

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Belgrado

# Notas Sectoriales

## El mercado del vino en Serbia y en Montenegro

ICEX

## El mercado del vino en Serbia y en Montenegro

## ÍNDICE

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>I. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>5</b>
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
<b>II. OFERTA</b>	<b>7</b>
1. Producción local	7
2. Importaciones	8
<b>III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>11</b>
1. Características de la demanda	11
2. Tamaño del mercado	11
<b>IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>	<b>14</b>
<b>V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>16</b>
<b>VI. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>17</b>
<b>VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>18</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>20</b>
1. Principales empresas distribuidoras de vino y vinotecas de serbia	20
2. Grandes superficies, supermercados y principales tiendas de alimentos	24
3. Principales hoteles de Belgrado	25
4. Principales restaurantes de Belgrado	26
5. Medios audiovisuales y agencias de marketing	30
6. Asociaciones e Instituciones del sector bebidas en Serbia	31
7. Ferias	32
8. Otras direcciones de interés	33

## CONCLUSIONES

Por todo lo que a continuación se verá en el contenido de esta nota podemos afirmar que, conforme a los últimos datos de los que se dispone, la posición de los vinos de origen español es escasa, teniendo en cuenta la reputación que estos poseen a nivel mundial. La presencia española (de 63.000 dólares sobre un total de importaciones de 11 millones en el año 2004) se centra sobre todo en vinos con un precio superior a 500 dinares por botella (en torno a los 6€) lo que, teniendo en cuenta el poder adquisitivo medio de la población, se ha calificado a efectos del estudio por gama alta.

La mayoría de la importaciones de vino de Serbia y Montenegro tiene su origen en cuatro países; Macedonia, Italia, Francia y Croacia. Por los datos obtenidos, en general parece que la estrategia se desarrolla puede ser de tres tipos:

- Estrategia I.- Entrada en el país con los productos de mayor calidad que la compañía posee y distribución de los mismos a través de supermercados o tiendas gourmet (siempre utilizando un agente de ventas que contacta con el cliente final). Es la actualmente están llevando a cabo la mayoría de los países (España entre ellos)
- Estrategia II.- Entrada al país con vinos de calidad media, pero muy competitivos en precio (Macedonia).
- Estrategia III.- Entrada en el país con productos de tipo genérico que son embotellados por el propio importador, que dota de su marca al producto (esto ocurre sobre todo con países con una gran fama como productores de vino (Italia y Francia). España todavía no ha explotado esta forma de negocio de forma suficientemente importante. Además, la enorme distancia física que separa origen y destino puede frenarla, por lo menos en el corto plazo.

En general podemos hablar de un mercado de muy difícil acceso tanto física como económicamente, (30% de aranceles más certificados de calidad y técnicos propios adicionales y un salario medio de 255 Euros al mes en Serbia y 236 en Montenegro) lo que hace, que, al menos de forma inmediata una estrategia conservadora de tipo nicho (exportar cantidades pequeñas de vino de gama alta) sea, quizás la más aconsejable.

## DEFINICION DEL SECTOR

### 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La siguiente nota analiza el sector del “vino” tanto en Serbia como en Montenegro, comprendido en la partida arancelaria 2204, y dentro de este todas sus clases, como se analizará en el siguiente apartado.

### 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

El sector objeto de nuestro estudio está perfectamente delimitado en relación a la clasificación arancelaria del Código Armonizado (Código HS). Todos los productos del sector se encuentran recogidos en el capítulo 22, concretamente en la sección 2204 de esta clasificación (“VINO DE UVAS; INCLUSO ENCABEZADO; MOSTO DE UVA; EXCEPTO EL DE LA PARTIDA Nº 2009”). A continuación se adjunta una tabla con los productos de este capítulo, con sus respectivos códigos adjuntos:

Código Armonizado	Descripción del Producto
<b>2204</b>	<b>VINO DE UVAS; INCLUSO ENCABEZADO; MOSTO DE UVA; EXCEPTO EL DE LA PARTIDA Nº 2009:</b>
2204.10	Vino espumoso
2204.10.11.00	Champán
2204.10.19.00	Los demás
2204.10.90.00	Otros vinos; mosto de uva con fermentación detenida por la adicción de alcohol
2204.21.00.10	Vino de mesa
	Vine de calidad

## EL MERCADO DEL VINO EN SERBIA Y MONTENEGRO

2204.21.00.21	Blanco
2204.21.00.29	Otro
2204.21.00.30	Vino de postre
2204.21.00.90	Otro
2204.29.00.10	Vino de mesa
	Vino de calidad
2204.29.00.21	Blanco
2204.29.00.29	Otro
2204.29.00.30	Vino de postre
2204.29.00.90	Otro
	Otros mostos de uva
2204.30.10.00	En fermentación o con fermentación detenida por otro procedimiento distinto a la adición de alcohol
2204.30.90.00	Otro

## II. OFERTA

### 1. PRODUCCIÓN LOCAL

En Serbia hay tres zonas de producción vinícola destacadas (Vršac, en el norte, Negotin al este y Aleksinac en el centro) y por su parte Montenegro cuenta con la mayor parte del territorio para una óptima producción.

La superficie destinada a la plantación de vides ha permanecido constante a lo largo de los últimos años, si bien el aumento paulatino de la productividad media de las vides ha acabado conllevando un aumento constante en las cosechas de uva obtenidas.

	Superficie de viñedos (miles de hectáreas)	Número de Vides millones		Producción (miles de toneladas)	Producción por vid (Kg)
		Total	Vides en edad productiva		
2001	73	414	397	416	1,1
2002	72	413	394	430	1,1
2003	71	400	382	485	1,3
2004	70	381	364	467	1,3

Anuario estadístico de SyM ed.2005

De todas las variedades de vino local existentes es necesario destacar 3 por encima de los demás:

- El elaborado con la variedad de uva Vranac, originaria de Montenegro, y que, según recientes estudios, posee unas características casi idénticas a las del tipo de uva Zinfandel<sup>1</sup>. De todas las variedades de vino que se producen basadas en esta uva cabe destacar el popular Vranac Pro Corde, elaborado por la compañía Plantaže A.D., y cuyas características hacen su consumo especialmente recomendable para personas que padecen problemas cardíacos.

