



Embajada Argentina en Suecia

Sección Económica Comercial

ESTUDIO DE MERCADO VINO SUECIA - 2020

Estocolmo, Agosto 2020

ÍNDICE

1. DATOS BÁSICOS DE SUECIA	2
2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO.....	2
2.1 Systembolaget	2
2.2 Canal HoReCa	3
2.3 Síntesis de los canales de distribución de alcohol en Suecia	4
2.4 Relevancia de los canales de distribución del alcohol en 2018.....	4
3. TAMAÑO DEL MERCADO DE VENTA AL PÚBLICO.....	5
3.1 Ventas minoristas 2018	5
3.2 Ventas anuales por packaging de vino en millones de litros.....	5
3.3 Venta de vino en Systembolaget por país de origen 2019	6
3.4 Vino orgánico.....	6
3.5 Vino certificado éticamente	7
4. TENDENCIAS DEL MERCADO.....	8
4.1 Así consumen alcohol los suecos.....	8
5. IMPORTACIONES	9
5.1 Importaciones de vino a Suecia	9
5.2 Evolución de las importaciones de vino en Suecia 2005–2018.....	9
6. COMERCIO CON ARGENTINA.....	10
6.1 Importaciones de vino argentino en Suecia	10
6.2 Evolución de las importaciones de vino argentino en Suecia 2005–2019	10
6.3 Ventas de vino argentino en Systembolaget 2015–2019 en millones de litros	10
7. ACCESO AL MERCADO	11
7.1 Aranceles aduaneros	11
7.2 Requisitos y estándares de embalaje	11
8. PRÁCTICAS COMERCIALES EN SUECIA	12
9. AGENCIAS E IMPORTADORES	14
9.1 Organismos e instituciones argentinas y suecas	14
9.2 Importadores de vino en Suecia	14
10. BIBLIOGRAFÍA.....	16

1. DATOS BÁSICOS DE SUECIA

ITEM	INFORMACIÓN
Población	10.000.000 habitantes
PBI per cápita	52.570 USD (nominal a precios corrientes)
Tipo de cambio	1 USD = 8,74 SEK / 1 EUR = 10,28 SEK (AGO 2020)
Moneda	Svenska krona (corona sueca) – Abreviación SEK o Kr
Idioma negocios	Inglés y Sueco
Otros	Miembro de la Unión Europea

2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO

2.1 Systembolaget

El gobierno sueco gestiona el monopolio de las ventas minoristas de bebidas alcohólicas, Systembolaget. Es decir, todas las ventas minoristas de alcohol, vino y cerveza, con un volumen superior al 3,5% de alcohol tienen lugar a través de la compañía estatal Systembolaget, la que dispone de más de 400 puntos de venta al público distribuidos a lo largo del territorio sueco.

Por otra parte, las grandes cadenas de distribución de productos de consumo diario (supermercados) solo pueden comercializar bebidas con menos de 3,5% alcohol, por ejemplo cervezas livianas.

La importación de bebidas alcohólicas puede ser realizada por toda organización que posea licencia de importación y venta al por mayor. Dichos importadores pueden vender tanto al monopolio estatal -Systembolaget- como al canal HORECA, el cual tiene libertad para expender bebidas alcohólicas al público dentro de hoteles, restaurantes, bares y cafeterías.

Proceso de licitación y compra¹

Anualmente Systembolaget envía un plan de lanzamiento a todos los importadores autorizados donde se describen los productos que la compañía desea añadir a su oferta minorista durante el próximo ejercicio. Durante el año se realizan cuatro licitaciones trimestrales especificando al detalle el tipo de bebidas alcohólicas y sus cantidades que el monopolio desea adquirir, **incluyendo su país de origen**. Los vinos que responden a esta descripción tienen la oportunidad de incorporarse a la gama fija, exclusiva o de pedidos vía online. Los vinos seleccionados para la gama fija en góndolas permanecen a la venta por el plazo establecido en la licitación.

Envío de muestras

Los importadores presentan sus muestras en las fechas establecidas. Systembolaget puede rechazar cualquier propuesta que no cumpla con los requerimientos establecidos en el pliego. Las propuestas aceptadas son sometidas a una cata.

¹ Systembolaget, proceso de compra: <https://www.omssystembolaget.se/english/to-become-a-supplier/purchasing-process/>

Cata de vinos

Tres sommeliers independientes realizan una cata ciega de los vinos, en la que los vinos se evalúan individualmente conforme a un determinado sistema de puntos. Los vinos se puntúan conforme a su cumplimiento con los perfiles de cata buscados.

Ganadores

El vino con la mayor puntuación gana su lanzamiento. En esta fase, el importador debe presentar más muestras para una evaluación técnica efectuada en laboratorio y posterior lanzamiento en las tiendas.

