



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

Bélgica

Informe de mercado: 22041000 - Vino
espumoso

ARANCELES

Importación general
7.31

Importación para Argentina
7.31

Documentación exigida por la aduana local

Documento Unico Aduanero (DUA) (ver guía de negocios)

Observaciones

La legislación belga en materia de etiquetado esta basada en las directivas europeas. En ese sentido, sería conveniente que el etiquetado se realizara en los 2 idiomas principales del país (flamenco y francés), o en su defecto en inglés, con el fin de facilitar la comprensión por parte del consumidor y de hacer el producto más atractivo de cara al posible comprador.

Normativa específica aplicable:

? Reglamento 607/2009 por el que se establecen determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento 479/2008 en lo que atañe a las denominaciones de origen e



Embajada de la República Argentina

Reino de Bélgica

indicaciones geográficas protegidas, a los términos tradicionales, al etiquetado y a la presentación de determinados productos vitivinícolas.

? Reglamento 753/2002 que fija determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento 1493/1999 en lo que respecta a la designación, denominación, presentación y protección de determinados productos vitivinícolas.

Reglamento 607/2009:
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R0607&rid=3>

Reglamento 753/2002:
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002R0753&rid=1>

Para mas informacion, ver guia de negocios.

ARANCEL PAGADO POR PRINCIPALES ORÍGENES COMPETIDORES

País/Región	Arancel	Acuerdo
-------------	---------	---------



Embajada de la República Argentina

Reino de Bélgica

Chile	0.00	Acuerdo Libre Comercio
Sudáfrica	0.00	SADC EPA States Agreement
Estados Unidos	7.31	

CIFRAS TOTALES DE IMPORTACIONES DEL PRODUCTO

Año	Unidad	Cantidad	Monto
2013	Tonelada	422.50	371470000.00
2014	Tonelada	42796.10	360634000.00
2015	Tonelada	39579.60	264719000.00
2016	Tonelada	38017.00	252031000.00
2017	Tonelada	40871.00	277902000.00

CIFRA IMPORTACIONES DESDE ARGENTINA (5 AÑOS)

Año	Producto	Unidad	Cantidad	Monto
2013	Vino espumoso	Tonelada	13.10	40000.00
2014	Vino espumoso	Tonelada	39.60	154000.00
2015	Vino espumoso	Tonelada	38.60	99000.00



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

2016	Vino espumoso	Tonelada	40.50	147000.00
2017	Vino espumoso	Tonelada	37.00	177000.00

RANKING DE ORÍGENES DE IMPORTACIÓN CON CIFRAS DE IMPORTACIONES TOTALES

Nro Orden	País/Región	Origen	Cantidad	Monto
1	Francia	Tonelada	10513.00	159789000.00
2	España	Tonelada	20354.00	68504000.00
3	Italia	Tonelada	5428.00	24854000.00
4	Alemania	Tonelada	1177.00	8551000.00
5	Países Bajos	Tonelada	1772.00	7612000.00

PRECIOS DE MERCADO DEL PRODUCTO

Moneda	Precio	Descripción
EUR	26.99	Vranken Brut  Reserve champ
EUR	36.99	Veuve Clicqu  mpagne brut
EUR	23.39	Moet&Chand  mpagne
EUR	10.49	Ziegler, cré  lsace
EUR	3.99	Lambrusco, C  osé



Embajada de la República Argentina

Reino de Bélgica

EUR	6.99	Clairette de C		usseux
EUR	13.85	Martini, prem		osecco
EUR	8.15	Freixenet, Cc		egro

DETALLE

Canales de Comercialización

72% en los supermercados

25% en Horeca (Hoteles, Restaurantes,...)

CIFRAS DE PRODUCCIÓN LOCAL

Año	Unidad	Cantidad
2015	Litro	1025499.00
2016	Litro	753030.00
2017	Litro	845078.00

CIFRAS DE CONSUMO LOCAL TOTAL

Año	Unidad	Cantidad
2016	Litro	26.26



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

Recomendaciones para el exportador argentino

El mercado belga es una plaza muy exigente en materia de calidad del producto y competitividad de precios. El alto nivel de vida de su población (en particular en la Región de Flandes) y su importante poder adquisitivo hace del consumidor belga un comprador muy exigente, no sólo en cuanto a la calidad del producto sino también a su envasado, presentación, etc.

