINACIONES DE ORIGEN ESPAÑOLAS

Hectolitros

| DOPs | CAMPAÑA 2017-2018 PAÍSES BAJOS | CAMPAÑA 2018-2019 PAÍSES BAJOS | VARIACIÓN (%) | TOTAL UE CAMPAÑA 2018-2019 | COMERCIALIZADO EN PAÍSES BAJOS (%) |
|---------------------|---|---|------------------|----------------------------------|--|
| Alicante | 1121 | 1114 | -0,62% | 21398 | 5% |
| Almansa | 594 | 1198 | 101,68% | 7523 | 8% |
| Arlanza | 6 | 2 | -66,67% | 35 | 17% |
| Aylés | 7 | 0 | -100,00% | 143 | 5% |
| Bierzo | 823 | 815 | -0,97% | 7.516 | 11% |
| Binissalem | 4 | 14 | 250,00% | 504 | 1% |
| Bullas | 128 | 11 | -91,41% | 2.754 | 5% |
| Calatayud | 158 | 835 | 428,48% | 19.748 | 1% |
| Calzadilla | 8 | 15 | 87,50% | 83 | 10% |
| Campo de Borja | 2.782 | 2.733 | -1,76% | 33.916 | 8% |
| Campo de la Guardia | 3 | 22 | 633,33% | 145 | 2% |
| Cariñena | 6.127 | 4.586 | -25,15% | 106.021 | 6% |
| Casa del Blanco | 44 | 39 | -11,36% | 112 | 39% |



EL MERCADO DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

| | | | | | |
|---------------------|--------|--------|-----------|---------|-----|
| Cataluña | 15.386 | 11.442 | -25,63% | 125.448 | 12% |
| Cava | 33.434 | 39.430 | 17,93% | 851.884 | 4% |
| Chacolí de Bizkaia | 17 | 62 | 264,71% | 167 | 10% |
| Chacolí de Getaria | 92 | 37 | -59,78% | 698 | 13% |
| Cigales | 248 | 230 | -7,26% | 2.482 | 10% |
| Conca de Barberá | 40 | 71 | 77,50% | 597 | 7% |
| Condado de Huelva | 1 | 34 | 3300,00% | 71 | 1% |
| Costers del Segre | 982 | 464 | -52,75% | 5.062 | 19% |
| El Terrerazo | 29 | 29 | 0,00% | 121 | 24% |
| Empordà | 246 | 395 | 60,57% | 1.914 | 13% |
| Granada | 20 | 3 | -85,00% | 245 | 8% |
| Jerez-Xérès-Sherry | 41.099 | 40.078 | -2,48% | 163.571 | 25% |
| Jumilla | 5.559 | 4.081 | -26,59% | 61.561 | 9% |
| La Mancha | 16.424 | 11.600 | -29,37% | 96.696 | 17% |
| Los Balagueses | 1 | 2 | 100,00% | 44 | 2% |
| Málaga | 25 | 2795 | 11080,00% | 3373 | 1% |
| Manchuela | 439 | 342 | -22,10% | 1.716 | 26% |
| Manzanilla S.B. | 544 | 650 | 19,49% | 3.683 | 15% |
| Méntrida | 54 | 9 | -83,33% | 340 | 16% |
| Monterrei | 555 | 666 | 20,00% | 1.463 | 38% |
| Montilla-Moriles | 4.364 | 4.611 | 5,66% | 10.633 | 41% |
| Montsant | 480 | 285 | -40,63% | 6.720 | 7% |
| Navarra | 7.799 | 8.093 | 3,77% | 48.789 | 16% |
| Pago de Otazu | 1 | 2 | 100,00% | 16 | 6% |
| Pago Florentino | 1 | 1 | 0,00% | 136 | 1% |
| Penedés | 1.253 | 1.895 | 51,24% | 20.652 | 6% |
| Pla de Bages | 104 | 104 | 0,00% | 333 | 31% |
| Priorat | 536 | 528 | -1,49% | 8.515 | 6% |
| Rías Baixas | 3.343 | 2.465 | -26,26% | 34.417 | 10% |
| Ribeira Sacra | 37 | 26 | -29,73% | 418 | 9% |
| Ribeiro | 88 | 224 | 154,55% | 6.925 | 1% |
| Ribera del Duero | 4.476 | 3.884 | -13,23% | 35.334 | 13% |
| Ribera del Guadiana | 399 | 0 | -100,00% | 1.772 | 23% |
| Ribera del Júcar | 13 | 9 | -30,77% | 356 | 4% |
| Rioja | 37.708 | 36.718 | -2,63% | 607.837 | 6% |



| | | | | | |
|---------------------------|----------------|----------------|--------------|------------------|-----------|
| Rueda | 25.353 | 22.046 | -13,04% | 52.861 | 48% |
| Sierra de Salamanca | 3 | 2 | -33,33% | 94 | 3% |
| Sierras de Málaga | 8 | 10 | 25,00% | 129 | 6% |
| Somontano | 5.487 | 2.292 | -58,23% | 17.320 | 32% |
| Tarragona | 288 | 412 | 43,06% | 1.674 | 17% |
| Terra Alta | 938 | 0 | -100,00% | 3.416 | 27% |
| Tierra del Vino de Zamora | 4 | 5 | 25,00% | 0 | 0% |
| Toro | 2.004 | 1.865 | -6,94% | 17.759 | 11% |
| Uclés | 1.817 | 1.994 | 9,74% | 6.224 | 29% |
| Utiel-Requena | 8.065 | 12.556 | 55,69% | 97.469 | 8% |
| Valdeorras | 164 | 128 | -21,95% | 961 | 17% |
| Valdepeñas | 8.093 | 16.994 | 109,98% | 118.810 | 7% |
| Valencia | 13.086 | 10.041 | -23,27% | 148.250 | 9% |
| Valles de Benavente | 75 | 42 | -44,00% | 359 | 21% |
| Vinos de Madrid | 47 | 54 | 14,89% | 895 | 5% |
| Ycoden-Daute-Isora | 12 | 9 | -25,00% | 88 | 14% |
| Yecla | 642 | 2803 | 336,60% | 34.114 | 2% |
| TOTAL | 253.838 | 253.955 | 0,05% | 2.808.635 | 9% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2020) (Datos de las denominaciones de origen protegidas de vinos (DOPS))

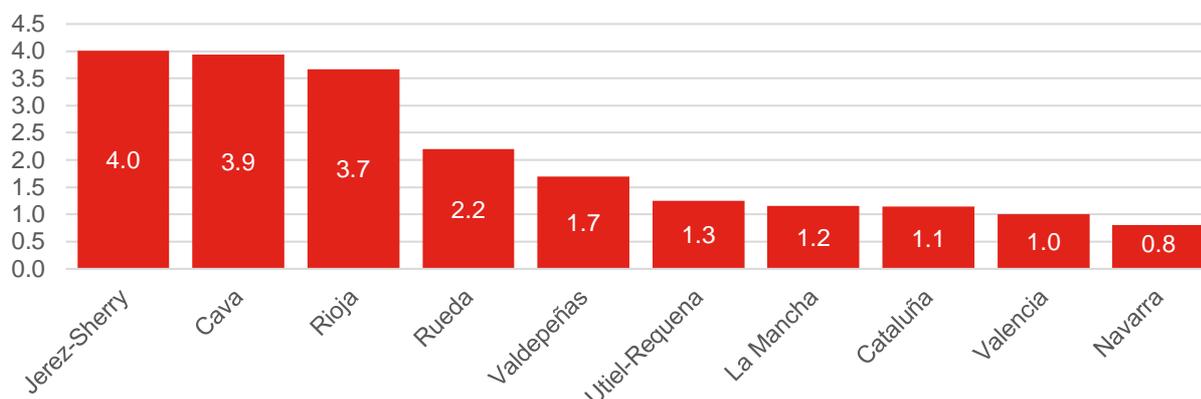
Países Bajos es uno de los principales destinos en Europa de varias denominaciones de origen de vinos españoles, como se aprecia en el caso de la denominación Rueda o Montilla-Moriles, que exportan 48% y 41% de su producto dentro la UE a Países Bajos, o Casa del Blanco con el 39%, Monterrei con el 38%, Somontano con el 32% y Pla de Bages con el 31%.

En cuanto al volumen total de venta de vinos españoles con DOP en Países Bajos el líder es Jerez, con aproximadamente 40.078HI vendidos en el periodo de 2018-19; seguido por Cava (39.430HI), Rioja (36.718HI), Rueda (22.046HI), Valdepeñas (16.994HI), Utiel-Requena (12.556HI) y La Mancha (11.600HI).

En 2019 se aprecian aumentos significativos de las exportaciones de vino en algunas Denominaciones de Origen importantes como son Valdepeñas (109%) y Ribeiro (154,55%). Como dato curioso, Málaga ha aumentado sus exportaciones a Países Bajos en un 11.080% pasando de 25 hectolitros exportados en 2018 a 2.795 en 2019.

COMERCIALIZACIÓN DE VINOS DOP EN PAISES BAJOS 2018-19

Millones de litros



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2020)

3.7. Principales marcas con presencia en el mercado

En las cadenas de los supermercados se pueden encontrar cientos de marcas, caracterizándose por ser un mercado muy fragmentado. Los consumidores neerlandeses demandan variedad y opciones en términos de precios, país de origen, tipo de uva y sabor. En la actualidad, según Euromonitor, la marca, el concepto del vino y el diseño de la botella y etiqueta son los elementos más importantes para el éxito en este mercado. Esto significa que el marketing y la promoción son elementos vitales para el éxito comercial.

Las principales marcas del sector en 2020, como Lindeman's, AH, Berberana y Aldi, están ganando cuota de mercado debido a la fuerte inversión en marketing que realizan. Aun así, la fuerte competencia y nivel de saturación desorienta a los consumidores, que optan por marcas ya conocidas o por marcas de distribuidor que conocen y en las cuales confían.

La popularidad de marcas como AH y Aldi se debe a que los canales de distribución más importantes para el vino son los supermercados y los *discounters*, y los principales minoristas ofrecen una amplia gama de vinos de marca del distribuidor. Debido a la gran variedad de marcas del mercado, el consumidor recurre a la marca de distribuidor como garantía de valor.

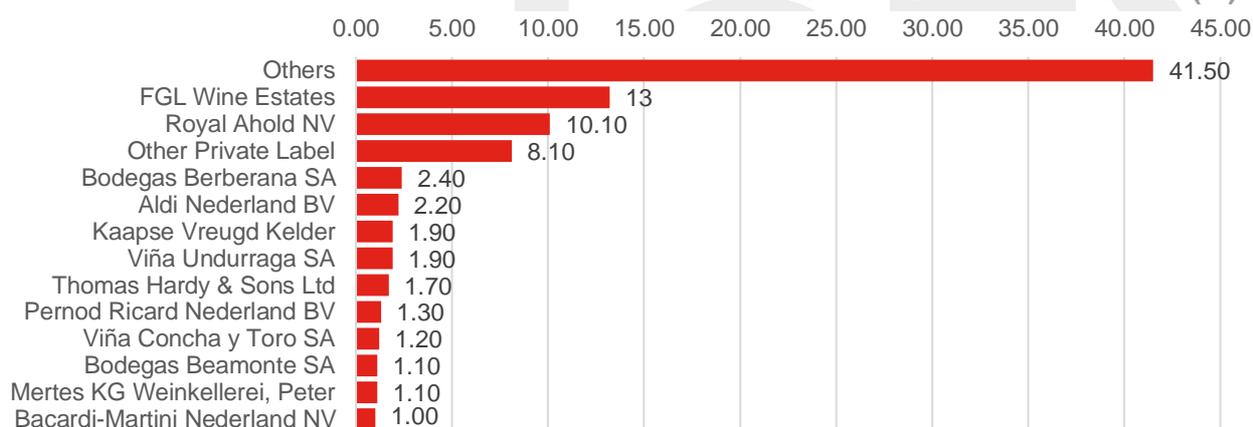
Dentro de la marca de distribuidor, la cadena de supermercados neerlandesas Albert Heijn es un líder claro. La cadena de supermercados ha sido un importante minorista de vinos a lo largo de décadas, sabiendo detectar y adaptarse a las nuevas tendencias. Albert Heijn contaba con [996 tiendas](#) en 2020, siendo la cadena con mayor expansión. Por otro lado, su cadena de licorerías, parte del mismo grupo, Gall & Gall, cuenta con más de 500 [puntos de venta](#). La cadena ha tratado de educar a sus consumidores sobre el vino y ahora goza de un público fiel a su marca. Además,

Albert Heijn llega a un público muy amplio y es muy activo en el uso de promociones y descuentos, y ofrece una cartera de productos muy amplia, que se ajusta a una demanda muy heterogénea.

