



CONVOCATORIA

MISIÓN COMERCIAL VINO A VIETNAM Y FILIPINAS

Vietnam (Ho-Chi-Minh y Hanoi) 17 a 19 de junio – Filipinas (Manila) 22 y 23 de junio*

**fechas orientativas, dependerá de las reuniones de cada bodega y los mercados elegidos*

Aragón Exterior, en colaboración con el Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón y dentro de la campaña **Comparte el Secreto**, convoca, en el marco del **Plan Vino Asia 2019-2021**, la participación de bodegas aragonesas en la **Misión Comercial de Vino** que se celebrará en Sudeste Asiático (Vietnam y Filipinas), del 17 al 23 de Junio de 2020

El objetivo de la misión es conocer distintos perfiles de importadores para poder introducir los vinos de las bodegas de Aragón, pero también entrar en contacto con profesionales de la gran distribución y canal HORECA para conocer el funcionamiento de los diferentes canales.

Durante el viaje se incluirá la opción de visitar distintos puntos de venta, con el fin de conocer las tendencias, presentación de productos, precios, formato y origen de los vinos, etc.

Esta misión servirá adicionalmente de preparación para una futura misión inversa de compradores de estos países. Los participantes en esta misión directa tendrían preferencia en la participación de una futura misión inversa de importadores de Vietnam y Filipinas a Aragón.

Se puede elegir visitar uno o los dos mercados.

1.- ¿POR QUÉ VIETNAM Y FILIPINAS?

VIETNAM

En el año 2019, se ha firmado el acuerdo comercial UE-Vietnam, estimando su puesta en marcha en 2020, que eliminará más del 99 % de los aranceles y suprimirá parcialmente el 1 % restante mediante contingentes limitados exentos de derechos, conocidos como contingentes arancelarios. Los vinos y las bebidas espirituosas estarán

totalmente libres de aranceles al cabo de siete años (actualmente los aranceles son del 50 % y del 48 %, respectivamente).

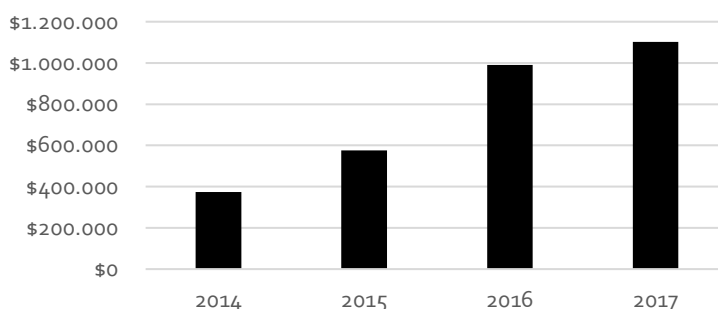
El dinamismo de la economía vietnamita se muestra en el crecimiento del PIB, superior al 6% durante cuatro años consecutivos (en 2017 roza el 7%). Los pronósticos de Economist Intelligence Unit (EIU) señalan la continuidad a corto plazo de este ritmo de crecimiento (en torno al 6,5% de promedio hasta el 2019). El repunte de las ventas minoristas y manufactureras y los buenos datos del turismo han sido los principales factores de crecimiento.

✓ Importaciones

Las importaciones vietnamitas de productos alimenticios y bebidas alcanzaron los 25.000 millones de euros en 2016 y este valor continúa creciendo. Desde el año 2012 estas importaciones han ido creciendo a una media anual cercana al 20%, los que demuestra el crecimiento de la demanda en general y por productos importados en particular.

El vino español ha triplicado el valor de sus importaciones a Vietnam entre 2014 y 2017, último año del que se tienen datos estadísticos.

Importaciones españolas de vino en Vietnam (partida 22.04)



✓ Canales

El canal moderno es cada vez más popular entre la población joven y la clase media urbana, que se ven atraídos por la conveniencia, la variedad de productos y la limpieza e higiene. El cambio en los hábitos de consumo está motivado también por el crecimiento de los pequeños supermercados y tiendas de conveniencia que combinan la modernidad con la tendencia de compra local.

Los canales modernos atraen a un número de consumidores cada vez mayor en las áreas urbanas, especialmente Ho Chi Minh y Hanói, y en menor medida en Haiphong, Da Nang, Can Tho, Nha Trang, Quang Ninh y Binh Duong.

