



El mercado del vino en Serbia

ICEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Belgrado

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

10 de marzo de 2024
Belgrado

Este estudio ha sido realizado por
Jaime García Vivas

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

<https://serbia.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 224240080



El presente estudio de mercado ofrece un análisis del sector del vino en Serbia, país con una larga tradición vitivinícola. Gracias a un recorrido por la estructura y situación del sector, su flujo comercial internacional, un análisis de la oferta y la demanda local, así como de las perspectivas del sector, el lector tendrá una visión clara de las oportunidades de negocio que ofrece este mercado, con especial énfasis en las oportunidades que empresas españolas pueden encontrar en dicho país.

El sector del vino en Serbia se caracteriza, al igual que muchos otros sectores de la economía serbia, por un potencial desaprovechado. Tras un crecimiento sostenido desde finales del siglo XIX y un punto álgido en la producción y comercialización de este producto tras la Segunda Guerra Mundial, en parte auspiciado por aparición de gigantes estatales como Vrsacki Vinogradi, Navip o Rubin, en la década de los noventa, la sucesión de diferentes conflictos bélicos y la inestabilidad imperante en la región de los Balcanes, terminó por reducir significativamente la producción y comercialización del vino en favor de otras bebidas como la cerveza o la *rakija*, con una mayor capacidad de distribución y precios más reducidos.

Sin embargo, desde mediados de la pasada década, hay un claro interés en reformar el sector vitivinícola con el fin de aumentar su competitividad y adaptarlo a los estándares europeos en el proceso de adhesión de Serbia a la Unión Europea. Desde entonces, gracias a la introducción de una serie de reformas que aproximan al sector a las regulaciones comunitarias, la situación del sector ha mejorado significativamente.

En los últimos años se han modernizado los sistemas de registro, envasado, embotellado y se han introducido cambios normativos y legislativos que protegen la producción nacional y mejoran la calidad del vino producido. Así mismo, se han lanzado distintas Denominaciones de Origen, acercando el mercado de vino serbio a el promedio de calidad internacional, disparando así su potencial de desarrollo. No en vano, la capacidad de producción es aún limitada, como demuestran los diferentes registros, a la espera de que las distintas reformas dinamizadoras del sector comiencen a dar sus frutos en los próximos años.

El consumo de vino en Serbia viene registrando un crecimiento sostenido en los últimos años tanto en ventas como en valor, gracias a un mayor conocimiento y apreciación del vino como producto. Ese paulatino desarrollo de la cultura del vino está trasladando la demanda hacia productos de mayor calidad. El consumidor serbio empieza a interesarse por el tipo de vino, por su procedencia y por la historia y origen de la bodega. No obstante, este desarrollo de la cultura del vino ha sido más tardío en comparación a otros mercados europeos, aspecto que se refleja en los patrones de su consumo. En Serbia se continúa apostando mayoritariamente por el vino regional que tiene una abrumadora presencia en el mercado gracias a una mayor red de distribución y a su precio algo más reducido. Por tanto, nos encontramos con un mercado cuya gama media y media-baja se encuentran dominados por marcas regionales; una gama media en la que se encuentran una gran variedad de vinos; y una gama alta dominada por referencias internacionales francesas e italianas.