Las bodegas con mayor presencia en el mercado son FGL Wine Estates (13%), Royal Ahold NV (9,50%), Other Private Label (8,10%), Bodegas Berberana SA (2,40%), Aldi Nederland BV (2,20%) y Kaapse Vreugd Kelder (1,9%). Entre las empresas con mayor cuota de mercado en la categoría, encontramos dos españolas, Bodegas Berberana S.A. en cuarta posición por cuota de mercado y Miguel Torres S.A., en decimoséptimo lugar. La cuota de mercado de las principales empresas es relativamente baja para ser el líder, lo cual denota la alta fragmentación de la categoría.

Según Euromonitor, la cuota de mercado está dividida en marcas con una fragmentación tan elevada que resulta difícil de representar. Las marcas de distribuidor como Royal Ahold (Albert Heijn y la cadena de licorerías Gall&Gall) tiene el 10,10% sobre el total. Aldi Nederland tiene también una cuota de mercado considerable, del 2,2%.

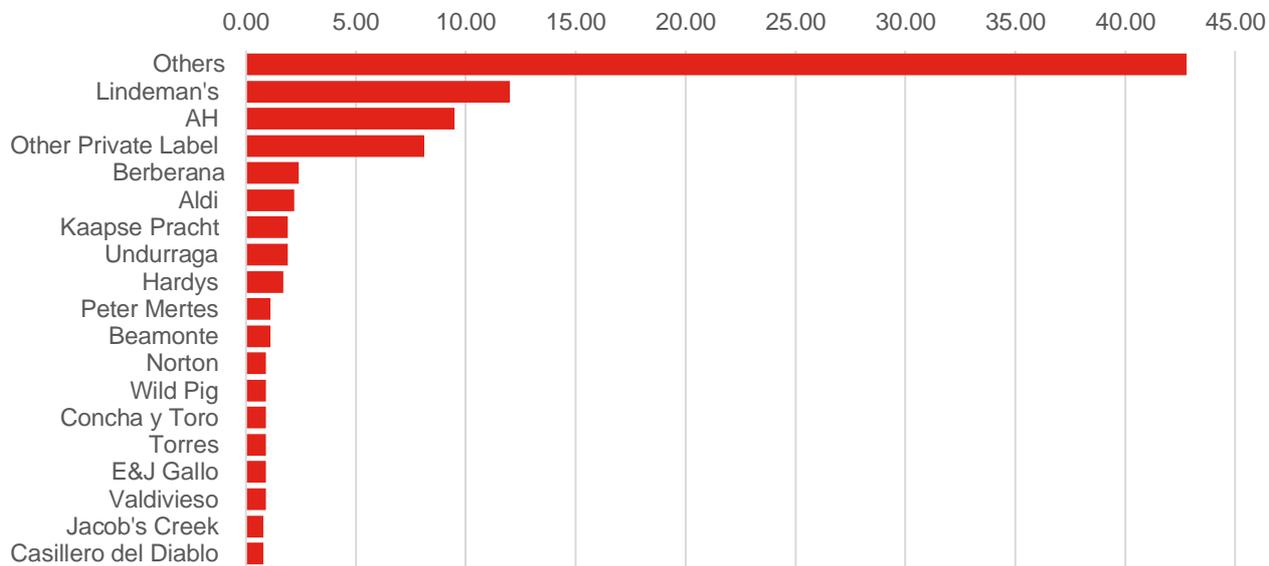
CUOTA DE MERCADO EN 2020 DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS EN EL MERCADO (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de [Euromonitor](#)

En cuanto a marcas privadas, Treasury Wine Estates es el grupo empresarial más fuerte del mercado neerlandés. Sus marcas más consolidadas en el mercado son Lindeman's, Penfolds y Rosemount. Lindeman's es la marca más importante dentro de la cartera de la compañía y tiene una cuota de mercado del 12%, siendo la primera marca por cuota adelantando a AH. Bodegas Berberana tiene posicionado en segundo lugar por cuota su marca Berberana, con un 2,40%, seguido de Kaapse Pracht (1,9%), Undurruaga (1,9%), Hardy's (1,7%) y Peter Mertes (1,1%).

CUOTA DE MERCADO EN 2018 DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS EN EL MERCADO (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de [Euromonitor](#).



4. Demanda

4.1. Perfil del consumidor

La [población](#) neerlandesa está envejeciendo progresivamente, y su crecimiento proviene principalmente de la inmigración. Alrededor del 28% de la población tiene menos de 25 años, y el 19% tiene más de 65 años. En promedio, hay 2,2 personas por hogar, el 37,5% de los hogares están compuestos por personas que viven solas y el 50% son parejas con o sin hijos. Se estima que hay 98 hombres por cada 100 mujeres. La población es muy urbana, ya que el 91,5% de las personas viven en ciudades.

El nivel de educación es muy alto. El 82% de los adultos de 25 a 64 años tienen educación secundaria y el 35% han asistido a la universidad. Alrededor del 83% de la población activa está compuesta por empleados, el 12,3% son empresarios independientes y el 4% son dueños de negocios. Los sectores más representados son el comercio, el transporte, los hoteles, el gobierno y la salud.

A nivel de renta, el [salario medio bruto](#), excluyendo pagas extra o complementos, se situó en los 32.000 € en 2020. Los salarios medios más altos, por tramos de edad, se [sitúan](#) entre los 45 y 54 años, con una media de 48.000 € brutos por año. La brecha salarial entre hombres y mujeres es del 15,6%, justo por debajo de la media europea. El consumo de los hogares sufrió una gran caída durante las restricciones por la pandemia, pero se ha recuperado progresivamente con la apertura de la [hostelería](#) a partir de abril de 2021.

Los criterios de compra de los neerlandeses más relevantes son el precio y la calidad. Los consumidores están dispuestos a pagar más por un producto de calidad, aunque la crisis de 2008 creó una creciente atracción por los precios bajos y las promociones. Los comercios neerlandeses están muy adecuados a los hábitos de compra locales y saben estimular el consumo por medio de promociones de forma continua y en múltiples y diversas formas.

La tendencia hacia el comercio online es mucho más notable en sectores de carácter tecnológico, mientras que para la venta de alimentación y productos frescos sigue siendo habitual la asistencia a comercios físicos. El [gasto medio por visita](#) al supermercado fue de 23,91 euros en 2017. Esta pequeña cantidad se debe a la costumbre de visitar de forma asidua los comercios, dada la extensa red y cobertura territorial, que incentiva este comportamiento. Los consumidores neerlandeses prefieren productos y marcas que ya conocen frente a productos nuevos y son leales a las marcas, por lo que los programas de fidelización son generalmente bien recibidos.

El consumidor valora que los productos sean prácticos, saludables y responsables con el medio ambiente. El cuidado de la salud por medio de la alimentación está convirtiéndose en un aspecto cada vez más prioritario, por lo que el consumo de carne, productos lácteos y bebidas azucaradas está disminuyendo progresivamente en pro del consumo de frutas, verduras y pescado. Además, el mercado de alimentos ecológicos neerlandés creció en 2018 un 8,4 %, llegando a los 1.600 millones de euros. En 2019, un 95,1% de los hogares adquirió [productos ecológicos](#).

4.2. Comportamiento del consumidor

Según un estudio realizado por el *National Institute for Public Health and the Environment* de Países Bajos, [Dutch National Food Consumption](#), la población neerlandesa de media ingiere al día 3,1kg de alimentos y bebidas. Las bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) constituyen un 68% del total, alrededor de los 2kg. Según este mismo estudio, en Países Bajos se consumen bebidas alcohólicas una media de dos días a la semana, y el 80% de los hombres en Países Bajos consume alcohol, frente al 70% de las mujeres. El 80,6% de las bebidas alcohólicas se consumen dentro del hogar y el 14% en restaurantes y bares.

El vino y la cerveza son las dos bebidas con alcohol más vendidas en Países Bajos. En 2019, el [consumo](#) de vino alcanzó los 2,4 litros de alcohol puro per cápita, mientras que la cerveza se situó en 3,32 litros y el de bebidas espirituosas en 1,14 litros.

De media los hogares en Países Bajos gastan aproximadamente 250 euros al año en vino, 150 euros en cerveza, 124 euros en refrescos, 115 euros en café, 113 euros en zumos de frutas y verduras, 76 euros en bebidas espirituosas, 24 euros en té y 17 euros en agua embotellada.

Entre los principales comportamientos de consumo de vino de los consumidores neerlandeses de vino destacan los siguientes:

- El vino se consume principalmente en los hogares, el 80% del consumo de bebidas alcohólicas se produce en los hogares, frente a un 14% en restaurantes.
- El vino es consumido principalmente durante los fines de semana: el 53% de los consumidores de vino afirman beberlo únicamente durante estos días. La mayor parte del consumo de vino se produce en las horas intermedias entre la comida y la cena, casi un 80%. El resto se consume principalmente a la hora de cenar, un 19,3%, y tan solo un 1,3% en la comida.
- Generalmente al consumidor neerlandés le gusta un vino bajo en taninos, con una baja acidez, afrutado y con un toque de madera.
- Existen diferencias en el consumo de vino entre mujeres y hombres:



- Un 81% de las mujeres bebe regularmente vino blanco, mientras que en los hombres lo hacen un 73%.
- El champán es la bebida favorita del 62% de las mujeres encuestadas frente al 49% en los hombres.
- Casi el 90% de los hombres consumen cerveza, mientras que sólo el 50% de las mujeres lo hace.
- El 58% de los hombres beben vino estando solos en casa; las mujeres, en cambio, en el 42% de los casos.
- Las mujeres prestan más atención que los hombres a las calorías que contiene el alcohol; un 37% frente a un 23%.

En cuanto a la edad del consumidor, se observa que los consumidores de entre 20 y 40 años se guían por impulsos y toman la decisión de compra una vez en el supermercado, mientras que los consumidores mayores de 40 años estudian previamente la compra en su hogar. El tiempo medio de decisión de la compra de vino es de siete minutos y medio. No obstante, dependiendo de dónde se realiza la compra el tiempo medio de decisión es diferente:

- En supermercados es de 5 minutos.
- En tiendas especializadas es de 9 minutos.
- En Internet es de 14 minutos.

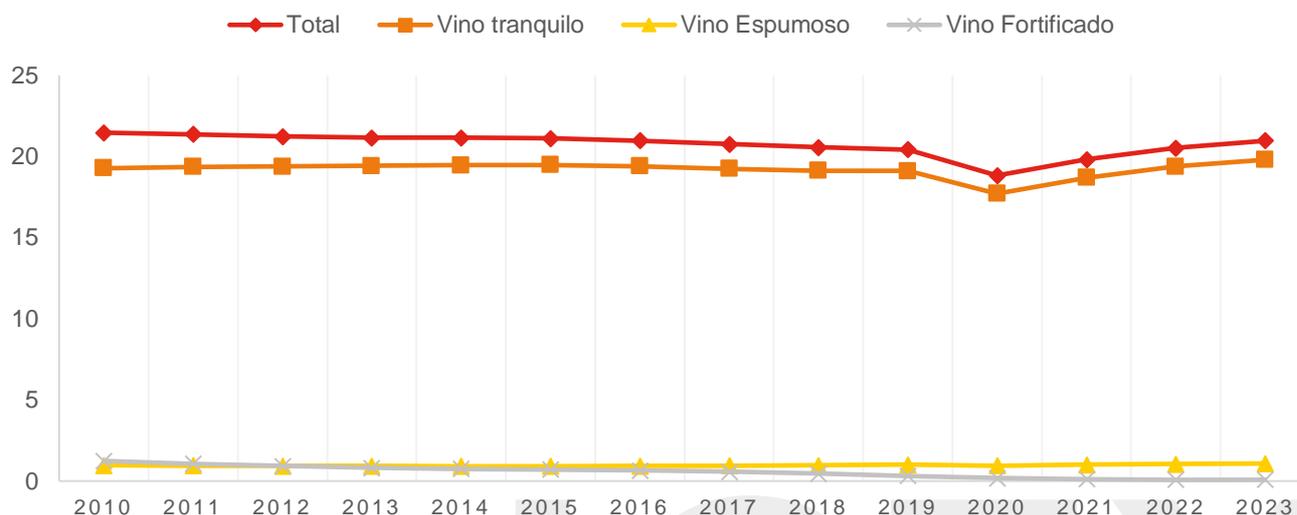
La mayoría de las compras de vino se realizan en los supermercados, que ofrecen vinos de menor precio; los factores de fácil accesibilidad y precios competitivos pesan más en la decisión del consumidor. El 78% de los consumidores afirma que el precio es el principal factor a la hora de seleccionar un vino, el 60% da importancia al tipo de uva, menos del 50% tiene en cuenta el país de origen y apenas un 20% atiende a la añada.

El 38,9% de los consumidores de vino neerlandeses afirma comprar vinos de precio superior a 6 euros frente al 9% que dice consumir los de precio inferior a 3 euros. No obstante, en los supermercados, los vinos más demandados son los que tienen un precio comprendido entre 3 y 5 euros. En cuanto al conocimiento del vino por parte del consumidor destaca:

- El 85% de los consumidores encuestados indica tener algún o poco conocimiento del vino, existiendo tan solo un 11% que tenga un conocimiento medio-alto del sector.
- El 19% de los hombres tenía un conocimiento medio-alto sobre vino, frente al 8% de las mujeres.