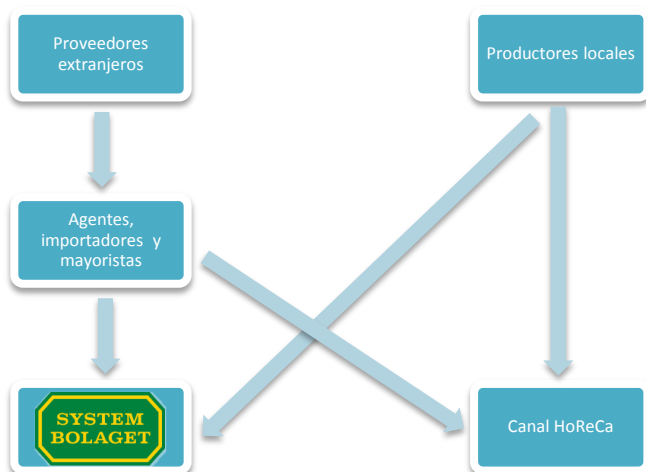


Observaciones: Según explica públicamente la empresa, el proceso licitatorio parte de la base de que Systembolaget ajusta su oferta de alcohol a las tendencias en la demanda del consumidor. Por lo tanto, la lógica del proceso licitatorio lleva a que las cuotas por origen del alcohol establecidas en cada nueva licitación se ajusten a los resultados de las ventas pasadas y, como resultado de esta retroalimentación, a que la oferta de productos europeos por parte de Systembolaget sea desproporcionada en relación con otros orígenes. El mecanismo por el cual Systembolaget analiza la demanda que recibe del público y define la asignación futura de cuotas por origen no es de acceso público.

2.2 Canal HoReCa

Este es el segundo canal más importante en la distribución de alcohol en Suecia, representando el 10,6% del mercado. Para este canal también se necesita un importador autorizado, aunque la venta es más rápida y sencilla, ya que no es necesario entrar en el proceso de selección del Systembolaget. El importador ofrece directamente los productos a este canal y hoteles y restaurantes pueden servir el alcohol directamente a sus clientes.

2.3 Síntesis de los canales de distribución de alcohol en Suecia



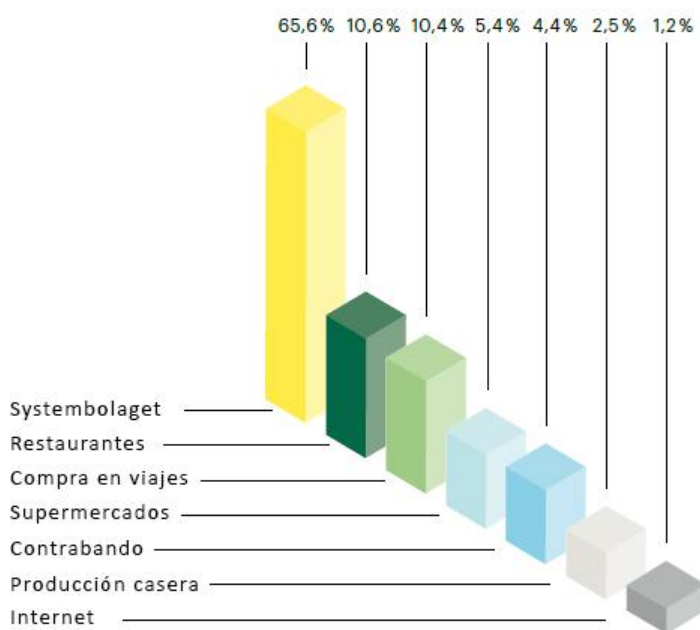
2.4 Relevancia de los canales de distribución del alcohol en 2018

En el año 2018, la relevancia de *Systembolaget* entre los posibles canales de distribución del alcohol creció casi 3% en comparación con el año anterior, llegando al 65,6%.

La participación de Systembolaget se expande arriba del 80% si solo se consideran en el análisis a los canales de comercialización al público autorizados (junto a HoReCA y Supermercados), lo que en la práctica, desde el punto de vista del exportador extranjero, convierte al mercado sueco de alcohol en un oligopsonio regido por un solo comprador dominante.

La parte no registrada de la distribución de alcohol consiste en las cantidades que ingresan al país las personas que viajan desde el extranjero, la producción casera,

el contrabando y las compras a través de internet a empresas que logran enviar alcohol a domicilio desde otros Estados del Mercado Único europeo.



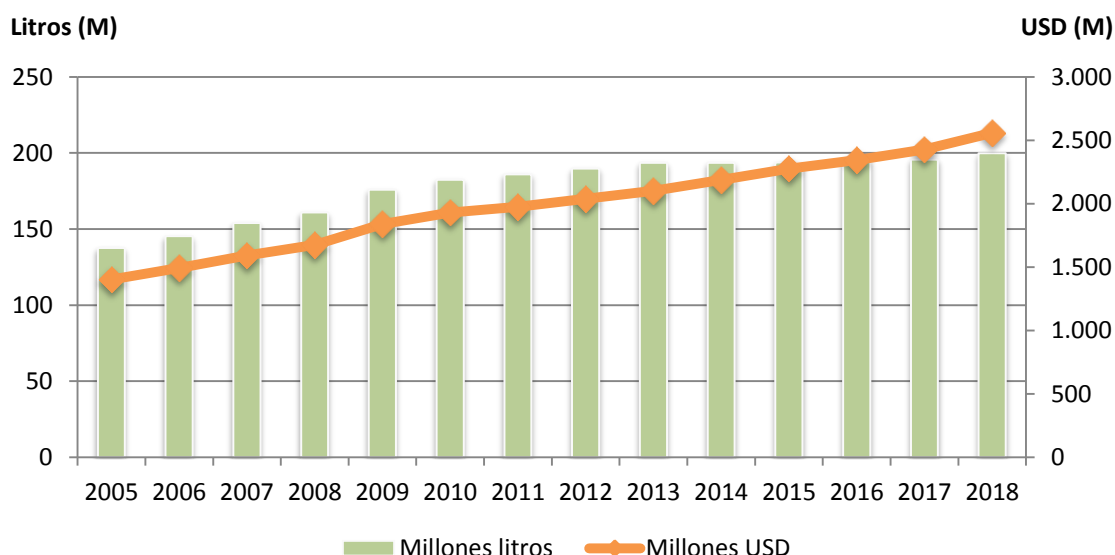
Esta participación en 2018 ascendió a poco más de 1,6 litros de alcohol puro por persona y año, un 16% menor al volumen registrado en 2017. Son las importaciones de alcohol realizadas por pasajeros las que han caído drásticamente, hasta en un 25%. Las compras de alcohol de contrabando disminuyeron aproximadamente un 6% en comparación con 2017.

