

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Estocolmo

Notas Sectoriales

El mercado de panadería, pas- telería y galle- tas en Suecia

ICEX

El mercado de panadería, pastelería y galletas en Suecia

Esta nota ha sido elaborada por Hanna Löfgren bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Estocolmo

Mayo de 2007

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	6
II. OFERTA	7
1. Tamaño del mercado	7
2. Producción local	10
3. Importaciones	12
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	22
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	26
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	29
VI. DISTRIBUCIÓN	30
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	35

CONCLUSIONES

Suecia es un mercado relativamente pequeño pero interesante, con solo 9 millones de habitantes y un nivel de renta por cápita alta y crecimiento económico superior a la media de la Unión Europea. Desde el punto de vista geográfico, la cercanía con el resto de los países nórdicos y bálticos pueda considerarse como la vía de entrada a un mercado de unos 25 millones de habitantes. De hecho, los principales grupos de la distribución están en una fase de internacionalización que tiene como consecuencia la formación de grandes grupos nórdicos también dominantes en los países bálticos: Estonia, Letonia y Lituania.

En el sector de alimentación existe un alto grado de concentración en todos los eslabones de la cadena, desde la importación hasta que llega al consumidor final. Además los grandes grupos han integrado la importación y la distribución mayorista en sus negocios lo cual da aun más concentración. Esta situación provoca que pocos operadores reciban una gran cantidad de ofertas de cada tipo de producto, por lo que es un mercado muy saturado desde este punto de vista. Esta saturación de oferta no se suele reflejar en el surtido final disponible para el consumidor, que no se corresponde con el nivel de desarrollo y renta del país. También es notable la poca presencia tradicionalmente de “marcas blancas”, aunque es un segmento que esta creciendo mucho, con una firme voluntad de los distribuidores para incrementar su oferta de marca blanca.

Al igual que el resto del sector de alimentación, el sector de panadería, galletería y pastelería también ha sufrido un cambio significativo en los últimos 10 años del sector, dominado ahora por las grandes empresas. El 80% del pan vendido en Suecia viene de uno de los 7 principales productores, y el 50 % del mercado de galletas pertenece al productor nacional Göteborgskex. Señalar que, a pesar de la concentración de empresas, hay un surtido muy amplio de distintos tipos de panes.

Se observa también una creciente internacionalización del sector, con adquisiciones de grandes empresas, lo que incrementa la concentración. Los grandes actores tiene una tendencia especializarse en algunos productos, y una de las posibles vías de entrada es a través de un producto diferenciado.

El consumo de panadería, galletería y bollería ha crecido aproximadamente un 35 % desde principios de los años noventa, especialmente debido a los productos “bake off” o de cocción final en horno, que facilitan el acceso de pan fresco para el cliente final. La tendencia de comida rápida también ha tenido efectos positivos en el consumo.

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

Los precios de los productos de alimentación no han experimentado aumentos significativos en los últimos años. El precio medio de una cesta de diferentes productos cuesta hoy prácticamente lo mismo que a mediados de los años 90. Esto se puede explicar principalmente en base a los siguientes factores: mayor nivel de competencia derivado de la internacionalización del sector, con introducción en el mercado de distribuidores de coste bajo como Lidl y Netto, así como reducción de IVA aplicable a los productos alimenticios. Ello ha repercutido en una reducción de la rentabilidad del sector en los últimos 10 años.

The image shows a large, light gray rectangular frame containing the word "ICEX" in a bold, sans-serif font. The text is centered within the frame and is rendered in a light gray color, matching the frame's border.

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente nota aborda el sector de panadería, pastelería y galletas en Suecia.

Analizaremos, en primer lugar, la oferta sueca y la oferta total, así como los aspectos más importantes de la demanda, la formación de precios y la percepción de los productos españoles. A continuación se tratan los canales de distribución, y las condiciones para acceder al mercado.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Los productos de panadería, pastelería y galletas se recogen en la partida 1905. Por su relevancia en el conjunto, también se analizarán las siguientes subpartidas.

