



ESTUDIO  
DE MERCADO

---

2022



# El mercado del vino en Luxemburgo

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Bruselas

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

30 de junio de 2022  
Bruselas

Este estudio ha sido realizado por  
Maximilian Antonio Bruno Horn

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

<http://Belgica.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-22-014-8



# Índice

1. Resumen ejecutivo	4
2. Definición del sector	8
3. Oferta – Análisis de competidores	9
3.1. Producción de vino en Luxemburgo	9
3.2. Importación de vino en Luxemburgo	10
3.3. Oferta de vinos españoles en Luxemburgo	14
4. Demanda	17
4.1. Evolución de la demanda luxemburguesa de vino	17
4.2. Perfil del consumidor	20
4.3. Impacto de la pandemia sobre el sector en Luxemburgo	21
4.4. Nuevas tendencias y novedades	22
5. Precios	24
5.1. Evolución y formación	24
5.2. <i>Store check</i>	26
6. Percepción del producto español	30
7. Canales de distribución	31
7.1. Canales <i>On-Trade</i> y <i>Off-Trade</i>	31
7.2. Cadena de distribución	32
7.3. Canal <i>Online</i>	33
8. Acceso al mercado – Barreras	36
8.1. Barreras arancelarias	36
8.2. Barreras no arancelarias	36
8.2.1. Normativa fiscal	36
8.2.2. Etiquetado	37
9. Perspectivas del sector	38
10. Oportunidades	39
11. Información práctica	40
11.1. Ferias	40
11.2. Organizaciones y asociaciones de interés	40
11.3. Publicaciones del sector	41
12. Anexos	42

# 1. Resumen ejecutivo

El presente estudio tiene como objetivo analizar el mercado del vino en Luxemburgo, que se comprende dentro del código TARIC 2204 «Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 2009».

**Luxemburgo es un mercado pequeño.** Su producción vitivinícola, a pesar de que ha aumentado en los últimos años, es limitada y no permite cubrir la totalidad de la demanda. En 2021, la producción alcanzó los 9,8 millones de litros y en su mayoría fue vino blanco.

Debido a esta limitada producción local, Luxemburgo necesita abastecerse de otros países. En 2021, las importaciones de vino ascendieron a 126,43 millones de euros, equivalentes a 22,64 millones de litros. En cambio, las exportaciones tan solo alcanzaron los 25,86 millones de euros (5,61 millones de litros). Es por ello por lo que **Luxemburgo es un país importador neto de vino.**

**Los principales proveedores de vino de Luxemburgo en términos de valor de las importaciones son Francia, Bélgica, Italia, Portugal, España y Alemania.** Francia, principal importador del mercado, domina el mercado luxemburgués con una cuota del 42,7 % en valor y 27,2 % en volumen. Destacan las importaciones de vinos tintos y champán. Además, cabe destacar que los vinos importados desde Bélgica, segundo proveedor de este mercado, son también en su mayoría franceses.

Por su parte, **España es el quinto suministrador de vino del país.** En total, las importaciones de vinos españoles ascendieron a 4,87 millones de euros (1,70 millones de litros) y se sitúan en su máximo histórico. En término de valor, el vino tranquilo es el más demandado (62,8 %), seguido de los espumosos (28,8 %). Destacan los vinos tintos con Denominación de Origen Protegida (DOP) La Rioja y el cava.

El Gran Ducado, con 639.589 habitantes y 2.586 km<sup>2</sup> de superficie, tan solo representa el **0,2 % de la demanda mundial de vino.** No obstante, el número de potenciales consumidores se eleva si se tienen en cuenta a los más de 210.000 trabajadores transfronterizos que residen en países vecinos como Francia, Alemania o Bélgica.

**Los luxemburgueses son, en general, consumidores con un poder adquisitivo muy elevado.** En 2021, la renta media del país ascendió a 114.370 euros por habitante y es una de las más altas del mundo. Además, son generalmente muy conocedores del mundo del vino. Todo ello permite al consumidor en Luxemburgo acceder a vinos de una mayor calidad y coste.



En cuanto a **los vinos españoles, los luxemburgueses valoran que estos cuenten con una Denominación de Origen y, generalmente, que tengan una buena relación calidad-precio.** Tienen tendencia a pagar más por los vinos franceses, que cuentan con mayor prestigio.

Con todo ello, **los luxemburgueses consumieron 26,87 millones de litros de vino en 2021**, lo que equivale a **51,1 litros por persona**. Esto convierte a Luxemburgo en uno de los países con mayor consumo per cápita del mundo.

Dentro de la categoría de vinos tranquilos, los más demandados fueron los vinos franceses, donde destacan las DOP de Burdeos, *Côtes du Rhone* y Borgoña. A los vinos galos les siguen el vino blanco luxemburgués, cuya producción ha aumentado en los últimos cinco años un 14,7 % y es muy demandado localmente. Los vinos tranquilos portugueses también cuentan con un peso importante en este mercado, gracias a la importante comunidad portuguesa que existe en Luxemburgo. Finalmente, el vino tranquilo español es uno de los más demandados de este mercado, especialmente aquellos con DOP La Rioja.

Por otro lado, en la categoría de vinos espumosos, el champán es el producto más demandado, seguido muy de lejos por el cava y el *prosecco*.

En lo que se refiere a las tendencias del mercado, los consumidores luxemburgueses se muestran cada vez más interesados por los **vinos orgánicos, respetuosos con el medio ambiente y de pequeños productores**. Este tipo de vinos son cada vez más frecuentes en los lineales de las grandes superficies y comercios minoristas.

Asimismo, con el objetivo de fomentar el consumo de vino local, Luxemburgo ha creado su DOP conocida como *Moselle Luxembourgeoise*. Esta iniciativa ha situado al **vino blanco luxemburgués como uno de los vinos más demandados del país**.

Otra de las novedades del sector se encuentra en el **uso de la tecnología** como herramienta de compra, comunicación y publicidad. Ejemplo de ello es el etiquetado inteligente, cada vez más frecuente, así como las aplicaciones de móvil o las webs especializadas en vinos. También es importante mencionar la importancia las redes sociales en las campañas de promoción.

**El precio medio de importación del vino en 2021 fue de 5,58 €/l.** El vino francés es el vino con mayor precio medio (8,78 €/l), seguido de los vinos procedentes de Bélgica (6,43 €/l), en su mayoría franceses, e italianos (5,01 €/l). Los vinos españoles tuvieron un precio medio de 2,87 €/l y se situaron por debajo de la media.

En el *store check* realizado, se observa que los **vinos franceses ocupan en torno a un 40-60 % de los lineales** de vinos de los supermercados y están presentes en prácticamente todas las cartas de restaurantes y bares. Los **vinos españoles** cuentan con una presencia de entre el **8-10 %** de los lineales y suelen estar ubicados junto a vinos italianos y portugueses.



**La percepción de los vinos españoles es generalmente buena.** Esto se debe, por un lado, a la alta calidad de los vinos importados, acorde con la demanda de los consumidores luxemburgueses. Por otro lado, España es el tercer destino turístico de los luxemburgueses, lo que ayuda a dar una mayor visibilidad a la gastronomía y enología nacional. No obstante, **los vinos españoles no cuentan con la imagen de prestigio de los vinos franceses** y se enfrentan a ciertos obstáculos en el mercado luxemburgués.

En primer lugar, se observa una depreciación de los vinos espumosos españoles de casi el 48 % en los últimos cinco años, lo que perjudica a la imagen de marca y exclusividad de estos productos. Además, el limitado número de restaurantes de gastronomía española en Luxemburgo dificulta la promoción e introducción de los vinos españoles.

Los principales canales de distribución del mercado del vino son tres: el canal *off-trade* (hipermercados, supermercados o vinotecas), el canal *on-trade* (sector HORECA) y el canal *online*.

El **canal off-trade**, con el 60 % de las ventas dentro de los canales tradicionales, es el canal de distribución más destacado. Las principales superficies que se pueden encontrar en Luxemburgo son Cactus, Delhaize, Auchan, Match y Aldi. Además, existen numerosas vinotecas y pequeños establecimientos dirigidos a un público más especializado.

El **canal on-trade** es el segundo canal de distribución tradicional y representa entorno al 40 % de las ventas. Predominan los restaurantes de gastronomía francesa e italiana, que prestigian los vinos de estos países. Los restaurantes españoles, en cambio, son más limitados. El sector se vio fuertemente afectado por las medidas de contención de la pandemia y, como consecuencia de las medidas adoptadas, muchos restaurantes no han vuelto a abrir.

Por su parte, el **canal online** tiene cada vez mayor peso en Luxemburgo. En 2021, el vino fue la bebida alcohólica más demandada por internet (52,7 %) y las ventas a través de este canal ascendieron a 21 millones de euros, un crecimiento del 9,1 % respecto al año anterior.

No obstante, es importante tener en cuenta la normativa fiscal de este canal. La Unión Europea establece que la venta intracomunitaria a distancia de cualquier mercancía **debe tributar en el país de destino**. Además, aquellos productos sujetos a **accisas** podrán circular dentro de la UE entre **depositarios autorizados** y será este quien, posteriormente, aplique dicho impuesto.

En Luxemburgo, el **IVA** aplicado al vino es del 14 % para vinos tranquilos con una graduación menor de 13º y del 17 % para aquellos con una graduación superior y vinos espumosos. En cambio, **las accisas no se aplican** ni a los vinos tranquilos ni a los espumosos.

En los últimos cinco años, el volumen de importaciones de vino desde Luxemburgo se ha mantenido prácticamente constantes, mientras que el valor de estas ha aumentado un 23,3 %. Esto se debe a que los vinos importados son cada vez de mayor calidad. Las perspectivas del mercado son las de



un **aumento progresivo del valor del vino consumido**, que sustituirá a los vinos de calidad inferior.

Luxemburgo es un mercado pequeño y maduro en el que, no obstante, se pueden encontrar algunas **oportunidades**. El **canal online** es una de las opciones para abordar este mercado, que se estima que pueda alcanzar unas ventas de 37,36 millones de euros en 2025. No obstante, hay que tener en cuenta la normativa fiscal a este respecto. Por otro lado, los **vinos orgánicos** también es un nicho que se espera que continúe creciendo en los próximos años. Finalmente, es posible **abordar el mercado luxemburgués por extensión** desde países vecinos como Francia, Bélgica o Alemania. Sin embargo, hay que tener en cuenta las características del consumidor luxemburgués y adaptar el porfolio de vinos ofrecidos.

En definitiva, **el mercado del vino luxemburgués es un mercado pequeño** que actualmente ofrece un número de **oportunidades limitadas para las empresas españolas**.

ICEX

## 2. Definición del sector

Este estudio presenta un análisis general del mercado del vino en Luxemburgo. Este producto se encuentra dentro del Sistema Armonizado (TARIC) en la partida arancelaria **2204** «Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 2009». Dentro de esta, encontramos diferentes subpartidas que se muestran a continuación en la tabla.

**TABLA 1: PARTIDA ARANCELARIA DEL VINO**

*Clasificación del Sistema Armonizado, TARIC*

<b>Código Arancelario</b>	<b>Descripción</b>
<b>2204</b>	<b>Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 2009</b>
2204 10	Vino espumoso
2204 21	Vino en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros
2204 22	Vino en recipientes con capacidad superior a 2 litros, pero inferior o igual a 10 litros
2204 29	Los demás
2204 30	Los demás mostos de uva

Fuente: Comisión Europea



## 3. Oferta – Análisis de competidores

A continuación, se ofrecerá una perspectiva general de la oferta de vino en Luxemburgo. En primer lugar, se analizará la producción vitivinícola local, sus características y evolución. Seguidamente, se cuantificarán las importaciones de vino, los principales socios comerciales y los tipos de vino más importados. Por último, se estudiará la oferta de vinos españoles para conocer su posición competitiva en el mercado luxemburgués.

### 3.1. Producción de vino en Luxemburgo

El Gran Ducado produjo **9,8 millones de litros de vino en 2021<sup>1</sup>**, de los cuales el 25 % fueron vinos espumosos. La producción crece respecto al año anterior (1,5 %), aunque esta cifra tan solo representa un 0,01 % de la producción europea.

La elaboración de vino se concentra principalmente en el valle del Mosela, al sureste de Luxemburgo. En esta zona se encuentran aproximadamente **340 productores**, que cuentan con una superficie vitivinícola de **1.295 hectáreas**. De esta superficie, **90 % está dedicada a la producción de vino blanco**, mientras que el 10 % restante produce vino tinto y rosado.

Con el objetivo de mejorar la calidad de la producción, Luxemburgo cuenta desde 2015 con la «*Appellation d'Origine Protégée – Moselle Luxembourgeoise*», una certificación de denominación de origen protegida (DOP) para los vinos producidos en el país. Dichos vinos se elaboran con nueve tipos de uva distinta<sup>2</sup>:

- **Elbling**: produce un vino ligero, seco y ligeramente ácido y afrutado. Se trata de una de las variedades más antiguas de Europa. Supone el 7 % de la uva luxemburguesa.
- **Rivaner**: también conocida como Müller-Thurgau, es la variedad más extendida en Luxemburgo, de la que se obtiene un vino afrutado, suave y agradable de beber cuando es joven. Representa el 30 % de la producción.
- **Auxerrois**: es una variedad de uva blanca que permite producir vinos con mayor tiempo de crianza, afrutados y suaves. El 15 % de la superficie se dedica a esta uva.
- **Pinot blanc**: derivado del pinot gris, produce un vino fresco y ligero, de carácter neutro. Supone el 14 % de la superficie.