<sup>1</sup> Fte: K&L Wine Merchants

## EL MERCADO DEL VINO EN SERBIA Y MONTENEGRO

- El preparado con la especie Krstac, una variedad de uva autóctona de Montenegro empleada en la elaboración de vino blanco.
- El vino a base de mora (Kupinovo vino) y cuyos dos principales comercializadores son las compañías serbias Ekofarm y Župa. Su consumo se recomienda a personas con problemas en su nivel sanguíneo de hierro (anémicas).

El resto de variedades de vino son las propias de la zona geográfica en la que se encuentra enclavado el país (riesling, chardonnay, pinot, sauvignon, cabernet...)

En general puede decirse que la mayor parte de la producción local se destina al mercado interior (el volumen de exportaciones en el 2004 alcanzó únicamente el 2,5% de la producción). De la partida destinada a exportación gran parte se dedica a la venta de vino doméstico a serbios en el exilio. Por ello no es de extrañar que los principales destinos de las exportaciones de vino serbio sean aquellos países con importantes comunidades de emigrantes del país (Bosnia, Alemania y Suiza por este orden son los tres principales destinos de las exportaciones).

Con respecto a las compañías dedicadas a la comercialización de vinos dentro del país se ha realizado una clasificación de las mismas en función de la gama de vinos que se comercializan.

Compañía	1l< 100 din	100 din<1l<300din	300 din<1l<500 din	1l>500 din
Podrum Palic	√	√		
Navip	√	√		
Plantaže A.D.		√		√
Vrsacki Vinograd	√			

Fte: Oficina Comercial

## 2. IMPORTACIONES

A continuación se incluye una tabla con los últimos datos de importaciones de vino por parte de Serbia y Montenegro, ordenada por países en función valor monetario de las importaciones, en miles de dólares.

Código HS	País	2001	2002	2004
220410	FRANCIA	55	44	220
	ITALIA	45	48	82
	ESPAÑA	18	22	
	HUNGRIA	13		
	ESLOVENIA	9	6	35
	CROACIA	2		

EL MERCADO DEL VINO EN SERBIA Y MONTENEGRO

	CHIPRE	1		
	INGLATERRA		11	21
	BOSNIA		3	
	HUNGRIA		2	
	ALEMANIA		1	10
	RUMANIA			39
	AUSTRIA			18
	MACEDONIA			9
	OTROS			110
Código HS	País	2001	2002	2004
220421	MACEDONIA	2.744	2870	3194
	ITALIA	176	273	298
	CROACIA	124	96	276
	FRANCIA	109	159	242
	BOSNIA HERZEGOVINA	64	97	175
	ESLOVENIA	61	61	250
	ESPAÑA	15	116	58
	PORTUGAL	14	14	14
	BULGARIA	9	16	
	ARGENTINA	4	10	34
	CHILE	5	21	44
	CHIPRE	5		
	HUNGRIA	4	17	84
	SUDAFRICA	2		
	ESTADOS UNIDOS	2	23	
	AUSTRALIA	2		
	GRECIA		22	21
	ECUADOR			61
	ALEMANIA		6	13
	MEXICO		5	29
OTROS	5	41	118	

## EL MERCADO DEL VINO EN SERBIA Y MONTENEGRO

---

220429	MACEDONIA	5080	3121	5498
	ITALIA	136	85	34
	FRANCIA	50		3
	CROACIA	24	89	2
	ESLOVENIA	12	30	1
	ESPAÑA		2	4
	OTROS	3	7	26
	<b>TOTAL 2204 (miles de \$)</b>	<b>8793</b>	<b>7318</b>	<b>11023</b>

Fuente: Comtrade, Base de Datos NU

Como puede verse claramente, cuatro países dominan muy claramente el mercado de las importaciones de vinos a Serbia y Montenegro: Macedonia (sobre todo a través de la firma Tikves), tiene una clara ventaja sobre el resto. Italia Francia y Croacia le siguen por este orden, de lejos en el valor del vino exportado. España, como puede observarse a tenor de las cifras, ocupa una posición por debajo de la reputación que posee como país exportador de vinos. Además como se verá después en el punto VI de la nota, la gran mayoría de los vinos de origen español que se exportan a Serbia y Montenegro están encuadrados dentro de lo que, a efectos de este estudio, se ha considerado gama alta por precio (+500 dins/litro, alrededor de los 6€).

# III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

## 1. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

En general existe una cultura vinícola no muy desarrollada tanto en Serbia como en Montenegro. Tanto es así, que el grueso de la población no practica la habitual asociación de consumo de carne con vino tinto, y pescado con vino blanco.

A nivel hogar, el consumo de vino de forma regular como acompañamiento de la comida es algo vedado para la mayoría de la población (sobre todo teniendo en cuenta que el salario medio es de 255€ al mes en Serbia y 236€ en Montenegro). En general, el consumo de vino se asocia a comidas en restaurantes o a celebraciones como cenas para familia y amigos (está muy extendida la tradición de llevar botellas de vino a casa de los anfitriones de este tipo de eventos).

En las zonas rurales existe una amplia tradición en la elaboración de bebidas de tipo casero (vinos y aguardientes sobre todo). El destino final de estas producciones es generalmente el autoconsumo de la unidad familiar o el círculo de relaciones más cercano a esta. Esta costumbre, sin embargo, ha entrado en un periodo de lenta recesión, ya que cada vez es mayor la edad media de los habitantes de estas zonas rurales, y cada vez, por ello, existen mayores problemas en encontrar mano de obra con capacidad física suficiente (la gente joven se desplaza cada vez en mayor número a los núcleos urbanos en busca de mejores condiciones de vida).

Una bebida de amplia tradición en la población serbia es el spricer, combinación de vino blanco y agua con gas de origen alemán. Este derivado, junto con la cerveza (Serbia y Montenegro goza de una grandísima tradición cervecera) y la rakija (aguardiente propio de la zona, elaborado a base de frutas) son las bebidas estrella en los ambientes de kafanas (tabernas) y bares de ambas Repúblicas.