La competencia en el mercado local es feroz y las plazas vacantes son pocas y difíciles de tomar, en particular por la fuerte presencia de los vinos franceses y españoles. No obstante, la apertura y la curiosidad de los compradores belgas son factores favorables. En ese sentido, el mercado está abierto al desarrollo de productos innovadores, pero para ello resulta necesario sensibilizar a los consumidores, bien sea a través de campañas, demostraciones y/o precios de lanzamiento del producto.

De acuerdo a lo manifestado por los importadores contactados, los vinos argentinos se venden bien y su consumo está en aumento. Dentro de la gama de vinos del ?Nuevo Mundo? o ?Exóticos?, los vinos argentinos



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

representan entre un 10 y un 12% de las ventas, vendiéndose más en Flandes y un poco menos en Bruselas. En la región de Valonia, en cambio, predominan los vinos franceses.

Hace poco más de cinco años, cuando los vinos del 'Nuevo Mundo' ganaron espacio en el mercado local, Argentina quedó rezagada. En este segmento la competencia chilena es fuerte. Se nota que han realizado una mayor 'inversión' pública y privada en materia de difusión y que la misma se ha sostenido en el tiempo. Es por esta razón que en las góndolas de los supermercados belgas se constata una mayor presencia de vinos chilenos, tanto en cantidad de botellas como de marcas. No obstante, los vinos argentinos vienen ganando terreno. Si analizamos nuestros productos a la luz de la ecuación calidad/precio, son difíciles de equiparar. En este contexto, la evolución de la paridad euro/dólar-peso juega también un papel alentador adicional, no menor.

Por todo esto, las presentaciones/degustaciones que se han llevado a cabo en los últimos años son fundamentales, y deben repetirse. Sus resultados merecen seguimiento, y no debe abandonarse la estrategia, todo lo contrario,



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

incrementarse. Una fórmula deseable sería repetir estas experiencias no sólo en Bruselas sino también en las regiones, y que éstas tengan una adecuada difusión.

En términos generales, el pueblo belga mantiene una imagen positiva de nuestro país. En una cadena de asociación, al pensar en Argentina siguen la secuencia ¿lugar lejano-naturaleza-Patagonia-Pampa-carne-tango?. Sería ideal poder sumar nuestros vinos a esta cadena de valor, y asociarlo en futuras degustaciones a nuestra carne y nuestra tierra/paisajes. La prensa especializada y la difusión en los medios juegan un rol destacado en esta tarea, por lo que no deberían descartarse las invitaciones periódicas a nuestro país de los representantes de diversos medios. La distribución en francés, neerlandés o inglés de material sobre vinos argentinos -ya sea de revistas especializadas argentinas o folletos de difusión- sería una contribución importante para despertar la curiosidad inicial necesaria para probar el producto.

A las bodegas se les recomienda sobre todo estar presentes físicamente en los mercados, multiplicando su presencia a



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

través de participaciones en ferias, eventos culturales en los que se puedan ofrecer vinos argentinos, organizar degustaciones/catas privadas. También es útil designar un representante que pueda conectarlos con los canales de distribución, supermercados/mayoristas y que pueda entablar contactos y mantener de forma intensiva esos contactos con potenciales socios.

Las ferias siguen siendo un lugar importante para los encuentros, en particular en el sector de la hotelería, restaurantes y cafeterías (sector Horeca). Su participación en la distribución de vino en Bélgica es del 25%, mientras que el resto queda en manos de los supermercados. Participar en estas ferias resulta fundamental para la promoción de nuestros vinos.

Otro factor a tener en cuenta a la hora de promocionar los vinos es que los belgas muestran un gran interés por los consejos publicados en la prensa. La prensa belga dedica un lugar considerable al vino y a la gastronomía, por lo que los operadores locales de vino son cada vez más proclives a realizar operaciones de promoción. Al igual que en muchos



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

otros mercados, la estrategia de prensa es indisociable de la estrategia de imagen y de promoción de la marca. Tampoco debería descartarse la promoción en escuelas de hotelería pues en Bélgica existen varias y de excelente calidad. El hecho de dar a conocer los vinos de nuestro país a sus alumnos es otra estrategia que puede resultar benéfica en el largo plazo.