CONSUMO PER CAPITA ANUAL DE VINO DE PAÍSES BAJOS

Consumo por tipo de vino de 2010 a 2023. Pronóstico ajustado al impacto esperado del COVID-19



Elaboración propia a partir de datos de Statista

4.3. Evolución de la demanda

Se espera que las ventas de vino por volumen disminuyan en los próximos años en Países Bajos. Una de las razones es que los consumidores neerlandeses están disminuyendo su consumo de alcohol, debido a la concepción de que el consumo de bebidas alcohólicas es perjudicial para la salud. Todo esto está derivando en productos alternativos con menor graduación, y un crecimiento en las ventas de vino con un menor contenido de alcohol y alternativas sin alcohol. Estos vinos no están tan desarrollados como la cerveza sin alcohol, pero se espera que la calidad mejore en los próximos años e incrementará la demanda de este tipo de vino y/o alternativas al vino. La cadena líder de supermercado neerlandesa Albert Heijn ha expandido su línea de vinos sin alcohol, al igual que lo están haciendo otros minoristas.

4.3.1. Categorías de vino

- **Vino tinto**

El mercado del vino tinto en Países Bajos es un mercado maduro, que registra un progresivo descenso de sus ventas en valor y volumen en los últimos años. En 2020, a causa de la pandemia, el descenso alcanza el 17,8% en cuanto a valor y el 4,6% en volumen. Los consumidores buscan productos que se adapten a un estilo de vida más saludable, y aunque un consumo moderado de vino tinto sigue percibiéndose como bueno para la salud, los consumidores neerlandeses han disminuido las compras de vino tinto.

Mientras las ventas de vino tinto han descendido en los últimos años, tanto en valor como en volumen, las ventas de vino blanco han aumentado progresivamente, debido al cambio de preferencia del consumidor, convirtiéndose esta categoría en la más vendida.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE VINO EN PAÍSES BAJOS POR CATEGORÍA EN VALOR 2015-2020

Millones de euros

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. (%) 19-20 | Var. (%) 15-20 |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|
| Vino tranquilo | 1.936,0 | 1.948,8 | 1.925,5 | 1.972,0 | 1.994,3 | 1.737,1 | -12,9 | -10,3 |
| Vino tinto | 857,1 | 848,5 | 835,9 | 829,3 | 825,0 | 677,7 | -17,8 | -20,9 |
| Vino blanco | 855,1 | 881,9 | 901,7 | 924,2 | 945,8 | 835,6 | -11,7 | -2,3 |
| Vino rosado | 223,8 | 218,3 | 214,9 | 218,5 | 223,6 | 223,9 | 0,1 | 0,0 |
| Vino fortificado y vermut | 308,0 | 288,9 | 266,0 | 246,6 | 245,3 | 160,5 | -34,6 | -47,9 |
| Oporto | 109,7 | 104,3 | 97,4 | 91,1 | 88,7 | 58,6 | -33,9 | -46,5 |
| Sherry | 130,0 | 114,0 | 97,1 | 84,0 | 84,4 | 50,1 | -40,7 | -61,5 |
| Vermut | 55,3 | 57,4 | 58,0 | 57,6 | 57,9 | 40,0 | -30,9 | -27,6 |
| Otros vinos | 13,0 | 13,2 | 13,6 | 13,9 | 14,2 | 11,7 | -17,5 | -9,7 |
| Vino espumoso | 206,7 | 211,8 | 218,8 | 228,7 | 239,7 | 209,9 | -12,4 | 1,5 |
| Champán | 95,0 | 100,0 | 109,3 | 118,2 | 119,4 | 97,0 | -18,8 | 2,1 |
| Otros vinos | 111,7 | 111,7 | 109,5 | 110,5 | 120,3 | 112,9 | -6,1 | 1,1 |
| Vino de frutas | 23,4 | 24,1 | 24,8 | 25,6 | 26,4 | 14,8 | -44,0 | -36,8 |
| TOTAL | 2.474,1 | 2.473,5 | 2.462,1 | 2.472,9 | 2.505,8 | 2.122,3 | -15,3 | -14,2 |

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Euromonitor

- **Vino blanco**

El vino blanco es un vino versátil que el consumidor neerlandés consume tanto en la comida como en la cena. Se caracterizan por su frescura y son especialmente populares como aperitivo ligero. Las previsiones apuntan a un crecimiento de su consumo durante los próximos años, ya que se considera una bebida moderna e informal. Ha aumentado la popularidad del vino blanco elaborado con la uva *grüner veltliner*. Este vino, junto con el vino verdejo y el pinot gris, avanzan dentro de la categoría de vinos blancos.

El vino blanco ha registrado en 2020 un aumento de ventas en volumen del 1,8%, pero una gran caída del valor del 11,7%. Esto se debe principalmente a las restricciones que han provocado el cierre de la restauración y canal on-trade a causa de la pandemia por COVID-19, y el traspaso de estas ventas a los supermercados y otros canales off-trade, con un menor precio medio del vino.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE VINO EN PAÍSES BAJOS POR CATEGORÍA EN VOLUMEN 2015-2020

Millones de litros

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Var. (%) 19-20 | Var. (%) 15-20 |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|-------------------|
| Vino tranquilo | 352,9 | 351,1 | 348,5 | 349,9 | 350,4 | 349,9 | -0,1 | -0,8 |
| Vino tinto | 163,3 | 159,5 | 155,5 | 152,7 | 150,2 | 143,3 | -4,6 | -12,3 |
| Vino blanco | 143,2 | 146,6 | 149,2 | 152,7 | 154,8 | 157,7 | 1,8 | 10,1 |
| Vino rosado | 46,5 | 45,0 | 43,8 | 44,4 | 45,4 | 49,0 | 7,9 | 5,4 |
| Vino fortificado y vermut | 18,8 | 17,4 | 15,6 | 14,2 | 13,4 | 11,1 | -17,4 | -41,1 |
| Oporto | 5,6 | 5,3 | 4,9 | 4,6 | 4,4 | 3,8 | -15,4 | -33,5 |
| Sherry | 9,5 | 8,3 | 7,0 | 6,0 | 5,5 | 4,2 | -22,9 | -55,3 |
| Vermut | 2,9 | 2,9 | 2,8 | 2,7 | 2,6 | 2,2 | -14,8 | -22,2 |
| Otros vinos | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | -0,7 | 2,0 |
| Vino espumoso | 8,1 | 8,1 | 8,1 | 8,1 | 8,5 | 8,5 | -0,2 | 4,3 |
| Champán | 1,6 | 1,7 | 1,8 | 1,9 | 1,9 | 1,6 | -12,3 | 2,8 |
| Otros vinos | 6,5 | 6,4 | 6,3 | 6,2 | 6,6 | 6,8 | 3,2 | 4,6 |
| Vino de frutas | 1,9 | 1,9 | 2,0 | 2,0 | 2,0 | 1,6 | -19,6 | -16,6 |
| TOTAL | 381,8 | 378,4 | 374,2 | 374,2 | 374,3 | 371,1 | -0,9 | -2,8 |

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Euromonitor

• Vino rosado

Sus ventas en volumen han aumentado un 7,9% en 2020, y un 0,1% en valor, a pesar de la situación de pandemia. Desde 2017, su consumo ha ido en aumento, al igual que el del vino blanco. La preferencia por el vino rosado de calidad ha crecido durante la pandemia, así como la disposición a pagar más por las líneas premium. El consumidor neerlandés tiende a elegir vinos rosados más suaves como los Rosé de Provence.

- **Vino espumoso**

Es una bebida particularmente popular en verano por considerarse refrescante, así como al final del año por su uso en celebraciones. En diciembre, especialmente, el champán registra un incremento en las ventas. Sin embargo, es cada vez práctica más habitual el consumo de vinos espumosos en cualquier época del año. Bebidas como el cava y el *prosecco* van ganando cada vez más adeptos entre los consumidores neerlandeses.

El consumo de vino espumoso en 2020 se mantuvo estable en volumen, pero descendió un 12,4% en valor, por un menor precio de venta. El champán ha descendido tanto en volumen como en precio durante el año 2020, pero el consumo de los otros (*prosecco*, cava, *sekt*) ha subido durante el año 2020, lo que indica una tendencia del consumidor hacia las alternativas al champán.

- **Vino fortificado**

En 2020 se ha registrado una abrupta caída de las ventas de vino fortificado en todas sus subcategorías, tanto en volumen (-17,4%) como en valor (-34,6%), acentuada por la situación de pandemia. El vino de Jerez sufre la mayor caída, con un valor y volumen de ventas en 2020 que no llega a la mitad de los valores del año 2015. El vino de Oporto continúa también la tendencia a la baja.

- **Vino ecológico**

El consumo de este tipo de vino muestra una tendencia alcista en todo el mundo y se prevé que se comercialicen 87,5 millones de cajas de vino orgánico al año en 2022. Los amantes del vino siguen dispuestos a gastar hasta un 38% más por bebidas elaboradas de forma sostenible, según el *IWSR Drinks Market Analysis*.

En la actualidad, el consumo de vino ecológico está siendo impulsado por las ventas en Europa, las cuales representarán el 78% del mercado mundial de vino ecológico en 2022. Mientras que en 2019 Alemania fue el principal consumidor de vinos orgánicos del mundo, por delante de Francia, Reino Unido e Italia, en 2021, se espera que el consumo en Francia doble las cifras de 2013, superando a Alemania, seguida de Gran Bretaña y Estados Unidos.

La superficie total de viñedos orgánicos ha aumentado en un 234% desde 2007 a 2017, hasta las 400.000 hectáreas. En respuesta a la fuerte demanda, los tres principales países productores de vino del mundo (Italia, España y Francia), aumentarán significativamente sus superficies ecológicas certificadas. Por lo tanto, de 165 millones de botellas de vino orgánico en 2013, la producción francesa pasó a 361 millones en 2018 (+119%), y se espera que crezca otro 70% hasta 2023, alcanzando los 613 millones.

En España, se espera que la producción de 241 millones de botellas en 2013, que aumentó en un 42% en 2018 a 341 millones, crezca en un 76% en 2023, a 599 millones. En el caso de Italia, los

420 millones de botellas producidas en 2013 aumentaron a 708 millones en 2018 (+68%) y se espera que alcancen los 924 millones en 2023 (+30%).

Se estima que, en Países Bajos, entre el 5% y el 8% del vino consumido es [ecológico](#). A pesar de la creciente demanda de sostenibilidad en el sector del vino, la demanda de vino orgánico sigue siendo pequeña en relación con la demanda total. Se estima que solo entre el 5–10% de las ventas totales de vino son de vino orgánico. En Países Bajos, muchos consumidores no son plenamente conscientes de las características o beneficios del vino orgánico o tienen dudas sobre la certificación orgánica y qué implica. El consumidor neerlandés, partidario de la economía circular y el cuidado del medio ambiente, valora los vinos ecológicos, aunque prima el precio como principal factor de decisión. Los vinos ecológicos que más penetración están teniendo en los mercados lo hacen a través de precios más competitivos.

No obstante, los compradores de Países Bajos esperan que los proveedores apliquen prácticas sostenibles que no se limiten a los métodos de producción orgánicos, sino también a la conservación de la energía y el agua, el uso de recursos renovables y la reducción de las emisiones de Co2 durante el transporte.

4.3.2. Previsiones de ventas

Las previsiones para el periodo 2020-2025 apuntan a un crecimiento en el volumen de comercialización de los vinos en Países Bajos. Aumentará el volumen de ventas del vino blanco y sobre todo del vino rosado en detrimento del vino tinto. Los vinos espumosos también seguirán al alza mientras que los vinos fortificados y vermut seguirán bajando.