Taric	Descripción
1905	Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares
190510	Pan crujiente llamado Knäckebröd
190520	Pan de especias
190531	Galletas dulces (con adición de edulcorante)
190532	Barquillos y obleas, incluso rellenos (gaufrettes, wafers) y waffles (gaufres)
190540	Pan tostado y productos similares tostados
190590	Los demás

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Como criterio de estimación del tamaño del mercado utilizaremos el consumo aparente¹.

PARTIDA 1905 (Productos de panadería pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares)

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	13009079	12936381	13667307	14478139	N.D.	11,3%*
+ Importaciones	1405498	1421229	1653073	1820190	1790170	27,4%
- Exportaciones	1749970	1855156	2077980	2186045	2362589	35,0%
Consumo Aparente	12.664.607	12.502.454	13.242.400	14.112.284	-	11,4%*

* Crecimiento entre 2002 y 2005

Fuente: SCB

¹ Calculado como Producción Nacional + Importaciones – Exportaciones. Las cifras de importación y exportación se basan en datos de empresas cuya presentación es obligatoria, por encima de 1,5 millones de coronas en valor. Por debajo de este límite la presentación de los datos es voluntaria.

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

PARTIDA 190510 (Pan crujiente llamado Knäckebröd)

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	705759	719591	769154	751303	N.D.	6,5%*
+ Importaciones	73640	71488	85955	115430	132937	80,5%
- Exportaciones	183486	202775	237004	219189	214010	16,6%
Consumo Aparente	595.913	588.304	618.105	647.544	-	8,7%*

* Crecimiento entre 2002 y 2005

Fuente: SCB

PARTIDA 190520(Pan de especias)

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	106512	120150	115004	97574	N.D.	-8,4%*
+ Importaciones	2944	833	1145	1225	1922	-34,7%
- Exportaciones	5390	5631	3672	1943	1722	-68,1%
Consumo Aparente	104.066	115.352	112.477	96.856	-	-6,9%*

* Crecimiento entre 2002 y 2005

Fuente: SCB

CONSUMO APARENTE PARTIDA 190531(Galletas dulces (con adición de edulcorante)

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	1137910	1184972	1209587	1232921	N.D.	8,3%*
+ Importaciones	349785	317549	311181	311084	270032	-22,8%
- Exportaciones	342887	344698	367863	394413	464736	35,5%
Consumo Aparente	1.144.808	1.157.823	1.152.905	1.149.592	-	0,4%*

* Crecimiento entre 2002 y 2005

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

Fuente: SCB

PARTIDA 190532 (Barquillos y obleas, incluso rellenos (gaufrettes, wafers) y waffles (gaufres))
(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	0	0	222	10704	N.D.	100,0%*
+ Importaciones	52395	63532	69482	95814	108680	107,4%
- Exportaciones	38679	29357	32341	28647	32034	-17,2%
Consumo Aparente	13.716	34.175	37.363	77.871	-	467,7%*

* Crecimiento entre 2002 y 2005

Fuente: SCB

PARTIDA 190540 (Pan tostado y productos similares tostados)
(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	316885	269244	223480	246178	N.D.	-22,3%*
+ Importaciones	21863	25171	23052	26547	31522	44,2%
- Exportaciones	235202	222240	211130	213346	222575	-5,4%
Consumo Aparente	103.546	72.175	35.402	59.379	-	-42,7%*

* Crecimiento entre 2002 y 2005

Fuente: SCB

PARTIDA 190590 (Los demás)
(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	Crecimiento 2002-2006
Producción	10742013	10642424	N.D.	N.D.	N.D.	
+ Importaciones	904870	942657	1162259	1270089	1245077	37,6%
- Exportaciones	944327	1050455	1225970	1328506	1427513	51,2%
Consumo Aparente	10.702.556	10.534.626	-	-	-	

Fuente: SCB

Podemos observar el consumo aparente total de la partida 1905 ha aumentado un 11,4 %. El crecimiento más importante corresponde a la partida 190532, que ha crecido con 467,7 % pero en consumo aparente todavía es una de las partidas menos importantes.