Por su parte, la Embajada Argentina estará siempre presente apoyando la realización de eventos para posibilitar la exhibición de nuestros productos. Esa presencia, que debería ser complementaria a la realización de degustaciones privadas destinadas exclusivamente al sector profesional y prensa, y la participación en ferias como ?Megavino?, son costos que vale la pena asumir.

En cuanto a las cuestiones más prácticas, los potenciales importadores locales contactados sugirieron el envío de una presentación de la bodega, detallando la oferta exportable con las características del vino, especificaciones técnicas, fecha de entrega, volumen mínimo de exportación, etc. Cabe destacar que las empresas belgas aprecian el envío de



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

muestras para testear el producto y poder hacerse una opinión sobre el mismo. También precisaron la necesidad de modernizar los packagings, en particular para el mercado flamenco, sensible al diseño innovador y abierto a los vinos del 'Nuevo Mundo', mientras que el mercado francófono sigue apreciando las etiquetas tradicionales.

Para concluir, es claro que la ampliación de la presencia de los vinos argentinos en el mercado belga no es tarea fácil: se trata de un mercado altamente competitivo y en cierta medida saturado. El desarrollo del producto debe corresponderse con una estrategia de presencia constante y perseverante, y la detección de nichos (como el de los vinos orgánicos) con posibilidades de crecimiento.

Otro aspecto a considerar es que Bélgica puede servir perfectamente como puerta de entrada de los vinos argentinos a la UE, especialmente luego del Brexit. En ese caso, las ventas al Reino Unido que hoy tienen como destino final la Europa continental podrían ser introducidas directamente al territorio de la UE vía el puerto de Amberes, segundo puerto de Europa y cuarto puerto del mundo respecto del tráfico de



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

contenedores gestionado. En ese sentido, si bien Bélgica es un mercado pequeño, no debe menospreciarse el rol que puede cumplir como puerto de entrada de nuestros productos al mercado de la UE en su conjunto.

Por último y tal como se mencionó anteriormente el mercado belga puede considerarse selecto y exigente, por lo que una posible estrategia para el vino argentino podría ser la producción de vinos de buena calidad y con unas características especiales. Posteriormente, su introducción en Bélgica podría realizarse buscando el apoyo de la buena imagen de los productos argentinos gracias a las opiniones de la prensa especializada, los éxitos gastronómicos de Argentina en el mundo y el conocimiento cada vez mayor de nuestro país por parte del consumidor belga.

Por todo ello, se recomienda aprovechar las ganas de experimentar y probar cosas nuevas por parte de una población que se presenta como curiosa. Los factores que impulsan la compra de vinos en Bélgica se centran en: ofertas económicas, más información acerca de los vinos y sus regiones y una mayor disponibilidad en los restaurantes, casi



Embajada de la República Argentina

Reino de Bélgica

monopolizados por vinos franceses.

También se recomienda establecer una estrategia adecuada de precios, aprovechar el turismo estacional en Argentina para publicitar la calidad de nuestros vinos con una clara unión con la cocina argentina, promover las recomendaciones a través de los críticos y aumentar las promociones en los puntos de venta, algo a lo que los belgas son muy aficionados.



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

Bélgica

Informe de mercado: 22042100 - Vinos
excluidos espumosos; mostos de uva
c/fermentación cortada p/añadido de
alcohol, en envases $\leq$ a 2 l.

ARANCELES

Importación general
7.31

Importación para Argentina
7.31

Documentación exigida por la aduana local

Documento Unico Aduanero (DUA) (ver guía de negocios)

Observaciones

La legislación belga en materia de etiquetado esta basada en las directivas europeas. En ese sentido, sería conveniente que el etiquetado se realizara en los 2 idiomas principales del país (flamenco y francés), o en su defecto en inglés, con el fin de facilitar la comprensión por parte del consumidor y de hacer el producto más atractivo de cara al posible comprador.