## 2. TAMAÑO DEL MERCADO

SyM ocupan una superficie total 102.173 Km<sup>2</sup> de los que la República de Serbia ocupa el 85% y la de Montenegro un 15%. Tras el reciente plebiscito (mayo de 2006) se declaró la independencia de ambas Repúblicas el pasado 3 de junio de 2006, después de que el 55,5% de los montenegrinos votase a favor de la misma.

## EL MERCADO DEL VINO EN SERBIA Y MONTENEGRO

De este modo, Serbia tiene una población de 7.568.348 si se excluye la población autónoma de Kosovo (provincia autónoma de Serbia bajo administración de Naciones Unidas) y Montenegro de 630.548.

	Montenegro	Serbia
<b>Población</b>	630.548	7.568.348
<b>Área Km2</b>	13.812	88.361

Fuente: Oficina de Estadística de Serbia

A la hora de calcular el tamaño del mercado conviene tener en cuenta que aunque se trata de un mercado relativamente pequeño, no obstante, SyM firmó acuerdos de libre comercio con otros países del Sureste de Europa (SEE) con la perspectiva de crear un mercado regional que abarcaría una población de unos 55 millones de habitantes. La tabla siguiente muestra los países y fechas de aplicación o de firma de acuerdos de libre comercio:

<b>Acuerdos de libre comercio. Países</b>	<b>Fecha de aplicación</b>
Albania	01/08/2004
Bosnia & Herzegovina	01/06/2002
Bulgaria	01/06/2004
Croacia	01/07/2004
Macedonia	07/10/1996
Moldavia	13/11/2003
Rumania	01/07/2004

Fuente: MarketAccess

La población activa es de unos 3,9 a 4 millones de habitantes y la población ocupada es de poco más de 2,2 millones de personas. El PIB por habitante se estima en unos 3.273 dólares en el año 2005 para Serbia y de 2.638 euros para Montenegro.

Se puede afirmar que si bien la cifra oficial de PIB por habitante así como la media de los salarios mensuales (255 Euros al mes en Serbia y 236 en Montenegro, según los últimos datos) resultan actualmente muy bajos, la población recurre a inimaginables fuentes extras de ingresos para mantener ciertos hábitos de consumo, entre los que destacan cada vez más la compra de vehículos automóviles, viviendas, un buen nivel de confección textil y calzados, etc.

El PIB de SyM tuvo un crecimiento medio anual del 5,5% entre 1999 y 2005. La Inflación, aunque sigue siendo alta, está siendo controlada con políticas monetaria restrictivas (bajo dictamen del FMI) que hacen aumentar el desempleo que en el año 2005 ha sido de un 32% en Serbia y un 17% en Montenegro.

## EL MERCADO DEL VINO EN SERBIA Y MONTENEGRO

El intercambio comercial con el extranjero para Serbia asciende a 15.129 millones de dólares en el 2005, y para Montenegro a 1.374 (con un aumento sobre el año anterior del 58,2%), lo que les da un grado de apertura del 60% del PIB a Serbia y el 83,8% a Montenegro.

En Serbia la capital, Belgrado, constituye el principal centro de venta y distribución de los productos. Se concentra la población de mayor poder adquisitivo formada por profesionales, empresarios, políticos y la comunidad internacional. Es por tanto, el punto de partida para la penetración en el mercado de las principales marcas internacionales, siguiendo con Novi Sad y Nis.

El siguiente cuadro muestra la evolución de la población de las principales ciudades de Serbia y Montenegro por número de habitantes:

**CUADRO DE LAS PRINCIPALES CIUDADES DE SERBIA Y MONTENEGRO POR NÚMERO DE HABITANTES**  
(Miles de habitantes)

	Ciudad	División Administrativa	1991	2002	2005
1	Beograd	Serbia Central	1.130,2	1.119,0	1.600,0
2	Priština	Kosovo	155,5		108,0
3	Novi Sad	Vojvodina	177,0	190,6	180,0
4	Niš	Serbia Central	173,3	173,4	175,0
5	Prizren	Kosovo	92,3		159,2
6	Podgorica	Montenegro	117,9		160,0
7	Kragujevac	Serbia Central	144,6	146,0	147,0
8	Subotica	Vojvodina	98,9	99,5	100,0
9	Uroševac	Kosovo			94,3
10	Đakovica	Kosovo	59,0		94,1
11	Peć	Kosovo	68,2		93,2
12	Gnjilane	Kosovo	51,9		88,3
13	Kosovska Mitrovica	Kosovo	64,3		84,7
14	Zrenjanin	Vojvodina	80,2	79,5	79,4
15	Pančevo	Vojvodina	71,7	76,1	77,2
16	Čačak	Serbia Central	69,6	73,2	75,1

Fuente: World-Gazetteer

## IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Como ya se ha podido observar en el apartado segundo del presente estudio se ha procedido a efectuar una segmentación en función del precio y del nivel adquisitivo de la población del país, consecuencia del cual se han establecido 4 categorías de vinos.

Din/litro	Segmentos
1l < 100 din	Gama baja
100 din < 1l < 300 din	Gama media
300 din < 1l < 500 din	Gama media-alta
1l > 500 din	Gama alta

1 € ≈ 84 dins

Para poder observar los principales vinos de cada segmento hemos tomado como referencia los precios a los que estos se comercializan en una de las principales cadena de distribución del país (MAXI). Lógicamente por ello los precios deben tomarse como una simple referencia, ya que los mismos pueden oscilar (alrededor de un 10-15%) entre los distintos puntos de adquisición existentes.

Nº de vinos comercializados por países

	SyM	Francia	Italia	Macedonia	España	Méjico	Australia	U.S.A.	TOTAL
Gama Baja	12								12
Gama Media	33	3	5	11					52
Gama media-alta	4	11				4			15
Gama alta	2	2	1		2		2	4	5

Como puede observarse fácilmente, a medida que nos acercamos a las gamas más altas de vinos nos encontramos con un mayor peso de los vinos de importación. Ello se puede explicar en parte por el elevado grado de proteccionismo existente en el país hacia la industria vinícola (un arancel total de entrada del 30,5%), que elimina casi toda posibilidad a las empresas extranjeras de competir en los segmentos más bajos del mercado (aquellos en los que el

## EL MERCADO DEL VINO EN SERBIA Y MONTENEGRO

precio resulta el factor más importante a la hora de decidir la compra). En el caso de las marcas de gama media, además, conviene destacar que aunque en muchos el origen de vino es foráneo, el mismo se vende embotellado bajo la marca de un importador local que lo importa como mercancía genérica.