Dentro del canal moderno, destacan las ventas en supermercados que suman el 57 por ciento del canal moderno en 2017, le siguen los hipermercados con un 35 por ciento de las ventas y, por último, las tiendas de conveniencia con un 8 por ciento.

Además del canal moderno, debemos de tener en cuenta el canal HORECA. Vietnam se encuentra entre los 10 países con un mayor crecimiento turístico en el mundo, según la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO).

En los últimos cinco años, el crecimiento del número de turistas internacionales y nacionales ha sido del 15 y el 18 por ciento anual respectivamente. Cabe destacar, que el crecimiento de los dos últimos años se ha acentuado, en 2016 y 2017 el número de turistas internacionales creció un 26 y un 29 por ciento.

FILIPINAS

El consumo de vino en Filipinas sobrepasó la cifra récord de 22 millones de litros en 2018. En estos momentos el mercado del vino se encuentra en clara fase de crecimiento. El consumo anual aumentó un 14,99% en valor y un 9,4% en volumen con respecto a 2017, continuando con su crecimiento ininterrumpido durante los últimos años. El crecimiento total acumulado en el periodo 2013-2018 fue de un 76,66% en valor y un 59% en volumen.

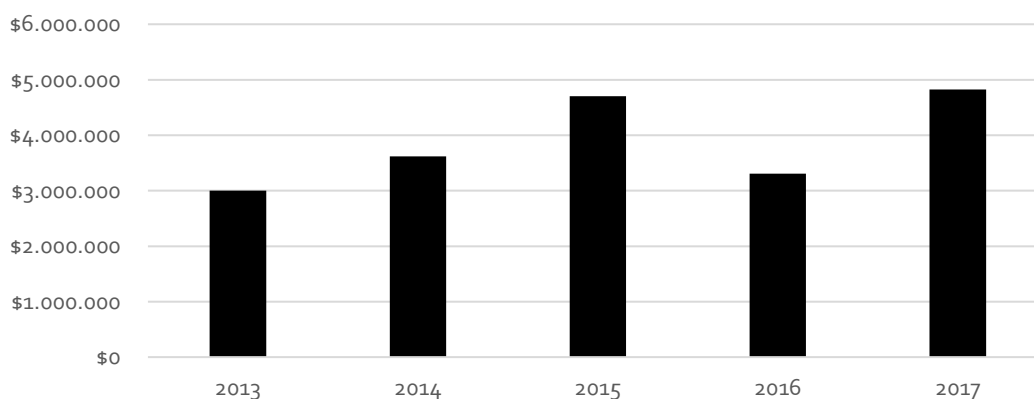
A pesar de que la cultura vinícola no esté muy extendida en Filipinas, los lazos históricos hacen que la percepción del vino español cuente con ventajas competitivas respecto a vinos de otras regiones.

En Filipinas existe una significativa demanda de productos de la gastronomía española. Existen más de 30 restaurantes dedicados al producto español y, en general, la mayoría de restaurantes con oferta de vino cuentan con una selección de vinos españoles en su carta. Además, el vino español se encuentra representado en todos los supermercados de calidad y tiendas gourmet, existiendo además varios importadores locales especializados en agroalimentario español.

✓ Importaciones

España se sitúa como el tercer importador de vino en Filipinas, solo por detrás de Estados Unidos. En el 2017, año con los últimos datos actualizados, se ha llegado al récord de importaciones de vino en valor.

Importaciones españolas de vino en Filipinas (partida 22.04)



✓ Canales

La distribución de vino en Filipinas está altamente fragmentada. En estos momentos hay alrededor de 70 empresas importadoras de vino y otras bebidas alcohólicas. La mayoría de los importadores se encuentran en Metro Manila y manejan toda la cadena de distribución, mientras que otros utilizan distribuidores independientes para abarcar ciertas provincias del país. Se calcula que, en torno al 70% de las ventas totales se realizan en Metro Manila.

Distribución mayorista: Forma de entrada más utilizada por bodegas internacionales y con perfil muy variado. Los distribuidores mayoristas proveen a grandes superficies de alimentación, tiendas de conveniencia, tiendas gourmet, tiendas especializadas, tiendas on-line, incluso directamente al consumidor. También hay importadores que combinan funciones de mayorista y minorista. Algunos cuentan con sus propias tiendas especializadas o tiendas gourmet.

Gran distribución alimentaria: Es sin duda la modalidad de comercio minorista que vende más volumen de bebidas y productos de alimentación importados en Filipinas. La gran distribución alimentaria en Filipinas está altamente concentrada en pocas cadenas locales. En estas cadenas de alimentación se suele encontrar un catálogo de vinos de gran variedad en marcas, nacionalidades, categorías y D.O.