3. TAMAÑO DEL MERCADO DE VENTA AL PÚBLICO

3.1 Ventas minoristas 2018

Las ventas minoristas de vino en Suecia en **2018** por parte de *Systembolaget* aumentaron un 2% con relación a 2017, llegando a **204 millones de litros**, lo que corresponde al 40,4% de las ventas totales de alcohol del monopolio. El valor minorista de las ventas de vino aumentó un 4,9% en dicho año, sumando en total USD 2.558 millones (SEK 22.304 millones). Con la excepción del vino tinto, todas las categorías de vinos experimentaron un crecimiento en sus ventas durante el año 2018.

Las ventas minoristas totales han crecido en forma constante en las últimas dos décadas, como puede advertirse en el cuadro a continuación. Si bien la información preliminar indica que la tendencia se mantuvo en 2019, es concebible que tengan lugar nuevas variación entre categorías.



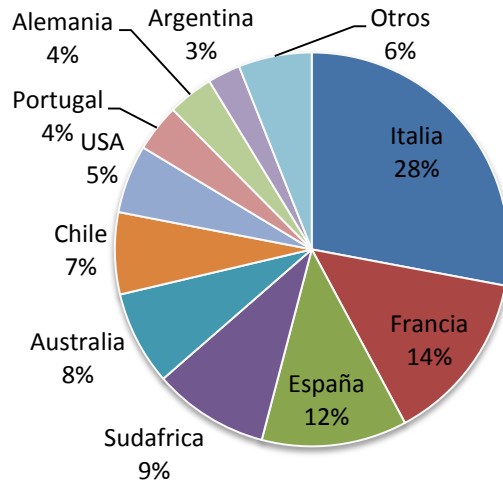
3.2 Ventas anuales por packaging de vino en millones de litros

Pack	2014	2015	2016	2017	2018
Vidrio	79	79.5	81.8	83.2	86
Caja (bag in box)	103.9	103	103	102.3	103.8
Caja tetra (cardboard)	12.3	12	11.4	10.8	10.2
Botella PET	2.6	3.1	3.2	3.4	3.7

En 2018 el vino en caja (bag in box) mantuvo su participación de mercado del 51% y las ventas de vino en botellas de vidrio aumentaron levemente, alcanzando al 42,1% del total. El segmento de PET, mientras tanto, representó 3,7 millones de litros, o el 2% de las ventas totales de vino. El vino en cardboard redujo sus ventas con relación al 2017, así como su participación sobre el total, que bajó al 5%.

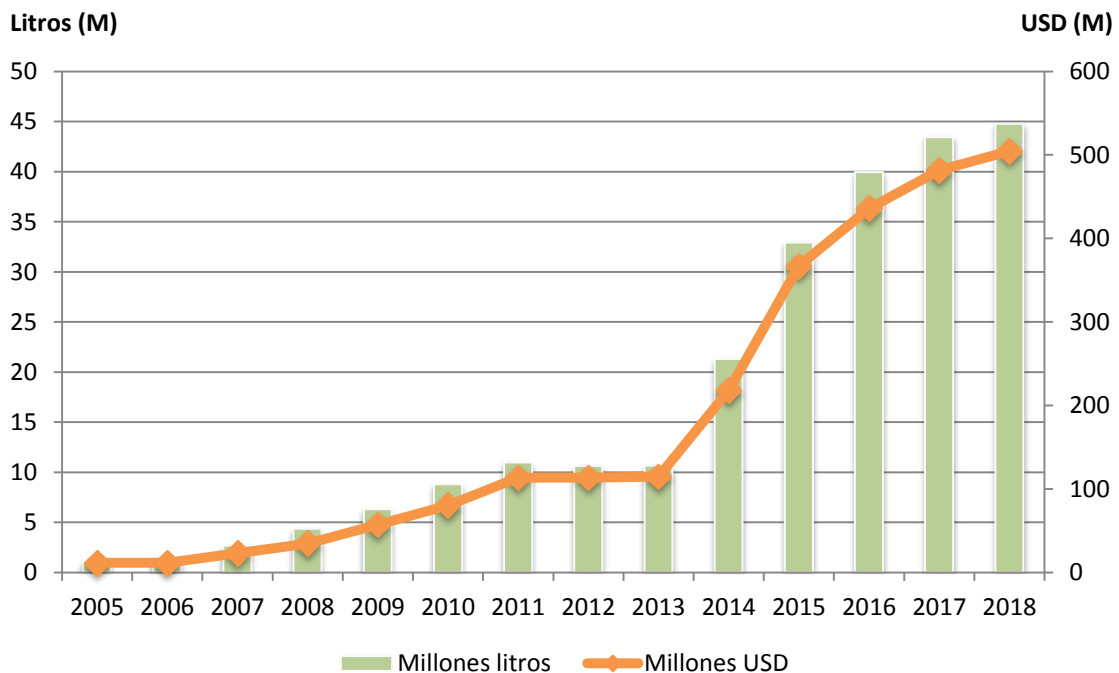
Informa *Systembolaget* que las ventas de botellas de vidrio livianas aumentaron en número, a la vez que también lo hicieron las botellas de vidrio tradicionales, con ventas de botellas hasta tres veces más pesadas que el límite de peso ligero de 420 gramos estándar.