PREVISIÓN VOLUMEN DE VENTAS EN PAÍSES BAJOS POR TIPO DE VINO 2020-2025

Millones de litros

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | Var. (%) 2020-25 |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|
| Vino tranquilo | 349,9 | 356,0 | 356,8 | 358,6 | 358,8 | 360,1 | 2,9 |
| Vino tinto | 143,3 | 149,8 | 146,8 | 144,0 | 141,2 | 139,8 | -2,4 |
| Vino blanco | 157,7 | 154,6 | 156,6 | 159,7 | 161,5 | 163,0 | 3,4 |
| Vino rosado | 49,0 | 51,6 | 53,4 | 54,9 | 56,1 | 57,3 | 17,0 |
| Vino fortificado y vermut | 11,1 | 11,1 | 11,0 | 10,9 | 10,8 | 10,6 | -4,1 |
| Oporto | 3,8 | 3,9 | 3,9 | 3,8 | 3,7 | 3,7 | -1,9 |
| Sherry | 4,2 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,0 | -5,0 |
| Vermut | 2,2 | 2,2 | 2,1 | 2,1 | 2,0 | 2,0 | -10,9 |
| Otros vinos | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 7,5 |
| Vino espumoso | 8,5 | 8,9 | 9,3 | 9,4 | 9,5 | 9,5 | 12,4 |
| Champán | 1,6 | 1,8 | 1,9 | 1,9 | 1,9 | 1,9 | 18,1 |



| | | | | | | | |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| Otros vinos | 6,8 | 7,2 | 7,3 | 7,4 | 7,5 | 7,6 | 11,0 |
| Vino de frutas | 1,6 | 1,8 | 1,9 | 1,9 | 1,9 | 2,0 | 23,2 |
| TOTAL | 371,1 | 377,7 | 378,9 | 380,8 | 380,9 | 382,2 | 3,0 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor (*Wine in the Netherlands*)

Las previsiones para el periodo 2020-2025 apuntan a un crecimiento en el valor de ventas de los vinos en Países Bajos. Los vinos que captarán mayor interés de los consumidores serán: del vino tranquilo el rosado, de los fortificados el sherry, de los espumosos el champán y los vinos de frutas.

PREVISIÓN VALOR DE VENTAS EN PAÍSES BAJOS POR TIPO DE VINO 2019-2023

Millones de euros

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | Var. (%) 2020-25 |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------|
| Vino tranquilo | 1.737,1 | 1.912,4 | 2.021,4 | 2.034,3 | 2.056,8 | 2.073,9 | 19,4 |
| Vino tinto | 677,7 | 760,2 | 784,1 | 789,4 | 787,6 | 785,2 | 15,9 |
| Vino blanco | 835,6 | 907,1 | 973,6 | 967,6 | 983,9 | 996,5 | 19,3 |
| Vino rosado | 223,9 | 245,1 | 263,7 | 277,2 | 285,2 | 292,2 | 30,5 |
| Vino fortificado y vermut | 160,5 | 185,3 | 202,9 | 212,7 | 214,9 | 215,0 | 34,0 |
| Oporto | 58,6 | 69,7 | 78,5 | 82,1 | 82,3 | 81,7 | 39,3 |
| Sherry | 50,1 | 60,2 | 67,0 | 72,4 | 73,8 | 74,4 | 48,5 |
| Vermut | 40,0 | 42,0 | 43,1 | 43,5 | 43,8 | 43,8 | 9,5 |
| Otros vinos | 11,7 | 13,4 | 14,3 | 14,7 | 14,9 | 15,2 | 29,4 |
| Vino espumoso | 209,9 | 237,0 | 259,3 | 267,3 | 272,2 | 276,2 | 31,6 |
| Champán | 97,0 | 112,1 | 126,9 | 130,1 | 131,5 | 132,6 | 36,7 |
| Otros vinos | 112,9 | 124,9 | 132,4 | 137,2 | 140,7 | 143,7 | 27,2 |
| Vino de frutas | 14,8 | 19,5 | 22,0 | 23,4 | 24,4 | 25,2 | 70,3 |
| TOTAL | 2,122,3 | 2,354,3 | 2,505,5 | 2,537,7 | 2,568,3 | 2,590,4 | 22,1 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor (*Wine in the Netherlands*)

4.4. Formato de venta

El formato de venta más consumido es la botella tradicional de vidrio de 750 ml. Las ventas en envases de menor tamaño (50cl, 33cl, etc.) cuentan con más popularidad entre los hogares unipersonales o en el canal *on-trade*. Otros envases, como el cartón o *bag-in-box*, son frecuentes en supermercados y *discounters*.

La búsqueda de precios más bajos implica que, a corto plazo, los consumidores comprarán botellas con un mayor contenido o los denominados envases ‘*Wine in Box*’. Este formato todavía no está muy extendido en Países Bajos, pero se prevé un crecimiento gracias a su implementación por parte de diferentes marcas blancas y distribuidores. Otros envases como las botellas de PET, aunque no muy frecuentes, ven en aumento su utilización, sobre todo en el formato de 250ml, al ser envases más ligeros.

En lo referente a tapones y corchos, en Países Bajos se ven cada vez más vinos con tapones de rosca y tapones de plástico tanto en supermercados, tiendas especializadas y restauración, especialmente en vinos de precio medio-bajo. Junto con Reino Unido, Países Bajos es el país donde más se utiliza el tapón de rosca, mientras que el tapón sintético es el menos utilizado, aunque supera a países como Alemania, Suiza y Bélgica.

4.5. Impacto del COVID-19 en el mercado

Según un estudio realizado por [Wine Intelligence](#), el gasto medio del consumidor por botella de vino para un consumo en el hogar prácticamente no ha cambiado durante la pandemia, algo que va en consonancia con la tendencia en Países Bajos de consumir menos bebidas alcohólicas, pero de mayor calidad y mayor precio.

Donde sí se ha visto una bajada ha sido en el consumo de vino en ocasiones formales y de celebración debido a las restricciones sociales, así como en el consumo fuera del hogar debido al cierre de restaurantes y bares. En su lugar, las ventas de vino a través del **canal online** han aumentado durante los meses de confinamiento en Países Bajos, siendo los mayores beneficiados.

Los efectos a largo plazo del COVID-19 en el sector del vino en Países Bajos se prevé que sean un crecimiento del canal online, así como un **crecimiento en las ventas de vinos premium**. Aunque tradicionalmente el consumidor neerlandés no está dispuesto a gastarse mucho dinero en una botella de vino, esto está cambiando, y los consumidores neerlandeses cada vez están más dispuestos a gastar más por compra.

4.6. Ventas por tipo de uva

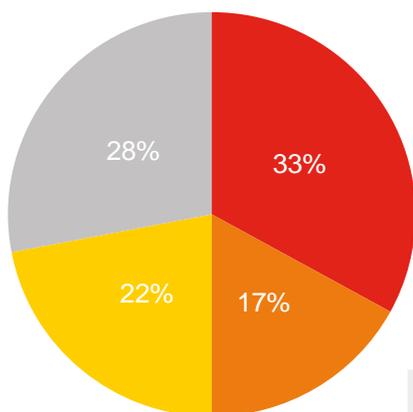
Los vinos rosados y tintos procedentes de uva *cabernet sauvignon* son tradicionalmente los más vendidos. En el caso de los blancos, la variedad preferida continúa siendo *chardonnay*, seguida de *sauvignon blanc*.

VENTA POR TIPO DE UVA

En % sobre el volumen total de ventas

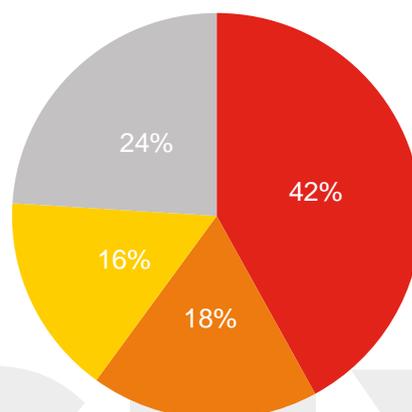
Tinto

■ Cabernet Sauvignon ■ Garnacha ■ Syrah ■ Otras



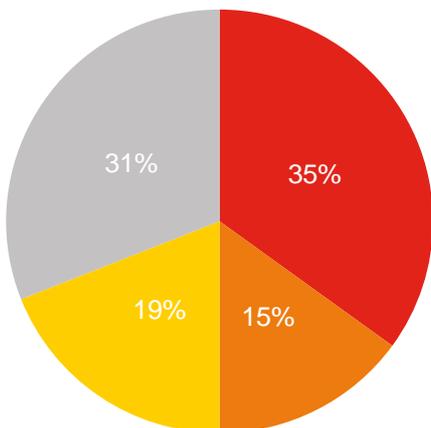
Blanco

■ Cabernet Sauvignon ■ Merlot ■ Syrah ■ Otras



Rosado

■ Chardonnay ■ Chenin Blanc ■ Sauvignon Blanc ■ Otras



Fuente: Euromonitor



5. Precios

5.1. Ventas y precios

El consumidor neerlandés cada vez prefiere consumir un vino de mayor calidad, aunque el factor precio sigue siendo principal en su comportamiento de compra. Por otro lado, los productos con algún indicativo de calidad como denominación de origen, producto ecológico o comercio justo entre otros, se comercializan en Países Bajos con un precio hasta un 10% mayor.

Los consumidores neerlandeses son muy sensibles al precio: el 78% de los consumidores afirma que el precio es el principal factor a la hora de seleccionar un vino, y solo un 20% presta atención a la añada del vino. En Países Bajos, alrededor del 80% de las ventas de vinos tintos y blancos en el año 2020 correspondieron a vinos con un precio inferior a 4,5€. Por otro lado, las ventas de vino espumoso han crecido en 2020 para la gama de precios mayor a 6€, mientras que ha habido una caída para los vinos de menor precio.

VENTAS DE VINO EN OFF TRADE PAÍSES BAJOS SEGÚN PRECIO (2020)

Volumen Off - Trade

| | Vino tinto | Vino rosado | Vino blanco |
|--------------|------------|-------------|-------------|
| < 3€ | 26,6 | 26,0 | 26,2 |
| 3,01€ - 3,5€ | 26,8 | 23,4 | 29,0 |
| 3,51€ - 4,5€ | 29,0 | 22,2 | 26,3 |
| 4,51€ - 6,5€ | 15,0 | 23,1 | 12,7 |
| >6,51€ | 2,6 | 5,3 | 5,8 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor

Según indica la tabla anterior, los vinos tintos más consumidos por los neerlandeses en el canal off-trade son entre 3,5 y 4,5 euros, el blanco en la escala de precios entre 3 y 3,5 euros, siendo los rosados los que más se venden en la escala de precio inferior a 3 euros.

5.2. Impuestos

En 2019, el tipo general del IVA, que grava también al vino, aumentó del 19% al 21%.

Al tratarse de un mercado UE, a la importación en Países Bajos de vinos españoles no aplican aranceles ni certificado de importación o similares. Sin embargo, sí aplican los impuestos de comercialización o accisas dependiendo del tipo de vino importado.

Desde el 1 de enero de 2017, las tarifas de accisas se han modificado y se incluyen en el mismo grupo los vinos tranquilos y los vinos espumosos, lo que ha provocado una reducción del impuesto para los vinos espumosos y tranquilos de más de 15% de volumen de alcohol.

Los [impuestos](#) especiales actuales sobre el vino son de 88,30€ por hl de vino tranquilo y vino espumoso (con un contenido de alcohol superior al 8,5%). Si el contenido de alcohol es inferior al 8,5%, el impuesto especial sobre el vino tranquilo y vino espumoso es de 44,24€.

TABLA DE ACCISAS EN PAÍSES BAJOS A 1 DE ENERO DE 2021

| Categoría | Impuesto por hl |
|--|-----------------|
| Vino tranquilo | |
| a. < 8,5% vol. alcohol | 44,24 € |
| b. 8,5% - 15% vol. alcohol | 88,30 € |
| c. > 15% vol. alcohol | 88,30 € |
| Vino espumoso | |
| a. < 8,5% vol. alcohol | 44,24 € |
| b. > 8,5% vol. alcohol | 88,30 € |
| Productos intermedios | |
| a. < 15% vol. alcohol | 105,98 € |
| b. > 15% vol. alcohol | 149,30 € |
| Productos intermedios espumosos | |
| a. < 15% vol. alcohol | 105,98€ |
| b. > 15% vol. alcohol | 105,98€ |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de [Belastingdienst](#) y Comisión Europea

6. Percepción del producto español

Los vinos franceses han sido tradicionalmente los vinos más conocidos entre la población neerlandesa, posicionándose como vinos de mayor calidad respecto a los vinos de otros países. Sin embargo, en los últimos años, el vino francés ha perdido parte de esa exclusividad para compartirla con vinos de otras partes del mundo, tanto de otros países europeos, como con los llamados del “Nuevo Mundo”.

El vino español se está posicionando cada vez mejor en la percepción del consumidor neerlandés y se ve como un vino de buena calidad. Los vinos españoles tienen buena reputación en el grupo de consumidores expertos, y en especial en el segmento de la población de edad inferior a 55 años, ya que los consumidores con edad superior a 55 años siguen prefiriendo por lo general los vinos franceses.

El vino blanco español, sobre todo de uva verdejo, está muy consolidado y bien valorado por su buena relación calidad-precio. Además, el vino blanco de Galicia (Rías Baixas, Ribeiro, etc.), muy bien valorado por la prensa en Países Bajos, está adquiriendo cada vez más presencia en restaurantes y distribución. En cuanto al vino rosado español se puede decir que goza de buena reputación y se ve como un trampolín para otros vinos españoles. Por otra parte, los vinos espumosos españoles han aumentado sus ventas en Países Bajos, sobre todo el cava. Los vinos españoles que se ven en la mayoría de las cartas de restaurantes holandeses son de Rioja, y Rueda, viéndose también con regularidad vinos de Cataluña, Valencia o Ribera del Duero.