Con respecto a la producción de Serbia y Montenegro, el desglose por marca de los vinos comercializados es el siguiente:

N ° vinos de SyM por marcas

	Navip	Podrum Palic	Rubin	Vrsacki Vinogradi	Plantaže	Otros	TOTAL
Gama Baja	2	5	4	1			12
Gama Media	8	2	12	2	7	2	33
Gama media-alta	1	1	1		1		4
Gama alta					1	1	2

Con los datos de la tabla siguiente puede observarse grosso modo cuales son las estrategias de cada una de las principales marcas en función del tipo de vinos en los que han decidido concentrar su venta (posicionamiento que también queda reflejado en el apartado 2 de esta nota sectorial).

ICEX

## V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La percepción del vino español es la de un producto de gran calidad, sobre todo debido al hecho de que la mayoría del escaso vino de origen español (importaciones de vino español alrededor de 33.000 \$ sobre un total de importaciones de 8,8 millones en el año 2001) que se comercializa en el país es vino de gama media-alta y alta. Así, como referencia de lo dicho, se adjunta una tabla con los datos de los vinos españoles que hemos podido encontrar en dos de las principales cadenas de distribución del país (Maxi y C-Market).

	Precio (dins)	Gama <sup>1)</sup>
Marqués de Villamagna (Rioja 1997)	1548	Alta
Vino espumoso Freixenet Cordon Negro 0.75L, Allied Domecq	562,5	Alta
Marqués de Nombrevilla (vino joven 2001)	504	Alta
Marqués de Griñón	504	Alta
Gran Abrid	280	Media
Pago de Alcid	165	Media

1) Acorde a los parámetros establecidos en el estudio

1 € ≈ 84 dins

Como claramente puede verse, los datos confirman, la exportación española ha tendido a concentrarse claramente en la gama alta de vinos.

## VI. DISTRIBUCIÓN

Para la incursión en el mercado interior del vino existen fundamentalmente dos estrategias:

- Entrada con un pequeño lote de productos de gama alta (estrategia de nicho de mercado). Caso de que la empresa opte por esta opción se recomienda en todo caso la entrada mediante agentes de ventas que puedan colocar pequeños lotes en las tiendas de tipo gourmet y licorerías que existen en el país (fundamentalmente en Belgrado) o en hoteles de gama alta. La calidad del vino español, aunque nuestra presencia en el país es muy limitada, es de sobra conocida, pero si bien esto es cierto no lo es menos que en el ámbito de productos de alta calidad priman las relaciones estables entre el pequeño círculo de comerciantes que distribuyen la mercancía y un pequeño grupo de agentes/colocadores con una cartera fija de clientes.
- Entrada con una estrategia algo más ambiciosa, que abarca también vinos de gama media. Caso de que la empresa opte por esta estrategia se recomienda la entrada a través de negociación directa con las cadenas de supermercados existentes en el país (se adjunta como anexo un listado de los mismos). La principal ventaja de estas cadenas es que poseen a veces centros de compra fuera del país (incluso algunos como C Market en España) con lo que pueden salvarse gran parte las complicaciones que trae consigo el desconocimiento del país destino de las ventas y su cultura de negocios.

## VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

### A) Barreras Arancelarias

Desde el año 2003 las tarifas aduaneras serbias y montenegrinas se fueron armonizando poco a poco. En la actualidad, el 90 a 95 % de las tarifas aduaneras de los productos han sido unificadas, y tras el plebiscito que separó ambas Repúblicas se irán desagregando de nuevo. Además hubo un acuerdo de la UE y de la OMC de admitir negociaciones por separado para Serbia y Montenegro (“Twin-Track”) cuando aún eran un país conjunto, y en Montenegro se querían adoptar tarifas aduaneras distintas a las de Serbias (en principio más reducidas). Las tarifas aduaneras aplicables al vino están todavía unificadas a día de hoy, y ascienden al **30%**.

Además existen otras tasas aduaneras como el derecho de Registro Estadístico de Aduanas, que es de un **0,5 %** sobre la base aduanera imponible.

### B) Barreras no arancelarias. Requerimientos de entrada

Para los productos comprendidos en el capítulo 2204 (según la clasificación del código armonizado) los documentos obligatorios a presentar son los siguientes:

#### Requisitos Generales:

- Declaración de importación en aduanas.
- Declaración de valor
- Certificado de origen
- Factura Comercial
- EUR-1
- Air Waybill, Bill of lading or Rail Waybill
- Factura de transporte
- Lista de contenidos (packing list)

### **Requisitos específicos**

Aparte de los aranceles, los vinos de importación deben obtener una certificación de calidad y otro de tipo sanitario, lo que en cierto sentido podría llegar a considerarse una auténtica barrera técnica. Los procedimientos de obtención de dichos certificados son distintos para Serbia y Montenegro,

### **Normas sobre el etiquetado**

Las normas sobre envase/embalaje/etiquetado exigen el uso de etiquetas traducidas al idioma local (serbio), si bien muchas veces no se cumplen estas disposiciones y los productos se ponen en venta con etiquetas originales (por ejemplo, en italiano) pero adjuntando una etiqueta traducida al idioma serbio con indicación de quién es el fabricante, país de origen, quién es el importador en Yugoslavia, calidades, etc.

La normativa exige que en la etiqueta, envoltorio o en una pegatina de cada producto se ponga una declaración del fabricante que contenga los siguientes datos:

1. **naziv proizvoda**..... denominación del producto
2. **trgovacko ime**..... nombre o marca comercial.
3. **naziv i sediste proizvođjac**..... nombre y sede social del fabricante y país de origen.
4. **naziv i sediste uvoznika**..... nombre y sede social del importador.
5. **datum proizvodnje**..... fecha de producción.
6. **osnovne sirovine proizvoda**..... composición del producto.