<sup>1</sup> DG AGRI, <https://agridata.ec.europa.eu/extensions/DataPortal/wine.html>

<sup>2</sup> [https://aop.lu/wp-content/uploads/2016/07/20150427\\_brochure\\_aop\\_de\\_fr.pdf](https://aop.lu/wp-content/uploads/2016/07/20150427_brochure_aop_de_fr.pdf)

- **Pinot gris:** procede del pinot noir y produce vinos de gran concentración y con potencial de envejecimiento. En los últimos veinte años, su cultivo se ha duplicado en Luxemburgo y representa el 11 % de la superficie.
- **Pinot noir:** tiene su origen en la Borgoña francesa y produce un vino de alta calidad, fino, intenso y complejo, apto para la crianza. El 7 % de la superficie se dedica a este tipo de uva.
- **Riesling:** es una de las variedades de uva blanca más conocidas del mundo. Tiene muchas facetas, ya sea como vino seco, de vendimia tardía o de hielo. Representa el 12 % de los viñedos.
- **Gewürztraminer:** se obtiene un vino aromático, elegante y fino, ideal para aperitivos, quesos o postres. Supone el 1 % de la superficie.
- **Chardonnay:** es una de las variedades de uva blanca más extendidas en el mundo y, recientemente, se ha introducido en los viñedos luxemburgueses. Representa el 2 % de superficie cultivada.
- **Otras uvas:** representan menos del 1 %.

La producción ha variado considerablemente a lo largo de los últimos años. Esto se ha debido a la variación de las condiciones climatológicas del país que, por ejemplo, afectaron negativamente a las cosechas de 2019. No obstante, **la tendencia de los últimos años de la producción local es positiva y, desde 2017, esta ha aumentado un 21 % en volumen.**

**TABLA 2: PRODUCCIÓN LOCAL DE VINO Y SUPERFICIE CULTIVADA**

*En valor (millones de euros), en volumen (millones de litros) y miles de hectáreas*

	2017	2018	2019	2020	2021
Superficie cultivada (miles de ha)	1,3	1,3	1,3	1,0	1,3
Valor de la producción local (millones de euros)	13,376	22,025	10,114	14,988	No disponible
Volumen de producción de vino (millones de l)	8,125	13,591	7,605	9,686	9,842

Fuentes: STATEC y DG AGRI.

### 3.2. Importación de vino en Luxemburgo

Para poder satisfacer la demanda interna de vino, Luxemburgo necesita abastecerse de otros países. Como se observa en la tabla 3, las importaciones de vino en 2021 fueron de **126,43 millones de euros** y **22,64 millones de litros**.

**TABLA 3: IMPORTACIONES DE VINO POR PARTE DE LUXEMBURGO**
*En valor (millones de euros) y en volumen (millones de litros)*

		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2016/2021
<b>Total vino (2204)</b>	<b>Valor</b>	102,58	108,03	116,27	117,91	109,48	126,43	23,3 %
	<b>Volumen</b>	22,54	22,41	22,70	22,74	20,76	22,64	0,4 %
	<b>Euros/Litro</b>	4,55	4,82	5,12	5,18	5,27	5,58	22,7 %
Vino espumoso (2204 10)	Valor	29,07	28,81	30,64	31,37	27,04	33,72	16,0 %
	Volumen	4,35	4,19	4,24	4,19	3,50	4,07	-6,5 %
	Euros/Litro	6,69	6,88	7,23	7,49	7,72	8,29	24,0 %
Vino en recipientes ≤ 2 litros (2204 21)	Valor	67,77	73,46	79,61	80,80	76,99	86,89	28,2 %
	Volumen	13,22	13,53	14,18	13,94	13,38	14,00	5,9 %
	Euros/Litro	5,13	5,43	5,61	5,80	5,75	6,21	21,1 %
Vino en recipientes > 2 y ≤ 10 litros (2204 22)	Valor	0,00	1,18	1,33	1,30	1,42	1,48	-
	Volumen	0,00	0,61	0,49	0,50	0,58	0,63	-
	Euros/Litro	0,00	1,94	2,68	2,62	2,45	2,33	-
Los demás (2204 29)	Valor	5,53	4,34	4,56	4,23	3,95	3,84	-30,5 %
	Volumen	4,64	3,83	3,60	3,79	3,16	3,22	-30,5 %
	Euros/Litro	1,19	1,13	1,27	1,12	1,25	1,19	0,1 %
Lo demás mostos de uva (2204 30)	Valor	0,20	0,24	0,14	0,21	0,09	0,51	148,2 %
	Volumen	0,33	0,26	0,19	0,33	0,14	0,72	116,3 %
	Euros/Litro	0,61	0,94	0,72	0,63	0,60	0,70	14,8 %

Fuente: Eurostat

Tras una caída de las compras de vino del 7,1 % en 2020 debido principalmente a la pandemia, **en 2021 las importaciones repuntaron un 15,5 % y alcanzaron su máximo histórico**, por encima de los niveles previos a la crisis.

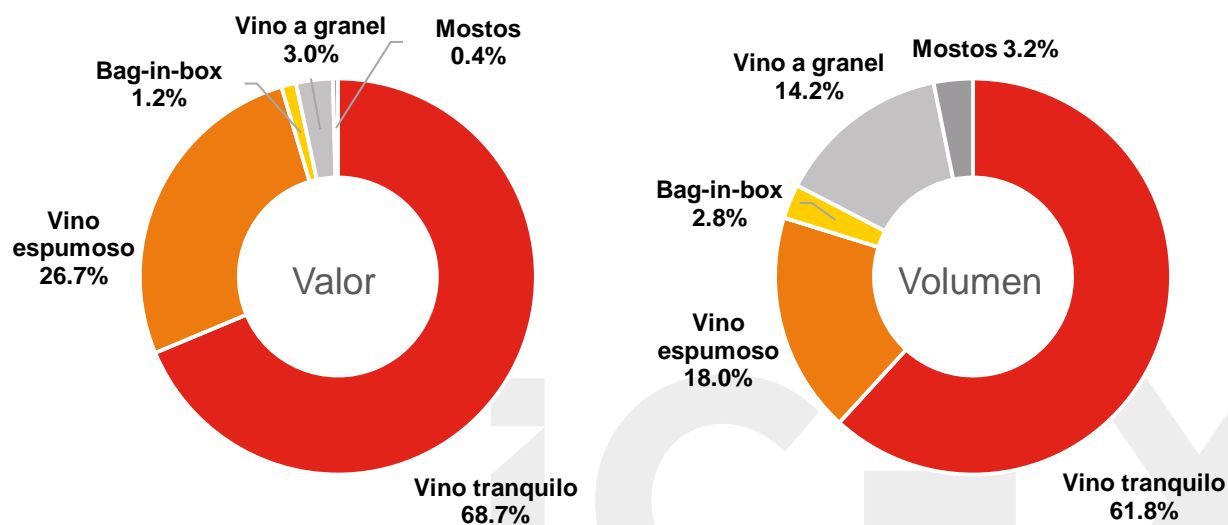
El **vino tranquilo**, o vino en recipientes de menos de 2 litros (2204 21), ha sido el producto más demandado por el mercado luxemburgués, con el **68,7 %** de las importaciones en valor. Dentro de esta partida, los tres productos más demandados fueron vinos franceses: vino de Burdeos (18,4 %), Borgoña (8,2 %) y *Côtes du Rhones* (5,1 %).

Durante los últimos cinco años, el vino tranquilo ha ganado cuota frente al **vino espumoso**, que representa actualmente el **26,7 %** de las importaciones y es el segundo tipo de vino más consumido en Luxemburgo. El espumoso que domina el mercado es el champán, con una cuota del 68,7 %.

El 4,6 % restante lo conforman los vinos *Bag-in-box* (vino en recipientes > de 2 litros y de ≤ 10 litros, 2204 22), vino a granel (Los demás, 2204 29) y mostos (2204 30).

**GRÁFICO 1: IMPORTACIONES DE VINOS POR PARTE DE LUXEMBURGO EN 2021**

Porcentaje sobre el total de la partida 2204 “Vino de uvas frescas, incluso encabezado...”



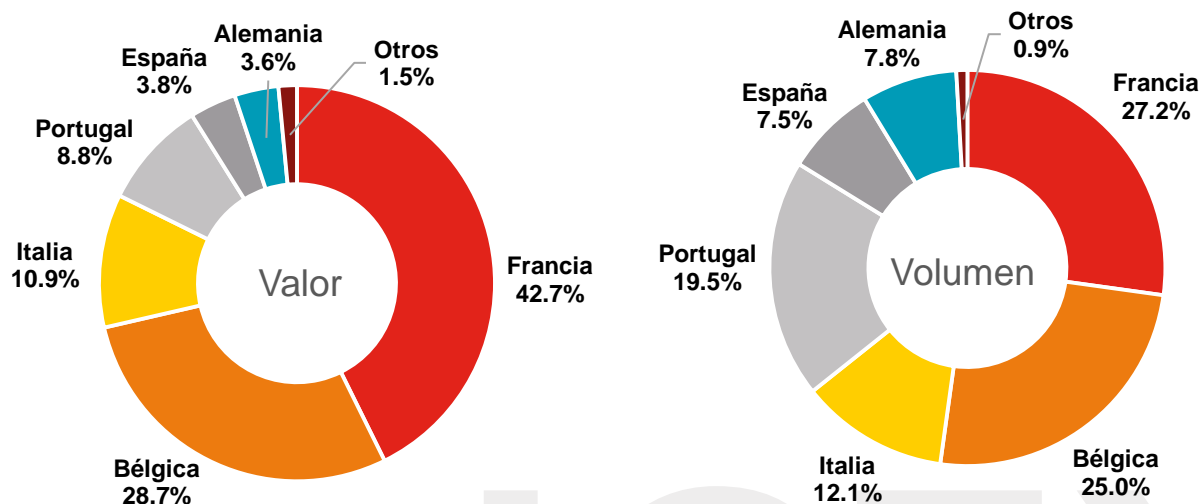
Fuente: Eurostat

Como se observa en el gráfico 1, el porcentaje de las importaciones de *bag-in-box* y de vino a granel son superiores en volumen que en valor. Esto se debe a que Luxemburgo importa estos productos a bajo coste, mientras que otros tipos de vino como el espumoso, se comercializan a un precio medio superior.

En el gráfico 2, podemos encontrar a los principales países de los que Luxemburgo importa vino. En los anexos 1 y 2 se puede encontrar el ranking completo de principales socios comerciales.

**GRÁFICO 2: CUOTA POR PAÍSES DE LAS IMPORTACIONES DE VINO POR PARTE DE LUXEMBURGO EN 2021**

Porcentaje sobre el total de la partida 2204 “Vino de uvas frescas, incluso encabezado...”



Fuente: Eurostat

La Unión Europea, de donde proceden el 99,2 % de las importaciones luxemburguesas, es el principal mercado de vino para Luxemburgo. Dentro de la Unión, Francia es el principal proveedor, tanto en valor (42,7 %) como en volumen (27,2 %). Del país galo se importa principalmente vino tranquilo (77,6 %) y espumosos (19,4 %). Dentro de estas categorías, destaca el vino tinto y el champán.

En segundo lugar, se posiciona Bélgica, de donde proceden el 28,7 % de las importaciones luxemburguesas. No obstante, Bélgica cuenta con una producción local de vino limitada (1,85 millones de litros en 2020<sup>3</sup>) y la mayoría de los vinos importados desde este país son franceses. Esto se debe a que muchos importadores aprovechan la cercanía del país para introducir sus productos también en Luxemburgo. El 52 % de las importaciones de vino espumoso proceden de Bélgica, de los que casi el 80 % es champán francés.

El tercer país proveedor varía según si se analiza en valor o en volumen. En cuanto al valor de las importaciones, Italia sería el tercer país proveedor, con una cuota de mercado del 11 %. No obstante, si atendemos al volumen de las importaciones, Portugal ocuparía la tercera posición (19,5 %). Desde Italia destaca las importaciones de vino tranquilo (85 %) y de *prosecco*, que han crecido notablemente en los últimos años.

<sup>3</sup> <https://news.economie.fgov.be/199451-un-quart-de-viticulteurs-belges-en-plus-en-2020>

Finalmente, **España se sitúa como quinto proveedor de vino de Luxemburgo**, aunque la cuota de Alemania en volumen (7,8 %) es ligeramente superior. Al igual que ocurre con países como Italia o Portugal, el porcentaje de las importaciones en volumen de nuestro país (7,5 %) tienen un mayor peso que las importaciones en valor (3,8 %). Esto apuntaría a que los vinos de estos países tendrían un menor valor añadido en el mercado comparado con los vinos franceses. Los vinos españoles que más se compran desde Luxemburgo son los vinos tranquilos (60 %) y espumosos (25 %).