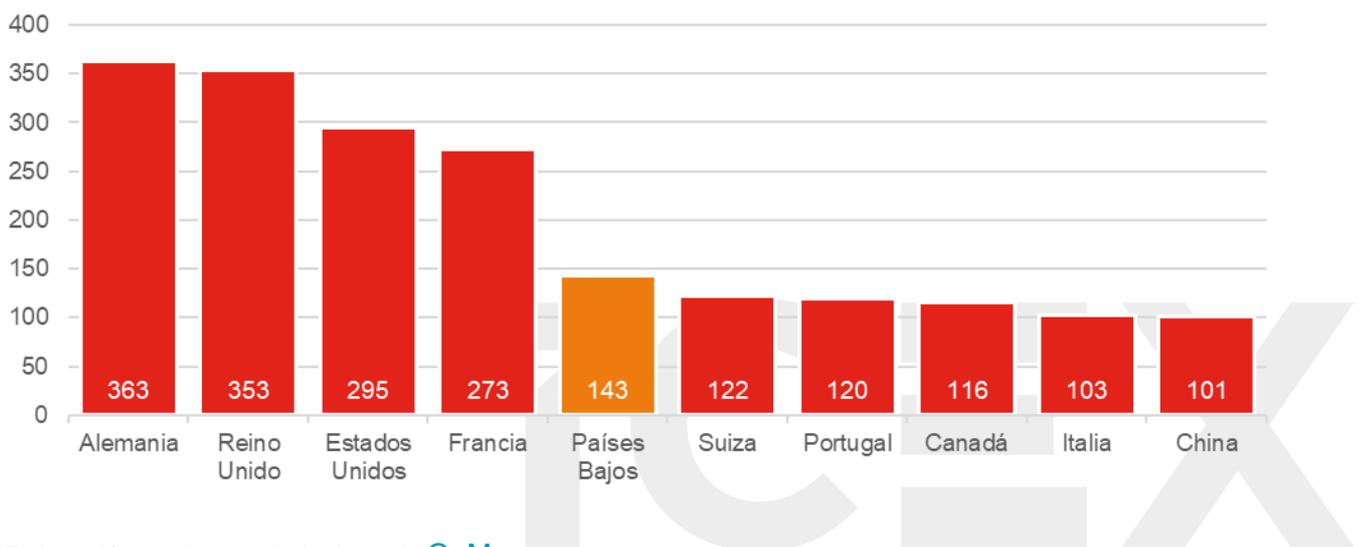
Aunque la imagen del vino español es en general buena, hay margen para mejorar su presencia en Países Bajos. Una tendencia que se aprecia en los últimos años es el hecho de que una gran parte de los vinos consumidos en los restaurantes holandeses son los llamados *huiswijn* o vinos de la casa, siendo estos cada vez en más casos vinos españoles. Por otra parte, en los restaurantes de nivel medio-alto también se observa cada vez más la presencia de vinos españoles en su carta de vinos, pero también en lo que se denomina *wijnarrangement*, que se podría traducir como “menú de vino” o vino por copa. De esta forma el consumidor puede conocer nuevos vinos sin tener que consumir una botella entera. Esta fórmula ayuda bastante a aumentar la rotación del vino en el establecimiento y a afianzar los caldos españoles en la mente de los consumidores.

En 2020, según el [OEMV](#), Países Bajos importó más vino español que nunca, creciendo en torno al 15% hasta superar los 53 millones de litros y 130 millones de euros. El vino tranquilo supuso más del 80% del total importado desde España. En cuanto a espumosos, los vinos españoles superaron a Italia.

El mercado de Países Bajos es un mercado importante para los vinos españoles y se posiciona como el quinto destino de exportación en valor. Los vinos españoles más importados por Países Bajos son vinos con Denominación de Origen, seguidos de vinos sin DOP envasados, vinos espumosos y vinos sin DOP a granel.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN DE VINO DE ESPAÑA

Millones de euros, 2020



Elaboración propia a partir de datos de [OeMv](#)

7. Canales de distribución

7.1. Principales infraestructuras

7.1.1. Canales marítimos

Países Bajos tiene una de las mejores infraestructuras portuarias del mundo, múltiples deltas y ríos y una red dinámica de canales navegables. El puerto de Rotterdam es el más grande de Europa, y desde él se distribuyen mercancías a los principales centros industriales y económicos de Europa occidental en menos de 24 horas, proporcionando a las empresas un punto de acceso atractivo para el mercado europeo. El puerto de Ámsterdam es el quinto puerto más grande de Europa, y es otro activo importante para las operaciones de logística y distribución del país. Más de la mitad de la carga desde y hacia Países Bajos es transportada por embarcaciones marítimas.

Los otros puertos más relevantes del país son Groningen y Zelanda. El puerto de Zelanda se localiza al sur de Países Bajos y está formado por el conjunto de los puertos de Vlissingen y Terneuzen. Tiene una ubicación estratégica entre los puertos de Amberes (Bélgica) y Rotterdam, con una vía marítima desde Zelanda hasta París, que une el Río Sena con el Río Escalda. El puerto de Groninga es el mayor puerto en la región norte de Países Bajos. Está conectado con el Río Eem, un río del noroeste de Alemania.

7.1.2. Canales aéreos

Su principal aeropuerto es Ámsterdam- Schiphol, aunque tiene otros cinco aeropuertos regionales que también ofrecen servicios internacionales: Rotterdam-La Haya, Eindhoven Maastricht, Groningen y [Lelystad](#). Este último abrirá sus puertas previsiblemente hacia finales de 2021, aunque será solo para vuelos chárter. Sus dos aerolíneas nacionales son KLM Royal Dutch Airlines y su filial Transavia.

El Aeropuerto de Schiphol es el tercer aeropuerto más importante de Europa en cuota de mercado. Tiene 2.787 hectáreas y 108 aerolíneas con destino directo a 322 países. Schiphol, tiene una capacidad de más de 10 millones de pasajeros anuales, y de los otros cuatro, dos tienen una capacidad de entre 1-5 millones (Eindhoven y Rotterdam-La Haya) y los otros dos tienen capacidad para 100.000-500.000 pasajeros (Maastricht y Groningen).

A pesar de que sólo un 0,1% de mercancías se transporta por aire, el aeropuerto de Schiphol gestiona 1,7 millones de toneladas de mercancías al año convirtiendo a Países Bajos en el cuarto país de la Unión Europea con más ingresos procedentes del transporte en el Espacio Económico Europeo (EEE), por detrás de Alemania, Francia y Polonia.

7.1.3. Canales terrestres

La extensa y moderna red de carreteras del país sirve como un activo importante para las empresas que buscan establecer operaciones de logística y distribución en Europa. Consta de más de 139.000 km de carreteras y ocupa el primer lugar de la UE y el quinto mundial por la calidad de sus carreteras. Casi 8.000 km de carreteras son provinciales y los otros 123.000 km, son carreteras y vías locales y caminos rurales. El país está dotado con más de 15.000 km de carril para bicicletas y más del 80% de la población posee al menos una bicicleta. Esto convierte al país en una ubicación privilegiada para el transporte internacional de mercancías por carretera. El sistema ferroviario neerlandés, con 3.055 km de red ferroviaria y conexiones directas a terminales de contenedores interiores y enlaces a destinos en toda la UE, los países nórdicos y Oriente Medio.

7.2. Canales de distribución

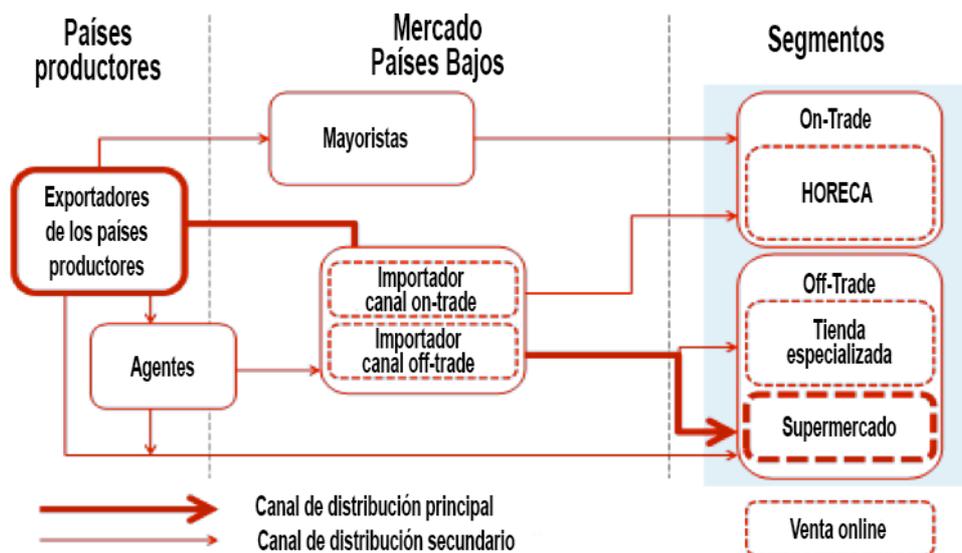
La forma más habitual de acceso al mercado neerlandés del vino es a través de importadores especializados. Existen otras formas de entrada, como los mayoristas o agentes intermediarios, aunque estas son menos habituales. En 2020, aproximadamente el 94% del volumen y el 77% del valor de las ventas en vino se produjo en el canal *off-trade* (hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia, tiendas especializadas y demás puntos de venta excluyendo hostelería), valores muy altos debido a la situación de confinamiento y cierre de la hostelería durante gran parte del año 2020.

En la última década, los supermercados han aumentado significativamente su participación en el mercado del vino neerlandés. Este fenómeno ha derivado en una creciente presión sobre los importadores más pequeños y no especializados, que se están o bien consolidando, fusionándose o desapareciendo.

Tratar directamente con las cadenas de supermercados puede ser difícil para los exportadores, ya que los márgenes son bajos y esperan exclusividad del producto. Los importadores pueden desempeñar un papel intermediario que protege a los productores de los altos riesgos involucrados al comerciar con los supermercados y distribuir las ventas a diferentes canales bajo diferentes etiquetas, ayudando a los exportadores a cumplir con los requisitos de los supermercados.

Sin embargo, en los próximos años, se espera que los supermercados eviten a los importadores más a menudo en sus estrategias de abastecimiento y obtengan directamente de los productores. Esto reforzará principalmente a los exportadores de vino establecidos ya en el mercado y capaces de garantizar precios competitivos y calidad constante del producto.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA EL VINO EN PAÍSES BAJOS



Fuente: CBI (Ministerio de Asuntos Exteriores)

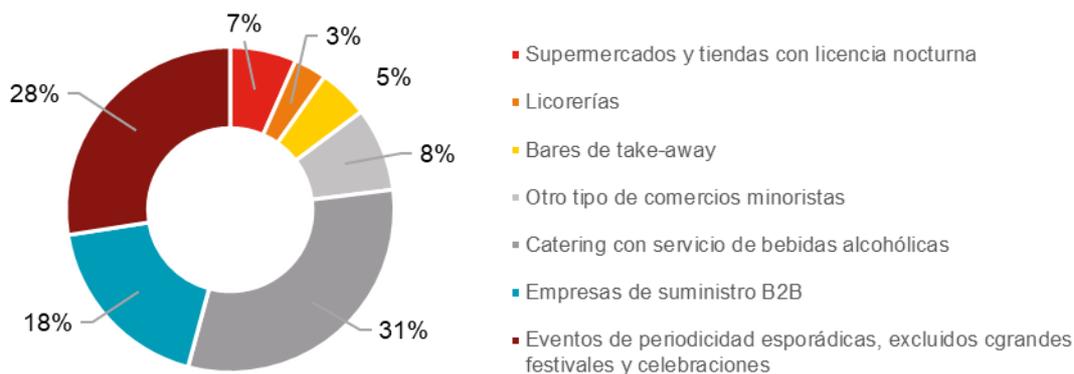
La Real Asociación de Importadores de Vino (KVNW), agrupa a casi doscientos miembros del sector que, en su conjunto, importan más del 80% del vino en este mercado. Las tres principales empresas importadoras de vino en Países Bajos son:

- **Baarsma Wine Group:** es una de las empresas más exitosas de distribución vinícola en Europa, incluye en su holding otras empresas neerlandesas como Oud Reuchlin & Boelen, Wijnvoordeel, Lovian, Wijnhandel Léon Colaris, etc. y distribuye principalmente a supermercados, comercio mayorista y horeca.
- **Delta Wines, DGS, Pallas Wines y Coenecoop:** todas ellas importan grandes volúmenes de vino que se distribuyen principalmente en supermercados y tiendas de productos biológicos. Actúan bajo el paraguas de la empresa Delta Wines BV.
- **Albert Heijn:** La cadena de supermercados neerlandesa Albert Heijn, perteneciente al grupo Ahold Delhaize, es uno de los mayores importadores del mercado para el canal *off-trade*. Esto se debe principalmente a que abastece a una red de casi 1.000 [establecimientos](#) en Países Bajos. Actualmente tiene cinco centros de distribución, así como tres centros de distribución para los pedidos por Internet (Rotterdam, De Meern y Almere).