3.3 Venta de vino en Systembolaget por país de origen 2019²



3.4 Vino orgánico

Las ventas de vino orgánico aumentaron un 3% durante el año 2018, hasta llegar a una participación de mercado del 22%, con un volumen total de 44,8 millones de litros vendidos a un valor de USD 503 millones (SEK 4.400 millones). En el siguiente cuadro puede observarse el aumento exponencial que el consumo de vino orgánico tuvo desde 2005:



² Systembolaget, información preliminar de ventas de vino del 2019:

https://www.omsystembolaget.se/img/publishedmedia/wj5fwgbasukn7q589cfl/2019Q4_Vin_Land.pdf



- **Producción orgánica y ambientalmente sustentable:** La preocupación por la sostenibilidad ambiental y social en conjunción con el interés por consumir alimentos más saludables lleva a que Suecia se encuentre entre los países con mayor consumo de alimentos orgánicos per cápita. La sociedad sueca es mundialmente reconocida por su concientización y movilización por la protección del medio ambiente y contra el impacto que tiene sobre éste la deforestación y el uso de métodos intensivos de producción, tales como agroquímicos y pesticidas en plantaciones.

Ejemplo de esto es la fuerte visión negativa que prevalece en la opinión pública sobre la actual política ambiental de Brasil, en particular sobre la relación entre deforestación del Amazonas y la producción agropecuaria intensiva, y su impacto sobre el consumo de productos brasileños en Suecia. Desde 2019 la cadena de supermercados de productos saludables sueca “Paradisett” promueve activamente un boicot a los alimentos producidos en el país sudamericano.

A nivel estatal, la Junta de Agricultura de Suecia y otras autoridades trabajan activamente para que Suecia produzca alimentos de una manera ambiental, económica y socialmente sostenible.



KRAV (www.krav.se) es la principal organización sueca certificadora de producción agropecuaria orgánica local, en tanto miembro de IFOAM (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica).

3.5 Vino certificado éticamente

Las ventas de vino con certificación ética aumentaron un 13,3% a 12 millones de litros durante el año 2018, lo que implica una reversión de la declinación registrada en 2017. El 5,9% del volumen de todos los vinos vendidos por Systembolaget está certificado éticamente, ya sea por *Fairtrade* o por *Fair for Life*, lo que indica que su producción tuvo lugar en cumplimiento de estándares laborales mínimos y en respeto de los derechos humanos de los trabajadores.

Según la clasificación realizada por Systembolaget, dichos estándares laborales se encuentran "en riesgo" de no ser respetados particularmente en la producción vitivinícola de **Argentina**, Bulgaria, Chile y Sudáfrica, por lo que en las licitaciones de compra de vinos provenientes de estos cuatro países el monopolio exige con mayor frecuencia dicha certificación ética. Los vinos producidos en estos cuatro países representaron en 2018 el 22,7% de las ventas totales de vino certificado éticamente que realizó Systembolaget.

¿Cuál es la diferencia entre las certificaciones Fairtrade y Fair for Life?



Fairtrade certifica en países donde la pobreza está generalizada. **Fair for Life** certifica en todas partes. En otras palabras, un vino de Francia no puede obtener la marca Fairtrade, pero puede obtener Fair for Life. Cuando Fairtrade certifica una bebida, controla el 100% de la producción. En cambio, Fair for Life revisa al menos el 80% de la producción. En cada licitación el monopolio establece que clase de certificación el productor debe acreditar para poder participar.

4. TENDENCIAS DEL MERCADO

4.1 Así consumen alcohol los suecos

Las tendencias en los hábitos alcohólicos de los suecos son relativamente estables en el tiempo: reducción gradual del consumo total de alcohol, más consumo de vino, menos graduación alcohólica en las bebidas consumidas, y la mayoría de los productos se adquieren en el monopolio de venta minorista de alcohol, *Systembolaget*.³

Las tendencias de consumo de alcohol en Suecia fueron variando en los últimos 20 años. En el año 2001, el consumo total de alcohol ascendía a 8,84 litros de alcohol puro por habitante mayor de 15 años, ascendiendo gradualmente cada año hasta el máximo de 10,57 alcanzado en 2004. Desde entonces, el consumo de alcohol ha ido disminuyendo paulatinamente, pero no fue hasta 2017 que volvió a bajar a los 9 litros por persona.