Tiendas de conveniencia: Es una modalidad de comercio minorista muy extendida en Filipinas, principalmente a través del formato franquicia. En las tiendas de conveniencia es común encontrar una pequeña parte del lineal dedicada a vinos, sin embargo, la variedad de marcas suele ser muy limitada y normalmente solo hay vinos económicos y vinos de mesa. Las tiendas de conveniencia no importan vino directamente, sino que se abastecen de distribuidores.

Tiendas especializadas y gourmet: La presencia de tiendas especializadas en licores y tiendas gourmet aún cuenta con una presencia relativamente escasa en Filipinas, aunque en los últimos años el número de este tipo de tiendas se ha incrementado notablemente.

HORECA: El consumo de vino en este canal supone un 44% del total consumido en Filipinas. Destacan los restaurantes de hoteles de cuatro y cinco estrellas, así como restaurantes y bares de cocina internacional, fusión o alta cocina local. Por ello, en general, el segmento de precios del vino consumido en este canal es medio-alto. El consumo de vino en este canal está muy fragmentado entre la multitud de restaurantes, bares y hoteles que se pueden encontrar por todo el país.

2.- DESCRIPCIÓN DEL EVENTO

El objetivo de la misión comercial directa a estos mercados de Sudeste Asiático es conocer, en sus propias instalaciones, a los principales compradores (importadores, responsables de

compra, gran distribución...) del sector del vino de Vietnam y Filipinas, y poder presentar el vino de las bodegas de Aragón de manera personalizada y privada.

Cada bodega tendrá una agenda de reuniones propia, resultante del interés suscitado entre los importadores y compradores. Se entregarán avances del desarrollo de cada agenda y unos días antes, la agenda definitiva con fichas de cada empresa a la que se visite.

Desde la organización se coordinará el envío de las muestras a cada importador, de tal manera que cuando llegue la bodega el vino esté ya preparado en las instalaciones de cada comprador; esto es especialmente de utilidad en el caso de Vietnam, por las restricciones existentes y por visitar dos ciudades.

3.- COSTE DE PARTICIPACIÓN

El **coste de participación** por bodega tras el apoyo de Aragón Exterior será de:

1 mercado: **726€ IVA INCLUIDO** (600€ + 21% IVA)

2 mercados: **1.331€ IVA INCLUIDO** (1.100€ + 21% IVA)

Este coste incluye: prospección, presentación de cada bodega y agendas de reuniones personalizadas, confección de agenda de reuniones individual en los mercados elegidos, informe previo con información sobre cada empresa a visitar, información útil sobre mercado, storecheck conjunto, asistencia técnica y acompañamiento por parte de personal de Aragón Exterior

No incluye: vuelos, alojamiento, transporte a cada mercado e interno, transporte para visitas a importadores, comidas ni intérpretes.

El envío de muestras no está incluido si bien Aragón Exterior coordinará el transporte de las muestras hasta cada importador, para mayor agilidad y minimizar costes.

El envío del vino, especialmente a Vietnam puede ser significativamente alto por las restricciones del mercado – se informará a los interesados sobre costes estimados previos-

4.- INSCRIPCIÓN

Para participar en el evento será necesario **realizar la inscripción antes del viernes, 14 de febrero a las 18:00hs** enviando un correo electrónico a agroalimentario@aragonexterior.es acompañando la **ficha adjunta** y el **justificante de pago**.

Los datos bancarios para realizar el ingreso son los siguientes:

Beneficiario: ARAGÓN EXTERIOR S.A.U.

IBAN: ES14 0049 1824 41 2810348930 (Banco Santander)

BIC BSCHEMXX

Concepto: Misión comercial + mercado elegido (Vietnam; Filipinas; Vietnam + Filipinas)
+ nombre bodega

En caso de que el número de empresas interesadas fuese mayor al de las plazas disponibles para la acción, se tendrá en cuenta la experiencia en mercados asiáticos, la fecha y hora de la inscripción y pago, así como el equilibrio territorial de las zonas vinícolas de Aragón

5.- MÁS INFORMACIÓN

Para ampliar información puede contactar con:

Roser Mestre o Florencia Ferraro: 976 221 571 // agroalimentario@aragonexterior.es

Zaragoza, 13 de Enero de 2020

Ramón Tejedor
Director Gerente de Aragón Exterior