Consultada la Dirección de Aduanas de Serbia, nos confirman que la etiqueta en idioma serbio debe ponerse antes de desaduanar la mercancía en frontera.

Esta información se proporciona a título informativo ya que la Oficina Comercial no puede suministrar con rigurosa exactitud los requisitos que la autoridad local (sanitaria o de control de mercados) pueda exigir con posterioridad, ya que la información vinculante para cada operación de importación corresponde efectuarla al importador o representante o agente oficial del fabricante extranjero. Por lo demás, la legislación señala como responsable al importador por la puesta en circulación en el mercado de Serbia de un producto por él importado.

### **Impuesto del valor añadido**

En Serbia, desde el 1 de Enero de 2005 se aplica el impuesto sobre el valor añadido con un tipo general del 18% y un tipo reducido del 8% <sup>2</sup> (el IVA aplicable a nuestros productos es del 18%). Con este IVA se pone fin al antiguo impuesto a la compraventa que en Serbia era del 20%.

En Montenegro, el IVA está en vigor desde el 1 de abril del 2003. El tipo general para bienes es del 17% (nuestro producto), existiendo también productos gravados con un 8% (tipo bajo) y un 3% (tipo preferencial). En el caso de los servicios el tipo general es del 9%.

---

<sup>2</sup> Ley sobre el impuesto del valor añadido. Si glasnik RS, No. 84/04.

# VIII. ANEXOS

## 1. PRINCIPALES EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE VINO Y VINOTECAS DE SERBIA

- **"Well Done" e "inVitto"**, distribuidora de vinos

Ustanicka 17. 11000 Beograd

Tel. 244 15 53, 245 25 42, Tel. 065/5566001

Sr. Aleksandar Stosovic, director general

- **"D – CITY"**, distribuidora de vinos

Ljutice Bogdana, 1a, 11 000 Beograd

Tel. 065/2228368, Sr. Vladimir Gavrilovic, director general [gavra@beocity.net](mailto:gavra@beocity.net)

- **"ADS" – WINESHOP**

Dositejeva 13, 11 000 Beograd

Tel. 064/6117569

Sr. Igor Boskovic, director

- **"Marox"**

Dunavski Kej 38c, 11 000 Beograd

Tel. 065/340 46 00

Sr. Marko Minic, director general

- **“Intersin”**, distribuidora de vinos

Cara Dusana 207, 11 080 Beograd.

Tel. 342 95 82, Tel. 064/298 14 18 [intersin@sezampro.yu](mailto:intersin@sezampro.yu)

Sr. Nenad Malesevic, director general

- **“Vinodom”**, distribuidora de vinos/ Vinotera

Mihaila Pupina 10<sup>a</sup>, local 21, 11 070 , Beograd

Tel. 311 87 47, tel. 063/396 644 [vinodom@sezampro.yu](mailto:vinodom@sezampro.yu)

Sr. Zoran Domazetovic, director

- **”OPLENAC”**

Otona Zupancica 48, 11 000 Beograd

Tel. 064/640 89 42

Sr. Terrance G. Mohoruk, copropietario

- **“COMPAÑÍA DE VINOS, d.o.o”**

Distribuidora de vinos y vinoteca. (Importan vinos españoles)

Kaleniceva 3. 11000 Beograd

Tel. 2436 038, 2436 050; Fax 2444.94.07; [devinos@eunet.yu](mailto:devinos@eunet.yu) [www.vinosir.co.yu](http://www.vinosir.co.yu)

Sr. Nikola Biorcevic, director. tel. 064- 197.29.89

- **“DEN JURO”**

Djure Salaja 7. 11000 Beograd

Tel. 323 62 55, Fax 323 62 56, [matandra@eunet.yu](mailto:matandra@eunet.yu) [denjuro@beotel.yu](mailto:denjuro@beotel.yu)

Sr. Mladen Djurovic, Dña. Marina Djurovic.

- **“VINOTEKA 24”**

Ivana Delnegra 14. 11273 Batajnica

Tel. 063 – 86 38 206, [vinoteka@yubc.net](mailto:vinoteka@yubc.net) [www.vinoteka24.co.yu](http://www.vinoteka24.co.yu)

Sr. Milutun Sircev, propietario

- **“Vinoteka Chianti”**

Lomina 41. 11000 Beograd

Tel. +381-11- 2644 157, 2644 148; tel. móvil: 063- 391 424, [dancompany@yubc.net](mailto:dancompany@yubc.net)

Dña. Gordana Miletic, propietario

- **“SORLAN”**

Ratarski put 49. 11080 Zemun

Tel. 064 – 612 72 520

(En España: Sorlan, S.L.. tel. + 619 – 409 001)

Sr. Damir Tolja

(Importan vinos españoles)

- **“MT Export**

Borcanska 4, 11 080 Beograd

Tel. 064/2365 808

6. Sr. Zeljko Panic, director general

- **“BELVEDERE YU”**

Bulevar Mihajla Pupina 24. 21000 Novi Sad

Tel. +381-21- 557 277, tel. móvil: +381-63- 524 660

Sr. Goran Spanja, director

(tenían la representación de “Vinos de Extremadura” – VINEXA)

- **BON LAVORO, d.o.o.**

Ruzveltova 48. 11000 Beograd.

Tel. 2451 361, [bonlavoro@yubc.net](mailto:bonlavoro@yubc.net)

(vinos de Italia, Dinamarca)

- **ENOTRIA, d.o.o.**

Vladimira Popovica 26. 11070 Beograd.

Tel. 212 0647, 062-247 333. [www.enotria.co.yu](http://www.enotria.co.yu)

(vinos de Italia)

**- VINARIJA ALEKS.**

Paje Markovica 26. 21000 Novi Sad.

Tel. 021- 338 605, [sasadajic@ptt.yu](mailto:sasadajic@ptt.yu)

(vinos de SyM)

**- VINARIJA DULKA.**

Postanska 8. 21205 Sremski Karlovci.