Normativa específica aplicable:

? Reglamento 607/2009 por el que se establecen



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento 479/2008 en lo que atañe a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas, a los términos tradicionales, al etiquetado y a la presentación de determinados productos vitivinícolas.

? Reglamento 753/2002 que fija determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento 1493/1999 en lo que respecta a la designación, denominación, presentación y protección de determinados productos vitivinícolas.

Reglamento 607/2009:
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R0607&rid=3>

Reglamento 753/2002:
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002R0753&rid=1>

Para mas informacion, ver guia de negocios.

ARANCEL PAGADO POR PRINCIPALES ORÍGENES COMPETIDORES



Embajada de la República Argentina

Reino de Bélgica

País/Región	Arancel	Acuerdo
Chile	0.00	Acuerdo Libre comercio
Sudáfrica	0.00	SADC EPA States Agreement
Estados Unidos	7.31	

CIFRAS TOTALES DE IMPORTACIONES DEL PRODUCTO

Año	Unidad	Cantidad	Monto
2013	Tonelada	207381.00	885886000.00
2014	Tonelada	193466.00	837649000.00
2015	Tonelada	174884.00	635835000.00
2016	Tonelada	172447.00	638326000.00
2017	Tonelada	181346.00	683406000.00

CIFRA IMPORTACIONES DESDE ARGENTINA (5 AÑOS)

Año	Producto	Unidad	Cantidad	Monto
2013	Vinos excl...	Tonelada	2490.00	10194000.00
2014	Vinos excl...	Tonelada	2440.00	10266000.00



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

2015	Vinos excl...	Tonelada	2547.00	9527000.00
2016	Vinos excl...	Tonelada	2571.00	9418000.00
2017	Vinos excl...	Tonelada	2305.00	9199000.00

RANKING DE ORÍGENES DE IMPORTACIÓN CON CIFRAS DE IMPORTACIONES TOTALES

Nro Orden	País/Región	Origen	Cantidad	Monto
1	Francia	Tonelada	92912.00	383288000.00
2	Italia	Tonelada	14122.00	56811000.00
3	Portugal	Tonelada	10832.00	41816000.00
4	España	Tonelada	11108.00	38361000.00
5	Países Bajos	Tonelada	12441.00	35350000.00

PRECIOS DE MERCADO DEL PRODUCTO

Moneda	Precio	Descripción
EUR	6.99	Trivento Resc  albec ARG
EUR	6.99	Casillero del  Carmenere CHI
EUR	6.49	Chateau Frar  te 2015, Bordea
EUR	14.99	Marques de F  Reserva 13, ESP



Embajada de la República Argentina

Reino de Bélgica

EUR	6.99	Fuzion Alta P		igio Blanc, ARG
EUR	3.99	Colchagua V		as Puertas Char
EUR	5.99	Righetti soav		eto DOC
EUR	3.99	Lisboa IGT, E		entos Ros
EUR	4.79	Aragon, Vina		ero rosado

DETALLE

Canales de Comercialización

72% en los supermercados

25% en Horeca (Hoteles, Restaurantes,...)

CIFRAS DE PRODUCCIÓN LOCAL

Año	Unidad	Cantidad
2015	Litro	1025499.00
2016	Litro	753030.00
2017	Litro	845078.00

CIFRAS DE CONSUMO LOCAL TOTAL

Año	Unidad	Cantidad
-----	--------	----------



2016

Litro

26.26

LISTADO DE IMPORTADORES CHEQUEADOS DEL PAÍS/REGIÓN

Código

Nombre

IMPEBELG1537

VANDENBUSSCHE WINES

Recomendaciones para el exportador argentino

El mercado belga es una plaza muy exigente en materia de calidad del producto y competitividad de precios. El alto nivel de vida de su población (en particular en la Región de Flandes) y su importante poder adquisitivo hace del consumidor belga un comprador muy exigente, no sólo en cuanto a la calidad del producto sino también a su envasado, presentación, etc.

La competencia en el mercado local es feroz y las plazas vacantes son pocas y difíciles de tomar, en particular por la fuerte presencia de los vinos franceses y españoles. No obstante, la apertura y la curiosidad de los compradores



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

belgas son factores favorables. En ese sentido, el mercado está abierto al desarrollo de productos innovadores, pero para ello resulta necesario sensibilizar a los consumidores, bien sea a través de campañas, demostraciones y/o precios de lanzamiento del producto.