### 3.3. Oferta de vinos españoles en Luxemburgo

En este subapartado se analizan las importaciones de vinos españoles por parte de Luxemburgo, los productos más demandados y su evolución en los últimos años.

Dado que las importaciones de vino *Bag-in-box* desde España son residuales o nulas, en la siguiente tabla se omite dicha partida arancelaria (2204 22).

**TABLA 4: IMPORTACIONES DE VINO POR PARTE DE LUXEMBURGO DESDE ESPAÑA**  
*En valor (millones de euros) y en volumen (millones de litros)*

		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2016/2021
Total vino (2204)	Valor	3,75	4,53	4,58	4,41	3,75	4,87	29,8 %
	Volumen	1,23	1,40	1,22	1,40	1,09	1,70	38,6 %
	Euros/Litro	3,05	3,24	3,76	3,16	3,43	2,86	-6,3 %
Vino espumoso (2204 10)	Valor	1,16	1,59	1,59	1,59	1,14	1,13	-2,6 %
	Volumen	0,30	0,38	0,40	0,37	0,47	0,56	86,9 %
	Euros/Litro	3,83	4,21	3,94	4,25	2,44	1,99	-47,9 %
Vino en recipientes ≤ 2 litros (2204 21)	Valor	2,37	2,59	2,71	2,59	2,46	2,77	17,0 %
	Volumen	0,42	0,43	0,38	0,38	0,31	0,36	-12,9 %
	Euros/Litro	5,68	6,04	7,08	6,82	7,83	7,63	34,3 %
Los demás (2204 29)	Valor	0,11	0,15	0,15	0,15	0,07	0,09	-14,6 %
	Volumen	0,24	0,35	0,24	0,32	0,17	0,22	-9,7 %
	Euros/Litro	0,45	0,42	0,60	0,46	0,42	0,42	-5,4 %
Lo demás mostos de uva (2204 30)	Valor	0,12	0,20	0,12	0,20	0,07	0,57	393,1 %
	Volumen	0,27	0,24	0,19	0,32	0,14	0,55	108,6 %
	Euros/Litro	0,43	0,81	0,66	0,60	0,52	1,03	136,4 %

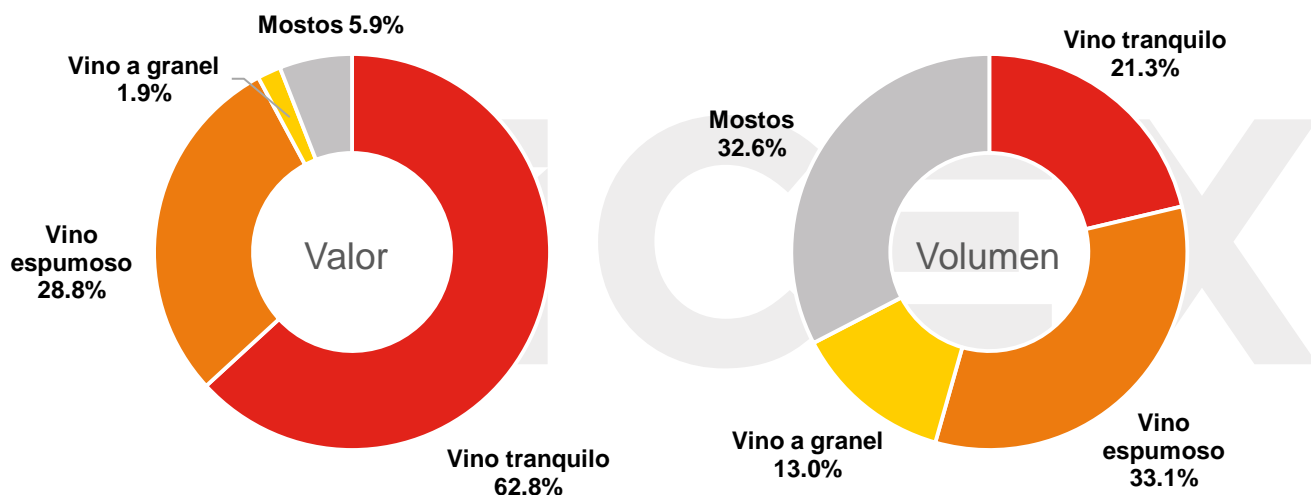
Fuente: Eurostat

En los últimos cinco años, las importaciones de vino desde España por parte de Luxemburgo han aumentado tanto en valor (29,8 %) como en volumen (38,6 %) y se sitúan en su máximo histórico.

Por otro lado, el precio medio del litro del vino español importado ha disminuido en este periodo de tiempo un 6,3 % y se sitúa en 2,86 €/l en 2021. Esto se debe al aumento de las importaciones de vino en volumen por encima del valor.

**GRÁFICO 3: DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE VINO DEL VINO ESPAÑOL IMPORTADO POR LUXEMBURGO EN 2021**

*Porcentaje sobre el total de la partida 2204 “Vino de uvas frescas, incluso encabezado...”*



Fuente: Eurostat

En términos de valor, el vino español más demandado por el mercado luxemburgués es el vino tranquilo, que representa el 62,8 % de las importaciones. Dentro de esta categoría, destacan los vinos tintos y, concretamente, aquellos con DOP La Rioja. El valor de estos vinos ha aumentado considerablemente en los últimos cinco años (17 %) y su precio se sitúa en 7,63 €/l (ver tabla 4).

Por otro lado, el vino espumoso español es el vino más importado en términos de volumen (33,1 %), aunque su peso relativo en las importaciones en valor es menor (28,8 %). Estas importaciones han venido creciendo considerablemente en volumen, mientras que el valor se ha mantenido igual desde 2016. Esto se ha traducido en una depreciación importante del precio de los espumosos españoles (47,9 %). El producto por excelencia es el cava.



A los vinos espumosos le siguen **los mostos** que, en términos de volumen, son la segunda partida arancelaria más demandada (32,6 %). Los datos de Eurostat muestran un incremento significativo de las importaciones en el último año, tanto en valor como en volumen.

Por último, el vino a granel es la cuarta partida más importante. En los últimos años, las importaciones de este producto han disminuido progresivamente en volumen y en valor.





## 4. Demanda

En el siguiente apartado se estudian las características de la demanda de vino en Luxemburgo, cuál ha sido su evolución y cómo es el consumidor en este país. Finalmente, se analizan las tendencias y novedades que existen actualmente en el mercado.

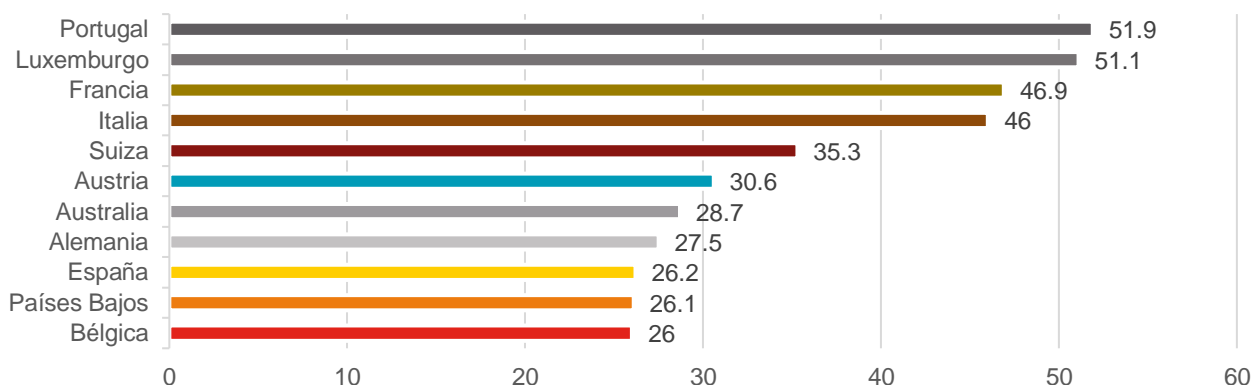
### 4.1. Evolución de la demanda luxemburguesa de vino

Luxemburgo es un mercado pequeño y representa tan solo el **0,2 % de la demanda mundial de vino**. En 2021, el número de habitantes fue de 639.589 personas, a los que habría que sumar cerca de 210.000 trabajadores transfronterizos que se desplazan a lo largo del día al Gran Ducado. No obstante, a pesar del tamaño del mercado, la renta per cápita de los luxemburgueses fue de 114.370 euros<sup>4</sup> en 2021 y es uno de los países con mayor poder adquisitivo del mundo.

Este elevado poder adquisitivo se ve reflejado en el mercado del vino. En 2021, el Gran Ducado consumió **26,87 millones de litros de vino**<sup>5</sup>, lo que supuso un **consumo per cápita de 51,1 litros anuales**<sup>6</sup>, una cifra significativamente alta si se compara con países como Francia (46,9 litros/hab.), Italia (46 litros/hab.) o Bélgica (26 litros/hab.)<sup>7</sup>.

#### GRÁFICO 4: RANKING DE PAÍSES POR CONSUMO PER CÁPITA (+15)

*Litros por habitante*



<sup>4</sup> [https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama\\_10\\_pc&lang=en](https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_pc&lang=en)

<sup>5</sup> Elaboración propia a partir de datos de STATEC, DG AGRI y Eurostat (ver tabla 5).

<sup>6</sup> Elaboración propia a partir del consumo aparente previamente calculado y dividido entre el número de personas en edad de consumir alcohol en Luxemburgo.

<sup>7</sup> <https://www.oiv.int/public/medias/8773/pptpress-conf-2022-4-def.pdf>

Fuente: OIV y elaboración propia

En las siguientes dos tablas se muestra el consumo aparente de Luxemburgo. Para calcular dicho consumo, en este estudio se ha sumado la producción local (DG AGRÍ) y las importaciones (Eurostat), y se han sustraído las exportaciones (Eurostat).

En la tabla 5 se observa que, durante los últimos cinco años, la demanda de vino ha aumentado un 11,1 % en volumen, impulsada por la producción local y la caída de las exportaciones.

**TABLA 5: CONSUMO APARENTE DE VINO EN LUXEMBURGO**

*En volumen (millones de litros)*

		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2016/2021
Total vino (2204)	Producción local	8,30	8,13	13,43	7,48	9,69	9,84	18,6 %
	Importación	22,54	22,41	22,70	22,74	20,76	22,64	0,4 %
	Exportación	6,66	5,97	5,68	5,17	4,97	5,61	-15,7 %
	Consumo aparente	24,18	24,57	30,45	25,05	25,48	26,87	11,1 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de STATEC, DG AGRÍ y Eurostat

En términos de valor, la demanda también aumentó en los últimos cinco años un 14,2 % y a un ritmo medio anual del 3 %.

**TABLA 6: CONSUMO APARENTE DE VINO EN LUXEMBURGO**

*En valor (millones de euros)*

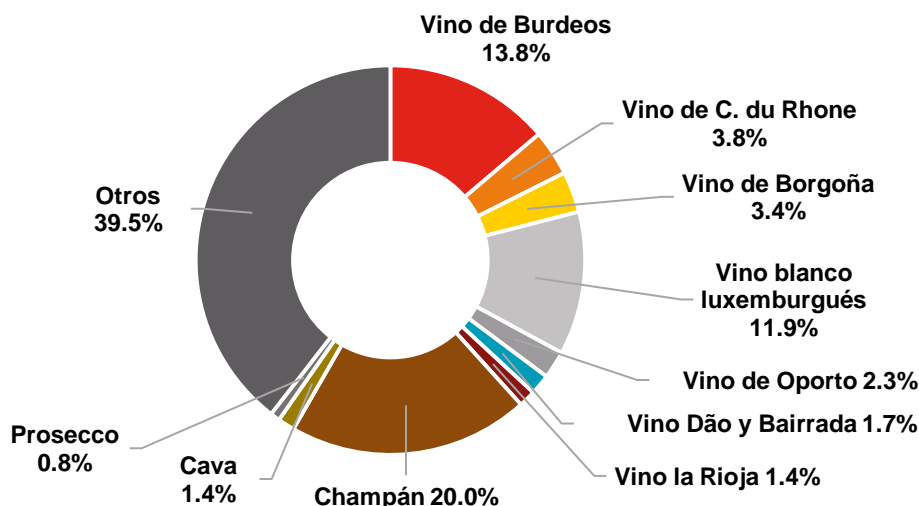
		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2016/2021
Total vino (2204)	Producción local	13,39	13,38	22,03	10,11	14,99	15,36	14,7 %
	Importación	102,58	108,03	116,27	117,91	109,48	126,43	23,3 %
	Exportación	23,55	24,49	24,77	23,01	21,24	25,86	9,8 %
	Consumo aparente	92,42	96,92	113,53	105,01	103,23	115,93	25,4 %

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de STATEC, DG AGRÍ y Eurostat

La pandemia de la Covid-19 afectó al consumo en 2020, que se contrajo un 1,7 % en valor, no así en volumen. No obstante, los datos de 2021 muestran que las compras de vino se recuperaron y superaron incluso los niveles del 2019.