Ahold Delhaize, a través de Albert Heijn y la cadena de licorerías Gall & Gall, está presente sobre todo en el segmento medio y alto del vino. Gall & Gall cuenta con aproximadamente 600 puntos de venta en Países Bajos. Además, ambas venden a través de sus portales web y, desde 2017, también en la plataforma online de ventas Bol.com.

La legislación neerlandesa no permite la venta de bebidas de grado alcohólico superior a 15% en supermercados. La única excepción es el supermercado Hoogvliet que vende bebidas alcohólicas de más de 15% ya que dispone de una autorización especial.

COMERCIOS QUE VENDEN O SIRVEN BEBIDAS ALCOHÓLICAS (2019)



Elaboración propia a partir de datos de ING

7.3. Canales off-trade

Se estima que, en Países Bajos, en 2020, existen 70.000 puntos donde se vende o sirve alcohol. La cifra engloba más de 22.000 establecimientos minoristas y casi 48.000 son establecimientos del sector de la restauración u Horeca.

En Países Bajos, aproximadamente el 80% de los puntos de venta de alimentos son supermercados con una superficie media entre 500 y 1500 m², localizados principalmente en el centro de las ciudades o en zonas residenciales. El 20% restante incluye supermercados localizados en parques industriales, tiendas de conveniencia y grandes almacenes. Los dos supermercados más importantes son Albert Heijn y Jumbo. Los *discounters* (Lidl y Aldi) les siguen con una cuota del 15,7%. De los 6.200 puntos de venta dentro de la gran distribución de alimentos en Países Bajos, los supermercados son el formato preferido, alcanzando más de 3.600 establecimientos.

La mayor parte de los consumidores de vino del país suelen comprar sus vinos en supermercados (66%), seguido por las tiendas especializadas y licorerías (14%):

CANALES DE DISTRIBUCIÓN OFF-TRADE DEL VINO EN PAÍSES BAJOS

Volumen, porcentaje, 2020

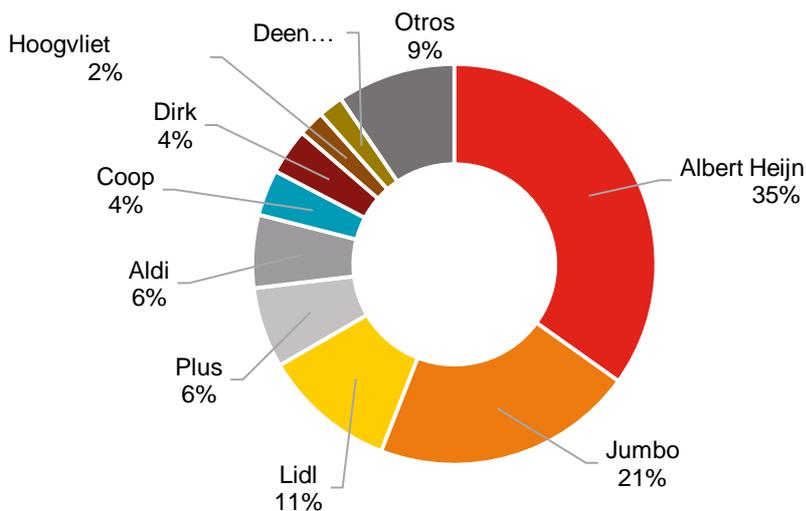
| Outlet Type | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| Ventas minoristas en tienda | 97 | 97 | 95 | 95 | 94 | 90 |
| Minoristas de alimentación modernos (cadenas) | 76 | 76 | 74 | 74 | 73 | 70 |
| Tiendas de conveniencia | 01 | 01 | 01 | 01 | 01 | 01 |
| Discounters (Aldi, Lidl) | 22 | 22 | 21 | 21 | 21 | 20 |
| Hipermercados | 03 | 03 | 03 | 03 | 03 | 03 |
| Supermercados | 50 | 50 | 49 | 48 | 48 | 46 |
| Minoristas de alimentación tradicionales | 21 | 21 | 21 | 21 | 21 | 20 |
| Especialistas en comida/bebida/tabaco | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 14 |
| Tiendas de alimentación independientes | 01 | 01 | 01 | 01 | 01 | 01 |
| Otros minoristas de alimentación | 06 | 06 | 05 | 05 | 05 | 05 |
| E-Commerce | 03 | 03 | 05 | 05 | 06 | 10 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor

7.3.1. Supermercados

Entre las principales cadenas de supermercados del país, encontramos Albert Heijn, Jumbo, Lidl, Plus y Aldi, que juntos agrupan una cuota de mercado del 79%.

CUOTA DE MERCADO SUPERMERCADOS EN PAÍSES BAJOS EN 2019



Fuente: Elaboración propia con datos de Distrifood

7.3.2. Licorerías

En Países Bajos existen diferentes cadenas de licorerías. Gall & Gall (del grupo Ahold Delhaize) es la cadena con más puntos de venta, con más de 600, seguida por Mitra, que cuenta con 109. Otras cadenas de licorerías importantes en Países Bajos son: DirckIII con 40 puntos de venta, Henri Bloem con 19, Grape District con 13, y De Gouden Ton, con 11 tiendas distribuidas por todo el país.

7.4. Canal online

Países Bajos es un país vanguardista en infraestructuras de telecomunicaciones. El 98% de los hogares tienen acceso a internet, siendo **16,2 los millones de usuarios** de entre sus 17,14 millones de habitantes. También lidera los rankings de velocidad y calidad de red a nivel mundial.

Estas infraestructuras aplican a todos los ámbitos, desde el empresarial y el político hasta el particular y de carácter más doméstico. Los usuarios neerlandeses utilizan los dispositivos móviles por encima de la media europea, con una penetración del 87% en el uso de smartphones en edades entre los 13 y los 80 años, y de un 67% en el uso de *tablets*.

El comercio electrónico ha mostrado una **tendencia alcista continuada**, a pesar de que ha sufrido una leve desaceleración desde el año 2015, año en el que llegó a crecer un 11,7%. Entre las diferentes categorías de venta en función de los productos ofertados, el 25% de empresas pertenecen al sector de moda, un 16% vende productos de hábitat, un 8% electrónica y libros, y un **8% alimentos**.

Considerando las elevadas cifras de penetración, cabe esperar que un alto porcentaje de la población utilice los dispositivos para la compra de artículos en plataformas de comercio electrónico. **El 70% de la población realiza compras en internet** a través de diversas plataformas, siendo las principales en términos de facturación Bol.com, Coolblue, Zalando y Wehkamp.

Destaca el carácter nacional de las principales plataformas del sector, en su mayoría neerlandesas, de la misma manera que ocurre en otros sectores como el del *retail* o las grandes superficies. Las plataformas líderes del mercado *e-commerce* son Bol.com, Coolblue, Amazon y Zalando.

En los últimos años se observa un aumento de las compras de **comida y bebida** a través de internet, alentadas entre otros motivos, por el éxito de las plataformas de envío de comida a domicilio. Actualmente, el 16% de los consumidores neerlandeses declara haber realizado pedidos esporádicos a través de una tienda online especializada, mientras que un 5% lo hace semanalmente. Es destacable que, **el 44% de los pedidos realizados incluyen algún tipo de bebida alcohólica**. Entre los principales motivos a la hora de realizar la compra a través de una web especializada se encuentran: mayor variedad (19%), entrega a domicilio (18%), ahorro de tiempo (16%), y productos de mejor calidad (15%).



Las ventas online suponen el **5% de la facturación total del sector** del vino en Países Bajos (2019). De acuerdo con *Smart Food Monitor*, entre las webs de *e-commerce* neerlandesas especializadas en venta de alcohol con mayor cuota de mercado se encuentra **Gall.nl** (16%) y **Wijnvoordeel.nl** (13%). La primera pertenece al grupo Ahold Delhaize, y la segunda, perteneciente al holding Baarsma Wine Group, carece de tiendas físicas y genera todas sus ventas a través de su web. En enero de 2018, Bol.com, la plataforma más importante de comercio electrónico en Países Bajos incluyó en su catálogo de productos la categoría de comidas y bebidas, y la categoría de bebidas, pero en 2020 ya se vende ni comida ni bebidas en esta plataforma.

Las ventas en plataformas digitales en Europa están creciendo rápidamente, dado que estos nuevos canales permiten a los consumidores pedir vino de muchas fuentes diferentes, incluidos los propios productores. Sin embargo, la distribución física de los vinos a los consumidores todavía requiere intermediarios físicos propios del canal de venta convencional. Los consumidores esperan cada vez más poder comprar un producto en cualquier momento y en cualquier lugar. La conveniencia de la entrega es otro factor que promueve este tipo de hábitos de compra.

Muchos consumidores europeos tienen poca experiencia con vinos de nuevos países productores (excepto Sudáfrica y Chile). En los supermercados, las etiquetas de vino son su única fuente de **información sobre el producto**, y esas etiquetas ofrecen poca información. Los códigos QR aún no son muy comunes y, en la práctica, los consumidores rara vez los escanean. En tiendas especializadas, los consumidores pueden obtener información adicional del personal de ventas. Sin embargo, en las tiendas web, los consumidores pueden encontrar mucha más información. Las tiendas web ofrecen la oportunidad de contar historias y proporcionar información detallada del producto. Esto es muy útil para los consumidores que desean saber más sobre el vino y especialmente para aquellos que desean probar algo nuevo.

Frente a quienes piensan que la crisis del Covid-19 y el confinamiento favorecieron las ventas del canal online, un reciente [estudio](#) realizado por Deloitte revela que, si los consumidores de Países Bajos compraban alcohol durante la pandemia de coronavirus, la mayoría **no lo pedía vía online**. Esta conclusión se basó en una encuesta quincenal que analizó la intención de gasto neto de los consumidores (el porcentaje de encuestados que indica que gastará más en las próximas cuatro semanas menos el porcentaje que dijo que gastará menos), mientras que las personas estaban en autoaislamiento.

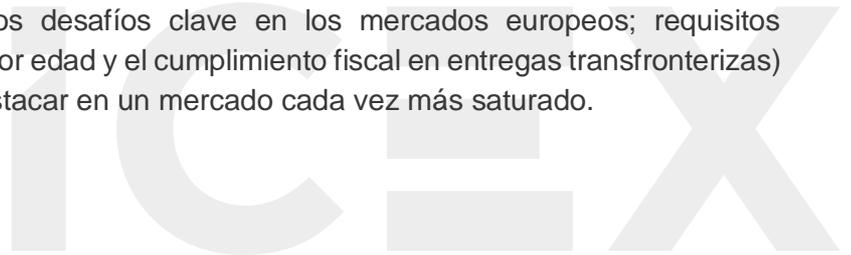
Respecto al análisis de la distribución y los canales de compra, aproximadamente siete de cada diez encuestados de Países Bajos prefirieron comprar bebidas alcohólicas en la tienda. Sin embargo, a medida que aumentó el gasto neto, también lo hizo la proporción de encuestados que dijeron que planeaban comprar cerveza y vino a través de tiendas web. Cuando las medidas de cuarentena se volvieron menos estrictas en Países Bajos, comprar alcohol en línea se volvió menos común.



Dado el creciente interés de los consumidores por comprar online, ha habido un aumento considerable de las *startups* en los mercados europeos en los últimos años. Entre las principales plataformas de consulta y compra de vinos en Países Bajos, al igual que en gran parte del mundo, está [Vivino](#). Se trata de un *marketplace* de vinos online muy importante y la aplicación de vinos más descargada del mundo, con millones de usuarios.

Además, en función de las diferentes propuestas de valor al consumidor, encontramos plataformas que compiten ofreciendo modelos de suscripción (My Vitibox, Le Petit Ballon); subasta de vinos (iDealwine); precios muy competitivos (Wijnvoordeel) o amplias coberturas de entrega (BELViNi). La mayoría de ellos también ofrecen como valor añadido contenido y servicios adicionales, como catas de vino o clubes de vino. Entre ellas, quizás la mayor disrupción es la aparición de plataformas como Uvinum y Winebuyers, que ponen a los consumidores directamente en contacto con bodegas, o [Foodl](#), un *marketplace* para profesionales y proveedores del sector Horeca que permite el comercio directo entre ellos, así como la consulta de precios sin registrarse previamente.

Vender vino online se enfrenta a dos desafíos clave en los mercados europeos; requisitos reglamentarios específicos (el control por edad y el cumplimiento fiscal en entregas transfronterizas) y la creciente dificultad de tratar de destacar en un mercado cada vez más saturado.