Dentro de la partida 1905 se puede destacar por su importancia la subpartida, 190590. En cuanto a la composición del consumo aparente se nota que la producción es fundamental en todas las partidas excepto la partida 190532.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Aproximadamente el 98 % del pan consumido en Suecia procede de una de las 1 200 panaderías suecas. Las principales son, Pågen, Lantmännen Färskröd, Polarbröd, Fazer, Finax, Wasabröd y Leksandsbröd que producen un 80% del pan consumido en total. Un 10 % se produce en panaderías de tamaño medio, y un 3% en pequeñas panaderías locales. Un fenómeno que se extiende en los últimos años son las panaderías situadas en las tiendas de alimentación. En la actualidad, representan un 5% del mercado. Por último, el 2% del pan consumido se hace en casa.

Con respecto al pan blando, tres grupos representan el 78,5% del mercado:

- El grupo “Pågen”, con la marca del mismo nombre, es el líder del sector con una cuota del 34 % de pan fresco, y supone 8 de 10 panes blandos vendidos en Suecia.
- El grupo “Lantmännen färskröd”, propiedad de la gran cooperativa agrícola sueca “Svenska Lantmännen Riksförbund – SLR” tiene una cuota de mercado aproximada del 30 % en pan fresco, con sus marcas Skogholm, Shulstad y Axa. Tras haber comprado la principal empresa danesa del sector “Schulstad” en 2003, se sitúa también entre los líderes en Dinamarca. Están presentes también en Polonia.
- “Polarbröd” especializado en los “panes polares” (panes blandos planos, redondos y bajos en azúcar para sandwiches, en los que el proceso de fabricación integra una fase de congelación) tiene una cuota de mercado de pan blando de 14,5 %. Polarbröd es socio del grupo Polfärskt gruppen (www.polfarsktbrod.polfarskt.se) que es el segundo distribuidor de pan en Suecia. Distribuye para Polarbröd, Korvbrödsbagaren, Gille, Finax, Hägges, Vagott y Smarry. Las importaciones para todas estas empresas se realizan a través de Europartnerin bread AB- Vagott.

En cuanto al **bake-off** las principales actores son: Nordic Bake Off con las marcas Bonjour y Pain Delice, Lantmännen Unibake y Délifrance.

En el segmento del **pan crujiente**, Wasabröd (adquirido por Barilla en 1999) es el líder mundial y posee una cuota de mercado del 78% en Suecia.

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

Con respecto a las **galletas**, la empresa Göteborg Kex tiene una cuota de mercado cercana al 50%. Forma parte del grupo de empresas noruego "Orkla" y, junto con sus filiales, es la empresa líder en todo el mercado nórdico. Asimismo, cabe mencionar las empresas Fazer Group Sverige, Gillegabaren, Hägges y Godbiten Konditori dentro del sector de la **pastelería industrial no congelada**.

En la siguiente tabla vemos la producción sueca de las partidas analizadas.

PRODUCCIÓN SUECA SECTOR PANADERIA, PASTELERIA Y GALLETAS

(Miles de SEK)

Partida	2002	2003	2004	2005	Crecimiento 2002-2005
1905	13009079	12936381	13667307	14478139	11,29%
190510	705759	719591	769154	751303	6,45%
190520	106512	120150	115004	97574	-8,39%
190531	1137910	1184972	1209587	1232921	8,35%
190532	0	0	222	10704	100,00%
190540	316885	269244	223480	246178	-22,31%
190590	10742013	10642424	
Total	13.009.079	12.936.381	2.317.447	2.338.680	

Fuente: SCB

3. IMPORTACIONES

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 1905

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Alemania	199133	217534	271329	352526	367018	20,50%	84,31%
2 Dinamarca	261273	280502	363789	378819	347405	19,41%	32,97%
3 Bélgica	142082	150258	225146	274567	257841	14,40%	81,47%
4 Holanda	170438	188038	198051	184190	184749	10,32%	8,40%
5 Finlandia	115064	117582	124884	122080	126011	7,04%	9,51%
6 Reino Unido	173756	154720	142397	126970	120469	6,73%	-30,67%
7 Francia	102198	91638	106096	110918	106870	5,97%	4,57%
8 Italia	53538	46389	46661	53851	56501	3,16%	5,53%
9 Noruega	74720	63052	58260	44317	38749	2,16%	-48,14%
10 Polonia	14915	20608	14274	29631	38513	2,15%	158,22%
Total Top 10	1.307.117	1.330.321	1.550.887	1.677.869	1.644.126	91,84%	25,78%
11 España	21474	21579	29275	50741	29840	1,67%	38,96%
Resto	98.381	90.908	102.186	142.321	146.044	8,16%	48,45%
Total Importaciones	1405498	1421229	1653073	1820190	1790170	100,00%	27,37%