De acuerdo a lo manifestado por los importadores contactados, los vinos argentinos se venden bien y su consumo está en aumento. Dentro de la gama de vinos del ?Nuevo Mundo? o ?Exóticos?, los vinos argentinos representan entre un 10 y un 12% de las ventas, vendiéndose más en Flandes y un poco menos en Bruselas. En la región de Valonia, en cambio, predominan los vinos franceses.

Hace poco más de cinco años, cuando los vinos del ?Nuevo Mundo? ganaron espacio en el mercado local, Argentina quedó rezagada. En este segmento la competencia chilena es fuerte. Se nota que han realizado una mayor ?inversión? pública y privada en materia de difusión y que la misma se ha sostenido en el tiempo. Es por esta razón que en las góndolas de los supermercados belgas se constata una mayor presencia de vinos chilenos, tanto en cantidad de botellas como de marcas. No obstante, los vinos argentinos vienen



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

ganando terreno. Si analizamos nuestros productos a la luz de la ecuación calidad/precio, son difíciles de equiparar. En este contexto, la evolución de la paridad euro/dólar-peso juega también un papel alentador adicional, no menor.

Por todo esto, las presentaciones/degustaciones que se han llevado a cabo en los últimos años son fundamentales, y deben repetirse. Sus resultados merecen seguimiento, y no debe abandonarse la estrategia, todo lo contrario, incrementarse. Una fórmula deseable sería repetir estas experiencias no sólo en Bruselas sino también en las regiones, y que éstas tengan una adecuada difusión.

En términos generales, el pueblo belga mantiene una imagen positiva de nuestro país. En una cadena de asociación, al pensar en Argentina siguen la secuencia ¿lugar lejano-naturaleza-Patagonia-Pampa-carne-tango?. Sería ideal poder sumar nuestros vinos a esta cadena de valor, y asociarlo en futuras degustaciones a nuestra carne y nuestra tierra/paisajes. La prensa especializada y la difusión en los medios juegan un rol destacado en esta tarea, por lo que no deberían descartarse las invitaciones periódicas a nuestro



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

país de los representantes de diversos medios. La distribución en francés, neerlandés o inglés de material sobre vinos argentinos -ya sea de revistas especializadas argentinas o folletos de difusión- sería una contribución importante para despertar la curiosidad inicial necesaria para probar el producto.

A las bodegas se les recomienda sobre todo estar presentes físicamente en los mercados, multiplicando su presencia a través de participaciones en ferias, eventos culturales en los que se puedan ofrece vinos argentinos, organizar degustaciones/catas privadas. También es útil designar un representante que pueda conectarlos con los canales de distribución, supermercados/mayoristas y que pueda entablar contactos y mantener de forma intensiva esos contactos con potenciales socios.

Las ferias siguen siendo un lugar importante para los encuentros, en particular en el sector de la hotelería, restaurantes y cafeterías (sector Horeca). Su participación en la distribución de vino en Bélgica es del 25%, mientras que el resto queda en manos de los supermercados. Participar en



Embajada de la República Argentina

Reino de Bélgica

estas ferias resulta fundamental para la promoción de nuestros vinos.

Otro factor a tener en cuenta a la hora de promocionar los vinos es que los belgas muestran un gran interés por los consejos publicados en la prensa. La prensa belga dedica un lugar considerable al vino y a la gastronomía, por lo que los operadores locales de vino son cada vez más proclives a realizar operaciones de promoción. Al igual que en muchos otros mercados, la estrategia de prensa es indisociable de la estrategia de imagen y de promoción de la marca. Tampoco debería descartarse la promoción en escuelas de hotelería pues en Bélgica existen varias y de excelente calidad. El hecho de dar a conocer los vinos de nuestro país a sus alumnos es otra estrategia que puede resultar benéfica en el largo plazo.

Por su parte, la Embajada Argentina estará siempre presente apoyando la realización de eventos para posibilitar la exhibición de nuestros productos. Esa presencia, que debería ser complementaria a la realización de degustaciones privadas destinadas exclusivamente al sector profesional y prensa, y la



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

participación en ferias como ?Megavino?, son costos que vale la pena asumir.