8. Acceso al mercado - Barreras

Países Bajos es un país miembro de la Unión Europea y por tanto los productos procedentes de otros países de la UE no están sujetos a aranceles al tratarse de comercio interno. Los vinos españoles no tienen obligación de pagar arancel ni de presentar certificado de importación.

Como en el resto de la Unión Europea, en Países Bajos existe un impuesto sobre el valor añadido denominado *belasting toegevoegde waarde*, o BTW. Países Bajos cuenta con tres niveles de imposición indirecta:

- Exención (0%): bienes para exportación y servicios relacionados con el comercio internacional a terceros países y el transporte internacional de viajeros.
- Tipo reducido (9%): esta tarifa se aplica a una gran variedad de productos y servicios comunes como; alimentos, bebidas no alcohólicas, bienes y servicios agrícolas, medicinas, libros, periódicos, revistas...
- Tipo general (21%): resto de productos y servicios, entre los que se encuentra el vino.

No obstante, se deberá tener en cuenta que Países Bajos cuenta con una normativa particular en materia de almacenamiento, transporte, registro de productos importados y etiquetado.

8.1. Envases y embalajes

Los envases y embalajes utilizados y comercializados en Países Bajos se rigen por la Directiva Europea 94/62/EC, y la [normativa](#) neerlandesa relativa a embalaje y etiquetado *Waste Management Contribution Agreement*. Esta normativa se aplica a todos los productores e importadores de productos envasados en Países Bajos.

Los productores e importadores responsables de más de 50.000 kg de envases en un mismo año deben [registrarse](#) en Afvalfonds Verpakkingen, declarar el peso de sus envases y pagar las tarifas correspondientes. Se deberá tener en cuenta que aquellos importadores que introduzcan menos de 50.000 kg estarán exentos del pago de este impuesto.

Las tarifas que los importadores y productores deben pagar se denominan “*The Packaging Waste Management Contribution*” (PWMC), y esta cubre los costes de:

- Recolección y procesamiento.
- Prevención de la generación de residuos, supervisión y gestión.

TARIFAS POR KILOGRAMO DE MATERIAL DE EMBALAJE

Euros por kilogramo

| Material | Tarifa 2021 (ex. IVA) |
|--|-----------------------|
| Vidrio | 0,056 |
| Papel / Cartón | 0,022 |
| Plástico, tarifa estándar | 0,670 |
| Plástico, tarifa reducida | 0,410 |
| Plástico biodegradable | 0,670 |
| Aluminio | 0,110 |
| Otros metales | 0,230 |
| Madera | 0,020 |
| Otros materiales | 0,020 |
| Tarifa general (sin especificar el material) | 0,770 |
| Cartón para bebidas | 0,470 |
| Botellas con un sistema de depósito | 0,020 |
| Botella de plástico >75cl. sin depósito | (por botella) 0,250 |

Fuente: elaboración propia con datos de [Packaging Waste Management Contribution](#)

Respecto a las características de los envases de vino comercializados en Países Bajos, las tapas de rosca son ampliamente aceptadas. Solo en el segmento *premium* los consumidores neerlandeses buscan un corcho tradicional y las botellas de vidrio son el tipo más común de envases. Las botellas de vidrio generalmente están coloreadas para reducir el efecto de la luz ultravioleta y el tamaño estándar es de 0,75 litros.

Las botellas de PET también se están volviendo más populares en Países Bajos y se ven con mayor frecuencia en eventos al aire libre, como festivales y especialmente en el segmento de precios más bajos. Los envases de Tetra Pak y los vinos enlatados solo se aceptan para vinos de gama baja, ya que se percibe como vino de baja calidad.

Los consumidores neerlandeses no aprecian demasiado el *bag in box* (BiB) ya que el volumen habitual es de tres litros, un volumen demasiado alto para la mayoría de los consumidores. BiB

generalmente solo se usa para el vino de menor calidad y, como tal, tiene una reputación de baja calidad, aunque algunos supermercados lo están ampliando en su surtido.

8.2. Etiquetado

La Unión Europea ha establecido [indicaciones obligatorias](#) de etiquetado para el vino, incluidos todos los vinos de mesa, los vinos de calidad producidos en regiones determinadas, los vinos de licor, todos los vinos de aguja, así como los vinos originarios de terceros países, las etiquetas deben incluir la siguiente información:

- la denominación de venta del producto, el nombre de la Denominación de Origen Protegida (DOP) / Indicación geográfica protegida (IGP) o / Producido en 'país productor' / Producto del 'país productor'.
- el volumen nominal;
- el grado alcohólico volumétrico adquirido; va seguido del símbolo «% vol.» y puede ir precedido de los términos «grado alcohólico adquirido», «alcohol adquirido» o de la abreviatura «alc.»;
- el número de lote.
- detalles del importador

En el etiquetado es obligatorio señalar la presencia de sulfitos y alérgenos. La información sobre ingredientes alergénicos debe estar indicada en el idioma del mercado objetivo y debe incluir lo siguiente:

- Todos los vinos que contengan más de 10 miligramos de sulfito por litro deben etiquetarse con la indicación "Contiene sulfitos". Si el vino contiene solo unos pocos mg o ningún sulfito, se puede mencionar en la etiqueta también.
- Los derivados de huevo y leche.
- Se debe dar el contenido de azúcar (para vinos espumosos).

Todas estas indicaciones obligatorias deben agruparse en el mismo campo visual de la botella de forma clara y visible. Sin embargo, la mención de los ingredientes, del número de lote y de los posibles importadores puede figurar fuera de ese campo visual.

9. Perspectivas del sector

Los consumidores neerlandeses son por lo general exigentes y especialmente en el segmento premium, tanto en la calidad de los vinos como en la transparencia del productor. Buscan la autenticidad, y en términos de producción se fijan en el uso de variedades endémicas, así como en el tipo de envase. Los consumidores neerlandeses aprecian las Indicaciones Geográficas para identificar un producto como originario de un país, región o localidad en particular. Una IG puede servir como un instrumento valioso para distinguir el producto de la competencia.

La sostenibilidad continúa siendo una tendencia de actualidad en la industria del vino. La producción sostenible de vino no se limita únicamente a la producción orgánica o biodinámica, sino que también puede referirse a la conservación de la energía y el agua, el uso de recursos renovables o la reducción de las emisiones de CO₂. Los consumidores neerlandeses valoran positivamente los productos orgánicos, y están dispuestos a gastar un 38% más por bebidas elaboradas de forma sostenible, según el IWSR Drinks Market Analysis. Se espera que la comercialización y consumo de vinos ecológicos y biodinámicos aumente en los próximos años.

Respecto a la edad de los consumidores, Países Bajos, como otros países de Europa, se enfrenta a un envejecimiento de la población. Para 2050, se estima que alrededor del 28% de la población tenga 65 años o más, en comparación con el 19% en 2015. En general, los consumidores en este nicho beben vino con menos frecuencia y en envases más pequeños o envases que preservan el vino mejor y durante más tiempo. En cambio, los consumidores más jóvenes buscan nuevos sabores, precios asequibles y vinos con una producción sostenible. El impacto de los *millennials* en el mercado del vino está aumentando, ya que ven el vino como una bebida social y preferiblemente consumen vino en restaurantes y bares, además de no ser fieles a una sola marca. Por lo que la industria del vino requerirá más presencia en redes sociales, así como en aplicaciones de vinos (Vivino, Wotwine...), a través de las cuales se puede obtener información, calificaciones y comentarios sobre distintas marcas y tipos de vino.

En el caso de los vinos de alta calidad o premium, los minoristas juegan un papel clave en la promoción entre los consumidores, contribuyendo al desarrollo de una cultura que beneficia a los productos más sofisticados. Si bien esta tendencia es visible en tiendas especializadas, también se ve en canales de distribución como Albert Heijn o Jumbo, donde a través de publicidad, promociones y campañas se insta a los consumidores neerlandeses para que elijan o prueben productos premium.

La venta por internet registra un fuerte crecimiento en la distribución de vinos premium y los consumidores en Países Bajos que ya están acostumbrados a comprar estos productos on-line, debido a los precios y la comodidad del servicio. Los métodos de entrega y la capacidad de recoger



productos en supermercados cercanos son elementos que benefician aún más la distribución de la venta minorista por internet y se espera que las compras online de vino aumenten en los próximos años.

Los esfuerzos educativos por parte de los minoristas están ayudando a conducir al consumidor a la compra de productos más sofisticados. Además, la combinación de un buen entorno económico y una mayor educación estaban, hasta la llegada del Covid-19, impulsando las ventas de bebidas alcohólicas más caras en los Países Bajos. Esta tendencia es particularmente visible en tiendas especializadas, aunque también se ve en otros canales de distribución, como supermercados, con Albert Heijn o Jumbo, que dan a los vinos un enfoque más significativo en las promociones.

Por todo esto, podríamos concluir que la perspectiva del mercado neerlandés del vino tiende hacia:

- Menor consumo de bebidas con alta graduación alcohólica.
- Mayor demanda de productos de origen orgánico o con certificación ecológica.
- Mayor demanda de vinos con un menor contenido en azúcar.
- Aumento de la compra de vino a través de canales on-line.
- El consumidor demanda una mayor transparencia en la cadena de valor y el proceso de producción.
- La certificación de origen se convierte en un valor cada vez más relevante.
- Sofisticación del gusto del consumidor de la mano de las principales cadenas minoristas.

10. Oportunidades

10.1. Innovaciones en los envases y embalajes

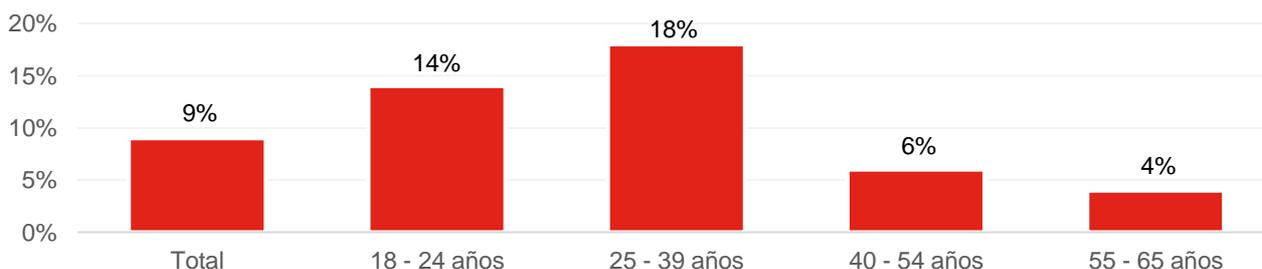
Debido a que el mercado del vino es un mercado maduro y saturado de productos, una de las formas de diferenciación son los envases, ya que permiten que los vinos destaquen sobre sus competidores y cuenten la historia de su producto de una manera diferente.

El envase más común en la comercialización del vino son las botellas de vidrio, y las razones para utilizar otro tipo de envase dependen de multitud de factores como el precio, sostenibilidad y la conservación de la calidad y las propiedades del producto. La aceptación de las innovaciones tecnológicas en el embalaje, como el uso de tapones de rosca o de bolsas, varía drásticamente de un país a otro, siendo el tapón de rosca ampliamente aceptado en Países Bajos. Los consumidores neerlandeses en los segmentos premium y super premium prefieren las botellas de vidrio tradicional, aunque otras alternativas como el PET y los productos *Bag-in-box* están creciendo y son cada vez más aceptadas por el público.

10.2. Vino con baja graduación o sin alcohol

Los consumidores neerlandeses están disminuyendo su consumo de alcohol, debido a la concepción de que el consumo de bebidas alcohólicas es perjudicial para la salud. Existe una oportunidad para productos alternativos con menor graduación de alcohol o sin alcohol, y se espera un crecimiento en las ventas de este tipo de productos. Los impuestos en Países Bajos a las bebidas no alcohólicas son inferiores a los de las bebidas con alcohol, por lo que el precio final es también menor. Uno de los ejemplos de esta tendencia es la cadena líder de supermercados neerlandesa Albert Heijn, la cual ha expandido su línea de vinos sin alcohol, al igual que lo están haciendo otros minoristas.

CUOTA DE CONSUMIDORES DE VINO SIN ALCOHOL EN PAÍSES BAJOS (2018)



Fuente: elaboración propia a través de datos de [Statista](#)

10.3. Adaptación de la gama de productos por precio

El mercado del vino neerlandés tiende hacia un mayor gasto por parte de los consumidores y combinado con la tendencia hacia menores ventas en términos de volumen, muestra la mayor predisposición de los consumidores a pagar precios levemente superiores por litro.

La inclinación de los consumidores es hacia un consumo más esporádico, seleccionando con mayor reflexión cada momento de consumo. Por ello, la correcta adaptación de las gamas de producto ofrecidas por las empresas hará posible que aquellos consumidores que buscan un producto más *premium* puedan encontrarlo entre la gama de productos de la empresa.

