



INFORME
DE FERIA

2023



Expovina Primavera

Zúrich

30 de marzo a 6 de abril de 2023

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Berna

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



INFORME
DE FERIA

11 de abril de 2023
Berna

Este estudio ha sido realizado por
Eduardo Casado Isla

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

<http://suiza.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-23-015-8



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
2. Descripción y evolución de la Feria	6
2.1. Ubicación	6
2.2. Servicios ofrecidos	7
2.3. Datos estadísticos de participación	7
2.4. Actividades paralelas de la feria	7
2.5. Participación española	8
3. Tendencias y novedades presentadas	11
3.1. Tendencias globales	11
3.2. Tendencias por producto	11
3.2.1. El mercado suizo	11
4. Valoración	14
4.1. Del evento en su conjunto	14
4.2. Del sector/producto de la feria	14
4.3. En conjunto	14
5. Anexos	15
5.1. Anexo I: Transporte a la feria	15
5.2. Anexo II: Listado de expositores	16





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

EXPOVINA PRIMAVERA 2023

[Primavera | Expovina](#)

Fechas de celebración	30 de marzo a 6 de abril de 2023
Fechas de la próxima edición	Por determinar
Frecuencia, periodicidad, Nº de ediciones	Anual, abril. 17. ^a edición.
Lugar de celebración	PULS 5, Giessereihalle, Zürich-West
Horario de la feria	30 marzo (jornada de apertura): de 16:00 h a 21:00 h De lunes a sábado: de 14:00 h a 21:00 h Domingo: de 12:00 h a 18:00 h 6 de abril (última jornada): de 14:00 h a 18:00 h
Precio de entrada y del espacio	Alrededor de 30.- CHF para visitantes. Precio para expositores: - Estand premium (8 m ²) 5.300.- CHF - Estand estándar (6 m ²) 4.400.- CHF
Otros datos de interés	En este recinto se celebran tres grandes eventos relacionados con Expovina: <ul style="list-style-type: none">• Weinschiff. 67.^a Edición. Noviembre.• Primavera. 17.^a Edición. Abril• Wine Trophy. Desde 1983. Julio La feria cuenta con aplicación móvil propia, desarrollada en colaboración con DeguVino. De esta manera, la organización demuestra su concienciación con la sostenibilidad. A su vez, Expovina también cuenta con perfiles en las siguientes redes sociales: <ul style="list-style-type: none">• LinkedIn: EXPOVINA• Instagram: @expovina• Twitter: @expovina
Medios de transporte	Posible llegada tanto con transporte público como privado (véase Anexo I): <ul style="list-style-type: none">• Público: Líneas de tranvía 4 / 13 / 17• Privado: 6 posibles aparcamientos



1.2. Sectores y productos representados

Expovina organiza tres eventos anuales: el Weinschiff alrededor de noviembre, Primavera en torno a abril y Wine Trophy en julio. En lo relativo al evento objeto de análisis, es decir, la edición Primavera, se trata de una feria orientada al sector vitivinícola dirigida al consumidor particular y, aunque en menor medida, a miembros del canal HORECA suizo.

El objetivo principal de la feria es dar a conocer nuevos vinos y otros productos similares —vermús, sidras y otras bebidas espirituosas— a los amantes de la vinicultura.

ICEX

2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Ubicación

Como cada año, la feria tuvo lugar en el PULS 5 (Giessereihalle) en Zürich-West (véase la Imagen 2.1).

Por las características del evento no existen pabellones nacionales, sino que cada stand se organiza individualmente.

Con el objetivo de facilitar la identificación por parte de los visitantes de la cartera de vinos de cada empresa, estas cuentan con la posibilidad de publicitar el origen de sus vinos posicionando el nombre del país al lado del de su empresa.

IMAGEN 2.1. PABELLÓN PULS 5, ZÜRICH-WEST



Fuente: Elaboración propia

A continuación, en la Imagen 2.2 se muestra la distribución del pabellón. Para más información sobre los participantes en la feria, véase el [Anexo II](#) de este mismo informe de feria.

IMAGEN 2.2. PLANO DEL RECINTO



Fuente: Página web de Expovina.

2.2. Servicios ofrecidos

Expovina ofrece una oportunidad de fácil acceso para particulares y miembros del canal Horeca suizo de conocer nuevos vinos e identificar las nuevas tendencias del mercado. Además, existe la posibilidad de degustar dichos caldos y contrastar opiniones con más de 260 profesionales, según cifras de la propia organización.

