



El mercado del vino en Lituania

ICEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Vilnius

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

11 de abril 2019

Vilnius

Este estudio ha sido realizado por
Álvaro J. Moreno Morillo

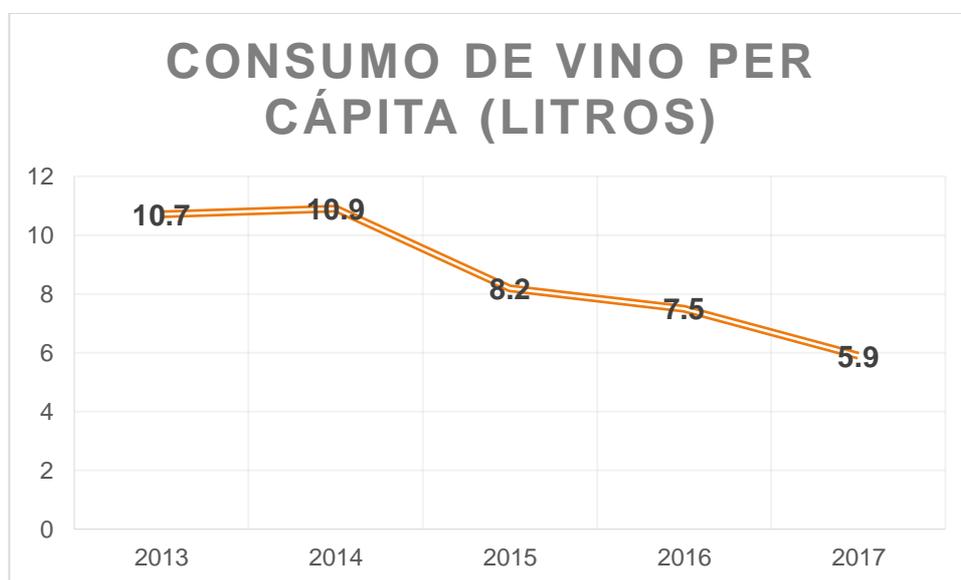
Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Vilnius

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

NIPO: 114-19-038-4

Lituania es un país pequeño, de menos de tres millones de habitantes, con escasa tradición vinícola, si entendemos por tal la bebida fermentada procedente de la uva. Sí que se produce una bebida alcohólica que procede de la fermentación de frutas del bosque y bayas, a la que también llaman vino, y una serie de vinos espumosos a raíz de vinos blancos previamente importados a granel de países como Francia, Italia o España.

La falta de tradición vinícola junto con las medidas gubernamentales que pretenden desincentivar el consumo de bebidas alcohólicas se ha traducido en una reducción del 45% en el consumo de vino en el periodo 2013-2017 (un 21% sólo en 2017).



Fuente: elaboración propia según datos del Departamento de Estadística de Lituania <https://osp.stat.gov.lt/>

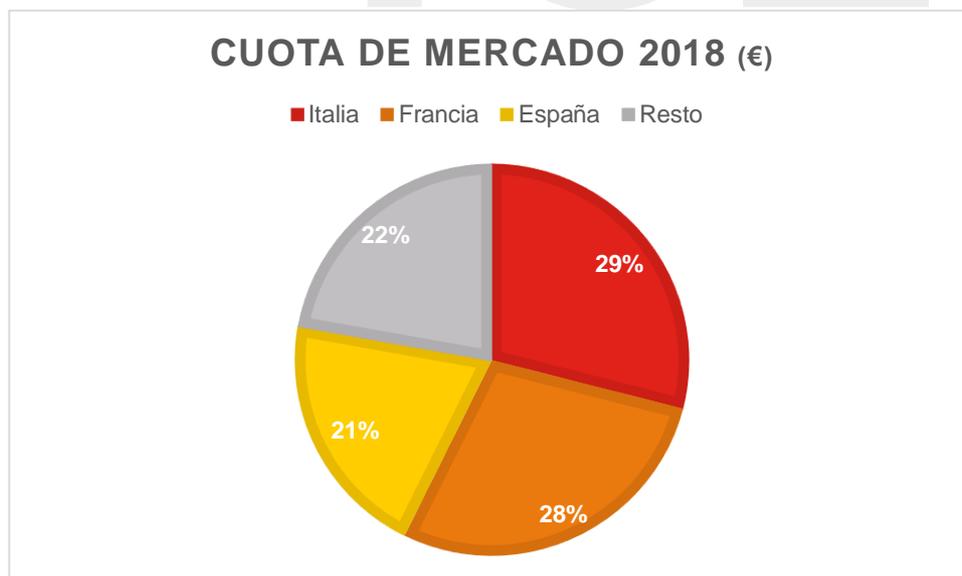
Sin embargo, a pesar de esta reducción en el consumo, el volumen de las importaciones en precio ha seguido una tendencia creciente en los últimos 4 años (durante 2015-2018 creció un 27,7%). Esto se debe a que gran parte del vino importado por Lituania es posteriormente reexportado a países vecinos; Rusia, Kazajstán, Bielorrusia, Letonia y Ucrania son los principales países receptores de las exportaciones vinícolas lituanas.