**GRÁFICO 5: CUOTA DE MERCADO DE VINOS EN LUXEMBURGO EN 2021**

Porcentaje sobre el consumo total de vino



Fuente: Eurostat y STATEC

En el gráfico 5, se observa la cuota de mercado de las principales DOP que se comercializan en Luxemburgo. Para su elaboración, se han tomado las importaciones en valor<sup>8</sup> de dichos vinos y se han dividido sobre el consumo aparente en valor (tabla 6), lo que nos permite analizar el peso ponderado de cada producto en este mercado.

**Dentro de la categoría de vinos tranquilos, el vino francés es el más demandado en el mercado luxemburgués.** Destacan los vinos de Burdeos, *Côtes du Rhone* y Borgoña, que juntos suman una cuota de mercado de 21 %.

A los vinos galos les sigue el **vino local**, que en su mayoría es blanco. Su demanda dentro de Luxemburgo (11,9 %) es similar a la del vino de Burdeos (13,8 %).

Dada la importante comunidad portuguesa en el Gran Ducado, los **vinos portugueses** también cuentan con un peso importante. Los más destacados son el vino de Oporto, *Dão y Bairrada*, que suman una cuota del 4,1 %.

Finalmente, los vinos de **la Rioja** también se encuentran entre los vinos con mayor demanda del mercado, aunque por detrás de los anteriormente mencionados. Su cuota es del 1,4 %.

En lo que se refiere a vinos espumosos, el **champán** es el producto por excelencia. Con una cuota del 20 %, es uno de los vinos más demandados del mercado. Dentro de esta categoría, le sigue el

<sup>8</sup> En el caso del vino local, se han tomado los datos de producción en valor que se reflejan en la tabla 6.

**cava** (1,4 %) y el **prosecco** (0,8 %). La demanda de *prosecco* ha crecido notablemente y, en los últimos cuatro años, sus ventas se han duplicado.

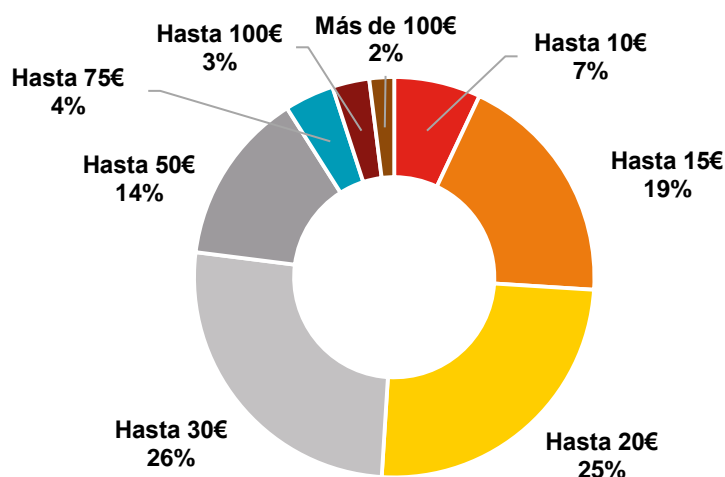
## 4.2. Perfil del consumidor

Los luxemburgueses son consumidores generalmente con un alto poder adquisitivo, lo que les permite acceder a productos de mayor calidad y coste. No obstante, el país no es completamente homogéneo y, si bien en la ciudad de Luxemburgo las rentas son más elevadas, en el resto del país no es necesariamente así<sup>9</sup>.

Luxemburgo es un mercado tanto con consumidores conocedores del mundo del vino, que aprecian los productos más gourmet, como *amateurs*. Ha de reseñarse que, al igual que en otros países europeos, **la edad permitida para empezar a consumir bebidas alcohólicas son los 16 años**. Para satisfacer la demanda de todos ellos, los importadores proveen de una amplia gama de productos de alta calidad.

Los vinos españoles que busca el consumidor luxemburgués son, en general, aquellos con **Denominación de Origen** y una buena relación calidad-precio. En Luxemburgo tienden a pagar más por los vinos franceses, que gozan de una mayor imagen de prestigio<sup>10</sup>.

GRÁFICO 6: PRESUPUESTO PARA UNA BOTELLA DE VINO DE LOS LUXEMBURGUESES  
Porcentaje (%)



Fuente: TNS-ILRES

<sup>9</sup> <https://www.mon-viti.com/articles/international/le-marche-du-vin-chez-match-au-luxembourg>

<sup>10</sup> <https://www.vinetur.com/2017021827210/la-empresa-importadora-del-72-de-los-vinos-espanoles-en-luxemburgo-estara-en-fenavin-2017.html>

Según una encuesta realizada por la empresa luxemburguesa de estudios de marketing y opinión TNS-ILRES<sup>11</sup>, **la mayoría de los consumidores en Luxemburgo estarían dispuestos a gastarse como máximo entre 15 € y 30 € en una botella de vino (70 %)**. Del mismo modo, existe un gran número de consumidores más conocedores y con un presupuesto mayor. Concretamente, un 23 % de los luxemburgueses gastaría más de 30€ en una botella y un 9 % tiene un presupuesto por encima de los 50 €.

En lo que se refiere a los hábitos de consumo, dentro de Luxemburgo podemos encontrar ciertas diferencias en función de la región, que se ven influenciadas por los países vecinos. **En la región del sur**, con influencia francesa, **el vino se bebe principalmente durante las comidas**. En cambio, **en la región del norte y este**, más próximas a Alemania, **el consumo de vino es frecuente fuera de las comidas** como, por ejemplo, en aperitivos. No obstante, aunque el vino se asocia a ocasiones festivas, generalmente en el conjunto de Luxemburgo se consume de forma cotidiana.

También ha de tenerse en cuenta el contexto demográfico del país. **El 46 % de los asalariados en Luxemburgo** (más de 210.000 personas) **son trabajadores transfronterizos** residentes en Francia, Alemania y Bélgica, lo que incrementaría el número de potenciales consumidores. No obstante, los desplazamientos de estos trabajadores podrían haber variado debido a la implantación del teletrabajo.

Por otro lado, **el 47,2 % de la población de Luxemburgo es extranjera**. Destaca la presencia de **portugueses, que representan el 14,9 % de la población del país**, seguida a la de franceses (7,6 %) e italianos (3,7 %). Esto explicaría las elevadas importaciones provenientes del país luso, sobre todo en volumen (20 %). Asimismo, la población de origen español representa el 1,2 % del total.

Por último, es importante mencionar en Luxemburgo existen tres lenguas oficiales: el francés, el alemán y el luxemburgués.

### 4.3. Impacto de la pandemia sobre el sector en Luxemburgo

**El impacto de la crisis de la COVID-19 en Luxemburgo ha sido reducido en términos económicos**. Mientras que en 2020 el PIB del país se contrajo un 1,8 %, en 2021 la economía luxemburguesa creció un 6,9 %<sup>12</sup>. Este impacto económico tan limitado se debe, por un lado, a la puesta en marcha de un importante paquete de medidas para sanear la economía. Por otro lado, Luxemburgo es una economía basada en los servicios como, por ejemplo, los servicios financieros, lo que facilitó la adaptación al teletrabajo.

<sup>11</sup> <https://mypanel.lu/fr/news-list/le-vin-au-luxembourg-consommation-moment-id %C3 %A9al-et-budget/>

<sup>12</sup> [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-performance-and-forecasts/economic-performance-country/luxembourg/economic-forecast-luxembourg\\_en](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-performance-and-forecasts/economic-performance-country/luxembourg/economic-forecast-luxembourg_en)

No obstante, las **medidas de contención** de la crisis sanitaria perjudicaron a los principales canales comerciales del mercado del vino y tuvieron un **impacto en los hábitos de consumo de los luxemburgueses**.

El sector HORECA ha sido uno de los más perjudicados por la pandemia. El cierre de la restauración, la reducción de los encuentros sociales y el teletrabajo han tenido un impacto muy negativo sobre este y, por consiguiente, sobre las ventas de vino. Como consecuencia, **muchos restaurantes y bares no han vuelto a abrir**.

Por otro lado, la **gran distribución**, el principal canal de venta de vino en este país, también se ha visto afectado. Antes de la pandemia, muchos trabajadores transfronterizos aprovechaban su desplazamiento a Luxemburgo para hacer sus compras de vino y beneficiarse así de los bajos tipos impositivos<sup>13</sup>. Con el **teletrabajo**, estos desplazamientos se han reducido y han impactado negativamente en el consumo de vino por este canal. Asimismo, la limitación de los aforos, así como la falta de actividades de promoción comercial, como *stands* de animación en supermercados, ha hecho que las **compras impulsivas hayan disminuido**.

En definitiva, **la pandemia parece haber afectado de forma negativa al mercado del vino en Luxemburgo**. Si bien sus efectos en el medio y largo plazo son aún inciertos, estos cambios en los hábitos de los consumidores podrían no ser transitorios.

#### 4.4. Nuevas tendencias y novedades

Los luxemburgueses, al igual que los consumidores de sus países vecinos, dan cada vez mayor importancia a la autenticidad y sostenibilidad de los productos. En este sentido, existe actualmente una **tendencia hacia el consumo de vinos naturales de pequeños productores**, más exclusivos y respetuosos con el medio ambiente. Esta tendencia se vio acentuada tras la crisis sanitaria. Tanto las grandes superficies como minoristas han incrementado el número de referencias de vino con etiquetado Bio.

En línea con esta tendencia, en los últimos años, Luxemburgo ha incentivado la producción de vino local como, por ejemplo, con la creación de la denominación de origen local *AOP Moselle Luxembourgeoise*. Esta iniciativa ha logrado que la producción de vino se haya incrementado notablemente en los últimos años y ha situado a los vinos luxemburgueses como uno de los más demandados dentro del país.

El **uso de tecnología como herramienta de compra, comunicación y publicidad** es otra de las tendencias del mercado. Es cada vez más frecuente encontrar botellas con etiquetado inteligente que, escaneando el producto con un teléfono móvil, permite autenticar y obtener más información sobre el producto. Otro ejemplo son las aplicaciones móviles como [Vivino](#) o webs como [Vinatis](#) a

<sup>13</sup> Ver apartado «8.2.1 Normativa Fiscal»



través de las cuales los consumidores no solo pueden comprar vino, sino también compartir y ver las opiniones de otros usuarios.

Por último, las **redes sociales** también cobran cada vez mayor importancia en las campañas de publicidad y comunicación de las bodegas, que hacen uso de estas para prestigiar y posicionar sus productos en el mercado. En Luxemburgo, esta estrategia es empleada principalmente por bodegas francesas y locales.

icex

## 5. Precios

En el siguiente apartado se estudian los precios del vino en Luxemburgo. Para ello, se analiza la evolución del precio medio del litro de vino importado y como se conforma el precio de venta final. Además, se ha llevado a cabo un *store check* de los principales puntos de venta del país para contrastar los precios.

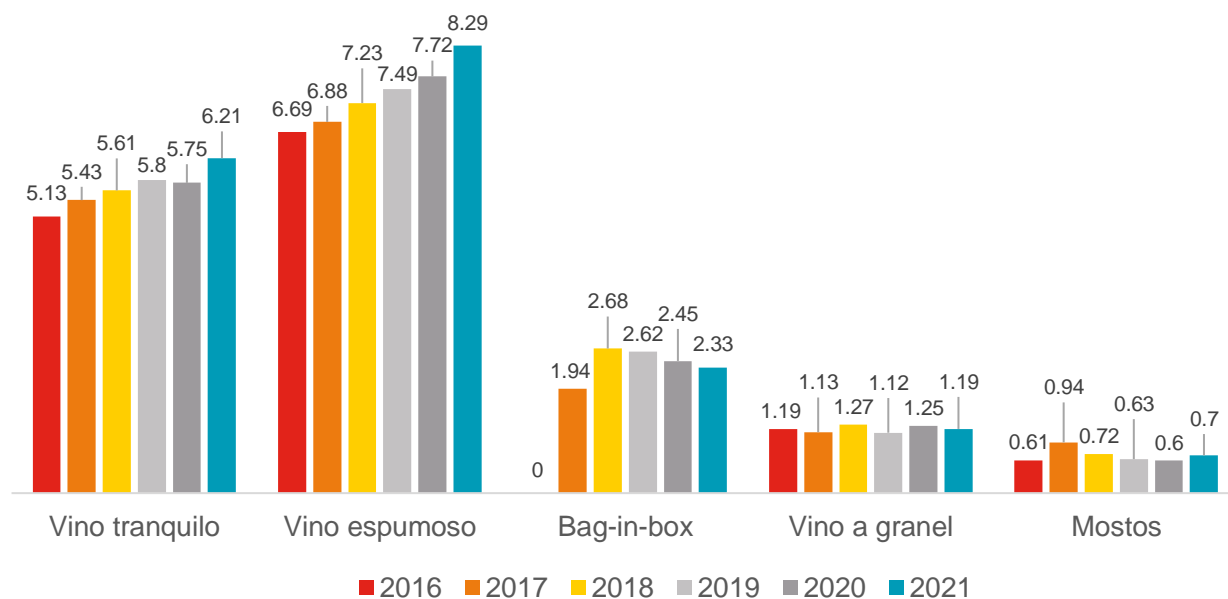
### 5.1. Evolución y formación

El precio del vino importado en Luxemburgo ha aumentado de forma considerable en los últimos años. **En 2021, el precio medio se situó en 5,58 €/l**, un incremento del 22,7 % respecto al 2016. El vino con mayor precio fue el vino espumoso (8,29 €/l), seguido del tranquilo (6,21 €/l).