2.3. Datos estadísticos de participación

A continuación, se detallan las principales cifras de participación en esta edición de la feria.

TABLA 2.1. EL EVENTO EN CIFRAS

Expositores	Vinos	Países representados	Asistencia
86 stands	1.800	20	10.000 visitantes

Fuente: Página web y LinkedIn de Expovina.

2.4. Actividades paralelas de la feria

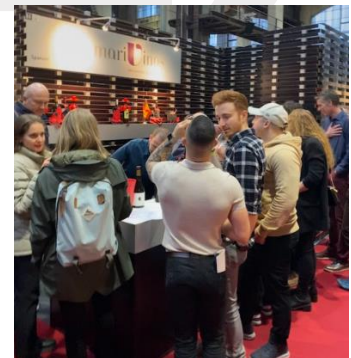
Se trata de un evento que, a diferencia de otras ferias vitivinícolas, está orientado más a operaciones B2C que a B2B, si bien es cierto que es posible entablar conversaciones directamente con importadores y distribuidores suizos.

Por ende, desde la organización no potencian actividades como paneles, conferencias u otras ofertas formativas. Como soporte a los expositores, el pabellón se encuentra equipado con zonas habilitadas como almacenes, donde poder guardar las existencias de muestras comerciales que serán usadas a lo largo del evento.

Además, cabe destacar la presencia de una zona habilitada para conversaciones más sosegadas, denominado Primavera Lounge. Se trata de un espacio habilitado con sillones, sofás, sillas, mesas y demás mobiliario, que favorece una conversación fuera del ajetreo constante del recinto principal. En este espacio resulta posible descubrir una gran diversidad de vinos, así como de otros productos típicamente suizos, como el queso o la carne.

Finalmente, cabe mencionar que existe servicio de ropero para los asistentes a la feria, con un coste de 3 francos suizos.

IMAGEN 2.3. ESTAND



Fuente: Elaboración propia

2.5. Participación española

En la edición Primavera de 2023, la única bodega española presente fue **7103 Petit Celler**. Se trata de una bodega de reciente creación de Mallorca, la cual basa su identidad en la utilización de variedades de cepas locales en sus vinos. Resulta posible ver su página web a partir del siguiente enlace: [7103 Petit Celler](#).

Como ya se ha comentado anteriormente, no existen pabellones nacionales o agrupados, por lo que su participación fue a título individual. Su estrategia está más orientada a la venta directa, por lo que una feria de estas características supone una gran oportunidad para la bodega.

Pese a ello, muchas otras bodegas de origen español participaron indirectamente en la feria a través de sus importadores y distribuidores. A continuación, en la Tabla 2.2 se muestran todos aquellos expositores que cuentan con vinos españoles en sus carteras de productos, así como las denominaciones de origen de estos.

IMAGEN 2.4. ESTAND 7103 PETIT CELLER



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 2.2. EMPRESAS PARTICIPANTES CON OFERTA DE VINOS ESPAÑOLES

Empresa	N.º Vinos expuestos	N.º Vinos españoles	% Vino ES en cartera	Denominaciones de Origen	
Casa del Vino	23	9	39 %	Cava DO	Priorat DOQ
				Rueda DO	Ribera del Duero DO
				Bierzo DO	VdIT Castilla y León
				Rioja DOCa	
Casa Poli	22	4	18 %	Jerez (Sherry)	Yecla
				Ribera del Duero	
Caveau Vino	22	10	45,5 %	VdT Castilla	Ribera del Duero DO
				Navarra DO	Toro DO
				Rioja DOCa	
Château André Ziltener	21	2	9,5 %	DO Cariñena	