En cuanto a las cuestiones más prácticas, los potenciales importadores locales contactados sugirieron el envío de una presentación de la bodega, detallando la oferta exportable con las características del vino, especificaciones técnicas, fecha de entrega, volumen mínimo de exportación, etc. Cabe destacar que las empresas belgas aprecian el envío de muestras para testear el producto y poder hacerse una opinión sobre el mismo. También precisaron la necesidad de modernizar los packagings, en particular para el mercado flamenco, sensible al diseño innovador y abierto a los vinos del ?Nuevo Mundo?, mientras que el mercado francófono sigue apreciando las etiquetas tradicionales.

Para concluir, es claro que la ampliación de la presencia de los vinos argentinos en el mercado belga no es tarea fácil: se trata de un mercado altamente competitivo y en cierta medida saturado. El desarrollo del producto debe corresponderse con una estrategia de presencia constante y perseverante, y la detección de nichos (como el de los vinos orgánicos) con



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

posibilidades de crecimiento.

Otro aspecto a considerar es que Bélgica puede servir perfectamente como puerta de entrada de los vinos argentinos a la UE, especialmente luego del Brexit. En ese caso, las ventas al Reino Unido que hoy tienen como destino final la Europa continental podrían ser introducidas directamente al territorio de la UE vía el puerto de Amberes, segundo puerto de Europa y cuarto puerto del mundo respecto del tráfico de contenedores gestionado. En ese sentido, si bien Bélgica es un mercado pequeño, no debe menospreciarse el rol que puede cumplir como puerto de entrada de nuestros productos al mercado de la UE en su conjunto.

Por último y tal como se mencionó anteriormente el mercado belga puede considerarse selecto y exigente, por lo que una posible estrategia para el vino argentino podría ser la producción de vinos de buena calidad y con unas características especiales. Posteriormente, su introducción en Bélgica podría realizarse buscando el apoyo de la buena imagen de los productos argentinos gracias a las opiniones de la prensa especializada, los éxitos gastronómicos de



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

Argentina en el mundo y el conocimiento cada vez mayor de nuestro país por parte del consumidor belga.

Por todo ello, se recomienda aprovechar las ganas de experimentar y probar cosas nuevas por parte de una población que se presenta como curiosa. Los factores que impulsan la compra de vinos en Bélgica se centran en: ofertas económicas, más información acerca de los vinos y sus regiones y una mayor disponibilidad en los restaurantes, casi monopolizados por vinos franceses.

También se recomienda establecer una estrategia adecuada de precios, aprovechar el turismo estacional en Argentina para publicitar la calidad de nuestros vinos con una clara unión con la cocina argentina, promover las recomendaciones a través de los críticos y aumentar las promociones en los puntos de venta, algo a lo que los belgas son muy aficionados.



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

Bélgica

Informe de mercado: 22042900 - Vinos
excluidos espumosos; mostos de uva
c/fermentación cortada p/añadido de
alcohol, en envases > a 2 l.

ARANCELES

Importación general
7.31

Importación para Argentina
7.31

Documentación exigida por la aduana local

Documento Unico Aduanero (DUA) (ver guía de negocios)

Observaciones

La legislación belga en materia de etiquetado esta basada en las directivas europeas. En ese sentido, sería conveniente que el etiquetado se realizara en los 2 idiomas principales del país (flamenco y francés), o en su defecto en inglés, con el fin de facilitar la comprensión por parte del consumidor y de hacer el producto más atractivo de cara al posible comprador.

Normativa específica aplicable:

? Reglamento 607/2009 por el que se establecen



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento 479/2008 en lo que atañe a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas, a los términos tradicionales, al etiquetado y a la presentación de determinados productos vitivinícolas.

? Reglamento 753/2002 que fija determinadas disposiciones de aplicación del Reglamento 1493/1999 en lo que respecta a la designación, denominación, presentación y protección de determinados productos vitivinícolas.

Reglamento 607/2009:
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R0607&rid=3>

Reglamento 753/2002:
<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002R0753&rid=1>

Para mas informacion, ver guia de negocios.