En el gráfico 7 se observa la evolución de los precios medios en los últimos cinco años por tipo de vino.

**GRÁFICO 7: EVOLUCIÓN DEL PRECIO MEDIO DE LAS IMPORTACIONES DE VINO EN LUXEMBURGO**

En euros por litro (€/l)



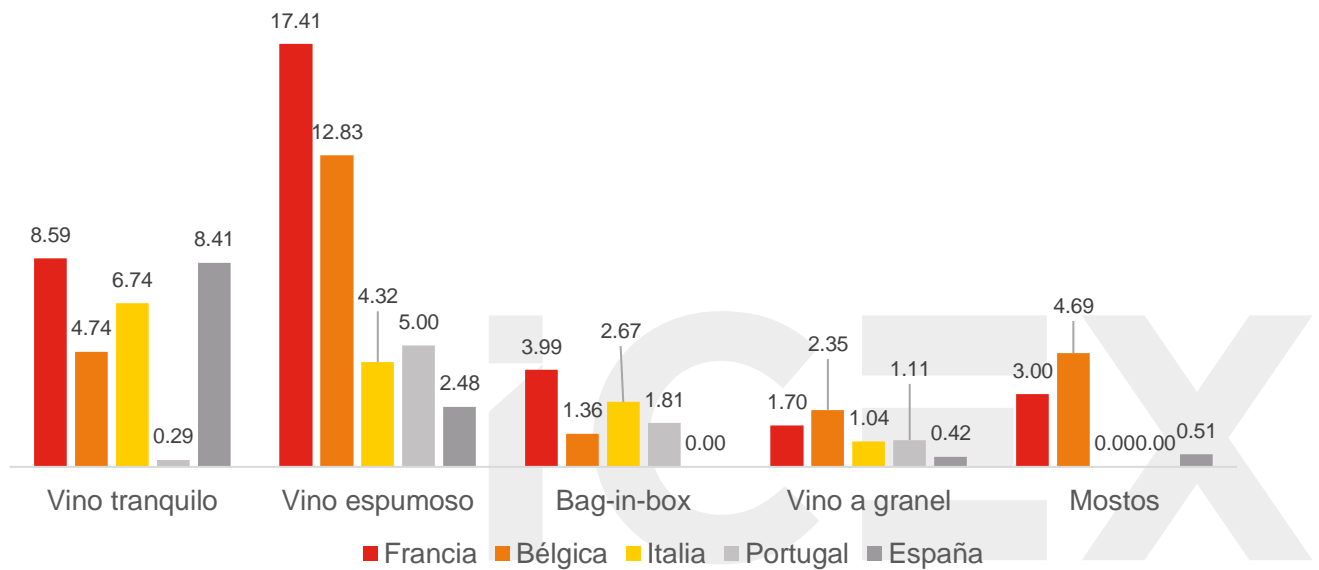
Fuente: Eurostat



En cuanto a los principales proveedores de Luxemburgo, en el gráfico 8 se observa los precios de cada uno de los países en función del tipo de vino.

**GRÁFICO 8: PRECIO MEDIO DE LAS IMPORTACIONES DE VINO EN LUXEMBURGO POR PAÍSES PROVEEDORES EN 2021**

En euros por litro (€/l)



Fuente: Eurostat

**Con un precio medio de 8,78 €/l, el vino francés es el vino con mayor precio de importación** y domina en prácticamente todos los segmentos del mercado. Destaca principalmente los precios de los espumosos (17,41 €/l), muy superiores al del resto de países, el de los vinos tranquilos (8,59 €/l) y el *bag-in-box* (3,99 €/l).

En el caso de Bélgica, la mayor parte del vino que se importa procede a su vez de otros países europeos. El precio medio fue de 6,43 €/l y, en el caso de los espumosos (en su gran mayoría champán), el precio de importación se eleva a 12,83 €/l.

En tercer lugar, se encuentran los vinos italianos, con un precio medio de 5,01 €/l. Destacan los precios de los vinos tranquilos (6,74 €/l), aunque están por debajo de los precios de los vinos galos y españoles. En lo que se refiere a espumosos, aunque casi duplica el precio de España, su precio medio es muy inferior al champán.

**El vino español se encuentra en cuarta posición y su precio medio es de 2,86 €/l.** Los vinos españoles tranquilos, con un precio de 8,41 €/l, son aquellos con mayor valor añadido y se sitúan por encima de la media. No obstante, el precio de importación del vino español es de media un



tercio que el del vino francés y, en lo que se refiere a los espumosos (2,48 €/l), hasta siete veces menor.

Finalmente, Portugal, a pesar de ser uno de los mayores proveedores de vino en volumen, es el país con menor precio medio (1,10 €/l).

Para poder fijar un precio final competitivo en el mercado luxemburgués, es necesario conocer los márgenes comerciales medios del sector. Según fuentes del sector, encontramos los siguientes márgenes:

- Importadores y distribuidores: 15-40 % sobre el precio del productor.
- Bares y restaurantes: factor multiplicador del 3,5 sobre el precio del distribuidor.
- Supermercados: 25-35 % sobre el precio del importador/distribuidor.
- Vinotecas/minoristas: 30-50 % sobre el precio del importador/distribuidor.

Por otro lado, a la hora de determinar el precio final hay que tomar en cuenta los aspectos impositivos. En Luxemburgo, el IVA que se aplica al vino varía entre el 14 y 17 %, en función del porcentaje de alcohol, y no existen accisas para los vinos tranquilos ni espumosos. Estos aspectos fiscales se tratarán en mayor profundidad en el apartado 8, «Acceso al mercado».

### 5.2. Store check

El *store check* es una técnica de investigación comercial que consiste en la visita de tiendas y puntos de distribución para observar y analizar los precios de un producto y su disposición en los lineales.

En este estudio de mercado se han realizado *store checks* en los dos principales canales de distribución de vino en Luxemburgo. Por un lado, se han visitado algunos de los principales supermercados de la ciudad, entre los que se comprenden Cactus, Delhaize y Auchan, así como otros supermercados locales. Por otro, se han consultado los precios de los vinos en carta del sector HORECA.

En las cuatro cadenas de supermercados visitadas, se han analizado en torno a unas 700 referencias. Se ha constatado la importancia del vino en Luxemburgo, que ocupa la mayor parte de las secciones de bebidas alcohólicas. La variedad de vinos que se ofrece es elevada y esta se diferencia por tipos y país de origen.

**Los vinos franceses son, con diferencia, los vinos con mayor presencia en los lineales de los supermercados.** Disponen de entre el 45 y 60 % de la sección de vinos y una gran variedad de productos y precios en todas las categorías. Los vinos galos que más se pueden encontrar son tintos, espumosos y rosados. Son, sin duda, los más caros del mercado, aunque también ofrecen un amplio rango de precios. En algunas superficies, los vinos franceses disponen de estanterías exclusivas para vinos de muy alta calidad.

Los **vinos españoles** tienen menor presencia (**8-10 % de la sección**) y suelen estar ubicados junto con vinos italianos y portugueses, que tienen precios similares. En todos los supermercados observados se ofrecían vinos tintos y cavas de España, no así de otras categorías como los vinos blancos o rosados. La Denominación de Origen más extendida es La Rioja, aunque se pueden encontrar otras como Ribera del Duero, Valdepeñas o Rías Baixas.

Los vinos luxemburgueses en su gran mayoría son blancos y dominan esta categoría en la gran distribución. Representan en torno al 50-60 % de la oferta, con botellas de calidad a partir de 4,15 € y un máximo de 20 €. Esto explica la poca oferta de vinos de este tipo por parte de España, Italia o Portugal.

Dentro de la sección de vinos, se pueden hallar otros formatos como packs de degustación o pequeñas botellas de 25-35 cl. También se encuentran vinos en formato *bag-in-box*, sobre todo de origen francés y portugués, aunque su presencia es más limitada.

Los vinos orgánicos no son muy numerosos y ocupan en torno al 4 y 6 % del total. Aunque no tienen un espacio específico dentro del lineal, sí se diferencian del resto ya que se indican tanto la estantería como en la propia etiqueta.

### Supermercados

En la tabla 7 se ha recopilado los precios observados en los supermercados visitados. Dada la gran diversidad de vinos, estos se han agrupado en función de cuatro tipos (vinos tintos, blancos, rosados y espumosos) y sus países de origen. Para esta comparativa, se han escogido vinos de 75 cl, algunos de los cuales se pueden consultar en el anexo 3.

**TABLA 7: PRECIOS DEL VINO EN LOS SUPERMERCADOS DE LUXEMBURGO EN 2022**

En euros (€)

	España	Francia	Italia	Portugal
<b>Vino tinto</b>				
Rango	5,45-25,95 €	4,19-74,50 €	7,35-40,25 €	2,99-19,20 €
Precio medio	16,96 €	26,91 €	13,70 €	10,21 €
<b>Vino blanco</b>				
Rango	6,90-8,70 €	5,65-36,25 €	7,70-12,60 €	3,20-13,20 €
Precio medio	6,64 €	14,29 €	8,30 €	8,06 €
<b>Vino rosado</b>				



Rango	6,80-8,80 €	3,70-14,20 €	9,35-12,70 €	3,20-10,00 €
Precio medio	7,74 €	11,73 €	8,55 €	3,53 €
<b>Vino espumoso</b>				
Rango	5,24-8,25 €	9,55-58,00 €	6,80-11,20 €	-
Precio medio	6,15 €	29,06 €	8,43 €	-

Fuente: Elaboración propia a partir de la información recopilada de diferentes supermercados de Luxemburgo

El precio medio del vino español se sitúa por debajo del vino francés y, salvo en los vinos tintos, también respecto a los italianos. El precio medio del vino tinto en las grandes superficies es de 16,96 €. No obstante, el precio del cava, uno de los productos españoles más importados, es inferior al de sus competidores, superado por el champán e incluso por el *prosecco*.

### Canal HORECA

En lo que se refiere a los precios en el sector HORECA, en la tabla 8 se analizan las cartas de siete establecimientos luxemburgueses. En el anexo 4 se pueden consultar los vinos encontrados y empleados para elaborar esta tabla.

**TABLA 8: PRECIOS DEL VINO EN EL SECTOR HORECA EN LUXEMBURGO EN 2022**

En euros (€)

	España	Francia	Italia	Portugal
<b>Vino tinto</b>				
Rango	13,00-495,00 €	25,00-2.490,00 €	25,00-2.000 €	25-65 €
Precio medio	66,10 €	131,85 €	56,5 €	32,83 €
<b>Vino blanco</b>				
Rango	22,00-26,00 €	28,00-495,00 €	25,00-45,00 €	18,50-39,00€
Precio medio	24,00 €	66,2 €	33,00 €	28,75 €
<b>Vino rosado</b>				
Rango	13,00-25,00 €	25,00-45,00 €	27,00-29,00 €	-
Precio medio	18,33 €	33,75 €	27,67 €	-
<b>Vino espumoso</b>				
Rango	33,40-34,50 €	60,00-495,00 €	38,00-48,00 €	-
Precio medio	33,95 €	211,67 €	41,33 €	-



Fuente: Elaboración propia a partir de la información recopilada de diferentes restaurantes de Luxemburgo

Nuevamente, el precio del vino francés está por encima del resto, que está presente en todos los restaurantes analizados y copa la gran parte de sus cartas. **Los vinos franceses** que se ofrecen en este canal suelen ser muy prestigiosos y de alta calidad, lo que explica su **precio medio: 131,85 € por una botella.**

Los **vinos españoles tienen menor presencia que los vinos franceses e italianos.** No en todos los restaurantes se ofrecen vinos españoles y algunas categorías son complicadas de encontrar. Por ejemplo, es difícil encontrar vinos espumosos o blancos españoles, ya que son los champanes y los vinos blancos locales los más demandados. Por otro lado, el limitado número de restaurantes españoles en este país hace más difícil la introducción de productos nacionales en el canal HORECA.

Al igual que ocurre en las grandes superficies, los precios de los vinos tintos españoles son elevados, mientras que en el resto de las categorías suelen estar por debajo de los galos e italianos. **El precio medio de una botella de vino tinto de España es de 66,10 €.** Este precio refleja la alta calidad de los vinos ofrecidos, que en su mayoría son Reserva.

En lo que se refiere a la oferta de vino portugués, esta es muy inferior si se compara con los supermercados y, sobre todo, respecto a los tres países anteriores. Además, los vinos que se pueden encontrar tienen precios muy inferiores.