Fuente: SCB

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 1905

Toneladas

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Alemania	12584	13504	16709	21115	23021	22,69%	82,94%
2 Dinamarca	15955	18537	24577	26261	22467	22,14%	40,81%
3 Bélgica	6654	7558	10613	12758	13030	12,84%	95,82%
4 Holanda	6986	9156	9819	10946	10755	10,60%	53,95%
5 Finlandia	6309	6555	6564	6466	6687	6,59%	5,99%
6 Francia	8469	7122	7504	7604	6390	6,30%	-24,55%
7 Reino Unido	8842	7079	6546	5732	5365	5,29%	-39,32%
8 Polonia	1058	1365	941	1720	2377	2,34%	124,67%
9 Noruega	3107	2574	2686	2289	1966	1,94%	-36,72%
10 Italia	2362	1355	1639	1706	1709	1,68%	-27,65%
Total Top 10	72.326	74.805	87.598	96.597	93.767	92,40%	29,64%
11 España	1407	1449	1862	2579	1636	1,61%	16,28%
Resto	5.133	4.782	5.766	6.915	7.714	7,60%	50,28%
Total Importaciones	77459	79587	93364	103512	101481	100,00%	31,01%

Fuente: SCB

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190510

Miles SEK

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Alemania	24932	19839	25490	49642	65200	64,25%	161,51%
2 Finlandia	33398	35600	43102	49043	49917	49,19%	49,46%
3 Reino Unido	4095	3770	4526	5560	5883	5,80%	43,66%
4 Noruega	2431	5320	5675	5745	5781	5,70%	137,80%

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

5	Suiza	5226	5847	5318	4543	5352	5,27%	2,41%
6	Dinamarca	1606	34	224	622	565	0,56%	-64,82%
7	Italia	969	68	51	107	91	0,09%	-90,61%
8	Grecia	0	9	9	68	79	0,08%	100,00%
9	Holanda	884	94	104	94	67	0,07%	-92,42%
10	España	0	0	0	0	2	0,00%	100,00%
Total Top 10		73.541	70.581	84.499	115.424	132.937	131,00%	80,77%
11	España	1407	1449	1862	2579	1636	1,61%	16,28%
	Resto	99	907	1.456	6	0	0,00%	-100,00%
Total Importaciones		73640	71488	85955	115430	132937	131,00%	80,52%

Fuente: SCB

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190510

Toneladas

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006	
1	Alemania	2078	1724	2122	3674	4684	4,62%	125,41%
2	Finlandia	2210	2287	2594	2828	2849	2,81%	28,91%
3	Reino Unido	272	248	304	345	353	0,35%	29,78%
4	Noruega	115	309	336	314	310	0,31%	169,57%
5	Suiza	126	145	173	163	180	0,18%	42,86%
6	Dinamarca	121	2	16	38	35	0,03%	-71,07%
7	Grecia	0	1	1	7	8	0,01%	100,00%
8	Italia	73	1	2	2	3	0,00%	-95,89%
9	Holanda	65	4	4	3	2	0,00%	-96,92%
10	Afganistán	0	0	0	0	0	0,00%	100,00%
Total Top 10		5.060	4.721	5.552	7.374	8.424	8,30%	66,48%
11	España	1407	1449	1862	2579	1636	1,61%	16,28%
	Resto	9	11	20	0	-1	0,00%	-111,11%
Total Importaciones		5069	4732	5572	7374	8423	8,30%	66,17%

