



El mercado del vino en Finlandia

iCEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Helsinki

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



5 de diciembre de 2018
Helsinki

Este estudio ha sido realizado por
Cristina Guedán de la Lastra

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Helsinki.

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

NIPO: 060-18-042-8



Tradicionalmente, Finlandia ha sido un país consumidor de vinos blancos, pero en la actualidad se consume más vino tinto que blanco. En 2017, el vino tinto representó el 43% de las ventas totales de vino y el vino blanco representó el 39%. Los vinos espumosos son también muy populares entre los consumidores finlandeses: incluyendo el cava, representan casi un 12% en ventas.

Si bien el consumo total del vino enfrentó su madurez y estancamiento en 2017, las categorías de vino rosado y espumoso han experimentado un crecimiento dinámico al considerarse aún como novedosas. Se prevé que la demanda para estas categorías siga creciendo en el futuro.

En la actualidad, el vino representa un 11% del total del mercado de las bebidas alcohólicas vendidas en Finlandia en términos de volumen, y el 19% en términos de valor. Según los datos, en 2017 las ventas de vino representaron un total de 62,7 millones de litros y 989,3 millones de euros.

Puesto que la producción de vino en Finlandia es prácticamente inexistente debido a las condiciones climáticas del país, prácticamente la totalidad del vino que se consume en Finlandia es de importación. España se sitúa entre los principales países importadores de vino: ocupa la cuarta posición en términos de valor y la segunda en términos de volumen. Sus principales competidores son Francia, Italia, Chile y Australia.

Las empresas importadoras españolas se enfrentan a las siguientes oportunidades y amenazas en el mercado finlandés:

Oportunidades

- Popularidad del vino español: especialmente tintos y cava
- Mejora de la economía
- Mayor conocimiento del consumidor finlandés sobre el vino
- Interés por gastronomía española

Amenazas

- Asociación con vino barato
- Competencia de vinos del nuevo mundo
- Altos impuestos
- Escasa presencia en sector HoReCa
- Monopolio de venta al por menor de Alko

Cabe destacar que Finlandia es el país con el impuesto especial más alto sobre el alcohol dentro de la U.E., lo que encarece el producto de forma considerable. Por ello, desde hace años, un factor de peso dentro del mercado son las importaciones privadas de bebida alcohólicas desde Estonia y Letonia, ciudades a las que viajan los finlandeses para conseguir alcohol más barato.

La venta de alcohol en el país se caracteriza por estar muy restringida. Alko Oy, es el único con derecho de venta al por menor de bebidas alcohólicas que contienen más de 5,5% alcohol etílico en volumen. Para vender los vinos a través de Alko, se recomienda hacerlo mediante un agente o importador, debido a la complejidad y lentitud del proceso de selección.



Para acceder al sector HoReCa, que representa solo el 10% de las ventas de vino del mercado finlandés, las actividades de importación, distribución y ventas de las bebidas alcohólicas están liberalizadas. Las ventas a distancia de bebidas alcohólicas (por internet), también están liberalizadas.

Cabe añadir que, en enero de 2018, entró en vigor la nueva ley sobre el alcohol que permite la venta de bebidas con hasta un 5,5% de alcohol en los supermercados; anteriormente, solo podían venderse bebidas con una graduación máxima del 4,7%. Como consecuencia, muchas marcas de vino han empezado a sacar vinos de baja graduación o sin alcohol para poder venderlos en los supermercados.

Al tratarse de un mercado que se caracteriza por un ansia constante de novedades, el número de referencias en Alko ha aumentado notablemente en los últimos años. Están especialmente interesados en introducir vinos de uvas autóctonas menos conocidas y de producción ecológica, vegana y comercio justo. También se interesan por los vinos con historias sobre sus orígenes o sobre las personas detrás del producto.

Además, para que los consumidores comiencen a ver el vino como un artículo de consumo diario, los productores intentan asociarlo con la dieta mediterránea e incluyen en sus etiquetas y descripciones recomendaciones de alimentos para acompañarlos.

Puesto que Finlandia no es un país tradicional de vino, los consumidores son muy poco fieles a determinadas marcas y no tienen una fuerte preferencia por los vinos tradicionales. Sus decisiones de compra están muy influenciadas por los medios de comunicación y por otros aspectos que en mercados de vino tradicionales no tienen tanta importancia como la etiqueta, el diseño de la botella, el nombre del vino. Por ejemplo, los vinos en formato bag-in-box y en botellas con tapón metálico de rosca, son preferidos por muchos finlandeses.

Los vinos españoles cuentan con un gran reconocimiento dentro del mercado finlandés. Todos los vinos económicos se venden bien, sobre todo la categoría del vino tinto con D.O. Rioja y Ribera del Duero. Entre los vinos blancos españoles, destacan los provenientes de Galicia de la uva albariño. El Cava va ganando popularidad y, actualmente, ha conseguido superar en ventas al Prosecco. El vino rosado español es desconocido.

En general, puesto que los vinos blancos y rosados españoles no son muy conocidos dentro del mercado finlandés, pero son segmentos que se encuentran en crecimiento, podrían representar oportunidades de crecimiento para las empresas españolas dispuestas a llevar a cabo un gran esfuerzo de promoción para darse a conocer en el mercado.

Se puede concluir que el mercado finlandés presenta un gran número de oportunidades para los vinos españoles. Se recomienda aumentar la organización de catas, especialmente para profesionales, también del monopolio Alko, y las actividades de promoción, puesto que son necesarias en este mercado para competir con países como Italia y Francia.

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

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es