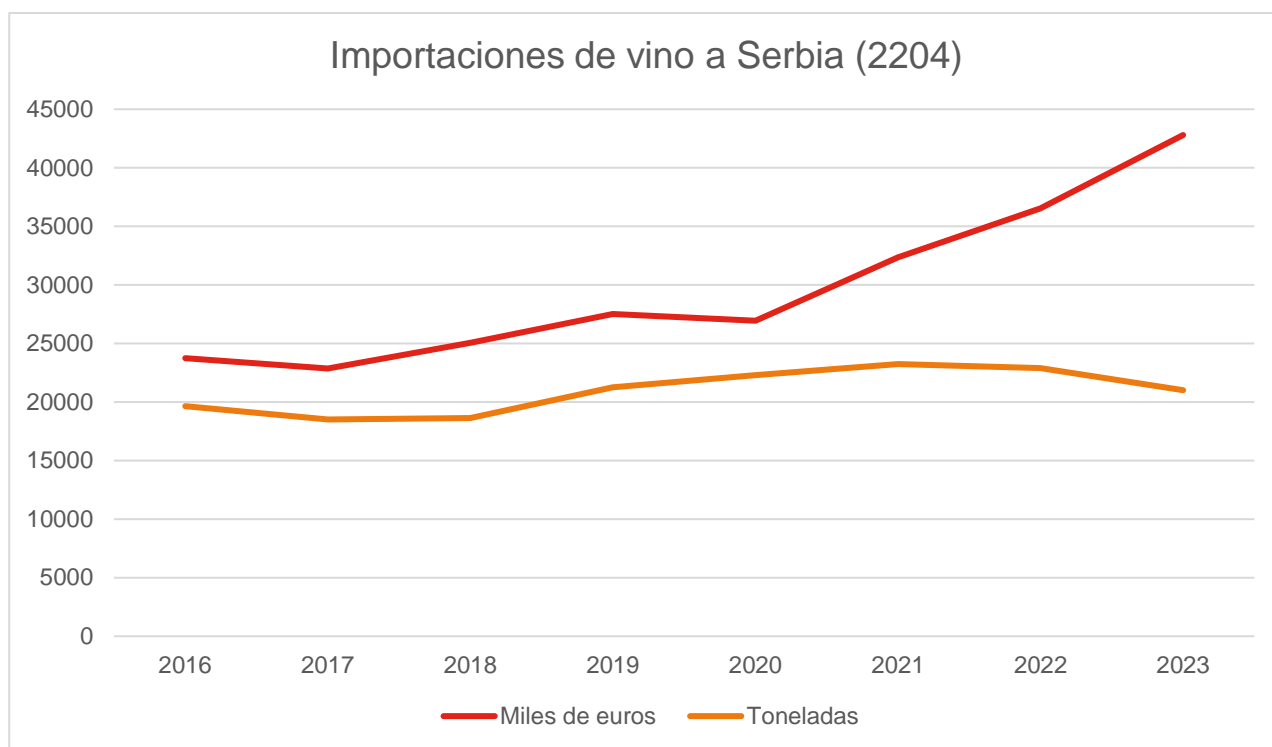
Se trata de un mercado de un poder de compra limitado, ya que los suelos y salarios medios a fecha diciembre 2023 ascendieron a 95.093 RSD (811,33 euros aproximadamente). En los últimos años los salarios han ido creciendo, siendo en las ciudades donde se encuentran las rentas más altas, abriendo una brecha en comparación con otras zonas del país.

Estos factores impactan directamente la demanda de manera considerable. No obstante, existen diferencias considerables a nivel socioeconómico entre las distintas zonas del país, siendo la capital Belgrado el principal centro de consumo y ventas.

Es en el canal *on-trade*, donde se genera más de tres cuartos (76 %) del valor total de consumo de vino en Serbia, indicativo de que un creciente número de consumidores apuestan por esta bebida en su tiempo de ocio y de que Serbia sigue mayoritariamente los patrones de consumo de otras economías occidentales.

La producción local se estructura básicamente en bodegas privadas (las más grandes son aquellas que previamente fueron propiedad estatal) y pequeños viñedos, cuya aparición se ha incrementado en los últimos años.

El gusto de los consumidores por los vinos de los países vecinos y de los países con amplia tradición vitivinícola, se ve claramente reflejado en las estadísticas de comercio exterior de Serbia. Macedonia y Montenegro son los productores de vino más populares entre la población del país y su consumo está relativamente asentado entre los consumidores serbios. El otro foco de importaciones lo conforman Italia y Francia, que cuentan con una posición de prestigio afianzada, sobre todo, para los vinos de mayor calidad y que se venden a un precio más elevado. En sexto lugar encontramos a España, después de Hungría. Pese a ello, en el último año ha crecido exponencialmente la importación de vinos procedentes de Moldavia, que se convierte en un competidor directo para España. En este sentido, cabe destacar la tendencia al alza de la importación de vinos de calidad superior como se puede observar en el siguiente gráfico:



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Trade Map.

Estos seis países representan la competencia para la bodega española que distribuya, o quiera empezar a distribuir sus vinos en Serbia. No obstante, si hay que hablar de una competencia directa para los vinos españoles estos serían los franceses y los italianos, al resultar complicado competir en precio con aquellos vinos procedentes de Macedonia y Montenegro. No obstante, cualquier bodega española, en función de su posición particular, deberá tener en cuenta la tendencia hacia la producción de vinos de mayor calidad tanto en Serbia como en la región de los Balcanes, proceso que previsiblemente desplazará etiquetas internacionales de calidad por vinos regionales en los próximos años.