Origen promedio del alcohol consumido per cápita

Según las estimaciones de CAN (Consejo Sueco de Información sobre Alcohol y Otras Drogas), el consumo total de alcohol en 2018 se estima que fue de 8,8 litros por persona. Esto significa una reducción de alrededor del 2% en comparación con el año anterior. De estos 8,8 litros de **alcohol consumidos per cápita**, el vino aporta el 42,6% del total, seguido de la cerveza con el 36,8% (sumando todas sus graduaciones). Este dato sólo indica el origen del alcohol puro consumido, al tiempo que se recuerda que las ventas de cervezas representan el 51% del total de ventas del *Systembolaget*.

³ Systembolaget, reporte de alcohol 2019:

<https://www.omsystembolaget.se/globalassets/pdf/alkoholrapport-2019.pdf>

5. IMPORTACIONES

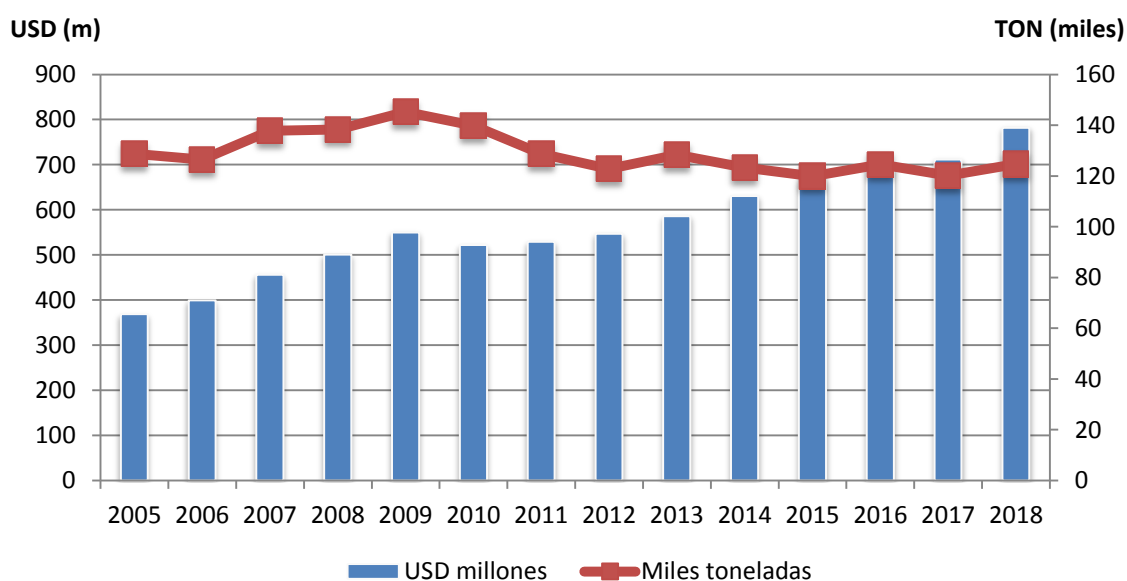
5.1 Importaciones de vino en Suecia

Las cifras a continuación son datos de comercio exterior a nivel país publicados por la agencia oficial de Estadísticas de Suecia y no deben confundirse con los balances de venta al público publicados por Systembolaget.

Suecia importa vino principalmente de Italia (25% del total), Francia (16%), España (11%) y Sudáfrica (11%). En 2018, el valor total de las importaciones de vino aumentó un 10% en comparación con 2017, resultando en un total aproximado de USD 782 millones (SEK 6.818 mil millones), equivalente a unas 124.657 toneladas. En términos de cantidades las importaciones crecieron 4% durante el período.

	Toneladas			USD miles		
	2017	2018	%	2017	2018	%
Total	120.162	124.657	4 %	711.633	781.923	10 %
Italia	17.684	17.381	-2 %	177.140	190.341	7 %
Francia	10.404	11.628	12 %	194.625	220.955	14 %
España	9.773	14.339	47 %	70.478	70.478	17 %

5.2 Evolución de las importaciones de vino en Suecia 2005–2018



Fuente: SCB – Estadísticas de Suecia

Del gráfico precedente puede observarse que si bien el valor de las importaciones ha crecido de manera constante en los últimos 15 años, en la última década las cantidades importadas se han estabilizado en un promedio anual de 125 mil toneladas. Esto indicaría que el país consume prácticamente las mismas cantidades pero paga cada vez mayores precios, o en otras palabras, que si bien el consumidor sueco consume la misma cantidad de vino, cada año está dispuesto a pagar más por productos que considera de mejor calidad.

