

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Nuevo Lanzamiento en
Retail



Vino tinto desalcoholizado
halal Alemania

prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO VINO TINTO DESALCOHOLIZADO HALAL EN ALEMANIA

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, la empresa española con sede en Santiago de Compostela Dismark Products S.A., presente en más de treinta países con una amplia red de distribución a través de las diversas líneas de su cartera de negocios, ha lanzado al mercado un producto innovador a través de su reconocida marca *Vincero*.

Se trata del vino tinto halal, producto cuidadosamente producido para ser desalcoholizado justo antes de su embotellado y cumplir así con los preceptos exigidos por la ley islámica. Gracias a ello Vincero es hoy en día la única marca de vino desalcoholizado que posee certificado Halal otorgado por la Junta Islámica Española, reconocida a nivel internacional.

Este selecto vino es elaborado con las más finas cepas de uvas *Tempranillo* procedentes de viñedos situados en La Mancha (España) y no cuenta con aditivos, perseverantes, ni aromatizantes. Con este producto, Dismark Products, pretende incursionar con éxito en el exigente mercado de consumidores musulmanes residentes en Europa, siendo el primer mercado de distribución Alemania. Actualmente, este producto se viene comercializando en dos presentaciones: botella de vidrio de 250 ml. y de 750 ml.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Vincero
	Empresa manufacturera	Dismark Products S.A.
	Precio	250 ml: 2 EUR. / US\$ 2.61 750 ml: 8 EUR. / US\$ 10.5
	País de fabricación	España
	Países de distribución	Alemania
	Fecha de lanzamiento	Febrero 2013

Fuente: Product Launch

2. Mercado de distribución

El producto, inicialmente, se viene distribuyendo en Alemania con notable éxito a través de los distintos canales de distribución, desde tiendas especializadas en vinos y productos halal, hasta cadenas de supermercados y pequeños detallistas.

Alemania es el cuarto mayor consumidor de vino en Europa con 25.6 litros/per-cápita en 2012, siendo superado únicamente por Francia (38.7 litros/per-cápita), Suiza (35.7 litros/per-cápita) y Dinamarca (31.6 litros/per-cápita). Además, las ventas totales de esta bebida en el mercado teutón sumaron 12,546 millones de euros en 2011, con lo cual experimentaron un crecimiento de 1.6%.

La tendencia entre los consumidores germanos de vinos va por el lado de alternativas con bajo contenido de alcohol, lo cual explica el alza en el consumo y la popularidad del vino Rosé. Esta clase de productos son los que mejores perspectivas tienen a futuro en este mercado.

Asimismo, la preferencia por marcas extranjeras se ha intensificado en los últimos años, especialmente las originarias de España, Italia, Francia y Chile, como consecuencia del incremento de las importaciones por la mala cosecha que han venido atravesando los vinicultores del país.

Otra tendencia en este mercado, es el incremento del consumo de vinos de jengibre, debido a que se han convertido en una alternativa atractiva para aquellos consumidores que buscan variedad. La sostenibilidad también es otro tema que viene ganando importancia en este sector, existe un creciente interés de los consumidores por la producción orgánica, la huella de carbono, el comercio justo y el uso de certificaciones religiosas (kosher y halal).

Asimismo, la preferencia por marcas extranjeras se ha intensificado en los últimos años, especialmente originarias de Italia, Francia, España y Sudáfrica, como consecuencia del incremento de las importaciones por la mala cosecha que han venido atravesando los vinicultores del país en los últimos dos años. En cuanto a precios, la botella de vino tinto de 750 ml. o 1lt fluctúa entre € 2.5 y € 17, dependiendo de su origen, generalmente las opciones provenientes de Argentina e Italia suelen sobrepasar los € 10 por botella. Sin embargo, más del 69% de vino tinto vendido en 2011, tuvo un precio en tienda entre € 1.5 y € 4.99, mientras que solo 6% superó los € 5. Cabe agregar que las variedades de vino tinto más vendidas fueron Merlot (11%), Cabernet Sauvignon (8%) y Dornfelder (8%).

Por último, los canales de distribución más usuales para vinos en el mercado alemán son los *Discounters* o Tiendas de Descuento, las cuales ofrecen precios más bajos que otras opciones como supermercados e hipermercados, con una participación de 47%. Los supermercados, en tanto, tienen una participación de 12% y los pequeños almacenes especializados en alimentos alcanzan 10% del mercado.

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, en 2012, la totalidad de exportaciones de vinos sumaron US\$ 1'331,059, de los cuales US\$ 54,486 se destinaron a Alemania, haciendo una participación de 4.1%. La variedad de vino más exportada al mercado seleccionado fue blanco (97%), mientras que otras variedades suman apenas 3%. Mientras tanto hasta la fecha, Perú no registra exportaciones bajo la certificación Halal.

Exportaciones de vino por variedad a Alemania US\$			
Presentación	FOB 2011	FOB 2012	Var. %
Blanco	15,424	53,076	244
No clasificado	1,817	1,411	-22
Total	17,241	54,487	216

Fuente: MAPEX