Tel. 021- 881 797, [www.dulka-vinarija.co.yu](http://www.dulka-vinarija.co.yu)

(vinos de SyM)

**- VINARIJA KIS**

Karlovackog mira 46. 21205 Sremski Karlovci.

Tel. 021- 882 564

(vinos de SyM)

**- VINOVITA**

Sindjeliceva 8. 11000 Beograd.

Tel. 2455 166, [vinovita@beonet.net](mailto:vinovita@beonet.net)

(vinos de SyM)

**- MADER EKSPORT**

Deligradska 27. 11000 Beograd

Tel. 2657 266, [www.maderexport.co.yu](http://www.maderexport.co.yu) (Importan vinos españoles)

**- BOVIN Vinarija**

Delnicka 5. 11160 Beograd

Tel. 3433 664, 063 35 24 76 [bovin@eunet.yu](mailto:bovin@eunet.yu)

**- FARMAN SAPORI, d.o.o.**

Serdar Jola 17 a. 11000 Beograd

Tel. 266 6665 [office@farmasapori.co.yu](mailto:office@farmasapori.co.yu)

(vinos de USA)

## 2. GRANDES SUPERFICIES, SUPERMERCADOS Y PRINCIPALES TIENDAS DE ALIMENTOS

### - Delta”

Omladinskih brigada 33, 11 070 Beograd

Tel. 065/4448090

Sr. Aleksandar Jovanovic

### - METRO CASH & CARRY

Terazije 41. 11000 Beograd.

[hr@metro-cc.co.yu](mailto:hr@metro-cc.co.yu) [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de)

### - TEMPO Cash & Carry

c/. Viline vode bb. 11000 Beograd

Tel. + 381-11- 2761 283, 2764 972, Fax + 381-11- 768 125

[www.tempo-cc.co.yu](http://www.tempo-cc.co.yu)

(grupo Delta M / Delta Maxi)

### - MERCATOR

Bul. Umetnosti 4. 111987 Beograd 123.

Tel: 11 3111 03 71, Fax: 11 311 84 73 /11 136-058, <http://www.merkator.s.co.yu/>

### - VERO

Treci Bulevar 86. Beograd.

Tel: 11 311 55 01, Fax: 11 31191 11, [vero@eunet.yu](mailto:vero@eunet.yu)

### - MAXI Diskont

Takovska 49, Beograd.

Tel: 11 768-855, Fax: 11 759-962, [raicevic.i@deltayu.com](mailto:raicevic.i@deltayu.com) <http://www.maxi.co.yu/>

(grupo Delta M / Delta Maxi)

### - RODIC

Industrijska zona BB. Kula.

Tel: 25 752 200, 25 752 205, 25 752 218, 25 752 221

**- JABUKA**

Cica Ilijina 6. 11050 Beograd.

Tel:11/403 826, 424 955, 424 187, Fax:11/402920 [Tpiabuka@hotmail.co.yu](mailto:Tpiabuka@hotmail.co.yu)

**- Tamis-Trgovina d.d.**

Oslobodjenja 48. 26000 Pancevo.

Tel:13/331 150, Fax:13/512729

**- PKB Veleprodaja-Produkt d.d.**

Ljutice Bogdana 1. 11000 Beograd.

Tel:11/367 1419, 367 0444, Fax:11/3670897, [cole@pkb.tehnicom.net](mailto:cole@pkb.tehnicom.net)

**- Idea a.d.**

Knezopolska 1. 11000 Beograd.

Tel:11/329 1279, 329 2752, 329 183, Fax:11/3291279,  
[info@idea.co.yu](mailto:info@idea.co.yu) <http://www.idea.co.yu>

### **3. PRINCIPALES HOTELES DE BELGRADO**

**- Hotel Hyatt Regency Beograd**

Milentija Popovic 5. 11070 Novi Beograd

Tel.+381-11-301.12.34,Fax:11- 311.22.34

[admin@hyatt.co.yu](mailto:admin@hyatt.co.yu) [www.belgrade.regency.hyatt.com](http://www.belgrade.regency.hyatt.com)

Sr. Nikola Basic, manager Restoran Focaccio

**- Hotel "Inter-Continental"**

Vladimira Popovica 10. 11070, Beograd

Tel. 011/311 3333, 2204 640, [ihcbegha@eunet.yu](mailto:ihcbegha@eunet.yu)

Sr. Slavko Bjekovic, manager

**- Hotel Srbija - Restoran**

Ustanichka 127c,

11 000 Beograd

Tel. 063/460 160

Sr. Dejan Markus, propietario

**- Hotel Moskva / Hotel Moscú**

Balkanska 1. 11000 Beograd

Tel. 268.62.55 [www.hotelmoskva.co.yu](http://www.hotelmoskva.co.yu)

**- Hotel Slavija Lux**

Svetog Save 9. 11000 Beograd

Tel. 2450 842, 2444 1120

**- Hotel Metropol**

Bulevar Kralja Aleksandra 69. 11000 Beograd

Tel. 3230 911

**- Hotel Excelsior**

Kneza Milosa 5. 11000 Beograd

Tel. 323 1381

**- Hotel Majestic**

Obilicev Venac 28. 11000 Beograd

Tel. 6360 22, 6363 97

#### **4. PRINCIPALES RESTAURANTES DE BELGRADO**

**- "Zlata", restoran**

Preradoviceva 9<sup>a</sup>, 11 000 Beograd

Tel. 011/754651

Sr. Blagoje Popovic, propietario

**- Restoran "Poco Loco"**

B. Jovanovica 15, 11 000 Beograd

Tel. 064/1747598

Sr. Branislav Olcan

**- Restorana Surabaya**

Primorska 26, 21 000 Novi Sad

Tel. 063/500666

Sr. Dragan Pavlovic, fundador

**- Dva bela goluba**

29. novembra 3. 11000 Beograd

Tel. 323-90-79 rad

**- Dva jelena**

Skadarska 32. 11000 Beograd

Tel. 323-48-85

**- Ima dana**

Skadarska 38. 11000 Beograd

Tel. 323-44-22

**- Šešir moj**

Skadarska 21. 11000 Beograd

Tel. 322-87-50

**- Skadarlija**

Cetinjska 17. 11000 Beograd

Tel. 323-49-83

**- Tri šešira**

Skadarska 29. 11000 Beograd

Tel. 324-75-01

**- Zlatan bokal**

Skadarska 26. 11000 Beograd

Tel. 323-4834

**- Đorđe**

Šekspirova 29. 11000 Beograd

Tel. 266-06-84

**- International press center club**

Kneza Mihaila 6/III. 11000 Beograd

Tel. 262-16-61

**- Knez**

Kneza Sime Markovića 10. 11000 Beograd

Tel. 635-160

**- Kod Radeta**

Baje Sekulića 29<sup>a</sup>. 11000 Beograd

Tel. 380-67-15

**- Madera**

Bulevar Kralja Aleksandra 43. 11000 Beograd

Tel. 323 1332 [www.maderarestoran.com](http://www.maderarestoran.com)

