El bag-in-box ya no es granel

miércoles 15 de enero de 2014

ESCRITO POR MADRID

El volumen mundial de ventas de bag-in-box es una incógnita, ya que sus ventas exteriores se contabilizan en aduanas como vino a granel, según la actual normativa de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) que incluye en ese apartado todos los envases superiores a dos litros. Pese a ello, consultoras como Euromonitor International consideran que sus ventas se incrementaron un 6% en 2012 y no paran de crecer, especialmente en la vieja Europa y en Iberoamérica, además de en Australia o Sudáfrica donde ya está plenamente consolidado. Sin embargo, la popularización de este envase se frena en el Sudeste Asiático y los países emergentes de Iberoamérica, que aún optan por la tradicional botella de 0,75 litros.

La imagen del bag-in-box ha ido cambiando a la par que las estadísticas. En España comienza a entenderse que unos recipientes herméticos realizados con cartón y con un pequeño grifo abajo pueden ser la solución para guardar, con todas las garantías, el vino que sobra de una celebración y aguantar varios días en perfectas condiciones. Pero la moda ha venido de arriba. Suecos, noruegos y daneses, y también australianos y franceses y, cada vez, más británicos, han hecho del bag-in-box un estilo de vida.

En la V edición de la World Bulk Wine Exhibition, que se celebró en Ámsterdam en noviembre, el bag-in-box se convirtió en la estrella de un evento en el que se ofertaban cerca de 30 millones de hectolitros de vino a granel y en la que participaron 176 empresas llegadas de 15 países de Europa, América, África y Oceanía. En este evento, las ventas de bag-in-box crecieron como la espuma. Además, en esta ocasión, el director general de la OIV, Federico Castellucci, anunciaba la creación de un nuevo capítulo estadístico, que se una a los tradicionales de vino envasado, vino espumoso y vino a granel, con los envases que van desde dos a 10 litros, considerados granel hasta

este momento y mezclados en un batiburrillo donde conviven los vinos más básicos con aquellos otros que tienen un plus como denominación varietal, indicación geográfica protegida o denominación de origen o son envasados en recipientes más grandes porque así lo exige el consumidor.

Castellucci anunciaba de esta forma un primer paso, que implica a las Aduanas de todo el mundo, para contar con datos fiables sobre este tipo de vinos que se subdividirán, además, hasta su puesta en marcha definitiva en 2017, en bag-in-box de dos a cinco litros y de seis hasta diez litros. El círculo se cerraría si, como ya hace el Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV) en nuestro país, se contabilizan aparte los vinos a granel que cuentan con alguno de los pluses antes citados.

El porcentaje de vinos a granel exportados en el mundo ascendió en 2012 a 35 millones de hectolitros, un 40% del total de vino comercializado, de los que alrededor del 20% podrían ser envasados en bag-in-box, y generó un volumen de negocio de 3.300 millones de euros, según datos de la OIV.

Franceses, chilenos y sudafricanos, especialmente, pero también productores de cualquier rincón del mundo son conscientes del importante valor añadido que generan las ventas en bag-in-box, especialmente en los países escandinavos, pero también en Reino Unido y Estados Unidos. Datos del OEMV constatan, según una conferencia pronunciada por su director general Rafael del Rey, en Madrid, que frente al precio medio de 0,80 euros al que se compraba a nivel mundial el vino a granel en el interanual a junio de 2013, Noruega pagaba una media de 2,04 euros por 2,02 euros de Australia, 1,66 euros de Finlandia, 1,57 euros de Suecia o 1,22 euros de Dinamarca. Suiza, Bélgica, Japón o Reino Unido superaban también el nivel del euro por litro y Estados Unidos se acercaba bastante. Este incremento del precio se vincula claramente con el vino vendido en bag-in-box o con algún plus como la denominación varietal o la certificación ecológica.

¿Y qué hace España?

España ha llegado un poco tarde, con algunas excepciones, a este mercado. Muchas operaciones en los países escandinavos se nos escapan porque los consumidores de allí tienen clara, en buena medida, su predilección por este tipo de envases a los que se

opone, en su reglamento, la Denominación de Origen Calificada Rioja, la más conocida e internacional de nuestras enseñas. Con ello se pierde una oportunidad de negocio entre pudientes propietarios de yates de recreo suecos que encuentran en Francia, Australia, Chile o Sudáfrica lo que Rioja, al menos por ahora, no ofrece.

La empresa Mamerto de la Vara, ubicada en la localidad valenciana de Cheste, es una de las más entusiastas a la hora de vender sus vinos, generalmente licorosos, en bag-in-box. Su director gerente, Ángel de la Vara, asegura que es difícil competir en este segmento con la calidad de vinos que existen en zonas como Jerez o Montilla-Moriles, "pero el bag-in-box nos ha abierto un hueco interesante en países como Bélgica donde vendemos bien el moscatel, además de mistelas y vermús".

La empresa levantina, que produce anualmente más de dos millones de litros y saca al mercado unas 350.000 botellas, reparte el resto de su elaboración entre el granel puro y duro y el bag-in-box al que van a parar alrededor de medio millón de litros en envases de tres y cinco litros. Su moscatel licoroso se cotiza por encima de los 2,30 euros, pero también exporta en este tipo de envases tintos de tempranillo y blancos de macabeo a zonas como la República Checa, ávida también del consumo en bag-in-box.