Fuente: SCB

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190520

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Alemania	527	80	447	666	841	43,76%	59,58%
2 Dinamarca	0	5	18	282	489	25,44%	100,00%
3 Croacia	312	0	3	0	204	10,61%	-34,62%
4 Grecia	71	8	24	24	115	5,98%	61,97%
5 Italia	26	0	0	0	91	4,73%	250,00%
6 Finlandia	15	0	0	0	62	3,23%	313,33%
7 Chile	0	0	0	0	47	2,45%	1005,00%
8 Israel	0	0	0	0	26	1,35%	1005,00%
9 Siria	0	0	0	23	21	1,09%	100,00%
10 Tailandia	0	0	0	0	11	0,57%	100,00%
Total Top 10	951	93	492	995	1.907	99,22%	100,53%
21 España	0	108	0	0	0	0,00%	
Resto	1.993	740	653	230	15	0,78%	-99,25%
Total Importaciones	2944	833	1145	1225	1922	100,00%	-34,71%

Fuente: SCB

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190520

(Toneladas)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Alemania	27	3	17	25	34	46,58%	25,93%
2 Dinamarca	0	0	0	6	12	16,44%	100,00%
3 Croacia	13	0	1	0	10	13,70%	-23,08%
4 Italia	0	0	0	0	4	5,48%	100,00%
5 Siria	0	0	0	6	4	5,48%	100,00%
6 Chile	0	0	0	0	2	2,74%	100,00%

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

7	Finlandia	0	0	0	0	2	2,74%	100,00%
8	Libano	0	0	0	1	2	2,74%	100,00%
9	Grecia	3	0	1	0	1	1,37%	-66,67%
10	Israel	0	0	0	0	1	1,37%	100,00%
Total Top 10		43	3	19	38	72	98,63%	67,44%
	España	0	5	0	0	0	0,00%	
	Resto	99	32	25	6	1	1,37%	-98,99%
Total Importaciones		142	35	44	44	73	100,00%	-48,59%

Fuente: SCB

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190531

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 2006	% variación 2002-2006	
1	Dinamarca	79654	72886	84810	91721	78942	29,23%	-0,89%
2	Holanda	34943	64403	61249	62922	75188	27,84%	115,17%
3	Alemania	43693	44003	48784	63296	45451	16,83%	4,02%
4	Reino Unido	74150	51255	39085	20348	13400	4,96%	-81,93%
5	Italia	31939	14030	11248	9854	11380	4,21%	-64,37%
6	Polonia	7875	12871	3988	10414	9430	3,49%	19,75%
7	España	7619	5544	8973	9574	8704	3,22%	14,24%
8	Turquia	2497	3381	4830	3176	6358	2,35%	154,63%
9	Suiza	1290	5707	6478	6333	5489	2,03%	325,50%
10	Bélgica	29814	16448	20581	9288	4186	1,55%	-85,96%
Total Top 10		313.474	290.528	290.026	286.926	258.528	95,74%	-17,53%
	Resto						0,00%	
	Resto	36.311	27.021	21.155	24.158	11.504	4,26%	-68,32%
Total Importaciones		349785	317549	311181	311084	270032	100,00%	-22,80%

Fuente: SCB

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190531

(Toneladas)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Dinamarca	3818	4199	5266	5679	4599	34,45%	20,46%
2 Holanda	1698	3319	3232	3526	3854	28,87%	126,97%
3 Alemania	1719	1812	2092	2453	1635	12,25%	-4,89%
4 España	698	522	803	789	598	4,48%	-14,33%
5 Reino Unido	4462	2256	1819	997	588	4,40%	-86,82%
6 Turquía	235	337	447	276	521	3,90%	121,70%
7 Polonia	706	953	264	497	479	3,59%	-32,15%
8 Italia	1492	416	389	269	354	2,65%	-76,27%
9 Estonia	136	310	395	318	105	0,79%	-22,79%
10 Bélgica	1036	515	733	293	93	0,70%	-91,02%
Total Top 10	16.000	14.639	15.440	15.097	12.826	96,08%	-19,84%
Resto	1.740	1.154	885	751	523	0,00%	-69,94%
Total Importaciones	17740	15793	16325	15848	13349	100,00%	-24,75%

Fuente: SCB

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190532

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Alemania	6380	4820	9893	15715	24317	22,37%	281,14%
2 Dinamarca	4687	9176	13695	16831	24199	22,27%	416,30%
3 Holanda	6865	11567	14107	22467	20984	19,31%	205,67%
4 Bulgaria	0	0	0	1230	12179	11,21%	100,00%
5 Polonia	687	1201	3095	8724	10108	9,30%	1371,32%