Actualmente, los niveles de importaciones y exportaciones en precio están acercándose a los niveles de 2014. La gran caída de las transacciones internacionales en 2015 se atribuye a las sanciones impuestas por Rusia a los productos procedentes de la Unión Europea, que afectó severamente al sector (En 2015 las exportaciones de vino desde Lituania a Rusia suponían el 93% del total de vino exportado por el país báltico. En 2018 fue del 89,7%).



Fuente: elaboración propia según datos del Departamento de Estadística de Lituania <https://osp.stat.gov.lt/>

Respecto del origen de las importaciones en Lituania, provienen principalmente de 3 países: Italia, Francia y España. En 2018, Italia superó a Francia por primera vez como principal proveedor de vino. Por su parte, España, tras acumular cuota de mercado durante los últimos años, acercándose a Francia e Italia, en 2018 perdió un 4%, descolgándose de ellos.



Fuente: elaboración propia según datos del Departamento de Estadística de Lituania <https://osp.stat.gov.lt/>



España ha ocupado importantes posiciones como proveedor de vino en Lituania, aunque está centrada en segmentos medios y bajos, donde se considera que tiene éxito por su buena relación calidad/precio. El segmento alto se encuentra monopolizado por Francia e Italia.

No obstante, estos datos deben ser extrapolados a la situación en el mercado lituano con precaución, dado que la mayor parte de las importaciones no se quedan en el mercado local, sino que se reexportan y por lo tanto las cuotas de importaciones no coinciden con las cuotas reales de cada país en el mercado lituano. Según las estimaciones de los expertos del sector, la cuota de mercado real de Italia es todavía más grande, está en torno a un 35%, la cuota de mercado de España en torno a un 20% y la de Francia en torno a un 15% (estimaciones de ventas en el mercado lituano).

En los últimos años, la gran presencia de vinos españoles baratos en supermercados arriesga con perjudicar a la imagen de los vinos españoles, que en ocasiones se asocian con vinos de bajo precio y calidad limitada. No debemos olvidar que Lituania es un país con escasa cultura y conocimientos sobre el vino, por lo que el precio, el diseño y el posicionamiento de los vinos tienen una gran influencia en la percepción de los consumidores.

No obstante, la apertura de vinotecas y restaurantes de vinos y tapas demuestra un interés creciente del público lituano hacia el vino. Además, según señalan los expertos, el aumento de la población que viaja a otros países donde el vino sí tiene tradición hace que aquellos aumenten y perfeccionen sus conocimientos. De hecho, según reflejan las estadísticas, en Lituania cada vez se consume menos vino, pero de mejor calidad.

Respecto de los gustos del consumo lituano, cabe señalar que sigue las tendencias adoptadas en Europa, aunque con 1 o 2 años de retraso. Por ello se esperan buenos resultados para los vinos rosados y espumosos, teniendo mucho éxito el *prosecco*.

Fuera de las tendencias europeas, se espera una buena evolución del vino dulce que tradicionalmente ha tenido una buena acogida en Lituania. Además, los vinos fortificados están subiendo demasiado de precio, de modo que el vino dulce puede ser un buen sustitutivo.

En cuanto a la distribución, esta se caracteriza por tener canales cortos. Cuando la venta no se realiza de forma directa, existe entre el exportador y el minorista la figura de un importador/mayorista que en ocasiones es también propietario de una cadena de tiendas especializadas.

El importador se encarga del pago de las accisas (impuestos especiales) y del etiquetado del producto (es necesario que toda la información obligatoria de las etiquetas aparezca en lituano), lo que unido a la pertenencia de Lituania a la UE supone que el exportador no tenga ninguna barrera para acceder al mercado.



Finalmente, para entrar en el mercado lituano, se recomienda trabajar muy bien el canal HORECA. Entre las medidas adoptadas por el gobierno en 2017 está la prohibición de cualquier tipo de publicidad acerca de las bebidas alcohólicas, por lo que es difícil diferenciar un vino concreto en la gran distribución -donde existen múltiples tipos de vinos. El canal HORECA constituye una oportunidad para el público objetivo lituano de probar los distintos vinos que luego buscarán en el supermercado. Complementariamente, se recomienda organizar eventos promocionales de tipos de uva, regiones vinícolas, etc. como forma indirecta de promocionar los vinos.

ICEX

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

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones