Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en El Cairo

Notas Sectoriales

El mercado del vino en Egipto

ICEX

El mercado del vino en Egipto

Este estudio ha sido realizado por Manuel Gordillo bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en El Cairo

Julio 2004

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. PRODUCCIÓN LOCAL	4
3. BARRERAS ARANCELARIAS	5
4. EMPRESAS DISTRIBUIDORAS	6
5. DISTRIBUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES Y PREFERENCIAS DEL MERCADO	7
6. CONCLUSIÓN	7
7. CONTACTOS	8

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento se centra sobre el mercado del vino en Egipto. Como vinos incluiremos a vinos, tintos, blancos rosados y espumosos. Ambos vienen incluidos en la partida 22.04 del código arancelario.

El mercado egipcio del vino es un mercado muy estrecho, con pocas oportunidades significativas para el exportador español. Las razones por la que la situación es así son entre otras:

- a) Egipto es un país donde aproximadamente el 90% de la población es musulmana. El islam prohíbe el consumo del alcohol. Del conjunto de musulmanes sólo unos pocos transgreden dichas las recomendaciones. Existe un diez por ciento de la población que es cristiana ortodoxa pero cuyos hábitos de consumo, se inclinan al igual que en el caso de los transgresores que sí beben alcohol, por los licores (fundamentalmente whisky) y por las cervezas. Existe un cierto consumo de vinos por parte de la alta sociedad egipcia. El mercado se reduce a abastecer ese mercado y al colectivo de turistas.
- b) La normativa vigente egipcia hace que el vino y las bebidas alcohólicas de importación no sean accesibles al consumidor final a través de la venta directa, sino cómo detallamos más abajo, en determinados puntos de distribución.
- c) El vino español es el quinto en preferencias en el mercado egipcio. Le anteceden el vino chileno, el egipcio, el francés, el italiano y el norteamericano.
- d) El vino importado, tras los aranceles que soporta, compite en condiciones poco ventajosas frente al producto local.

Todas estas razones motivan que el mercado sea, en la actualidad, bastante desfavorable para los intereses exportadores españoles. No obstante, como se señala más adelante, existe la posibilidad de realizar alguna pequeña operación comercial.

2 PRODUCCIÓN LOCAL

Egipto es productor de vino desde hace largo tiempo. No obstante, sólo existen dos bodegas productoras que son Gianaclis Egyptian Vineyards y El Gouna Beverages. Ambas pertenecen al grupo Al Ahram Beverages empresa que tiene el monopolio sobre la producción local de vino así como de cerveza. El grupo Al Ahram Beverages Company (ABC) fue absorbido por el grupo Heineken en septiembre de 2002 por 284 millones de dólares estadounidenses, en lo que ha sido la mayor inversión en un compañía egipcia por parte de una multinacional extranjera desde los comienzos del proceso de privatización. Bajo la dirección de ABC, Gianaclis y El Gouna han fusionado sus actividades. Las marcas de Gouna, fueron incorporadas a la oferta y estrategia de marketing de Gianaclis.

La gama de vinos de Gianaclis es la siguiente:

- Chateau Grand Marquis: Variedades en blanco, rosado y tinto.
- Obelisk: Variedades en blanco, rosado y tinto.
- Omar Khayyam: Variedad en tinto.
- Cru del Ptolemees: Variedad en blanco.
- Sweet Delilah: Variedad en blanco.
- Rubis D´Egypte: Variedad en rosado.
- Aida: Vino espumoso

Estos vinos se venden en restaurantes y hoteles a un precio de entre 90 y 125 libras egipcias la botella y de entre 35 y 50 libras egipcias en comercios.

3. BARRERAS ARANCELARIAS

Aunque la República árabe de Egipto y la Unión Europea firmaron el 25 de junio de 2001 un Acuerdo de Asociación y Libre Comercio, por el cual se producirá una progresiva eliminación de las barreras comerciales de los productos industriales y agrícolas en los próximos años, el sector del vino no se verá afectado por este Acuerdo, ya que es un producto que no se encuentra recogido entre las partidas incluidas en dicha dismantelación de aranceles. De este modo, como se mencionaba al principio, existen dos factores que condicionan en grado extremo el acceso al mercado egipcio. El Decreto Presidencial Nº 300/ septiembre de 2004 no modifica los aranceles correspondientes a este sector, que se mantienen en un 3.000 % para los vinos espumosos y en 1800% para el resto. Estos aranceles se aplican para todas aquellas empresas importadoras que pretendan vender la mercancía directamente al consumidor final. Por tanto, no existe lugar en el mercado para la venta directa de vino importado al consumidor de la calle dados los aranceles prohibitivos que gravan las bebidas alcohólicas. Para la venta de bebidas alcohólicas a hoteles y restaurantes, la administración prevé un arancel menor, de sólo el 364 % más un 100 % en concepto de impuestos de venta. Este es el mercado accesible sobre el que debe concentrarse el exportador de vino.