Empresa	N.º Vinos expuestos	N.º Vinos españoles	% Vino ES en cartera	Denominaciones de Origen	
Dovinasol AG	38	38	100 %	Condado de Huelva DO	Cangas del Narcea IGP (Asturias)
				Bierzo DO	Cava DO
				Ribeiro DO	Ribera del Duero DO
				Rias Baixas DO	Valdepeñas DO
				Rueda DO	Toro DO
				Rioja DOCa	Utiel-Requena
				Méntrida DO	Navarra DO
				Terra Alta DO	Vinos de la Tierra de Extremadura IGP
				Priorat DOCa	Cariñena DO
Felsen Keller Schaffhausen	22	6	27 %	Ribeiro	Ribera del Duero DO
				Toro DO	Priorat DOQ
Jeggli Weine	45	14	31 %	Rueda DO	Monastrell DOP
				Rioja DOCa	Toro DO
				Ribera del Duero DO	
La passion du vin	24	3	12,5%	Ribera del Duero DO	Rioja DOCa
				Rueda DO	Bullas DO
				Rias Baixas DO	Calatayud DO
Marivinos	24	24	100 %	Priorat DOCa	Ribera del Duero DO
				Rioja DOCa	Toro DO
				Alicante DO	
				Rioja DOCa	Monastrell DOP
Schuler St. Jakobs Kellerei	11	11	100 %	Navarra DO	Rioja DOCa
				Rias Baixas DO	VdT Castilla y León
				Priorat DOCa	Ribera del Duero DO
Smith & Smith	24	9	37,5 %	La Mancha DO	Navarra DO
				Rueda DO	Ribera del Duero DO
				Priorat DOCa	Rioja DOCa
Varela Orvina AG	21	6	29 %	Toro DO	
				Rias Baixas DO	Rioja DOCa
				Rueda DO	Somontano DO



Empresa	N.º Vinos expuestos	N.º Vinos españoles	% Vino ES en cartera	Denominaciones de Origen
Villa Contea	23	4	17,4 %	Rioja DOCa, Ribera del Duero DO
Vinebration	24	4	16,7 %	VdIT Castilla y León, Ribera del Duero DO, Extremadura DO
Vinumworld	41	41	100 %	Corpinnat A.V.E., Rias Baixas DO, Rueda DO, Cádiz VDT, Bierzo DO, Madrid DO, Ribera Sacra DO, Toro DO, Ribera del Duero DO, Priorat DOCa, Rioja DOCa, Jerez
Walser Weine	24	14	58 %	Almansa DO, Rioja DOCa, Rueda DO, Somontano DO, Ribera del Duero DO, Toro DO, Utiel-Requena DOP, Toro DO, Bierzo DO, Islas Canarias DOP
Zweifel 1898	83	45	54 %	VdIT Castilla y León, Manchuela DO, Navarra DO, Penèdes DO, Rias Baixas DO, Ribera del Duero, Rioja DOCa, Rueda DO, Priorat DOCa

Fuente: Página web y LinkedIn de Expovina.

3. Tendencias y novedades presentadas

3.1. Tendencias globales

En un sector tan maduro como el de la fabricación y comercialización de vino, la competencia resulta tan grande que las bodegas tienen que aprovechar cualquier resquicio para destacar su política de marketing por encima de las del resto de bodegas.

Así, una tendencia cada vez más presente es la apuesta por los factores ecológicos, sostenibles y respetuosos con el entorno de la bodega. Ante la ausencia de un organismo que homogeneice los requisitos mínimos para ser considerado un vino respetuoso con el medio ambiente, cada empresa establece su propia manera de fijar los mismos.

Relacionado con esto último está el sello de «vino vegano», cada vez más frecuente en los etiquetados de las botellas. Se trata de un certificado que acredita que en el proceso de elaboración del vino no se han utilizado productos de origen animal, tales como clarificantes (como la albúmina de huevo, la cola de pescado o la caseína), cera de abeja para el sellado de las botellas o los corchos aglomerados fabricados con pegamentos que incluyen leche.

Pese a ello, por el momento no existe una normativa ni en Europa ni en Estados Unidos que obligue a las bodegas a incluir información de esta índole en el etiquetado del producto, por lo que este tipo de sellos tienen una función orientativa.