GASTO PER CÁPITA EN VINO EN PAÍSES BAJOS (2015-2019)



Elaboración propia a través de datos de [Statista](#)

10.4. Adaptación de la gama de productos a los gustos locales

Con el cambio de los hábitos de los consumidores hacia vinos con menor graduación y a su consumo de forma más esporádica, así como la existencia de una incipiente estacionalidad (festivos, navidad y verano), la adaptación de la oferta es importante para poder satisfacer los nuevos hábitos de consumo.

El consumidor neerlandés está cada vez más abierto al consumo de vino blanco en las estaciones más calurosas, así como vinos espumosos. Este último es sobre todo consumido en celebraciones, principalmente en navidad. La hegemonía del vino tinto en el mercado neerlandés ha terminado, y las grandes empresas de mercado ofrecen ya múltiples alternativas de consumo.

11. Recomendaciones para el exportador

Para entrar en el mercado neerlandés hay que tener en cuenta los siguientes requisitos y características del mercado:

- No es necesario hablar neerlandés para establecer relaciones comerciales, pero es absolutamente imprescindible que el nivel de inglés sea fluido.
- Prestar mucha atención a la apariencia del producto (etiqueta, botella, cápsula, corcho...).
- Elegir con cuidado el comprador o distribuidor y elaborar conjuntamente un plan de marketing fijando objetivos reales y plazos de entrega.
- Ser fiel y no cambiar frecuentemente de distribuidor.
- Cuando se comienza a vender es importante siempre mandar el volumen pactado sin variaciones, con la calidad y el precio acordado y en el plazo de entrega pactado.
- Distinguirse de la competencia con embotellados y etiquetas modernas y atractivas.

ICEX

12. Información práctica

12.1. Ferias profesionales

Wine Professional

Feria de vinos y productos gourmet para profesionales. Entre los expositores se encuentran importadores neerlandeses y organismos de promoción estatales y regionales (Vinos de Sudáfrica, Alemania, Grecia, etc...). Visitada por unas 10.000 personas. Asimismo, participan importadores que ofrecen productos gourmet. Además de la zona dedicada a stands, se habilitan varios espacios donde se llevan a cabo catas y degustaciones de alimentos, presentaciones de chefs de alto prestigio y entregas de premios.

Fecha de la próxima edición: 10, 11 y 12 de enero de 2022

Lugar: RAI, Amsterdam

Organizador: The Wine and Food Association

Web: www.wine-professional.nl

World Bulk Wine Exhibition

Feria internacional y profesional dedicada al vino a granel, con alrededor de 300 empresas de 20 países y alrededor de 6.000 visitantes de 66 nacionalidades diferentes. Durante dos días se encuentran en un solo espacio una representación de todas las cosechas, calidades y vinos del mundo. Hubo 52 bodegas españolas presentes en la pasada edición.

Fecha de la próxima edición: 23 y 24 de noviembre de 2021 (13ª edición)

Lugar: RAI, Ámsterdam

Organizadores: World Bulk Wine Exhibition S.L

Web: www.worldbulkwine.com

HORECAVA

Feria productos hostelería y catering en Países Bajos. En esta feria, visitada por unos 70.000 profesionales, se encuentran representados todos los agentes del sector: fabricantes, distribuidores, empresas de catering, empresas de servicio, etc. Se puede consultar el informe de feria en la página oficial del ICEX.

Fecha de la próxima edición: 10, 11, 12 y 13 de enero de 2022

Lugar: RAI, Ámsterdam

Organización: RAI, Ámsterdam

Tel: +31 20 5491212

Web: www.horecava.nl



PLMA'S World of Private Label

Feria Internacional de marca blanca. La feria PLMA es el principal punto de encuentro para la gran distribución europea tanto en alimentación como en non-food. La organización ferial es muy selectiva a la hora de convocar a los futuros visitantes. Este hecho, unido al elevado precio de la entrada de la feria contribuye a que se trate de un evento fuertemente especializado. En esta feria participa la FIAB con un pabellón que agrupa un centenar de empresas españolas y la visitan más de 16.000 visitantes y compradores de 120 países. Se puede consultar el informe de feria en la página oficial del ICEX.

Fecha de la próxima edición: 14 y 15 de diciembre de 2021

Lugar: RAI, Ámsterdam

Organización: Private Label Manufacturers Association (PLMA) International Council

Web: www.plmainternational.com

More than Drinks Inspiration!

Feria anual enfocada a los profesionales de la industria de las bebidas (incluyendo productores, distribuidores, mayoristas y *retailers*). Gran parte de la feria está conformada por seminarios informativos y workshops.

Fecha de la próxima edición: 12 y 13 de septiembre de 2021

Lugar: Beursfabriek Nieuwegein, Utrecht

Web: <https://morethandrinksinspiration.nl/>

Gastvrij Rotterdam

Feria dedicada al sector profesional de la hostelería de la zona sur de Países Bajos. Está enfocada a un segmento de hostelería de clase media –alta. Sus expositores son tanto productores como distribuidores de bebidas, alimentos, equipos de cocina, automatización y equipamiento, mobiliario interior y exterior. Entre los visitantes destacan: chefs, sumilleres, barristas, propietarios de restaurantes, catering y bares.

Fecha de la próxima edición: 20, 21 y 22 de septiembre de 2021

Lugar: Ahoy Rotterdam

Organización: Ahoy Rotterdam y la agencia Match+

Web: www.gastvrij-rotterdam.nl/

Vakbeurs Foodspecialiteiten

Feria profesional de alimentos gourmet. Los expositores de la feria Foodspecialiteiten son principalmente productores, distribuidores e importadores neerlandeses de productos *delicatessen* y extranjeros (en su mayoría franceses e italianos) tiendas gourmet, restaurantes, hoteles y catering.

Lugar: Expo Houten (Provincia de Utrecht)

Fecha de la próxima edición: 27 y 28 de septiembre de 2021

Organización: Stichting Kaas-en Delicatessenwinkels Nederland (Fundación de tiendas de queso y delicatessen Países Bajos)

Web: www.vakbeursfoodspecialiteiten.nl



BBB Maastricht

Feria profesional para la hostelería (hoteles, restaurantes, cafeterías, bares, discotecas y comida rápida) para la zona sur del país y visitada también por profesionales del sector de Bélgica.

Lugar: MECC Maastricht

Fecha de la próxima edición: 11, 12 y 13 de octubre de 2021

Organización: MECC Maastricht

Web: www.bbbmaastricht.nl

Folie Culinaire (BBB Maastricht)

Feria culinaria. Folie Culinaire está dirigido a chefs, restauradores, cocineros, jefes de compra, maîtres de hotel, pasteleros y sumilleres. Esta feria se celebra junto con la feria BBB Maastricht en la pasada edición de BBB Maastricht y Folie Culinaire hubo un total de 14.231 visitantes neerlandeses y belgas.

Lugar: MECC Maastricht

Fecha de la próxima edición: 11, 12 y 13 de octubre de 2021

Organización: coproducción entre la revista especializada en hostelería Saisonnier Culinaire y el recinto ferial MECC Maastricht.

Web: www.folieculinaire.com/

12.2. Publicaciones del sector

Adfundum

Revista profesional independiente para el sector de las bebidas

Editor: Uitgeverij Lakerveld B.V.

Dirección: P.O. Box 160, 2290 AD Wateringen, Países Bajos

Tel.: +31 70 3364600

Página web: <http://www.lakerveld.nl>; www.adfundum.nl

Drankendetail

Revista para el sector de las bebidas dirigida a minoristas especializados y canal horeca.

Editor: Theo Jägers B.V.

P.O. Box 37, 3990 DA Houten, Países Bajos

Tel.: +31 30 6371780

E-mail: theojagers@planet.nl

Drinks Slijtersvakblad

Revista para el sector de las bebidas dirigida a mayoristas y minoristas en vino, cerveza, destilados y bebidas no alcohólicas. Aparte de licorerías, comerciantes de vino y compradores de mayoristas la revista asimismo es leída por sumilleres.

Editor: Slijtersvakblad, Michael Davidson

Dirección: De Mossel 9, 1723 HZ Noord-Scharwoude



Tel: +31 (0) 226 320220

E-mail: info@slijtersvakblad.nl

Levensmiddelenkrant

Revista profesional para supermercados.

Editor: Ondernemers Pers Nederland B.V.

Anne Hendrik Kooistrastraat 140, 2441 CP, Nieuwveen

Dirección: P.O. Box 16, 2460 AA Ter Aar, Países Bajos

Tel: +31 172 53 78 79

Contacto: info@ondernemerspers.nl

Página web: www.levensmiddelenkrant.nl

Perswijn

Revista sobre vino dedicada a profesionales y aficionados.

Editor: Uitgeverij de Wijnpers

Middenweg 193, 1098 AN Amsterdam, Países Bajos

Tel.: +31 20 6922108

E-mail: wijnpers@wijnpers.nl

Página web: <http://www.perswijn.nl> (disponible en neerlandés)

Winelife

Revista sobre vino dedicada a consumidores interesados en vino y gastronomía.

Dirección: De Trompet 1757, 1967 DB Heemskerk, Países Bajos

Tel: +31 251760189

E-mail: sales@oseberg.nl

Página web: <http://www.winelifemagazine.nl>

Distrifood

Revista profesional sobre alimentación y bebidas en la gran distribución

Editor: Vakmedianet Hanzestraat 1, 7006 RH Doetinchem

Dirección: P.O. Box 4, 7000 BA Doetinchem, Países Bajos

Tel.: +31 8088 5840673

E-mail: distrifood@vakmedianet.nl

Página web: www.distrifood.nl

Horeca Entree

Revista para empresarios de la restauración. Con 11 números al año, analiza el desarrollo y las tendencias relevantes para esta industria.

Dirección: Emmastraat 61 | 1213 AK Hilversum | PO Box 1932 | 1200 BX Hilversum

Tel. +31 (0) 35 623 27 56

E-mail: distrifood@vakmedianet.nl



Página web: <https://www.entreemagazine.nl/>

12.3. Páginas web

www.perswijn.nl

Revista digital sobre el sector vinícola dirigida a profesionales y concededores del vino.

Mismo grupo que la edición de la revista Perswijn.

Persona de contacto: Sr. Ronald de Groot

E-mail: wijnpers@wijnpers.nl

www.thewinesite.nl

Web en idioma neerlandés sobre el sector vinícola.

Persona de contacto: Sr. Jan van Lissum.

E-mail: info@thewinesite.nl

www.winebusiness.nl

Página Internet en neerlandés sobre el sector vinícola en el país.

Persona de contacto: [Charlotte van Zummeren](mailto:Charlotte.van.Zummeren)

www.winelife.nl

Página de internet en neerlandés para amantes del vino y la gastronomía

Mismo grupo que la revista Winelife

Contacto: sales@oseberg.nl

www.wino.sjakes.com

Página web sobre el sector del vino

Persona de contacto: Sr. Han Sjakes

Email: wino@sjakes.com

www.hubrechtduijker.com

Página web del periodista especializado en vinos Hubrecht Duijker.

Persona de contacto: Sr. Hubrecht Duijker

Email: <mailto:info@vinpressionist.nl>

www.wijnplein.nl

Página de internet en neerlandés para amantes del vino y la gastronomía.

Persona de contacto: Sr. Jan Rook (Editor)

Email: info@wijnplein.nl



12.4. Asociaciones

KVNW – Asociación Holandesa de Comerciantes (Importadores y Agentes) de Vino

Dirección: Overgoo 13, 2266 JZ Leidschendam / PO BOX 262, 2260 AG Leidschendam

Tel.: +31 70 7621060

E-mail: info@kvnw.nl

Sitio web: www.kvnw.nl (disponible en neerlandés)

Koninklijke horeca nederland - Real Unión neerlandesa de Empresarios de Hostelería

Dirección: PO Box 566; 3440 AN Woerden, Países Bajos

Tel: +31 348 489489

E-mail: info@khn.nl

Sitio web: www.khn.nl

Vereniging van de Nederlandse groothandel in dranken en horecabenoedigheden (GHD) - Asociación Holandesa de Mayoristas de bebidas y artículos/productos de hostelería

Dirección: Dagelijkse Groenmarkt 3-5; 2513 AL Den Haag, Países Bajos

Tel: +31 70 8913930

E-mail: info@gdh.nl

Sitio web: www.gdh.nl/nl/

12.5. Otros actores de interés

Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit (NVWA)

Autoridad neerlandesa para la Seguridad de los Alimentos y Productos de Consumo

Tel: +31 88 2233333

E-mail: info@nvwa.nl

Páginas web: <http://www.nvwa.nl>

Associatie van Wijndocenten

Asociación de profesores de vino

E-mail: info@wijndocent.nl

Página web: <http://www.wijndocent.nl/>

Nederlands Gilde van Sommeliers

Gremio Holandés de Sumilleres

Dirección: p/a Vianenstraat 12; 4861 TJ Chaam, Países Bajos

Tel: +31 6 50893960

E-mail: ngs.secr@planet.nl

Página web: <http://www.sommeliers.nl/>

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