4. EMPRESAS DISTRIBUIDORAS

En cambio hay tres empresas autorizadas por el gobierno egipcio para comprar y posteriormente distribuir bebidas alcohólicas. Estas compañías luego pueden vender a través de puntos de venta “libres de impuestos”. De las compañías, una es privada: Egyptian Duty Free Shops y otras dos son públicas: Egyptair y Misr Foreign Trade.

Sin embargo, para la venta al colectivo hostelero sólo Egyptian Duty Free Shops y Misr Foreign Trade, junto con una tercera llamada First Choice (especializada en este colectivo), son las autorizadas para el desempeño de la actividad.

Egyptian Duty Free Shops (EDFS) , fue una empresa pública que se privatizó hace tres años. Se trata de un importador poco especializado y que en lo tocante a su estrategia importadora de bebidas alcohólicas tiene tendencia a dar preferencia a la parte de licores en detrimento de la de vinos. La selección es bastante estrecha y la conforman vinos franceses, italianos, estadounidenses y chilenos. Para sus puntos de venta los precios varían entre los \$4 y los \$22. Los espumosos entre los \$26 y los \$85.

En algún momento del pasado han importado vino de origen español. Concretamente hace cuatro años importaron un contenedor con vinos espumosos. Según responsables de EDFs a fecha de enero de 2004, aún no se han comercializado todas las cajas de dicho contenedor, dando una medida de la dificultad de introducción del producto.

Los clientes de EDFs son de tres tipos:

- Clientes finales: Personas que en las 24 horas previas al momento de compra, han aterrizado en algún aeropuerto de Egipto procedentes del extranjero. Pueden comprar un máximo de tres botellas de alcohol. Pueden comprar cuatro si compran en un punto de distribución localizado en un aeropuerto. Se les vende libre de impuestos.
- Clientes institucionales: Embajadas, organizaciones multilaterales, empresas multinacionales, petroleras. Se les vende libre de impuestos.
- Hostelería: Hoteles y restaurantes. De les vende con un arancel del 364% más un 100% de impuesto sobre venta.

El origen y volumen de importaciones de ésta compañía los detallamos en el siguiente cuadro:

CUADRO 1: CAJAS DE VINO IMPORTADAS	
PAÍS	CAJAS IMPORTADAS (12 uds 75 cl cada una)
FRANCIA	3.000 cajas
ITALIA	1.500 cajas
EEUU	500 cajas
CHILE	500 cajas

Fuente: Representantes de EDFS

First Choice: Compañía especializada en la importaciones de bebidas alcohólicas para su distribución a hoteles y restaurantes. Cuentan entre su clientela con el 96% de los hoteles de cinco estrella de Egipto. Disponen de licencia de la administración para la importación de todas aquellas marcas que no tengan acuerdo con ninguna de las empresas públicas ni con EDFS. Son brokers de vino, que recogen los pedidos de varios hoteles para contar con un volumen mínimo de pedido. Exigen a los hoteles un pedido mínimo de 80 cajas de vino, de 12 unidades cada una. Esta compañía cuenta con una selección mayor y de mejor calidad que la de EDFS porque atiende a las peticiones de las direcciones de compras de bebidas de los hoteles y restaurantes de lujo. Esta compañía trabaja cuatro vinos españoles, Arenas de Rioja, Hoya de Cadenas de Valencia así como Viña Sol y Sangre de Toro de Torres. Vinos de otras nacionalidades fundamentalmente son franceses, italianos, estadounidenses, chilenos y sudafricanos.

5. DISTRIBUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES Y PREFERENCIAS DEL MERCADO

El mercado, al ser poco cultivado y por la composición del origen de los turistas que arriban a Egipto, tiene marcadas preferencias por el vino de origen francés. Éste es el más solicitado por los propios egipcios así como los turistas japoneses y los norteamericanos. Los italianos, el segundo grupo de turistas en número, solicitan vino italiano así como vino egipcio, por su menor precio. Según los directores de compras de los hoteles y de las empresas importadoras, el vino español sólo es solicitado por conocedores de vino y por europeos.

6. CONCLUSIÓN

Egipto no es un mercado de gran interés para el productor y/o exportador de vino español por las razones expuestas anteriormente. Habrá de considerarse la realización de algunas ventas puntuales a través de las compañías Egyptian Duty Free Shops y de First Choice en forma de contenedores aislados o pedidos sueltos. No parece que pueda haber un demanda sostenida de vino de origen español.

EL MERCADO DEL VINO EN EGIPTO

Dada la legislación actual, que impide en la práctica la libre venta del producto importado y de las circunstancias particulares que caracterizan a la estrecha demanda del país, Egipto no debe formar parte importante dentro de las estrategias de exportación de vino de las empresas españolas.

7. CONTACTOS

Egyptian Duty Free Shops:

Nashat Kodsy,
Beverages Purchasing Manager.
Tel: 00 20 (0) 27609818

First Choice:

Loaie M. El- Akkad
Sales Executive
Tel: 00 20 (0) 27606866-966
mail: loaieelakkad@yahoo.com