En Serbia, la distribución tiende a simplificar los canales, lo que lleva a muchos importadores a desempeñar también el papel de distribuidores, obteniendo así el valor agregado generado en esta cadena. En el sector vinícola, observamos la presencia de grandes cadenas de distribución (hipermercados, supermercados, etc.) con un enfoque más general, junto con tiendas especializadas como las vinotecas, que ofrecen una gama más variada de productos.

En el mercado del vino, el canal HORECA (Hoteles, Restaurantes y *Catering*) desempeña un papel crucial, especialmente para los vinos de alta calidad y precio. Esto se debe a la gran cantidad de establecimientos de ocio y restauración, particularmente en ciudades como Belgrado, donde cada vez es más común disfrutar de comidas, cenas o bebidas fuera del hogar.



De la misma forma, con tendencia ascendente, las vinotecas serbias están ofreciendo la venta *online*, con creciente popularidad entre los consumidores.

En cualquier caso, es primordial que el proveedor internacional cierre un acuerdo de distribución con un importador local con un amplio conocimiento del mercado, una red de distribución tanto a grandes cadenas, vinotecas especializadas y canal HORECA y que además cuente con suficientes capacidades técnicas, logísticas y financieras.

Las perspectivas para el sector en Serbia son positivas, ya que existe una tendencia alcista en lo que se refiere al consumo. Las previsiones para 2024 son de 70,3 millones de litros (un 1,8 % más que en 2023), con un consumo de 16 litros per cápita. Las tendencias a futuro también son positivas, ya que de cara a 2027 debería llegar a los 74,9 millones de litros y un consumo per cápita de 17,3 litros.

Por otra parte, es importante destacar la tendencia hacia la producción de vinos locales de mayor calidad, gracias a la aplicación de numerosas reformas y a la convergencia con los estándares internacionales que se comentaba anteriormente. Además, en los últimos años han entrado al mercado pequeñas bodegas en condiciones de competir con proveedores internacionales y que, en el futuro podrían comenzar a desplazar a etiquetas internacionales.

Con respecto a la crisis económica y social aparejada a la pandemia de la COVID-19, el canal HORECA se ha visto seriamente afectado, con un evidente impacto en el volumen de ventas de vino en el mercado serbio durante 2020. No obstante, la mejora de la situación epidemiológica ha permitido gradualmente recuperar los volúmenes de actividad, encontrándose Serbia nuevamente en niveles prepandemia.

Serbia es sin dudar, un mercado con un sector vitivinícola muy atractivo y con múltiples oportunidades de negocio para las bodegas españolas. En primer lugar, destaca el previsible aumento de la demanda de vino en los próximos años, que abre una ventana de oportunidad a aquellas bodegas españolas que quieran aterrizar en este mercado y en la región de los Balcanes en su conjunto.

Por otra parte, la modernización del sector, en pleno proceso de convergencia con los estándares europeos generará otra serie de oportunidades, entre las que destaca la asesoría, la transferencia de conocimiento o el equipamiento tecnológico y/o de producción para las bodegas serbias dado el amplio conocimiento y experiencia con el que ya cuentan las bodegas españolas en este campo.

Es relevante señalar que, en Serbia, un mercado con sensibilidad al precio, pero con un creciente interés en el vino, España tiene una oportunidad significativa. Esto se debe a que puede ofrecer productos de alta calidad a precios competitivos, lo que podría contrarrestar el esperado cambio de preferencia de etiquetas internacionales a regionales en el mercado local. Además, podría aumentar su participación en el mercado en detrimento de bodegas italianas, francesas y otros competidores internacionales, cuyos productos suelen tener precios más altos que los españoles.



Es importante destacar que, en los últimos años, debido a la situación entre Rusia y Ucrania, más de 200.000 personas de Rusia han llegado a Serbia, principalmente a Belgrado y Novi Sad. Esto ha tenido un impacto significativo en el mercado, incrementando las ventas de vinos de Francia, Italia y España. Sin embargo, para lograr el aumento de las ventas es necesario realizar inversiones en la promoción del vino en un mercado que está acostumbrado a las agresivas campañas de promoción de las bodegas italianas.

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

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