Sin embargo, el bag-in-box es un sistema de envasado que no ha calado mucho entre los bodegueros de España e Italia. En el caso de nuestro país, el consumidor, en general, desconfía de la calidad de un envase que hasta ahora ha sido utilizado para la venta de vinos muy básicos y de otros productos como la sangría o el tinto de verano, según la percepción que tienen fabricantes de este tipo de embalajes como Smurfit Kappa.

Suecia, según datos facilitados por Florence Decock, directora de Marketing de Smurfit Kappa, utiliza el bag-in-box en las ventas de grandes superficies en el 56% de sus ventas que ascienden a algo más de cien millones de litros, mientras Australia se queda en el 54% del vino consumido, Noruega en el 48%, Francia en el 29%, Dinamarca y Estados Unidos en el 20% y Rusia y Reino Unido en torno al 10%, mientras en España supone solo un 3% y en Italia es apenas un poco más del 1%.

La mayor parte de las compras suecas las acaparan empresas sudafricanas con más de 18 millones de litros en un listado que encabeza la marca Umbala, seguida de Zumbali Chenin Blanc y Foot of África Chenin Blanc. La marca estadounidense Somezin Zinfandel coloca en el país escandinavo casi cuatro millones de litros, la alemana Tre Apor 2,3 millones de litros y la francesa Chenet Cabernet Sauvignon-Syrah sobre dos millones de litros. La primera marca española que aparece es Gosa Monastrell con 1,55 millones de litros en el puesto 13º. Se trata de un vino elaborado con etiqueta ecológica bajo el paraguas de Vino de la Tierra de Murcia por Bodegas Juan Gil en envases de tres litros.

El mercado francés

Rolland Olvers, director de Exportación de Val D´Orbieu, una de las empresas que más vino comercializan en Francia en bag-in-box, recalca que sus principales clientes son los grandes grupos de distribución del país vecino, que comercializan varios millones de unidades con su propia marca en envases de cinco y diez litros. La exportación en bag-in-box, sin embargo, es una actividad menor para el grupo comercializador francés que totaliza alrededor de un millón de unidades en envases de 2,25 litros para Reino Unido, de tres litros en Holanda y de diez litros en el caso de Alemania.

El grupo, con sede en Narbona, está compuesto por 11 cooperativas propiedad de 2.500 socios que comercializan vino de las áreas de Ródano, Aquitania y Occitania.

El grupo ha diversificado su negocio con la venta de vinos preparados y/o aromatizados para la elaboración de cócteles que se comercializan en envases de 1,5 y tres litros. Se trata de una línea para el público joven que combina vinos rosados con aromas de pomelo o frutas, mezcla de vinos con jugos de frutas fermentadas, vinos con aguja…que son comercializados en bares, discotecas y en tiendas dirigidas a los más jóvenes.

Las exportaciones sudafricanas

Pero los auténticos reyes del bag-in-box en el mercado internacional son los sudafricanos. Las empresas exportadoras, como Orange River Cellars, ubicada en el norte de Ciudad del Cabo, al límite con el desierto del Kalahari, exportan parte de sus vinos a granel a Reino Unido donde son metidos en bag-in-box para el mercado interior o se envasan en sus instalaciones sudafricanas para vender al resto de mundo.

Orange River vende en el exterior alrededor de 50 millones de litros, de los que aproximadamente ocho millones se expiden en bag-in-box, según su director ejecutivo, Herman Cruywagen. Reino Unido absorbe aproximadamente el 20% de las ventas de este segmento. Los envases de tres y cinco litros son los más comunes para países del área africana como Botswana, Nigeria, Kenia, Ghana o Zambia. Al contrario que sus ventas de envasado o a granel donde predominan los vinos con denominación varietal, la empresa sudafricana opta en el bag-in.box por tipos de vino como blanco, rosado, vendimia tardía o blanco seco, todos ellos elaborados con castas blancas como chenin blanc, colombard, sauvignon blanc o chardonnay o tintas como cabernet sauvignon, ruby cabernet, pinotage o syrah.

Cruywagen está convencido del "presente y gran futuro que tiene el bag-in-box en el mercado internacional" y asegura que tanto en el Reino Unido, que opta por envasar en destino "vino a granel comprado a empresas como la nuestra", o los países africanos de alrededor van a incrementar sus compras de vinos en este tipo de envases "y su crecimiento puede ser espectacular".

Chile, según datos de ProChile, exportó durante 2012 alrededor de cinco millones de litros de vino a un precio medio de 2,13 dólares (1,55 euros), mientras a Finlandia envió 4,2 millones de litros a 2,02 dólares (1,47 euros), 2,6 millones de Dinamarca a 2,33 dólares (1,70 euros) y 2,25 millones a Noruega a 2,18 dólares (1,59 euros). Por su parte, la empresa San Pedro vendió en Suecia su marca Castillo de Molina, un reserva de la variedad cabernet sauvignon, a un precio medio de 3,46 dólares (2,52 euros) el litro en envases de tres litros. En esa misma línea se mueve la empresa Santa Carolina.

Incluso en países como Uruguay, con una producción nacional aproximada de cien millones de litros y una exportación, casi toda a granel, de 22 millones, el bag-in-box aporta valor añadido. Así, mientras el grueso del vino a granel en 2012 se vendió en el exterior a una media de 0,47 dólares (0,34 euros) el litro, Bodegas Traversa, uno de los

mayores productores y exportadores de vinos del país especialmente de vinos embotellados, colocó una partida de 60.000 litros en Suecia a un precio medio de 1,33 dólares (0,97 euros) el litro. Y es que el envase de cartón comienza a dar sus frutos en un mercado cada vez más global y competitivo.