**- Milošev konak**

Topčider 1. 11000 Beograd

Tel. 266-31-46

**- Pastuv**

Paštrovićeva 2. 11000 Beograd

Tel. 354-80-58

- **Perper lux**

Omladinskih brigada 18<sup>a</sup>. 11000 Beograd

Tel. 260-60-46

- **Sent Andreja**

Kej oslobođenja 35. 11000 Beograd

Tel. 105-565

- **Sova club**

Gračanička 18. 11000 Beograd

Tel. 262-26-56, 624-582

- **Steak house el Toro**

Masarikova 5. 11000 Beograd

Tel. 361-24-29

- **Tabor**

Bulevar kralja Aleksandra 348. 11000 Beograd

Tel. 241-24-64, 418-222

- **Ušće**

Bulevar Ušće bb. 11000 Beograd

139-692 rad

- **Villa**

Krunska 69. 11000 Beograd

Tel. 344 26 56

- **ZABAR**

Kej Oslobođenja bb. 11070 Novi Beograd

Tel. 319 12 26, 065- 319 12 26

**- Zaplet**

ugao Kajmakčalanske i Žarka Zrenjanina. 11000 Beograd

Tel. 2-40-41-42

**- Zepter club**

Kralja Petra I 32. 11000 Beograd

Tel. 328-14-14/114

**- Zvezdara teatar**

Milana Rakića 38. 11000 Beograd

Tel. 241-94-01

**5. MEDIOS AUDIOVISUALES Y AGENCIAS DE MARKETING**

**- "In VINO" - marketing agency**

Otona Zupancica 38. 11000 Beograd.

Tel./Fax 455 986, [invino@yubc.net](mailto:invino@yubc.net) [www.invino.co.yu](http://www.invino.co.yu)

Dña. Bozana, Tel. móvil 063 – 1060 200, 1060 300

**- TV Studio B**

Programa "PUT VINA" /"EL Camino del Vino"/

Autores: Sr. Slavomir Cirovic (director) y Dña. Bozana Nikolic (periodista)

Masarikova 5. 11000 Beograd.

Tel:11/361 2009, 361 3374, 361 3698, Fax:11/3613374

**- Radio Televizija Srbije**

/Radio y televisión de Serbia/

Takovska 10. 11000 Beograd.

Tel:11/321 2000, 324 9000, 321 2004, Fax:11/3211487

[eximprts@ptt.yu](mailto:eximprts@ptt.yu) [www.satelit.rts.co.yu](http://www.satelit.rts.co.yu)

**- Novosti a.d.**

Trg Nikole Pasica 7. 11000 Beograd.

Tel:11/329 8037, 329 8020, 329 8033, Fax:11/3298337

<http://www.novosti.co.yu>

- "Svet Pica"

/revista: "El Mundo de las Bebidas"/

**Njegoseva 4. 21000 Novi Sad**

Tel. 0638967149

Sr. Petar Samardzija, director

- "INTERFEST"

(Festival de Vinos)

Bulevar Oslobođenja 5, prvi sprat. 21000 Novi Sad

Tel. +381-21- 444 991, 644 74 27; tel. móvil: +381- 065- 505 5053

[www.interfest.co.yu](http://www.interfest.co.yu) [oljainterfest@sezampro.yu](mailto:oljainterfest@sezampro.yu)

Dña. Natasa Budisavljevic, directora general

Dña. Olivera Jovanovic, PR Manager

## 6. ASOCIACIONES E INSTITUCIONES DEL SECTOR BEBIDAS EN SERBIA

- **Ministerio de Agricultura de Serbia**

Ministarstvo Poljoprivrede Srbije

Nemanjina 22-26,

11 000 Beograd

Tel. 011/3616 281

Sr. Darko Jaksic, jefe sector vinos

- **Asociación de Sumilleres**

Udruženja someliera

Gandijeva 79/25, 11070 Beograd

Tel. 064/167 17 01

Sr. Stevan Rajta

- **Asociación de "Barmanes", camareros y promotores**

Udruzenja barmana Srbije  
Cara Lazara 9. 11000 Beograd  
Tel. +381-11- 3285 883, tel. Móvil: 063- 307 442  
[office@bar.co.yu](mailto:office@bar.co.yu) [www.bar.co.yu](http://www.bar.co.yu)  
Sr. Stanko Starcevic, vicepresidente

**- Asociación de hostelería y turismo**

Udruzenje ugostiteljstva i turizma  
Kneza Milosa 12, 11 000 Beograd  
Tel. 011/2642966  
Sr. Jankovic Goran, colaborador técnico

**7. FERIAS**

**INTERNATIONAL FOOD, WINE, DRINKS AND EQUIPMENT FAIR**

**Shortened title in use:** FOOD

**First held:** 1973.

**Frequency:** annual

**Organizer:** BELGRADE FAIR, Bulevar vojvode Misica 14, 11000 Beograd, + 381 11 655 121, fax 381 11 688 173, e-mail: [hrana@sajam.co.yu](mailto:hrana@sajam.co.yu) This email address is being protected from spam bots, you need Javascript enabled to view it , [vino@sajam.co.yu](mailto:vino@sajam.co.yu) This email address is being protected from spam bots, you need Javascript enabled to view it