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

6	Austria	1137	5169	3839	6648	5681	5,23%	399,65%
7	Noruega	4277	8203	8019	7988	3277	3,02%	-23,38%
8	Turquia	0	1523	3637	4687	3233	2,97%	100,00%
9	Croacia	5940	1774	800	1196	1142	1,05%	-80,77%
10	España	7897	8767	6746	6154	1035	0,95%	-86,89%
Total Top 10		37.870	52.200	63.831	91.640	106.155	97,68%	180,31%
Resto		14.525	11.332	5.651	4.174	2.525	2,32%	-82,62%
Total Importaciones		52395	63532	69482	95814	108680	100,00%	107,42%

Fuente: SCB

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190532

(Toneladas)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006	
1	Alemania	237	141	344	763	1339	28,43%	464,98%
2	Dinamarca	140	288	513	652	865	18,37%	517,86%
3	Holanda	241	398	476	789	853	18,11%	253,94%
4	Polonia	38	98	204	521	535	11,36%	1307,89%
5	Bulgaria	0	0	0	49	409	8,68%	100,00%
6	Austria	60	209	180	285	249	5,29%	315,00%
7	Noruega	202	333	335	331	139	2,95%	-31,19%
8	Turquia	0	73	146	201	121	2,57%	100,00%
9	Croacia	351	116	56	65	56	1,19%	-84,05%
10	España	269	378	347	327	54	1,15%	-79,93%
Total Top 10		1.538	2.034	2.601	3.983	4.620	98,09%	200,39%
Resto		392	297	228	154	90	1,91%	-77,04%
Total Importaciones		1930	2331	2829	4137	4710	100,00%	144,04%

Fuente: SCB

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190540

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Italia	2161	3267	5238	9555	12772	40,52%	491,02%
2 Dinamarca	1163	681	822	1213	4843	15,36%	316,42%
3 Alemania	5741	5866	4981	4732	4120	13,07%	-28,24%
4 Finlandia	2725	3503	4473	4187	2910	9,23%	6,79%
5 Holanda	4767	9265	1145	2378	1600	5,08%	-66,44%
6 Francia	262	355	3696	537	1285	4,08%	390,46%
7 Reino Unido	1234	657	893	1222	935	2,97%	-24,23%
8 Bélgica	1353	562	987	827	832	2,64%	-38,51%
9 Grecia	0	0	0	774	485	1,54%	100,00%
10 Turquía	0	0	0	0	390	1,24%	100,00%
Total Top 10	19.406	24.156	22.235	25.425	30.172	95,72%	55,48%
11 España	0	0	22	538	362	1,15%	
Resto	2.457	1.015	817	1.122	1.350	4,28%	-45,05%
Total Importaciones	21863	25171	23052	26547	31522	101,15%	44,18%

Fuente: SCB

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190540

(Toneladas)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006
1 Italia	91	143	324	495	383	30,89%	320,88%
2 Dinamarca	55	32	39	48	249	20,08%	352,73%
3 Alemania	234	198	180	177	150	12,10%	-35,90%
4 Finlandia	120	149	220	188	139	11,21%	15,83%
5 Holanda	48	97	35	123	110	8,87%	129,17%
6 Francia	9	9	151	14	45	3,63%	400,00%

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

7	Siria	21	13	11	16	34	2,74%	61,90%
8	Bélgica	94	20	42	34	29	2,34%	-69,15%
9	Turquia	0	0	0	0	20	1,61%	100,00%
10	Reino Unido	10	6	91	33	19	1,53%	90,00%
Total Top 10		682	667	1.093	1.128	1.178	95,00%	72,73%
12	España	0	0	1	21	14	1,13%	
	Resto	154	43	47	76	62	5,00%	-59,74%
Total Importaciones		836	710	1140	1204	1240	101,13%	48,33%