En definitiva, tanto el precio como la gama de vinos españoles en las grandes superficies y en el sector HORECA es amplia, aunque se encuentra en un segundo plano respecto a los vinos franceses y, en muchos casos, también respecto a los italianos.

## 6. Percepción del producto español

A pesar de que el mercado del vino esté dominado principalmente por vinos franceses, los productos españoles se pueden encontrar fácilmente en los diferentes canales de venta de Luxemburgo.

**La imagen del producto español es generalmente buena.** Dadas las características del mercado, los vinos españoles que se importan a este país son de elevada calidad, lo que ayuda a que la imagen de marca de España sea buena. **Los vinos españoles más apreciados por los luxemburgueses son los Crianza y Reserva**, con unos precios que oscilan entre los 10 y 17 euros por botella. Además, el consumidor luxemburgués busca aquellos vinos que tengan Denominación de Origen, ya que son percibidos como productos de calidad.

Otro de los pilares en los que se apoyan los productos españoles es el turismo. España es el sexto destino turístico de los luxemburgueses (STATEC<sup>14</sup>), lo que también se traduce en un interés por la gastronomía y enología española.

No obstante, el vino español también se enfrenta a ciertos obstáculos en el mercado luxemburgués. En primer lugar, a pesar de que las importaciones han aumentado en los últimos cinco años, algunos tipos de vino se han depreciado significativamente en este tiempo. Ejemplo de ello son los vinos espumosos, cuyo precio ha disminuido casi un 48 % desde 2016. Esta tendencia ha hecho que **el vino espumoso de España se haya devaluado respecto a otros países como Francia, lo que perjudica a la imagen de calidad y exclusividad.**

En segundo lugar, **las campañas de promoción por parte de las bodegas españolas son muy limitadas.** Esto se debe a que Luxemburgo es un mercado pequeño donde el número de importadores especializados en vinos españoles es limitado, lo que hace difícil llevar a cabo promociones conjuntas. Además, en Luxemburgo se pueden encontrar numerosos restaurantes franceses o italianos que comercializan y prestigian sus vinos. El número de restaurante españoles, en cambio, es reducido en este país.

Por todo ello, **a pesar de que la imagen de los vinos españoles es buena, estos no tienen el prestigio y visibilidad que sí tienen los vinos franceses.** Esto lleva a que, en general, el consumidor no esté dispuesto a pagar más por un vino español que por uno francés y busque en los vinos españoles una buena relación calidad-precio.

<sup>14</sup> <https://statistiques.public.lu/en/publications/series/en-chiffres/2022/tourisme-2022.html>

## 7. Canales de distribución

A continuación, se analizan los principales canales de distribución de Luxemburgo, que son tres: el canal *on-trade*, el *off-trade* y el *online*. Se han estudiado sus características, su peso relativo sobre las ventas y los principales agentes dentro la cadena de distribución. Finalmente, se analiza el mercado *online* y su importancia actualmente en este país.

### 7.1. Canales On-Trade y Off-Trade

Dentro de los canales tradicionales, distinguimos dos tipos. Por un lado, se encuentra el canal *on-trade*, que hace referencia a aquel por el cual el cliente adquiere el producto para ser consumido en el propio establecimiento, como sería el caso de restaurantes, bares u hoteles. Por otro lado, encontramos el canal *off-trade*, que se refiere a la compra por parte de un cliente de un producto que después es consumido fuera del establecimiento. En este caso podríamos encontrar los hipermercados, supermercados o vinotecas.

**El principal canal de distribución en Luxemburgo es el *off-trade***, con el 60 % de las ventas dentro de los canales tradicionales. Las secciones de vino de los supermercados tienen especial importancia y dominan el sector minorista en términos de volumen. Los supermercados y grandes superficies se puede encontrar una amplia gama de productos de alta calidad, llegando a ofrecer hasta 4.000 referencias. Las principales superficies que podemos encontrar en el Gran Ducado son:

- **Cactus:** es grupo de supermercados líder y que opera bajo las cadenas Cactus Supermarché, Cactus Marché, Cactus Shoppi y Cactus Hobbi. Cuenta con 58 establecimientos y una cuota de mercado de entorno al 25-30 %.
- **Delhaize:** es el segundo distribuidor en Luxemburgo. El grupo tiene actualmente 55 puntos de venta.
- **Auchan:** el grupo francés es el tercer distribuidor y cuenta con 14 supermercados.
- **Match:** es un grupo francés que cuenta con las cadenas Match y Smartch. Tienen 28 puntos de venta distribuidos por todo Luxemburgo. El vino representa el 25-30 % de su lineal en la sección de bebidas.
- **Aldi:** la empresa alemana cuenta con 16 establecimientos.

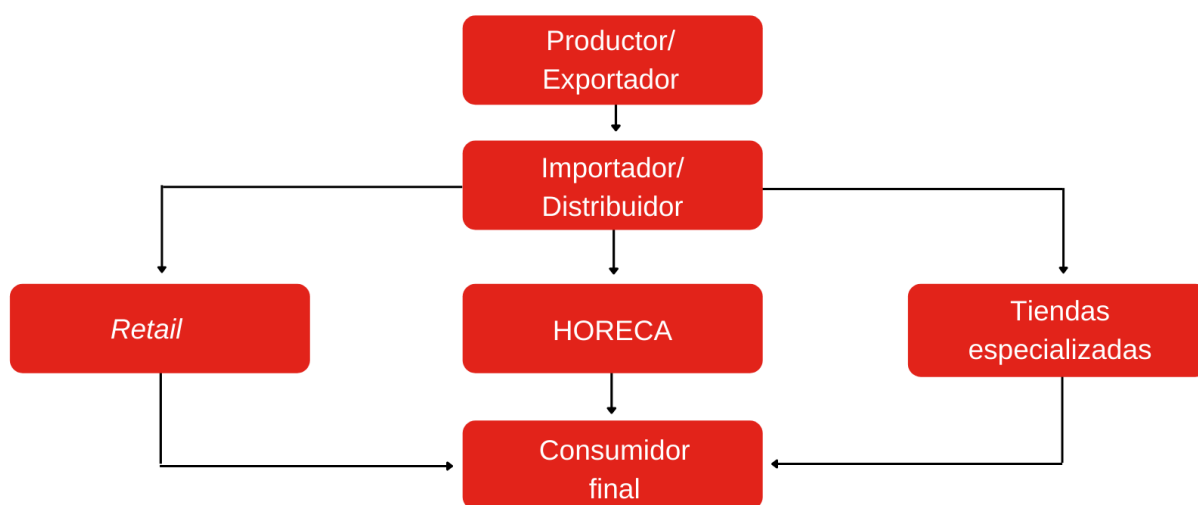
Además de estas grandes superficies, se pueden encontrar pequeños establecimiento y vinotecas, dirigidas a un público más especializado. En este sentido, se observa una tendencia por parte de los importadores y distribuidores a abrir vinotecas. Como ejemplos, encontramos a [Le Chai de Munhowen](#), [Wengler](#) o [Vinissimo](#).

El canal *on-trade* es también uno de los más importantes en Luxemburgo y representa el 40 % de las ventas. En él, el sector HORECA juega un papel importante. Según datos de Euromonitor de 2021, el mercado de la restauración y los bares generó en el Gran Ducado unas ventas de 1.165 millones de euros. Dentro del país, predominan los restaurantes de gastronomía italiana y francesa que, a su vez, promocionan los vinos de estos países. La presencia de restaurantes y bares españoles es limitada en Luxemburgo. Es por ello por lo que la venta de vinos españoles es más limitada en este canal. Además, tras la pandemia y las restricciones puestas en marcha, numerosos establecimientos del sector cerraron a lo largo del 2020, lo que se tradujo en una caída de las ventas del 31 %. Ya en el 2021, las ventas se recuperaron un 14,5 %, aunque se mantuvieron por debajo de los niveles anteriores a la pandemia.

## 7.2. Cadena de distribución

La cadena de distribución de Luxemburgo se caracteriza por ser corta. Generalmente, la forma de entrada al mercado luxemburgués es a través de un importador o distribuidor, que comercializa el producto con el sector del *retail*, HORECA y tiendas especializadas. Estas son las que finalmente venden el producto al cliente final. En algunas ocasiones podemos encontrar también la figura del mayorista, aunque es menos habitual. De igual forma, algunas bodegas (principalmente locales y francesas) comercializan directamente sus productos con el consumidor final. En la imagen 1 podemos encontrar el esquema de la cadena de distribución más frecuente.

IMAGEN 1: CADENA DE DISTRIBUCIÓN DEL VINO EN LUXEMBURGO



Fuente: Elaboración propia



Asimismo, como se observa de los datos de importación, muchos exportadores utilizan a los países vecinos como Bélgica o Alemania como punto de entrada al mercado luxemburgués. Esto se debe a su cercanía y a sus infraestructuras logísticas, que facilitan la distribución de productos en Luxemburgo.

En la actualidad, **existen en torno a cincuenta importadores y distribuidores en Luxemburgo**, cuyo portafolio de productos lo conforman mayoritariamente vinos franceses, al ser los más demandados. Se pueden encontrar también importadores especializados en productos españoles, como es el caso de [La Rioja S.A.](#), que comercializa en torno al 70 % de los vinos españoles de Luxemburgo, [Vicente et fils](#) o [Vins et vie](#).

### 7.3. Canal Online

El comercio electrónico es un canal pequeño y aún en desarrollo en Luxemburgo, sobre todo del lado de la oferta. Dado el tamaño, la población y la situación geográfica del país, la mayoría de los productos comprados por internet vienen de países vecinos: en 2020, el comercio *online* transfronterizo supuso el 80,8 % (*Cross-Border Commerce Europe*<sup>15</sup>). Las empresas locales, en cambio, tienen aún una presencia limitada en este canal. Según los datos de Eurostat para 2021, **las ventas *online* de las empresas luxemburguesas representaron un 12 % sobre el total**, mientras que en la Unión Europea la media se situó en el 22 %<sup>16</sup>.

No obstante, son cada vez más los luxemburgueses que optan por el comercio electrónico a la hora de comprar. **En 2021, el 81 % de la población local compró a través de internet** frente al 67 % de media en la Unión Europea (Eurostat<sup>17</sup>). El principal medio de pago fue la transferencia bancaria (50 %), seguido de la tarjeta de crédito (25 %). Otras de las formas de pago utilizadas son las *e-Wallet* como PayPal o Apple Pay (9 %) o el efectivo (2 %)<sup>18</sup>.

Esta tendencia también se está trasladando al mercado del vino, que de forma progresiva se está digitalizando. En 2021, **el canal *online* representó el 16,6 % de las ventas de vino en Luxemburgo y generaron unos beneficios de 21 millones de euros**, un crecimiento del 9,1 % respecto al año anterior (Statista). Además, el vino fue la bebida alcohólica más demandada por internet (52,7 %). En gráfico 9 se puede observar esta evolución.

<sup>15</sup> <https://www.ecommercemag.fr/Thematique/retail-1220/Infographies/Luxembourg-elu-meilleur-pays-e-commerce-transfrontalier-europeen-362047.htm>

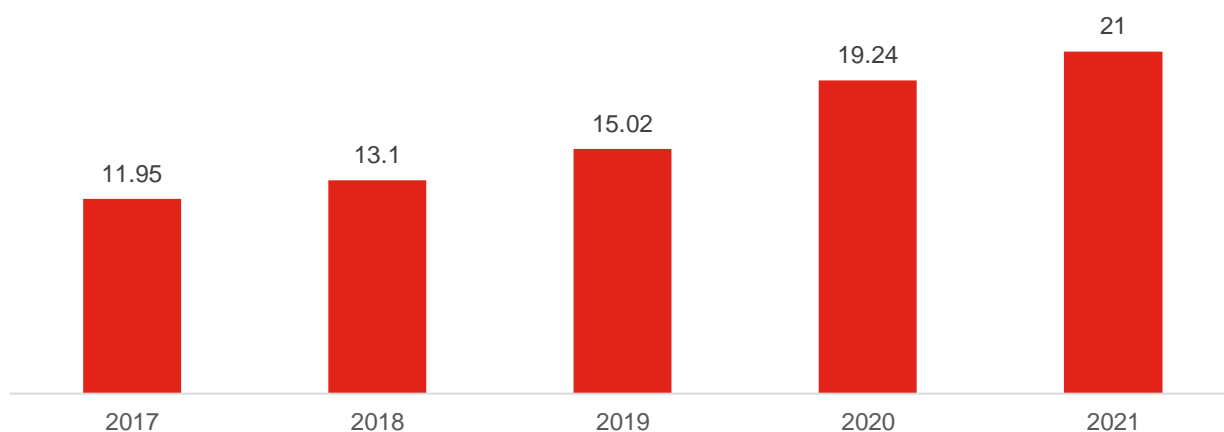
<sup>16</sup> [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_ec\\_eseln2/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_eseln2/default/table?lang=en)

<sup>17</sup> <https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>

<sup>18</sup> <https://www.jpmorgan.com/europe/merchant-services/insights/reports/luxembourg-2020>






**GRÁFICO 9: EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS POR INTERNET DE VINO EN LUXEMBURGO**

En millones de euros



Fuente: Statista

En la siguiente tabla se resumen algunas de las plataformas *online* de venta de vino B2C en Luxemburgo y en las que se pueden encontrar productos españoles.