3.2. Tendencias por producto

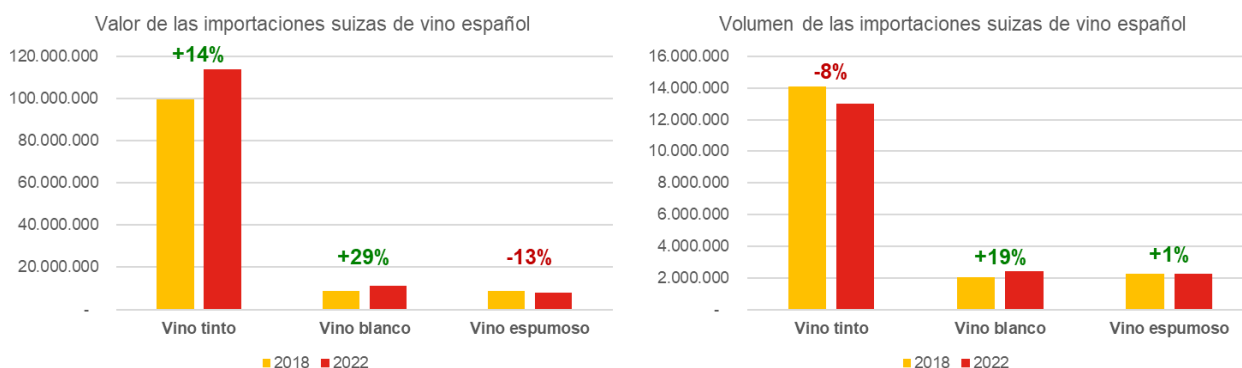
En los últimos tiempos, en el mercado del vino se observa una tendencia hacia graduaciones alcohólicas menores. Así, especialmente los consumidores más jóvenes han encontrado mayor placer en aquellos caldos más ligeros y frescos, optando principalmente por vinos blancos o rosados. También cabe destacar el auge de productos sustitutivos, como la sidra, los cuales han encontrado cabida en un mercado tan competitivo como el de la comercialización de bebidas alcohólicas y, en concreto, el vitivinícola.

3.2.1. El mercado suizo

En relación con el **volumen** de las importaciones suizas de vino español, estas han disminuido un 8 % entre 2018 y 2022 en el caso del vino tinto embotellado en formato de menos de 2 L, mientras que, por el contrario, han aumentado un 19 % y 1,2 % en vino blanco y espumoso respectivamente. Por otro lado, el **valor** de dichas importaciones ha aumentado un 14 % en el caso del vino tinto y un 29 % en el vino blanco, habiendo disminuido casi un 13 % en vino espumoso. Estos datos

evidencian que progresivamente está aumentando la calidad y la apreciación en términos de precio de los vinos españoles en Suiza.

GRÁFICO 3.1. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DE VINO ESPAÑOL



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Aduana suiza.

Cabe destacar que el consumidor medio suizo aprecia la variedad de vinos españoles, desde la frescura que aportan los vinos más nuevos hasta el «cuerpo» de los vinos más tradicionales.

Por otro lado, según la opinión preponderante entre los expositores de esta edición de Expovina Primavera, España cuenta con una ventaja competitiva con respecto al resto de competidores en el mercado vitivinícola suizo: el consumidor joven suele optar por los vinos españoles como consecuencia de su excelente relación calidad-precio.

Pese a que este hecho a priori podría significar la identificación del producto español con uno de menor calidad, existe otra cara de la moneda. Un buen posicionamiento dentro del público objetivo más joven puede traducirse —siempre y cuando se acompañe al mismo durante su proceso de madurez— en mayores ventas cuando estos alcancen una mayor posición económica en el futuro.

Por lo tanto, se trata de una oportunidad de mercado para que la oferta de vinos españoles pueda evolucionar desde un segmento de calidad-precio a uno de más alto valor añadido. Sin duda, este proceso ha de basarse en una buena política de marketing en la que se de mayor importancia a aquellos aspectos que el consumidor suizo tiene más en consideración, tales como la variedad de uva y la calidad del producto.

Por último, existen también nichos de mercado en los que, si bien requieren de una previa educación del consumidor, hay una amplia oportunidad de mejora. Es el caso del vermú. El consumidor suizo, en la mayoría de los casos, no conoce como incorporar este producto a su rutina, es decir, carecen de la tradición mediterránea, y en particular española, del aperitivo. Así, los italianos han conseguido posicionar el Aperol como una de las opciones preferidas en este tipo de ambientes.



Un ejemplo de esto es la estrategia que ha seguido el Grupo Campari con su bebida Aperol Spritz, el cual a través de una política de marketing bien definida ha logrado que el consumidor identifique el color naranja tan característico de la bebida con el momento del aperitivo.

icex

4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

La feria en conjunto cumple sobradamente con su objetivo principal de dar a conocer nuevos vinos al mercado suizo. Así, es de gran utilidad para todos aquellos consumidores suizos con curiosidad por conocer las nuevas propuestas y tendencias del sector, así como para aquellos miembros del sector HORECA suizo, los cuales entablar conversaciones directamente con los importadores y distribuidores.

En lo relativo a la presencia de vinos de otras partes del mundo, los países con mayor presencia en el evento fueron Francia, Italia y España. También se ha de señalar la existencia de vinos de países productores de «Nuevo Mundo», como Argentina, Sudáfrica o Estados Unidos, entre otros muchos. Sin embargo, en ningún caso fueron uno de los ejes centrales de la feria.