6. COMERCIO CON ARGENTINA

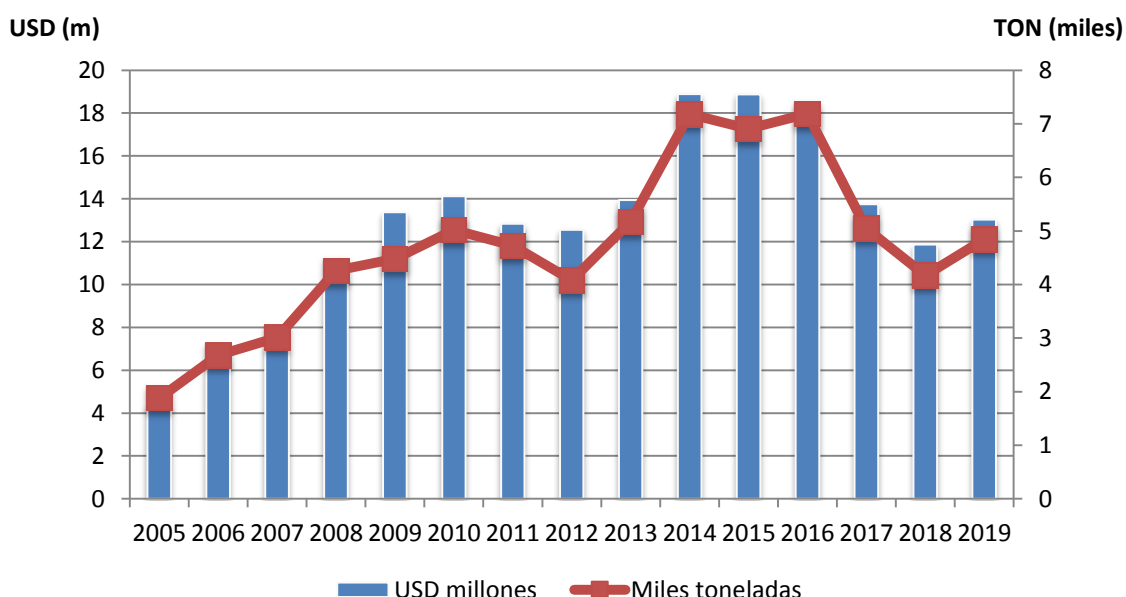
6.1 Importaciones de vino argentino en Suecia

En el año 2019 Suecia registró importaciones por 4.894 toneladas de vino provenientes de Argentina (16% más que en 2018), por un valor de USD 13 millones (SEK 114 millones) (10% mayor al de 2018), desglosado de la siguiente manera:

- Vino: USD 12.862.000 (4.810 toneladas)
- Vino espumante: USD 169.000 (38 toneladas)

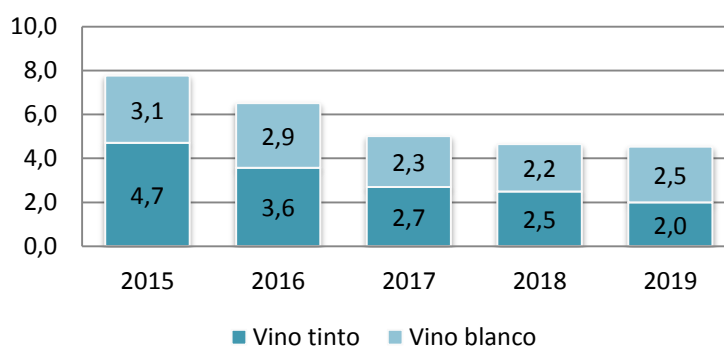
Argentina	Toneladas			USD miles		
	2018	2019	%	2018	2019	%
Total	4.170	4.848	16 %	11.871	13.031	10 %
Vino	4.135	4.810	16 %	11.731	12.862	10 %
Espumante	35	38	9 %	140	169	21 %

6.2 Evolución de las importaciones de vino argentino en Suecia 2005–2019



Fuente: SCB – Estadísticas de Suecia

6.3 Ventas de vino argentino en Systembolaget 2015–2019 en millones de litros



7. ACCESO AL MERCADO

La importación de bienes a Suecia se rige por un conjunto complejo de directivas, reglamentos y normas nacionales y de la UE. Estos requisitos se refieren a los aranceles de importación, así como a las normas sobre seguridad alimentaria y estándares de calidad. Además, los grandes importadores han desarrollado una serie de normas y requisitos propios.

7.1 Aranceles aduaneros

Se detalla a continuación un cuadro con tasas aduaneras para la importación de vinos al mercado único de la UE, aplicadas en 2019. Para una visión actualizada se sugiere consultar los sitios webs de Taric o Tullverket a continuación informados:

Posición arancelaria	Producto	Arancel aduanero
2204 21 09 00	Vino	32 EUR/Hectolitro

Fuente: Taric – Aduana Sueca

- Taric (Sistema de aranceles de la Unión Europea)
http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es
- Tullverket (Aduana de Suecia)
<http://tulltaxan.tullverket.se>

7.2 Requisitos y estándares de embalaje

Como miembro de la UE, las normas comunitarias se aplican a los envases y las marcas. Las reglas más importantes son que todos los productos deben portar en forma visible una "fecha de caducidad" y que toda la información requerida debe proporcionarse en sueco o en inglés.

También hay reglas sobre qué información debe proporcionarse en los paquetes, como contenido, peso y aditivos.

Para un exportador de productos alimenticios envasados para el consumidor, la mejor manera de garantizar que el producto, el embalaje y las marcas cumplan con las normas suecas es basarse en las instrucciones del importador. Es el importador el responsable que los productos que provienen por fuera de la UE cumplan con los requisitos establecidos. Además, los importadores generalmente tienen requisitos específicos con respecto al tipo y tamaño de embalaje, así como con respecto al diseño y el texto en las etiquetas.

Para el caso de vinos que se presenten a una licitación de Systembolaget, cabe advertir que el propio pliego de la licitación establecerá todos los requerimientos técnicos que el envasado de la bebida debe respetar. Nuevamente, es la empresa importadora sueca de alcohol la que debe guiar al productor en este respecto si es que desea participar de la licitación del monopolio y eventualmente resultar seleccionada.

8. PRÁCTICAS COMERCIALES EN SUECIA

IDIOMA DE NEGOCIOS

El inglés es un idioma ampliamente utilizado por toda la población sueca y regularmente utilizado por grandes empresas suecas en sus operatorias cotidianas, particularmente dentro del comercio exterior. El francés y el español, en cambio, si bien muy difundidos, no son utilizados en ambientes de negocios.

Se sugiere por lo tanto **iniciar todo contacto comercial haciendo uso de un correcto inglés.**

CITAS DE NEGOCIOS

A fin de lograr entrevistarse con las personas adecuadas durante su viaje a Suecia es aconsejable que anuncie su **visita a la contraparte con la suficiente antelación (idealmente unos tres meses)**. Suele ser costumbre confirmar telefónicamente las reuniones al momento de la llegada del interesado a Suecia. Es imprescindible ser puntual al momento de atender una reunión de negocios.

LA OFERTA

Los importadores reciben ofertas diversas de todas partes del mundo. Consiguientemente, **será necesario incluir toda la información pertinente en la primera presentación** ya que, en general, los importadores no solicitarán información adicional.

Es importante poner de relieve que los compradores locales quieren conocer el precio, las condiciones y las cantidades mínimas de lo ofrecido ya en el comienzo de las conversaciones de negocios. Sólo si el precio es interesante continuarán las negociaciones.

Se sugiere cotizar los precios en dólares estadounidenses o moneda local (corona sueca), de ser posible CIF puerto principal del país, alternativamente a través de puertos europeos. Dado que en la cultura sueca las personas de negocios no están interesadas en regatear, es preferible cotizar los precios como no negociables.

CONDICIONES DE PAGO

Cuando la competencia es intensa, la oferta más favorable de condiciones de pago puede ser decisiva. Cuando se ofrezcan cartas de crédito es aconsejable indicar si será posible estudiar posteriormente otras formas de pago. Las condiciones corrientes de venta son a 30 ó 90 días después de la entrega o contra documentos, dependiendo del tipo de mercancía y de la solvencia del comprador.

CANTIDAD

Al estipular las cantidades mínimas para un pedido, deberá recordarse que se trata de un mercado de poca población, debiendo poder ofrecerse, en consecuencia, pequeños pedidos de muestra.

CALIDAD

Los importadores suecos son extremadamente cuidadosos en comprobar que la calidad de un producto es equiparable a la de su muestra y que no varía de una entrega a otra.

DISPONIBILIDAD

El importador deberá conocer la capacidad de producción y las cantidades disponibles para la exportación. Las empresas suecas buscan establecer relaciones comerciales a muy largo plazo, por lo cual, a fin de poder entrar en el mercado, **resulta fundamental poder garantizar la provisión del producto con la misma calidad a futuro.**

EMBALAJE/TRANSPORTE

El comprador deberá tener conocimiento del tipo de envase, material de embalaje, dimensiones de las unidades, así como el medio de transporte y el plazo de entrega. Se sugiere adelantar esta información en un primer contacto.

En Suecia, como en la mayor parte de los países europeos, el envase se considera una parte del producto. El envase contribuye a que la mercancía pueda transportarse y manipularse de forma segura, sin sufrir daños ni perder calidad. También es conveniente que facilite el transporte de la misma, por ejemplo mediante pallets, para que pueda manipularse en forma rápida y automática.

Cuando las empresas suecas compran productos de otros países, se desea que, al recibirlos, su aspecto sea atractivo y esmerado y que no hayan recibido daños. Si los artículos se envasan de forma que puedan ponerse en el punto de venta con el mínimo de trabajo posible, esto ahorrará mucho tiempo y dinero a las empresas, ya que en este país la mano de obra tiene un costo muy elevado.

Los residuos originados por los envases son un problema en Suecia. Las empresas y autoridades suecas desean que los desechos producidos ocupen poco espacio y puedan incinerarse sin peligro. El material de envasado que pueda reciclarse fácilmente, por ejemplo, el papel o material de fibras vegetales, es el preferido localmente.

REFERENCIAS

Es de esperar que los compradores requieran al exportador información correspondiente a su entidad bancaria, a su afiliación a distintas asociaciones comerciales y sobre su experiencia previa en la exportación, particularmente a Europa.

9. AGENCIAS E IMPORTADORES

9.1 Organismos e instituciones argentinas y suecas

SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA DE ARGENTINA (SENASA)

Dirección: Av. Paseo Colón N° 367, Buenos Aires, Argentina

Teléfono: +54 11 4121-5000 / 0800-999-2386

Website: www.argentina.gob.ar/senasa

MONOPOLIO ESTATAL DE VENTA MINORISTA DE ALCOHOL (SYSTEMBOLAGET)

Dirección: Kungsträdgårdsgatan 14, 111 47 Estocolmo

Teléfono: 46 77 183 83 00

E-mail: kundtjanst@systembolaget.se – Website: www.systembolaget.se

CONSEJO SUECO DE INFORMACIÓN SOBRE ALCOHOL Y OTRAS DROGAS (CAN)

Dirección: Östgötagatan 90, 116 64 Estocolmo

Teléfono: 46 8 412 46 00

E-mail: info@can.se – Website: www.can.se

AGENCIA NACIONAL DE ALIMENTOS DE SUECIA (LIVSMEDELSVERKET)

Teléfono: 46 18 17 55 00

E-mail: livsmedelsverket@slv.se – Website: www.livsmedelsverket.se

CÁMARA DE COMERCIO SUECA (SVENSK HANDEL)

Dirección: Regeringatan 60, 103 29 Estocolmo, Suecia

Teléfono: 46 10 471 8500

E-mail: info@svenskhandel.se - Website: www.svenskhandel.se

CERTIFICADORA SUECA KRAV

Teléfono: 46 18 158 900

E-mail: info@krav.se - Website: www.krav.se

CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE SUECIA

Dirección: Klarabergsviadukten 63, 111 64 Estocolmo, Suecia

Teléfono: 46 70 568 8019

E-mail: info@chambertrade.se - Website: www.chambertradesweden.se

9.2 Importadores de vino en Suecia

EMPRESA	MAIL	TELEFONO
Aeterno AB	contact@aeterno.se	+46 26 10 93 01
Åkesson Vin AB	info@akessonvin.com	+46 7 33 88 99 94
Albert & Lily Wine ETC	info@albert-lily.se	+46 707 87 30 80
Altia Sweden	flavia.bergstrom@altiacorporation.com	+46 705 08 12 27
Ametller Scandinavia AB	order@ametller.se	+46 42 20 29 60
AMKA	amka@amka.se	+46 8 51 48 49 80

Apricot	info@apricot.se	+46 8 663 10 80
Arvid Nordquist Vin	info@arvidnordquist.se	+46 8 799 18 00
Banus AB	janolof.mark@banus.se	+46 8 505 821 96
Blentarps Vinimport AB	blentarpsvin@telia.com	+46 416 24300
Bornicon & Salming	info@bornicon-salming.se	+46 8 32 02 20
Bristly Wine Agents AB	contact@bristly.se	+46 8 766 01 50
Cave du vineum i Sverige	info@cave-vineum.se	+46 929 305 50
Concealed Wines	info@concealedwines.com	+46 8 410 244 34
Concha y Toro Sweden	info@vctsweden.com	+46 8 505 667 60
Corseimport	info@corseimport.se	+ 46 708 740446
Domaine Wines & Spirits	info@domaine.se; johan.broberger@domaine.se	+46 8 546 107 00
Eletheria Wine Group	info@eletheriawinegroup.se	+46 46 30 58 48
Enjoy Wine & Spirits AB	magnus.lansman@enjoywine.se	+46 8 556 947 00
Enoterra	info@enoterra.se	+46 8 410 105 66
Giertz Vinimport AB	bjorn.wittmark@giertz.se	+46 8 21 83 88
Granqvist Beverage H.	info@granqvistbev.se	+46 502 148 88
Hermansson & Co	info@hermanssonco.se	+ 46 8 587 410 80
Nigab	christian@nigab.se	+46 0 10 762 43 00
Oenoforos	info@oenoforos.se	+46 8 505 515 00
Pernod Ricard Sweden	info@pernod-ricard-sweden.com	+46 8 744 70 00
Prime Wine Sweden AB	andreas.stahl@primewinegroup.com	+46 8 679 52 00
Stellan Kramer AB	anders.almgren@stellankramer.se	+46 8 544 905 90
Sundance Wines AB	info@sundancewines.se	+46 8 546 107 00
The Wine & Spirit Collective	cecilia.wellenius@twscollective.se	+46 70 976 1918
The Wine Team Global AB	emma@wineteam.se	+46 8 406 01 77
Treasury Wine Estates Sweden	info.se@tweglobal.com	+46 8 696 96 00
VCT Sweden AB	asa.wallstrom@vctsweden.com	+46 8 505 667 60
Vingruppen	info@vingruppen.se	+46 8 660 84 15
VinoNovo	info@vinonovo.se	+46 735 43 73 73
Vinunic AB	lotta.liden@vinunic.se	+46 8 660 84 15
Viva Group	info@vivagroup.se	+46 8 21 83 88
We & Wine	info@weandwine.se	+46 8 555 292 00
Winepartners Nordic	daniel.pasalic@winepartners.se	+46 8 755 48 40
WineWorld AB	anna-karin.larsson@wineworld.se	+46 8 662 18 00

10. BIBLIOGRAFÍA

Systembolaget

<https://systembolaget.se>

Unión Europea

<http://Europa.eu.int>

Oficina Central de Estadísticas de Suecia – SCB

www.scb.se

UE ayuda para países de desarrollo

<http://exporthelp.europa.eu>

UE relaciones de comercio bilateral

http://ec.europa.eu/trade/bilateral/index_en.htm

UE estadísticas

<http://Europa.eu.int/comm/eurostat>

UE página red para seguridad alimenticia

http://ec.europa.eu/food/index_en.htm

Cámara de Comercio de Estocolmo

<http://www.chamber.se/>

KRAV

www.krav.se

Ekomatcentrum

www.ekomatcentrum.se

Tullverket – Aduana Sueca

www.tullverket.se