Plataforma	Sector	Nº referencias españolas	Rango de precios	Web
	Multisectorial	+ 200	5,39-289,00 €	<a href="https://amazon.fr">amazon.fr</a> <a href="https://amazon.de">amazon.de</a>
	Alimentación	15	6,41-26,43 €	<a href="https://auchandrive.lu">auchandrive.lu</a>
	Vino orgánico	10	6,60-25,00 €	<a href="https://bio-vinis.lu">bio-vinis.lu</a>
	Vino español	177	3,70-895,00 €	<a href="https://larioja.lu">larioja.lu</a>
	Multisectorial	60	6,00-295,00 €	<a href="https://letzshop.lu">letzshop.lu</a>

	Alimentación	14	6,70-33,24 €	<a href="http://luxcaddy.lu">luxcaddy.lu</a>
	Vino español	308	3,29-1.063,18 €	<a href="http://vinosvicente.lu">vinosvicente.lu</a>
	Vino	152	5,99-1.190,00 €	<a href="http://vinatis.com">vinatis.com</a>
<a href="http://vinoteca.lu">vinoteca.lu</a>	Vino	133	5,53-106,00 €	<a href="http://vinoteca.lu">vinoteca.lu</a>

Por otra parte, a la hora de comercializar bebidas alcohólicas a través de internet, hay que tener en cuenta una serie de consideraciones fiscales. En el apartado «8.2.1 Normativa fiscal» se analizan estos aspectos en mayor profundidad.

Por último, desde 2017, **ICEX y Amazon** mantienen un acuerdo de colaboración por el cual España cuenta con un espacio exclusivo para la venta de productos de origen 100 % nacional y de alta calidad. Este portal, [Foods and Wines from Spain](http://Foods and Wines from Spain), se encuentra disponible en los cinco *marketplaces* que tiene la compañía en Europa, entre ellos [amazon.fr](http://amazon.fr) y [amazon.de](http://amazon.de). Tanto Amazon Francia como Alemania distribuyen en Luxemburgo, por lo que puede ser una buena alternativa para las empresas que decidan entrar en este mercado.

## 8. Acceso al mercado – Barreras

En este apartado se analizan las barreras de acceso al mercado, tanto las barreras arancelarias como las no arancelarias, que el exportador español debe tomar en consideración para abordar el mercado luxemburgués.

### 8.1. Barreras arancelarias

Luxemburgo es miembro de la Unión Europea y forma parte del Mercado Único Europeo, lo que permite la libre circulación de mercancías, personas y capitales entre los Estados miembros. Por ello, **en el mercado luxemburgués no existen barreras arancelarias para las empresas españolas.**

### 8.2. Barreras no arancelarias

#### 8.2.1. Normativa fiscal

En lo que se refiere a la normativa fiscal, el principal gravamen que se aplica sobre el precio del vino en Luxemburgo es el IVA, que varía en función de la graduación alcohólica. **El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) es del 14 % para vinos tranquilos con graduación menor a 13º y del 17 % para aquellos con una graduación superior, así como vinos espumosos<sup>19</sup>.**

Por otro lado, **las accisas no se aplican ni a los vinos tranquilos ni a los espumosos.** En la tabla 9 se resumen dicha normativa fiscal.

**TABLA 9: IVA Y ACCISAS EN FUNCIÓN DEL TIPO DE VINO EN 2022.**

*En porcentaje y euros por hectolitro.*

	IVA	Accisas
Vinos tranquilos ( $\leq 13^\circ$ )	14 %	0 €/hl
Vinos tranquilos ( $> 13^\circ$ )	17 %	0 €/hl
Otras bebidas fermentadas y espumosos	17 %	0 €/hl
Productos intermedios ( $\leq 15^\circ$ )	17 %	47,0998 €/hl
Productos intermedios ( $> 15^\circ$ )	17 %	66,9313 €/hl

<sup>19</sup> <https://douanes.public.lu/content/dam/douanes/fr/accises/Taux-Accises-LU-2022-02.pdf>

Fuente: Aduanas de Luxemburgo

En lo que se refiere a la normativa fiscal del canal *online*, desde el 1 de julio de 2021 la UE establece que **la venta intracomunitaria a distancia de mercancías deberá tributar en el país de destino**. Para ello, la Agencia Tributaria española pone a disposición el [modelo 035](#) que permite registrar las ventas a distancia realizadas en otros Estados miembros.

En el caso de las accisas, las mercancías sujetas a este tipo gravamen pueden circular dentro de la UE entre depositarios autorizados en régimen suspensivo y, posteriormente, es el depositario el que aplica el impuesto especial. Para introducir bebidas alcohólicas en Luxemburgo se puede<sup>20</sup>:

- Solicitar una autorización como depositario autorizado (*entrepotitaire agréé*).
- Solicitar una autorización como destinatario o expedidor registrado (*destinataire/ expéditeur enregistré*).
- Contactar con una empresa que ya cuente con dicha autorización (generalmente distribuidores o importadores locales).

## 8.2.2. Etiquetado

**El mercado vitivinícola en Luxemburgo sigue la normativa europea en materia de etiquetado**, por lo que la etiqueta de los vinos es igual que en España. En cualquier caso, esta deberá incluir el tipo de uva, su origen, el año de la cosecha, la graduación alcohólica, la cantidad de vino contenida y la bodega que embotella. Además, también se deberán indicar los sulfitos.

Para más información, se pueden consultar las siguientes directivas y reglamentos europeos:

- Directiva [2003/89/CE](#) acerca del etiquetado de sulfitos.
- Reglamento [\(CE\) N.º 607/2009](#) y el Reglamento de Ejecución [\(UE\) N.º 579/2012](#) sobre etiquetado las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas.

Además, la Unión Europea pone a disposición un portal sobre el [etiquetado del vino y determinados productos vitivinícolas](#).

<sup>20</sup> <https://guichet.public.lu/fr/entreprises/marche-international/intra-ue/echanges-intra-ue/entrepotitaire-destinataire-accises.html>

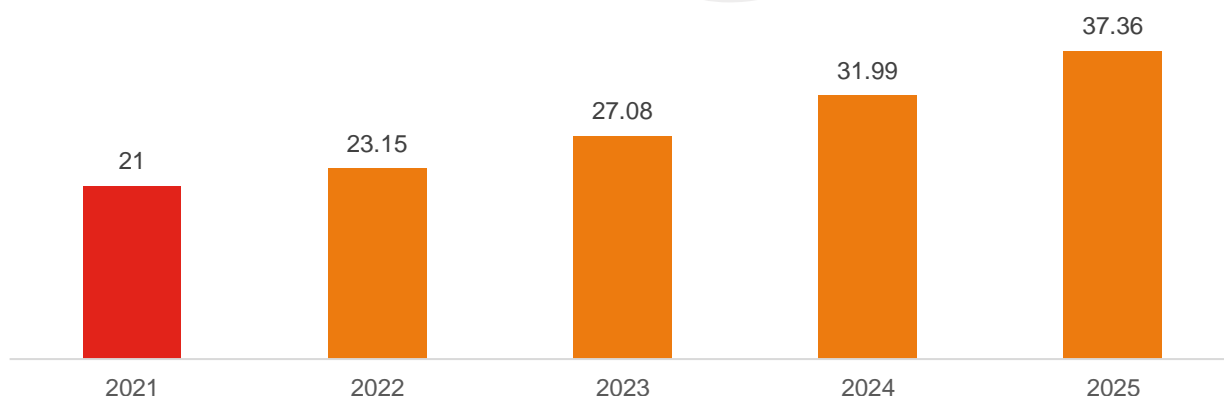
## 9. Perspectivas del sector

**El mercado del vino en Luxemburgo es un mercado maduro.** Como se observa de las importaciones, en los últimos cinco años la demanda de vino internacional en volumen se ha mantenido prácticamente constante (0,4 %). En cambio, sí se observa un crecimiento del valor de las importaciones (23,3 %) gracias a la venta de vinos con mayor valor añadido.

Además, las tendencias del mercado muestran que, por un lado, los luxemburgueses buscan nuevos vinos que sean más respetuosos con el medioambiente. Por otro, se observa una creciente demanda de productos a través de internet.

Es por ello por lo que **las perspectivas para este sector son de un crecimiento paulatino del valor del vino consumido y no tanto del volumen total.** Esto quiere decir que los vinos de mayor calidad reemplazarán a aquellos de calidades inferiores. Es de prever que en los próximos años los **vinos orgánicos**, así como otros formatos como el *bag-in-box* ganen mayor peso en el mercado.

**GRÁFICO 10: PERSPECTIVAS DE LAS VENTAS POR INTERNET DE VINO EN LUXEMBURGO\***  
En millones de euros



\* En naranja se muestran las previsiones. Fuente: Statista

Asimismo, **se espera que el mercado continúe digitalizándose** y que se adapte así al canal *online*, que cada vez es más empleado en Luxemburgo. En 2022, las ventas por internet de vino se esperan que alcancen los 23,15 millones de euros y, en 2025, hasta los 37,36 Mill. €, un crecimiento respecto al año 2021 del 10 y 78 %, respectivamente (ver gráfico 10).

Finalmente, cabe destacar que se espera que la producción de **vino local** continúe aumentando, gracias a las iniciativas nacionales y al creciente demanda de vinos locales en el país.

## 10. Oportunidades

La competitividad y madurez del mercado del vino en Luxemburgo limitan las oportunidades para las empresas españolas. Los importadores que operan en él apenas introducen nuevos vinos en sus catálogos y optan por los vinos más demandados. Esto coloca a los vinos franceses por delante de los vinos de otros países, como los españoles. Además, el limitado número de restaurantes de gastronomía española dificulta la introducción de nuevos productos en el canal HORECA. No obstante, se pueden encontrar algunas oportunidades.

El **canal online** es una de las alternativas para abordar este mercado. La compra de vino por internet ha crecido notablemente tras la pandemia y se espera que siga creciendo, al menos durante los próximos tres años. No obstante, hay que tener en cuenta la normativa fiscal de la Unión Europea en materia de venta a distancia de bebidas alcohólicas, especialmente en el caso del IVA y las accisas. Asimismo, para este canal se recomienda no solo elaborar una estrategia de posicionamiento *web*, sino también una estrategia en redes sociales con el fin de aumentar el tráfico dentro de la propia página y prestigiar los vinos españoles. En cualquier caso, los vinos que se ofrezcan deberán ser de alta calidad.

Los **vinos orgánicos** son un nicho donde aún pueden existir oportunidades para los vinos españoles. El número de referencias de este tipo de vinos ha aumentado en los últimos años y, de continuar esta tendencia, la demanda de estos productos aumentará.

Tanto el tamaño como la posición geográfica del país permiten abordar el mercado luxemburgués por extensión desde países fronterizos como Bélgica, Alemania o Francia, aunque existen ciertas diferencias con los consumidores de estos países. El consumidor medio luxemburgués tiene una mayor renta per cápita y, en muchos casos, es muy conocedor del mundo del vino. Por ello, la calidad y los precios de los productos demandados en Luxemburgo son en general superiores y, por consiguiente, el portafolio de vinos ofrecidos debe de ser diferente.

