

MERCADO: **NORUEGA**

Exportaciones de vinos argentinos a NORUEGA								
Ranking del destino para Argentina			29					
Año	FOB (U\$S)		Litros		Precio promedio		Participación en litros	
	Valor	Variación %	Volumen	Variación %	FOB (U\$S) por litro	Variación %	Granel	Fraccionado
2019	3,103,073		948,466		3.27		5.06%	94.94%
2020	3,442,741	10.95%	1,045,203	10.20%	3.29	0.68%	11.48%	88.52%
2021	3,893,290	13.09%	1,116,074	6.78%	3.48	5.91%	15.05%	84.95%

NOTAS

- **Mercado:**

- La balanza comercial de la partida 2204 situó a Noruega como un importador neto de vino, situándose como el decimoséptimo importador mundial de vino a pesar del reducido tamaño del mercado, atendiendo a su número de habitantes (5,4 millones de personas).
- En 2020, todas las subpartidas arancelarias crecieron a doble dígito. Por un lado, el popular formato bag-in-box (41,6% volumen) se situó, por primera vez, como líder del mercado en volumen, mientras que el vino envasado (concentró el 60,2% valor) mantuvo su liderazgo en facturación. Por otro lado, el nicho de vinos espumosos perdió cuota de mercado tanto en volumen como en valor, mientras que el vino a granel creció por encima de la categoría.
- Por origen de importación, Francia (32,5% valor) continuó con el liderazgo de la categoría en valor mientras que Italia hizo lo propio en volumen (29,2%). España se situó en tercera posición en ambos rankings (8,6% valor; 9,8% volumen.) seguido muy de cerca por Alemania (8,3% valor; 8,8% volumen).
- Los vinos del Nuevo Mundo fueron ganando representación en valor, liderados por Chile y Australia y, muy recientemente, por Estados Unidos.
- El precio medio por litro experimentó una caída coyuntural debido al crecimiento del formato bag-in-box, a pesar de que el mercado tiende a la premiumización. Francia registró el precio medio por litro más elevado, , seguido por Austria, Italia, Alemania, España.
- Los segmentos más demandados en 2020 por orden de facturación fueron vinos tranquilos (con una cuota del 87,7%), vinos espumosos (11,2%); vinos fortificados (1%) y vinos de frutas (0,1%). Dentro de estas categorías, el vino tinto registró la cifra de ventas más alta, seguido por el segmento de vino blanco y el resto de los vinos espumosos. Desde 2016, la estructura de la categoría se ha mantenido estable y las cuotas asociadas a cada segmento apenas han variado.

- **Demanda:**

- El mercado de las bebidas alcohólicas en Noruega es maduro, muy regulado y sometido a altos gravámenes que buscan limitar el consumo excesivo de alcohol. En 2020, el consumo per cápita de vino ascendió a 23,7 litros anuales y su ingesta fue más popular entre las mujeres.
- Existen tres factores que condicionan la demanda:
 - El estricto marco legal del alcohol que regula el funcionamiento del Monopolio minorista establece impuestos especiales para la compra de alcohol y limita la disponibilidad y el acceso a las bebidas alcohólicas; el vino pertenece al Grupo 2 y, en consecuencia, puede comprarse en Vinmonopolet y consumirse en HORECA a partir de los 18 años.
 - El reto logístico que supone la longitud y accidentada orografía de Noruega.
 - Y los hábitos cotidianos y experiencias turísticas. En Noruega se sigue un esquema de comidas en el que la “cena” es la principal ingesta del día. A diario tienen lugar tres o cuatro comidas: un desayuno ligero; el llamado lunch de media mañana; la “cena”, comida principal del día (entre las 17:00 y las 19:00); y, en ocasiones, un pequeño tentempié antes de acostarse. Estos horarios reducen las posibilidades de consumir vino como maridaje. No es frecuente acompañar las bebidas con aperitivos, motivo por el que muchos noruegos prefieren vinos ligeros, fáciles de tomar.
- La publicidad de bebidas alcohólicas destinada al consumidor final está totalmente prohibida. Sí se permite, por ejemplo, publicar anuncios informativos en revistas especializadas, la presencia de información fáctica en el punto de venta o que los miembros del canal horeca recomienden maridajes en su menú.
- En cuanto a los atributos más valorados por el consumidor, los demandantes prefieren:
 - Vinos con precios intermedios y bajos;
 - Productos sostenibles con envasado eco-friendly o elaborados siguiendo métodos respetuosos con el medio ambiente (vinos veganos, orgánicos o biodinámicos).
 - Y vinos ligeros, con sabores frescos, afrutados y bajos en azúcar.
- En cuanto al momento y lugar de consumo de vino, los noruegos practican mayoritariamente un consumo de fin de semana en sus hogares. Gradualmente, se está popularizando la ingesta entre semana acompañando las comidas, así como el consumo de vino en bares y restaurantes.
- En general, los noruegos apuestan cada vez más por formatos on-the-go, fáciles de abrir y manipular, como el vino embotellado con tapón de rosca, el vino en bag-in-box o, muy recientemente, el vino en lata.
- Los segmentos más demandados en 2020, por orden de facturación, fueron:
 - Vinos tranquilos (87,7% valor).
 - Y vinos espumosos (11,2% valor).
 - Dentro de estas categorías, el vino tinto registró la cifra de ventas más alta, seguido por el segmento de vino blanco y el resto de los vinos espumosos.
 - Por su parte, los segmentos que más crecieron tanto en volumen como en valor fueron:

- Los vinos blancos y los vinos rosados.
- La categoría de vinos orgánicos alcanzó una venta de 3,8 millones de litros, un 4,1% de la venta total en volumen de Vinmonopolet (monopolio estatal que gestiona la venta de gran parte de las bebidas alcohólicas al consumidor final), y creció a un ritmo similar al del mercado. Los segmentos más destacados dentro de la modalidad orgánica fueron vinos blancos orgánicos (+42,2% vs. 2019) y vinos rosados orgánicos (+715,7).
 - La política gubernamental en materia de bebidas alcohólicas tiene un fuerte impacto limitante sobre la demanda al imponer elevados gravámenes a la compra de bebidas alcohólicas y al restringir la accesibilidad (horario y puntos de venta) de estos productos.
 - Los países nórdicos muestran un alto grado de concienciación medioambiental e imponen altos impuestos a los envases no reciclables. Una de las particularidades de Noruega que se prevé podría afectar a la industria del vino en los próximos años es su sistema de reciclaje. Las latas y botellas tienen asociados unos tokens o PANT, que permiten a los consumidores recuperar parte del impuesto al envasado si depositan los envases reciclables en los puntos de recogida.
- **Precios**
 - Los precios del alcohol en Noruega son un 151% superiores a los de la UE y un 85,5% más altos que los de la vecina Suecia. Esto se debe a que Noruega impone altos impuestos a la compra de alcohol a través de un sistema de gravamen que depende de los litros y de la graduación del vino y del material utilizado en su envasado.
 - El impuesto medioambiental depende del material con que esté fabricado el envase de los productos. Los envases fácilmente reciclables se gravan con importes reducidos.
 - A pesar de que el mercado presenta una oferta cada vez más premium, los noruegos todavía consumen intensivamente vinos situados en rangos de precios intermedios y bajos.
- **Canales de distribución**
 - La venta de vino en Noruega tiene lugar, mayoritariamente, a través del canal off-trade (90% volumen; 70% valor) y en menor medida a través del canal on-trade (10% volumen; 30% valor).

Fuente: Elaboración **Observatorio Vitivinícola Argentino** en base a datos de:

- ICEX: El mercado del vino en Noruega.