**Project Team:** Mirjana Jovanovic, Department Manager  
Ljiljana Andrejevic, Market Manager  
Predrag Jevremovic, Market Manager  
Dejana Cahun, Project Assistant

## 8. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

### En Serbia

<a href="http://www.serbia.sr.gov.yu">www.serbia.sr.gov.yu</a>	Gobierno de Serbia
<a href="http://www.mfin.sr.gov.yu">www.mfin.sr.gov.yu</a>	Ministerio de Finanzas y Economía
<a href="http://www.mier.sr.gov.yu">www.mier.sr.gov.yu</a>	Ministerio de Relaciones Económicas Internacionales
<a href="http://www.siepa.sr.gov.yu">www.siepa.sr.gov.yu</a>	Agencia de Inversiones Extranjeras y Promoción de Exportaciones
<a href="http://www.invest-in-serbia.com">www.invest-in-serbia.com</a>	Invertir en Serbia
<a href="http://www.mpriv.sr.gov.yu">www.mpriv.sr.gov.yu</a>	Ministerio de Economía y Privatizaciones
<a href="http://www.pa-serbia.co.yu">www.pa-serbia.co.yu</a>	Agencia de Privatizaciones
<a href="http://www.share-fund.co.yu">www.share-fund.co.yu</a>	Fondo de Acciones de Serbia - Share Fund
<a href="http://www.mem.sr.gov.yu">www.mem.sr.gov.yu</a>	Ministerio de Energía y Minería
<a href="http://www.seea.sr.gov.yu">www.seea.sr.gov.yu</a>	AEES - Agencia para la Eficacia Energética
<a href="http://www.apad.sr.gov.yu">www.apad.sr.gov.yu</a>	Agencia para el Desarrollo de la Administración Pública
<a href="http://www.minpolj.sr.gov.yu">www.minpolj.sr.gov.yu</a>	Ministerio de Agricultura, Forestación y Aguas
<a href="http://www.msaotel.sr.gov.yu">www.msaotel.sr.gov.yu</a>	Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones
<a href="http://www.sicip.co.yu">www.sicip.co.yu</a>	Instituto de Transporte (CIP)
<a href="http://www.dzp.co.yu">www.dzp.co.yu</a>	Dirección de Carreteras
<a href="http://www.mugrs.sr.gov.yu">www.mugrs.sr.gov.yu</a>	Ministerio de Construcción y Planificación Urbana
<a href="http://www.minttu.sr.gov.yu">www.minttu.sr.gov.yu</a>	Ministerio de Comercio, Turismo y Servicios
<a href="http://www.msoc.sr.gov.yu">www.msoc.sr.gov.yu</a>	Ministerio de Asuntos Sociales
<a href="http://www.mrz.sr.gov.yu">www.mrz.sr.gov.yu</a>	Ministerio del Trabajo y Empleo
<a href="http://www.nauka.ac.yu">www.nauka.ac.yu</a>	Ministerio de Ciencias, Tecnología y Desarrollo
<a href="http://www.sme.sr.gov.yu">www.sme.sr.gov.yu</a>	Agencia para el Desarrollo de las PyMEs
<a href="http://www.statserb.sr.gov.yu">www.statserb.sr.gov.yu</a>	Oficina de Estadística e Informática
<a href="http://www.razvoj.sr.gov.yu">www.razvoj.sr.gov.yu</a>	Oficina de Desarrollo
<a href="http://www.arij.sr.gov.yu">www.arij.sr.gov.yu</a>	IT Development Agency
<a href="http://www.parlament.sr.gov.yu">www.parlament.sr.gov.yu</a>	Parlamento de la República de Serbia
<a href="http://www.nbj.yu">www.nbj.yu</a>	Banco Nacional de Serbia (NBS)
<a href="http://www.belex.co.yu">www.belex.co.yu</a>	Bolsa de Valores de Belgrado
<a href="http://www.bra.gov.yu">www.bra.gov.yu</a>	Agencia de Rehabilitación Bancaria
<a href="http://www.fcs.yu">www.fcs.yu</a>	Dirección de Aduanas de Serbia
<a href="http://www.beograd.org.yu">www.beograd.org.yu</a>	Municipio de la Ciudad de Belgrado

## EL MERCADO DEL VINO EN SERBIA Y MONTENEGRO

---

[www.yuyellowpages.net](http://www.yuyellowpages.net) Páginas Amarillas de Serbia

### En Montenegro

[www.vlada.cg.yu](http://www.vlada.cg.yu) o [www.savjet.org](http://www.savjet.org) Gobierno de Montenegro

[www.mip.cg.yu](http://www.mip.cg.yu) Ministerio de Asuntos Exteriores

[www.agencijacg.org](http://www.agencijacg.org) Agencia de Reestructuración Económica e Inversiones Extranjeras

[www.fzrcg.cg.yu](http://www.fzrcg.cg.yu) Fondo de Desarrollo de Montenegro

[www.cb-cg.org](http://www.cb-cg.org) Banco Central de Montenegro

[www.skupstina.cg.yu](http://www.skupstina.cg.yu) Parlamento de Montenegro

[www.montenegro.yu](http://www.montenegro.yu) Montenegro Official Website

[www.adriafair.cg.yu](http://www.adriafair.cg.yu) Feria del Adriático- Budva

### Páginas de instituciones internacionales en SyM

[www.imf.org/external/](http://www.imf.org/external/) Fondo Monetario Internacional

[www.ebrd.com](http://www.ebrd.com) Banco Europeo de Reconstrucción

[www.eudelyug.org](http://www.eudelyug.org) Delegación de la UE en Belgrado

[www.seerecon.org](http://www.seerecon.org) Economic Reconstruc. and Develop.in South East Europe

[www.ear.eu.int](http://www.ear.eu.int) Agencia Europea para la Reconstrucción

[www.ifc.org](http://www.ifc.org) Corporación Financiera Internacional /Banco Mundial

[www.undp.org.yu](http://www.undp.org.yu) Programa de NU para el Desarrollo

[www.worldbank.org.yu](http://www.worldbank.org.yu) Banco Mundial

[www.kosovo-eicc.org](http://www.kosovo-eicc.org) Euro Info Correspondence Centre en Kosovo