ARANCEL PAGADO POR PRINCIPALES ORÍGENES COMPETIDORES



Embajada de la República Argentina

Reino de Bélgica

País/Región	Arancel	Acuerdo
Chile	0.00	Acuerdo Libre comercio
Sudáfrica	0.00	SADC EPA States Agreement
Estados Unidos	7.31	

CIFRAS TOTALES DE IMPORTACIONES DEL PRODUCTO

Año	Unidad	Cantidad	Monto
2013	Tonelada	82282.00	129934000.00
2014	Tonelada	78871.00	129400000.00
2015	Tonelada	84200.00	109926000.00
2016	Tonelada	84110.00	108280000.00
2017	Tonelada	64468.00	79111000.00

CIFRA IMPORTACIONES DESDE ARGENTINA (5 AÑOS)

Año	Producto	Unidad	Cantidad	Monto
2013	Vinos excl...	Tonelada	432.00	553000.00
2014	Vinos excl...	Tonelada	842.00	935000.00



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

2015	Vinos excl...	Tonelada	1746.00	1719000.00
2016	Vinos excl...	Tonelada	1764.00	1911000.00
2017	Vinos excl...	Tonelada	925.00	1127000.00

RANKING DE ORÍGENES DE IMPORTACIÓN CON CIFRAS DE IMPORTACIONES TOTALES

Nro Orden	País/Región	Origen	Cantidad	Monto
1	Francia	Tonelada	8709.00	25669000.00
2	Alemania	Tonelada	12117.00	14072000.00
3	España	Tonelada	14392.00	8976000.00
4	Sudáfrica	Tonelada	8434.00	5521000.00
5	Estados Unidos	Tonelada	5486.00	5032000.00

PRECIOS DE MERCADO DEL PRODUCTO

Moneda	Precio	Descripción
EUR	11.99	Le Cuvelier, 3l 
EUR	12.99	Vino da Tavo  aretto, 3l
EUR	14.49	Central Valley  Puertas, 3l, Chile
EUR	13.49	Western Cap  nin Blanc, South



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

EUR

15.99

Vers le sud C



, 2013 Rosé

DETALLE

Canales de Comercialización

72% en los supermercados

25% en Horeca (Hoteles, Restaurantes,...)

CIFRAS DE PRODUCCIÓN LOCAL

Año	Unidad	Cantidad
2015	Litro	1025499.00
2016	Litro	753030.00
2017	Litro	845078.00

CIFRAS DE CONSUMO LOCAL TOTAL

Año	Unidad	Cantidad
2016	Litro	26.26

Recomendaciones para el exportador argentino

El mercado belga es una plaza muy exigente en materia de



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

calidad del producto y competitividad de precios. El alto nivel de vida de su población (en particular en la Región de Flandes) y su importante poder adquisitivo hace del consumidor belga un comprador muy exigente, no sólo en cuanto a la calidad del producto sino también a su envasado, presentación, etc.

La competencia en el mercado local es feroz y las plazas vacantes son pocas y difíciles de tomar, en particular por la fuerte presencia de los vinos franceses y españoles. No obstante, la apertura y la curiosidad de los compradores belgas son factores favorables. En ese sentido, el mercado está abierto al desarrollo de productos innovadores, pero para ello resulta necesario sensibilizar a los consumidores, bien sea a través de campañas, demostraciones y/o precios de lanzamiento del producto.

De acuerdo a lo manifestado por los importadores contactados, los vinos argentinos se venden bien y su consumo está en aumento. Dentro de la gama de vinos del ?Nuevo Mundo? o ?Exóticos?, los vinos argentinos representan entre un 10 y un 12% de las ventas, vendiéndose más en Flandes y un poco menos en Bruselas. En la región de Valonia, en cambio, predominan los vinos franceses.



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

Hace poco más de cinco años, cuando los vinos del ?Nuevo Mundo? ganaron espacio en el mercado local, Argentina quedó rezagada. En este segmento la competencia chilena es fuerte. Se nota que han realizado una mayor ?inversión? pública y privada en materia de difusión y que la misma se ha sostenido en el tiempo. Es por esta razón que en las góndolas de los supermercados belgas se constata una mayor presencia de vinos chilenos, tanto en cantidad de botellas como de marcas. Asimismo, Chile cuenta con un acuerdo de libre comercio, lo que lo exime de pagar aranceles. No obstante, los vinos argentinos vienen ganando terreno. Si analizamos nuestros productos a la luz de la ecuación calidad/precio, son difíciles de equiparar.