En definitiva, **Luxemburgo es un mercado pequeño que ofrece oportunidades limitadas para las empresas españolas.**



## 11. Información práctica

### 11.1. Ferias

#### EXPOVIN\*

**Periodicidad:** Anual

**Última edición:** Mayo de 2019

**Organizador:** Expovin Asbl  
8 rue du Pont  
L-6773 – Grevenmacher  
Tel.: +352 7505451

**Página web:** [expovin.lu](http://expovin.lu)

\* Suspendida tras la pandemia



### 11.2. Organizaciones y asociaciones de interés

#### FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES VITIVINÍCOLAS

**Dirección:** 23, route de Trèves  
L-6793 Grevenmacher  
Luxemburgo

**Teléfono:** +352 75 01 39  
**E-mail:** [wnzer@pt.lu](mailto:wnzer@pt.lu)

**Página web:** [vins-cremants.lu/vigneron/federation-des-associations-viticoles/](http://vins-cremants.lu/vigneron/federation-des-associations-viticoles/)

#### ASOCIACIÓN LUXEMBURGUESA DE SOMMELIERS

**Dirección:** BP 24,  
L-6101 Junglinster  
Luxemburgo

**Teléfono:** -  
**E-mail:** [info@sommelier.lu](mailto:info@sommelier.lu)





Página web: [sommelier.lu](http://sommelier.lu)

## HORESCA – FEDERACIÓN NACIONAL DE HOSTELEROS, RESTAURADORES Y CAFETEROS DEL GRAN DUCADO DE LUXEMBURGO

**Dirección:** 7, rue Alcide de Gasperi  
L-1615  
Luxemburgo

**Teléfono:** +352 42 13 55 1  
**E-mail:** [horesca@pt.lu](mailto:horesca@pt.lu)

**Página web:** [horesca.lu](http://horesca.lu)

### 11.3. Publicaciones del sector

Vinorama.lu

Enlace: [vinorama.lu](http://vinorama.lu)

ICEX

## 12. Anexos

### ANEXO 1: TOP 10 PRINCIPALES PROVEEDORES DE VINO (2204) DE LUXEMBURGO EN VALOR

En millones de euros

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2016/2021
1. Francia	42,57	46,27	47,86	50,17	46,82	53,99	26,9 %
2. Bélgica	27,79	28,25	31,44	33,22	31,94	36,35	30,8 %
3. Italia	11,01	11,46	11,58	11,98	10,31	13,75	24,9 %
4. Portugal	8,69	9,96	10,71	10,42	10,28	11,06	27,3 %
5. España	3,75	4,53	4,58	4,41	3,75	4,87	29,8 %
6. Alemania	6,70	5,86	7,18	6,01	4,51	4,56	-32,0 %
7. Austria	0,23	0,23	0,25	0,26	0,23	0,40	78,3 %
8. Sudáfrica	0,51	0,55	0,57	0,57	0,69	0,39	-24,4 %
9. Países Bajos	0,26	0,26	0,28	0,23	0,28	0,28	6,8 %
10. Reino Unido	0,51	0,08	1,21	0,10	0,05	0,23	-54,9 %
<b>Total</b>	<b>102,58</b>	<b>108,03</b>	<b>116,27</b>	<b>117,91</b>	<b>109,48</b>	<b>126,43</b>	<b>23,3 %</b>

Fuente: Eurostat

**ANEXO 2: TOP 10 PRINCIPALES PROVEEDORES DE VINO (2204) DE LUXEMBURGO EN VOLUMEN**

*En millones de litros*

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2016/2021
<b>1. Francia</b>	6,29	6,17	6,19	6,24	5,91	6,15	-2,3 %
<b>2. Bélgica</b>	4,74	4,83	5,15	5,48	5,46	5,65	19,3 %
<b>3. Portugal</b>	4,14	4,21	4,38	4,33	4,34	4,42	6,7 %
<b>4. Italia</b>	2,92	3,20	2,94	2,82	2,10	2,74	-6,0 %
<b>5. Alemania</b>	2,88	2,40	2,26	2,30	1,68	1,77	-38,6 %
<b>6. España</b>	0,91	0,95	0,96	0,85	0,73	1,70	87,6 %
<b>7. Austria</b>	0,02	0,02	0,03	0,02	0,02	0,10	438,2 %
<b>8. Países Bajos</b>	0,03	0,05	0,05	0,04	0,04	0,04	16,9 %
<b>9. Sudáfrica</b>	0,05	0,05	0,05	0,04	0,05	0,03	-45,0 %
<b>10. Bulgaria</b>	0,01	0,02	0,03	0,01	0,01	0,01	-5,6 %
<b>Total</b>	<b>22,54</b>	<b>22,41</b>	<b>22,70</b>	<b>22,74</b>	<b>20,76</b>	<b>22,64</b>	<b>0,4 %</b>

Fuente: Eurostat

## ANEXO 3: STORE CHECK EN SUPERMERCADOS

## VINO TINTO

Nombre del vino español	Añada	Precio
Cune Reserva Rioja	2016	14,40 €
Marqués Riscal Rioja Reserva	2016	17,20 €
Barón de Rey Gran Reserva	2015	20,20 €
Faustino I Gran Reserva	2011	23,20 €
Conde de San Cristobal 880m	2018	23,20 €
Marqués de Cáceres Crianza	2016	9,90 €
Marqués de Cáceres Reserva	2016	18,20 €
Juglar del Rey	2019	6,40 €
Protos Ecológico Tempranillo	2019	13,70 €
Protos 27	2019	23,20 €
Nombre del vino francés	Añada	Precio
Jardins de la Livree Châteauneuf du Pape	2020	14,20 €
Château de Vaudieu Châteauneuf du Pape	2016	29,75 €
Château Kirwan Margaux	2019	63,00 €
Prieure de l'Église	2019	17,65 €
Château Latour à Pomerol	2016	74,50 €
La Dame de Gaffelière	2016	27,25 €
Wolfberger Pinot Noir	2020	7,30 €
Les Charmes de la Belle Etoile	2018	5,26 €
Château le Paradis	2018	7,95 €
Château Chantalouette Pomerol	2017	22,20 €
Nombre del vino italiano	Añada	Precio
La Segreta Il Rosso	2019	10,15 €
Terre Nere Etna	2019	18,20 €
Villa Antinori	2019	18,20 €
Chianti Ricasoli	2019	12,40 €
Chainti Superiore Ricasoli	2017	14,20 €
Epicuro Salice Salentino Riserva	-	7,35 €
Epicuro Primitivo di Manduria	2019	7,35 €
Apollonio Copertino Riserva Divoto	2012	29,20 €
Apollonio Terragnolo Negroamaro Salento	2017	11,20 €
Il Grande Silenzio Montepulciano d'Abruzzo	2019	8,70 €
Nombre del vino portugués	Añada	Precio
Andreza Touriga	2016	9,15 €
Andreza Grande Reserva	2015	19,20 €
Periquita Reserva	2020	7,70 €
Trinca Bolotas Alentejo	2020	8,20 €
Conventual Reserva	2020	8,50 €
Esporão Alandra	2020	8,50 €

 Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en los *store checks*



## VINO BLANCO

Nombre del vino español	Añada	Precio
Marqués de Riscal Verdejo	2020	8,70 €
El Coto	2020	6,90 €
Viñas del Vero Somontano	2021	4,32 €
Nombre del vino francés	Añada	Precio
Chanson Bourguignonne Chardonnay	2016	11,20 €
Les Chamierres Pouilly-Fumé	-	12,20 €
Domaine du Père Caboché Châteauneuf-du-Pape	2020	18,20 €
En Grands Champs Sancerre	2020	23,70 €
Bleu de Mer	2020	6,16 €
Nombre del vino italiano	Añada	Precio
Tommasi Le Rosse Pinot Grigio	2020	8,45 €
Rivera Preludio No. 1 Chardonnay	2020	8,75 €
Doppio Passo Grillo	2021	7,70 €
Nombre del vino portugués	Añada	Precio
Aldega Mayor	-	8,60 €
Esporão Reserva Branco	2020	12,40 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en los *store checks*

## VINO ROSADO

Nombre del vino español	Añada	Precio
El Coto	2021	6,90 €
Marqués de Riscal	2020	7,95 €
Barón de Ley	2021	6,80 €
Faustino V rosé	2021	8,25 €
Marqués de Cáceres	2021	8,80 €
Nombre del vino francés	Añada	Precio
M.Minuty	2021	14,20 €
Château Canadel	2021	12,95 €
Château Coussin	2021	10,40 €
Château Gairoird	2021	9,35 €
Nombre del vino italiano	Añada	Precio
Epicuro Prodotto Rosato	-	7,35 €
Santa Cristina	2020	9,75 €
Doppio Passo Primitivo	2021	7,70 €
Cerasuolo d'Abruzzo Rosato	-	9,40 €
Nombre del vino portugués	Añada	Precio
Casal Garcia	-	3,62 €
JP Azeitão	2020	3,20 €
Matheus The Original	-	3,77 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en los *store checks*



## VINO ESPUMOSO

Nombre del vino español	Añada	Precio
Freixenet Cordon Negro	-	5,24 €
Freixenet Ice	-	8,25 €
Freixenet Rosado Extra Seco	-	5,60 €
Freixenet Semiseco	-	5,50 €
Nombre del vino francés	Añada	Precio
Moët & Chandon Imperial Brut	-	32,75 €
Moët & Chandon Ice Imperial	-	58,00 €
Bernard-Massard Curvée de l'Ecusson Brut	-	9,55 €
Bernard-Massard Brut	-	10,10 €
Mumm Cordon Rouge Brut	-	26,25 €
Deutz Brut	-	37,75 €
Nombre del vino italiano	Añada	Precio
Mionetto Prosecco Valdobbiadene Superiore	-	8,60 €
Mionetto Prosecco Rosé	-	8,60 €
Mionetto Prosecco Treviso Frizzante	-	8,10 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en los *store checks*

## ANEXO 4: STORE CHECK EN RESTAURANTES

## VINO TINTO

Nombre del vino español	Añada	Precio
Marqués de Riscal Proximo Rioja	2016	13,00 €
Marqués de Cáceres Gran Reserva	-	30,00 €
Baron de Ley Reserva	-	20,00 €
Protos Reserva	2015	34,00 €
Gomez de Segura Reserva	-	24,00 €
Familia Torres Grans Muralles	1996	195,00 €
Parés Baltà Mas Elena	2013	35,00 €
Vega Sicilia Alion	2001	125,00 €
Vega Sicilia Pintia	2005	90,00 €
Álvaro Palacios Finca Dofí	1996	95,00 €
Nombre del vino francés	Añada	Precio
Château Condat Saint-Émilion Grand Cru	-	36,00 €
Château Montrose 2ème Cru Classé	-	295,00 €
Château de Bertineau – François Janoueix	2011	29,50 €
Crozes Hermitage Les Entrefaux	-	31,00 €
Perrin « Nature » BIO	2011	25,00 €
Cairanne « Peyre Blanche »	2019	27,00 €
Château Haut-Marbuzet Cru Bourgeois	2010	90,00 €
Les Goudelettes – Antonin Guyon	-	44,00 €
Château Valandraud Saint-Émilion Grand Cru	2004	695,00 €
Domaine Pierre André Châteauneuf-du-Pape	-	46,00 €
Nombre del vino italiano	Añada	Precio
Cascina Chicco Langhe Nebbiolo	2020	28,00 €
Cascina Chicco Barolo Rocche Di Casteletto	2017	43,00 €
Confini Chianti Classico	2014	35,00 €
Chianti Classico Riserva	2013	55,00 €
Soldera Brunello di Montalcino Riserva	1998	195,00 €
Ornellaia Le Serre Nuove	2008	75,00 €
Ornellaia Le Volte	2014	49,00 €
Sordo Dolcetto d'Alba	2012	30,00 €
Mánara Primitivo	2014	25,00 €
San Bastiano Grignolino del Monferrato Casalese	2012	30,00 €
Nombre del vino portugués	Añada	Precio
Ramos Pinto Duas Quintas	2019	25,00 €
Alqueve Reserva	-	28,00 €
Flor de Maio Mayflower	2015	25,00 €
Ribeiro Santo Reserva	2011	39,00 €
Quinta de La Rosa Colheita Port	2014	40,00 €
Quinta do Passadouro Colheita	2013	40,00 €

 Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en los *store checks*

## VINO BLANCO

Nombre del vino español	Añada	Precio
12 Lunas Blanco	2020	22,00 €
Basa Blanco	2018	26,00 €
Nombre del vino francés	Añada	Precio
Chablis Droin	-	35,00 €
Chablis Les Clos Grand Cru	2020	28,00 €
Saint Véran en Faux	2020	33,00 €
Domaine Roger Sabon Châteauneuf-du-Pape	2012	95,00 €
Domaine due Pégau Châteauneuf-du-Pape	2011	140,00 €
Nombre del vino italiano	Añada	Precio
Cascina Chicco Roero Arneis Anterisio	2020	29,00 €
Cantina di Soave Villa Rasina	2013	25,00 €
Ronchi di Manzano Friulano	2013	45,00 €
Nombre del vino portugués	Añada	Precio
Alqueve tradicional	-	18,50 €
Alqueve Syrah	-	39,00 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en los *store checks*

## VINO ROSADO

Nombre del vino español	Añada	Precio
El Coto	2020	13,00 €
Marqués de Cáceres Excellens Rioja Rosé	2020	17,00 €
Hacienda López de Haro Rosado	2014	25,00 €
Nombre del vino francés	Añada	Precio
Domaine de la Mordorée La Dame Rousse Tavel Rosé	2021	30,00 €
Château de Fesles La Chapelle	2012	35,00 €
Château le Pas du Loup Bordeaux Rosé	2013	25,00 €
Château Miraval	2015	45,00 €
Nombre del vino italiano	Añada	Precio
Pratello Sant'Emiliano Chiaretto Rosé	-	27,00 €
Montepulciano d'Abruzzo (Bio)	2018	27,00 €
Rosato di Toscana Sbrancato	2018	29,00 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en los *store checks*





## VINO ESPUMOSO

Nombre del vino francés	Añada	Precio
Baron S Brut	-	60,00 €
Moët & Chandon Brut	-	90,00 €
Henri Giraud Code Noir	-	175,00 €
Henri Giraud Multivintage	-	220,00 €
Henri Giraud Multivintage Rosé	-	230,00 €
Louis Roederer Cristal	2000	495,00 €
Nombre del vino italiano	Añada	Precio
Prosecco di Carlo Doc Treviso	-	38,00 €
Prosecco Iris Doc Maraus Millesime Brut	2014	48,00 €
Ponte Villoni Prosecco DOC	-	38,00 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en los *store checks*

# 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](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones