
2020



El mercado de alimentación y bebidas en Malta

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Roma

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

24 de septiembre de 2020
Roma

Este estudio ha sido realizado por
Javier Zamora López

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

<http://italia.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-20-020-9

El mercado de alimentación y bebidas en la República de Malta tiene como uno de sus rasgos más influyentes el escaso tamaño de su población, que en 2019 se ha estimado en 514.564 habitantes, y que supone una limitación en la demanda potencial. Sin embargo, diversos indicadores comerciales, económicos y sociales publicados por la *National Statistics Office* (NSO) y Comisión Europea, entre otros, sitúan a Malta como un destino atractivo. A continuación, se exponen las principales características del mismo:

- La reducida extensión territorial de Malta afecta directamente a la cantidad de terreno disponible cultivable, la cual, según el informe de *Friends of Earth Malta, Agrokatrina Report*, no es superior a 11.689 hectáreas. A esto, hay que añadir la dificultad para el acceso al agua, principalmente en el período estival, debido a la inexistencia de ríos en todo el país. Esto supone que la producción nacional de alimentos y bebidas sea limitada, llegando a un valor €105 millones en 2019, y sin poder bastecer a más del 15% de la demanda nacional.
- Dada la escasa producción nacional, Malta debe importar la gran mayoría de los productos que consumen. Las importaciones de productos agroalimentarios y bebidas en 2019 ascendieron hasta los €641 millones, lo que representa un 85% de todo el mercado alimentario y de bebidas de Malta.
- Las partidas arancelarias más recurrentes en la importación maltesa durante 2019 fueron “*Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos*”, que representan un 16,03% de las importaciones totales; “*Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre*”, que representan un 12,30% y “*Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería*”, que representan un 9,87%.
- Por otro lado, el valor de las exportaciones de Malta cayeron en el período de 2019 un 30,21% con respecto al año anterior, llegando hasta los €246 millones y siendo Japón y Corea del Sur los principales destinos de sus exportaciones. La partida arancelaria más destacada fue “*Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos*”, que representa un 57,4% respecto al valor que aglutinan todas las partidas arancelarias.
- Por el lado de la oferta, el sector se encuentra dominado por empresas nacionales ya que el 99,4% de las 2.763 empresas que operan en el sector son de propiedad maltesa. Existe, a su vez, una cantidad desproporcionada de microempresas dada la atomización derivada de las prácticas tradicionales de producción. Por lo que el modelo de distribución maltés se caracteriza por la existencia de pequeños comercios donde las figuras del importador, exportador y mayorista están representadas en numerosas ocasiones por sociedades unipersonales.
- Atendiendo al comportamiento del consumidor, en base a diferentes estudios realizados por el Ministerio de Sanidad y la UE, se observa como los hábitos de los malteses, a pesar del

gran consumo de alimentos de gran aporte calórico y bebidas carbonatadas, tienden paulatinamente hacia un progresivo incremento en el consumo de fruta, verduras y cereales. Asimismo, existen nichos de mercado donde productos orgánicos y determinados tipos de hortalizas y verduras asociados con un estilo de vida saludable ofrecen oportunidades.

- Las relaciones bilaterales se han intensificado en los últimos años, si comparamos el promedio del saldo comercial del mercado de la alimentación y bebidas de los años 2011-2015 con 2016-2019, observamos un incremento del 105,41%. En 2019, tanto la importación como la exportación sufrieron un descenso, las importaciones de España a Malta se situaron en €3 millones, siendo las bebidas el capítulo más relevante con una cuota del 31%, seguido de las preparaciones a base de cereales, harinas y productos de pastelerías, mientras que las exportaciones de España a Malta descendieron hasta los €49 millones, donde predomina el capítulo relativo a carnes y despojos con una cuota del 22%, seguido de las conservas de carne o pescado.
- Entre las oportunidades destacan los productos de alimentación, procesados y en conserva, verduras, frutas, pescado procesado, bebidas alcohólicas y carne. España podría consolidar su posición como país proveedor en partidas como la carne congelada y aumentar su posición en partidas relativas a la pesca. Asimismo, nichos dentro del sector del vino como los vinos orgánicos, brisados o afrutados brindan ocasiones para las empresas españolas.
- La presencia de empresas y productos españoles en la industria de alimentación y bebidas es variada. Su entrada más habitual en el mercado maltés se produce a través de importadores y distribuidores locales.
- El turismo supone una de las principales fuentes de ingresos de Malta. Durante el período de 2019, el país recibió 2.771.888 visitantes, un 5,2% más con respecto al 2018, y España se situó en el sexto país por procedencia de turistas, suponiendo un aumento del 17,4% respecto al año anterior y estableciendo una cifra récord de visitante. Asimismo, el gasto total que los turistas realizaron fue de aproximadamente €2.200 millones. Este creciente flujo de visitantes al archipiélago requiere de un mayor abastecimiento desde el sector agroalimentario, y dado que Malta es un destino de escala para grandes cruceros, representaría oportunidades principalmente en el sector de la hostelería y de la restauración.
- El país más representativo en el comercio maltés es, por antonomasia, Italia. Esto se debe a su situación geográfica, que le otorga una ventaja competitiva logísticamente, y los lazos políticos e históricos. Es por ello que destaca como líder en la exportación en quince de los veintidós capítulos del sector de alimentación y bebidas, y es el principal proveedor del archipiélago maltés de productos agroalimentarios con una cuota del 34% por un 6% de España.



- Las campañas publicitarias y las estrategias de marketing de las empresas alimenticias fueron un factor decisivo en el incremento del consumo de alimentos más calóricos y bebidas, así como la proliferación de locales de comida rápida.

Tomando en consideración estas características, a pesar de que el mercado maltés se encuentre limitado geográficamente, su dependencia, a falta de mejoras tecnológicas disruptivas, de la importación y su estabilidad económica, social y política, hacen del sector de alimentación y bebidas un destino atractivo con oportunidades para las empresas españolas.

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