4.2. Del sector/producto de la feria

Con base en la opinión generalizada de los expositores y visitantes allí presentes, el sector vitivinícola suizo, pese a tratarse de un mercado muy maduro, sigue siendo uno de los mercados más atractivos a nivel internacional para los exportadores de vino de las variedades tradicionales (tinto y blanco).

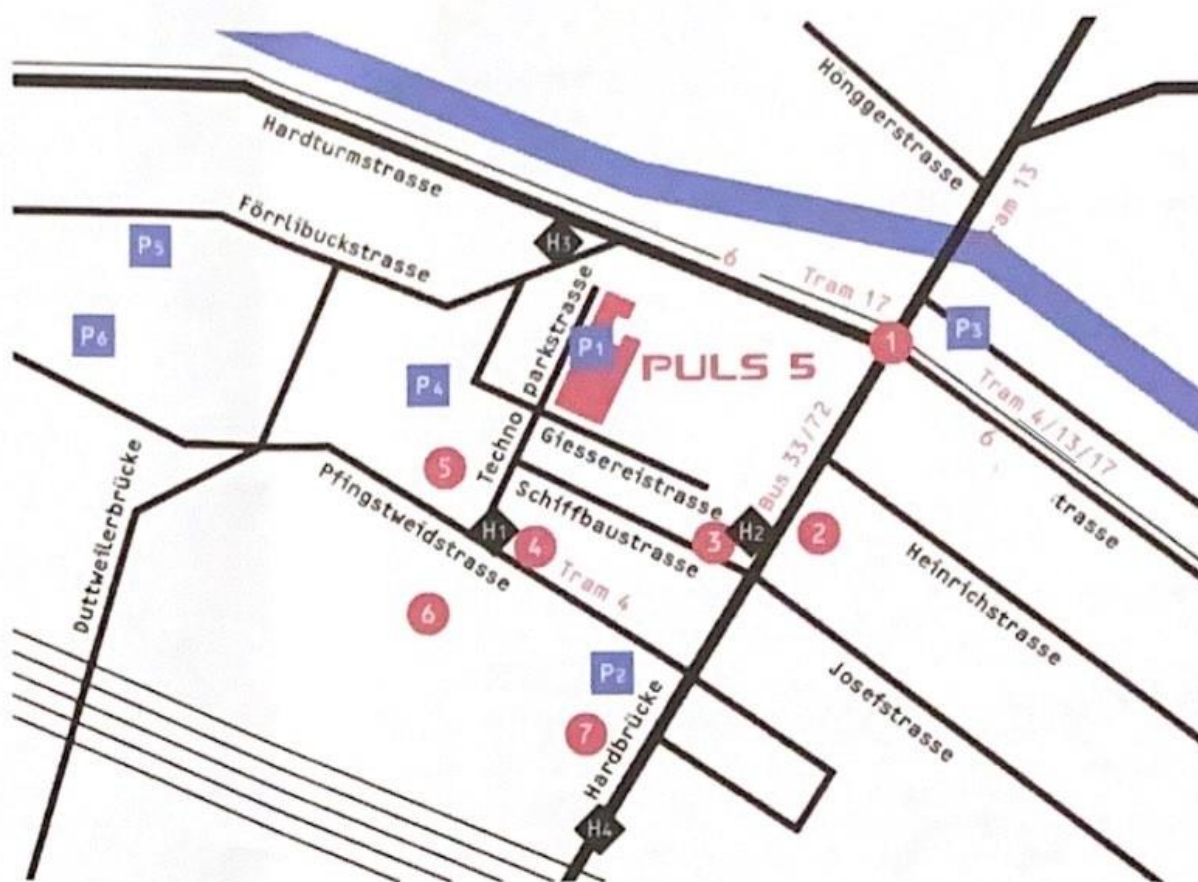
A su vez, hay que destacar una posible oportunidad de mercado para variedades menos presentes en el panorama suizo, como vermús o vinos más frescos, tales como vinos tintos más afrutados, vinos blancos suaves o dulces. Ante la imagen de vino barato que los consumidores locales tienen del cava español como consecuencia de la estrategia históricamente seguida en su acceso al mercado suizo, es recomendable tratar de modificar la imagen de marca del vino espumoso español con un cambio de *branding*.

4.3. En conjunto

Además, la presencia de la bodega 7103 Petit Cellar demuestra que Expovina Primavera puede ser también una oportunidad para aquellas empresas que por diversas cuestiones hayan optado por una estrategia de exportación directa sin intermediarios. Así, este tipo de bodegas pueden dar a conocer directamente su cartera de productos al consumidor suizo y contrastar de primera mano las tendencias del mercado.

5. Anexos

5.1. Anexo I: Transporte a la feria



- P1.** Parkhaus PULS 5
- P2.** Parkhaus Pflingstweid
- P3.** Parkhaus KVZ
- P4.** Parkhaus West-Park
- P5.** Parkhaus P-West
- P6.** Park + Ride Hardturm

- 1.** Escher-Wyss-Platz
- 2.** Abaton (ex Cinemax)
- 3.** Schiffbau mit Parkplätzen
- 4.** Novotel Zürich City-West
- 5.** Technopark
- 6.** Mobimo Tower

- 7.** Prime Tower
- H1.** ÖV Technopark
- H2.** ÖV Schiffbau
- H3.** ÖV Förrlibuckstrasse
- H4.** ÖV Bahnhof Hardbrücke



5.2. Anexo II: Listado de expositores

Expositor	Estand	Expositor	Estand	Expositor	Estand
7103 – Petit Celler	A17	Fernand Cina SA	C08	tobias wein.gut.	D19
Aagne weingut	A05	Fine Spirits	B24	TRIACCA	C01
Abbate & Calvi AG	C20	Gastrovin AG	B09	TS Hungarovin	C05
Adrian & Diego Mathier Nouveau Salquenen	B14	Gil Vins Trouvailles de France	C16	Varela & Orvina	B06
AG Almeida Weine	A18	Gitana Winehouse	B22	Villa Contea SA	E01
Amarela Int. Wine Establishment	A10	GREGOR KUONEN Caveau de Salquenen	B15	Vinebration	B13
American Wines Factory	B11	Hamacht Weine	D04	Vinzeno GmbH	B01
Archetti Vini d'Italia	D12	Heres Wine	D18	Vinhos de Portugal Schweiz GmbH	C09
B!Vino	A03	Hundertweinhaus GmbH	C18	Viniversum	C12
Bindella Weinbau - Weinhandel AG	B05	Isratrade und Tours	A15	Vinum Aurum Weinhandel	D08
biodynamico	C07	Jeggli Weine AG	A06	Vinumworld	B02
Cantina Urs Hauser	A20	Joos Weinbau	B04	Walsler Weine	D14
Casa de Vinos Argentinos	C15	La passion du vin SA	A21	Weibel Weine	C02
Casa del Vino SA	B08	La Torre SA	D02	WeinArt	A13
Casa Lusitania Bern GmbH	D20	Lenoteca	D05	Weinbau Familie Brunner	D04
Casa Poli	C21	Les Celliers de Vétroz	C13	Weingut Lienhard & Vögeli	D07
Cave Du Chevalier Bayard	D10	Maison Gilliard	D01	Weingut Lindenhof	B03
Cave Fin Bec SA	A09	marIVinos Maria Lauper	A04	Weingut Nadine Saxer	A05
Caveau Vino	D17	Mi Tierra AG	B20	Weingut Schloss Teufen	D07
Château André Ziltener SA	E02	MM Scavia Winery SA	B17	Weinselektion AG Kaisergarten Nier	B18; C17
Cina Gilles & Joël GmbH	A08	Nauer Weine AG	C04	WeinStamm	B03
Collection Markus Nauer	A02	Nüesch Weine	A01	Weinvogel SA	C03
De Chavigny	D06	Poderi Sori	A16	Wyhus Ryf AG	B10
Divina Food AG	C10	Port Wine Company - Ceracom AG	A19	Zweifel 1898	C06
Domaine Cornulus	C19	Preli AG	D03	Zweifel 1898 Santé	D09
Domaine Henri Cruchon	C23	Prosecceria	A14		
Domaine La Rodeline SA	C11	Räber AG	C14		



Domaines Chevaliers	D15	Romanin Weine AG	D16
Domaines Rouvinez SA	A11	Schächle AG	B12
Dovinasol AG	B16	Schildknecht Weine	D13
elfenhof.ch GmbH	A12	Schuler St. Jakobs Kellerei	B07
Felsenkeller Schaffhausen	A07	Smith & Smith	D11

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



ICEX España
Exportación
e Inversiones