A las bodegas se les recomienda sobre todo estar presentes físicamente en los mercados, multiplicando su presencia a través de participaciones en ferias, eventos culturales en los que se puedan ofrece vinos argentinos, organizar degustaciones/catas privadas. También es útil designar un representante que pueda conectarlos con los canales de distribución, supermercados/mayoristas y que pueda entablar contactos y mantener de forma intensiva esos contactos con potenciales socios. Una fórmula deseable sería repetir estas



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

experiencias no sólo en Bruselas sino también en las regiones, y que éstas tengan una adecuada difusión.

Las ferias siguen siendo un lugar importante para los encuentros, en particular en el sector de la hotelería, restaurantes y cafeterías (sector Horeca). Su participación en la distribución de vino en Bélgica es del 25%, mientras que el resto queda en manos de los supermercados. Participar en estas ferias resulta fundamental para la promoción de nuestros vinos.

Otro factor a tener en cuenta a la hora de promocionar los vinos es que los belgas muestran un gran interés por los consejos publicados en la prensa. La prensa belga dedica un lugar considerable al vino y a la gastronomía, por lo que los operadores locales de vino son cada vez más proclives a realizar operaciones de promoción. Al igual que en muchos otros mercados, la estrategia de prensa es indisociable de la estrategia de imagen y de promoción de la marca. Tampoco debería descartarse la promoción en escuelas de hotelería pues en Bélgica existen varias y de excelente calidad. El hecho de dar a conocer los vinos de nuestro país a sus alumnos es otra estrategia que puede resultar benéfica en el largo plazo.



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

También se recomienda establecer una estrategia adecuada de precios, aprovechar el turismo estacional en Argentina para publicitar la calidad de nuestros vinos con una clara unión con la cocina argentina, promover las recomendaciones a través de los críticos y aumentar las promociones en los puntos de venta, algo a lo que los belgas son muy aficionados.

Por su parte, la Embajada Argentina estará siempre presente apoyando la realización de eventos para posibilitar la exhibición de nuestros productos. Esa presencia, que debería ser complementaria a la realización de degustaciones privadas destinadas exclusivamente al sector profesional y prensa, y la participación en ferias como ?Megavino?, son costos que vale la pena asumir.

En cuanto a las cuestiones más prácticas, los potenciales importadores locales contactados sugirieron el envío de una presentación de la bodega, detallando la oferta exportable con las características del vino, especificaciones técnicas, fecha de entrega, volumen mínimo de exportación, etc. Cabe destacar que las empresas belgas aprecian el envío de muestras para testear el producto y poder hacerse una opinión sobre el mismo. También precisaron la necesidad de modernizar los packagings, en particular para el mercado



Embajada de la República Argentina Reino de Bélgica

flamenco, sensible al diseño innovador y abierto a los vinos del 'Nuevo Mundo', mientras que el mercado francófono sigue apreciando las etiquetas tradicionales.

Para concluir, es claro que la ampliación de la presencia de los vinos argentinos en el mercado belga no es tarea fácil: se trata de un mercado altamente competitivo y en cierta medida saturado. El desarrollo del producto debe corresponderse con una estrategia de presencia constante y perseverante, y la detección de nichos (como el de los vinos orgánicos o los vinos rosados) con posibilidades de crecimiento.

Otro aspecto a considerar es que Bélgica puede servir perfectamente como puerta de entrada de los vinos argentinos a la UE, especialmente luego del Brexit. En ese caso, las ventas al Reino Unido que hoy tienen como destino final la Europa continental podrían ser introducidas directamente al territorio de la UE vía el puerto de Amberes, segundo puerto de Europa y cuarto puerto del mundo respecto del tráfico de contenedores gestionado. En ese sentido, si bien Bélgica es un mercado pequeño, no debe menospreciarse el rol que puede cumplir como puerto de entrada de nuestros productos al mercado de la UE en su conjunto.