Fuente: SCB

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190590

(Miles de SEK)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 06	% variación 2002-2006	
1	Bélgica	101149	125806	200957	263021	251865	20,23%	149,00%
2	Dinamarca	174164	197719	264221	268151	238367	19,14%	36,86%
3	Alemania	117859	142927	181733	218476	227089	18,24%	92,68%
4	Francia	95907	88006	99362	106697	105140	8,44%	9,63%
5	Reino Unido	92723	96437	97279	99729	100170	8,05%	8,03%
6	Holanda	121590	102710	121352	96235	86901	6,98%	-28,53%
7	Finlandia	65724	76440	76951	68492	72352	5,81%	10,08%
8	Italia	18074	28470	28118	33725	31573	2,54%	74,69%
9	Noruega	67019	49453	44333	28354	29293	2,35%	-56,29%
10	España	5959	7160	13534	34475	19736	1,59%	231,20%
Total Top 10		860.168	915.128	1.127.840	1.217.355	1.162.486	93,37%	35,15%
	Resto	44.702	27.529	34.419	52.734	82.591	6,63%	84,76%
Total Importaciones		904870	942657	1162259	1270089	1245077	100,00%	37,60%

Fuente: SCB

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

RANKING DE IMPORTACIONES PARTIDA 190590

(Toneladas)

	2002	2003	2004	2005	2006	% sobre el total 2006	% variación 2002-2006
1 Dinamarca	11822	14016	18742	19838	16708	22,67%	41,33%
2 Alemania	8289	9626	11955	14024	15180	20,60%	83,13%
3 Bélgica	5322	6908	9802	12403	12889	17,49%	142,18%
4 Francia	8214	6975	7270	7524	6328	8,59%	-22,96%
5 Holanda	4877	5339	6070	6505	5936	8,06%	21,71%
6 Reino Unido	4057	4487	4316	4352	4405	5,98%	8,58%
7 Finlandia	3439	4028	3736	3443	3670	4,98%	6,72%
8 Noruega	2670	1930	2005	1574	1503	2,04%	-43,71%
9 Polonia	313	304	451	703	1363	1,85%	335,46%
10 España	441	544	710	1442	970	1,32%	119,95%
Total Top 10	49.444	54.157	65.057	71.808	68.952	93,58%	39,45%
Resto	2.299	1.829	2.398	3.098	4.734	6,42%	105,92%
Total Importaciones	51743	55986	67455	74906	73686	100,00%	42,41%

Fuente: SCB

Las importaciones de España ascienden a un escaso 1,67% del total de importaciones en el año 2006 en miles SEK y 1,61 % del total volumen importado para la partida 1905. Desde el año 2002 España ha aumentado sus exportaciones un 38,96 % en valor. Los principales proveedores a Suecia de este tipo de productos son Alemania, Dinamarca y Holanda.

Las cifras más notables se encuentran en la partida 190590 donde la importación de España ha aumentado un 231,20 % en valor y un 119,95 en volumen desde el año 2002.

También podemos señalar la partida 190531 (galletas dulces), en la que España tiene el porcentaje de importaciones más alto, que asciende al 3,22% del total de importaciones en el año 2006 en miles SEK y 4,48% del total volumen importado, siendo el cuarto país más importante después de Dinamarca, Holanda y Alemania.

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

En el siguiente cuadro se puede ver la distribución del consumo privado sueco en los años 2004 y 2005.

Sectores	2004	2005
Vivienda	28,10%	27,30%
Transporte, entre otros vehiculos	12,80%	12,80%
Alimentos y bebidas	11,90%	11,60%
Ocio y cultura	11,50%	11,40%
Diversos productos y servicio, entre otros, peluquería y utensilios de belleza, servicios de financiación	7,50%	9,00%
Ropa y zapatos	5,10%	5,10%
Restaurantes y hoteles	4,90%	5,00%
Muebles y enseres domésticos	4,70%	5,10%
Gastos en el extranjero	4,10%	4,30%
Alcoholes y tabacos	3,80%	3,50%
Correo y telecomunicaciones	3,10%	3,00%
Salud y hospitales	2,60%	2,60%
Educación		0,30%
Total Consumo Privado	100%	100%

Fuente: Revista Supermarket 2006, nº 2-3

Se puede observar que el consumo de alimentos y bebidas ha bajado del 11,90% en 2004 a 11,60 % en 2005. Esta bajada se debe a la reducción general de precios de productos ali-

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

menticios que se ha venido produciendo en los últimos años debido a la entrada de actores de bajo precio en el mercado, como Lidl y Netto.

Si analizamos en detalle el consumo de productos alimenticios:

Venta Alimenticios, millones SEK	2004	2005
Carne	26 646	27 160
Leche, queso, huevos	23 988	24 394
Pan, productos de cereales	21 980	22 413
Verduras	15 256	15 534
Golosinas, helado, confitura	15 030	15 463
Fruta	10 642	10 819
Refrescos, zumo, jarabe	9 871	10 084
Pescado	8 391	8 527
Sal, especia, salsas	6 345	6 460
Café, té, chocolate	4 413	4 575
Aceites y grasas	3 836	3 902
Cerveza (hasta 3,5 % de alcohol)	2 930	3 010

Fuente: Revista Supermarket 2006, nº 2-3

El pan y productos cereales representa el tercer producto en cifras de consumo, que asciende a 22 413 millones SEK en 2005. Podemos desglosar por tipos de pan:

CONSUMO PAN Y PASTELERÍA

Millones de kilo

	2000	2002	2003	2004	Crecimiento 2000-2004
Pan duro y pan a la brasa	37,04	37,14	31,2	32,9	-11,18%
Pan blando	400,44	541,14	456,04	441,04	10,14%
Galleta, Barquillo y Galletitas secas	43,2	49,1	43,6	43,9	1,62%
Bollos, bollos de trigo, ensaimada y otros bollos blandos	55,8	47	33,2	38,5	-31,00%
Pasteles, tartas, bizcochos, y otros pasteles (incluido crêpes, pizzas y empanadillas)	55	74,7	68,7	82,1	49,27%
Total pan y pastelerías	591,44	749,04	632,74	638,44	7,95%

Fuente: SJV

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTERERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

CONSUMO PAN Y PASTERERÍA

Kg/person y año

	2000	2002	2003	2004	Crecimiento 2000-2004
Pan duro y pan a la brasa	4,24	4,14	3,5	3,7	-12,74%
Pan blando	45,14	60,64	50,94	49,04	8,64%
Galleta, Barquillo y Galletitas secas	4,9	5,5	4,9	4,9	0,00%
Bollos, bollos de trigo, ensaimada y otros bollos blandos	6,3	5,3	3,7	4,3	-31,75%
Pasteles, tartas, bizcochos, y otros pasteles (incluido crêpes, pizzas y empanadillas)	6,2	8,4	7,7	9,1	46,77%
Total pan y pastelerías	66,74	83,94	70,64	71,04	6,44%

Fuente: SJV

Observamos que el consumo total por persona y año ha aumentado un 6,44 % desde el año 2000. El aumento más importante es de pasteles, tartas, bizcochos y otros pasteles mientras que la venta de bollos ha bajado 31,75 %.

Según la Federación de Panaderos y Pasteleros (Sveriges bagare och konditorier), el aumento del sector ha sido de un 35 % desde principios de los años 90. Gran parte del mismo se debe a los llamados productos de fin de cocción ("bake off") cuya cuota dentro del mercado de pan blando asciende al 15 %. Los productos bake off han aumentado el acceso de pan fresco a los consumidores, y favorecen a los distintos tipos de panes extranjero como baguettes, chibattas etc.

Otro factor importante en el aumento de consumo son los sándwiches, debido principalmente a dos factores: la supresión de las subvenciones estatales para las comidas en 1991 y la tendencia hacia comida "fast food", donde los consumidores buscan cada vez más soluciones rápidas y sencillas.

El 69 % del consumo de pan consiste en pan blando. Dentro de esta categoría, la Federación indica que el 30 % consiste en pan oscuro (integral) y 25 % en pan blando. El consumo de pan integral se ha duplicado desde el año 2000, debido a una mayor preocupación por la salud y estilos de vida sana, que se considera que aumentará cada vez más. Se prevé que el consumo de pan de masa de leudo (masa fermentada) también aumentará.

A través de la organización Brödinstitutet, que forma parte de la Federación, se está realizando un esfuerzo para incrementar el consumo de pan a través de campañas de información en medios, etc. Tradicionalmente en Suecia el pan se consume sólo durante el desayuno, y se intenta extender su consumo también a la comida y la cena.

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

En cuanto a pastelería y bollerías, el consumo de bollería ha bajado mientras que el de pastelería ha aumentado. La venta de productos típicos suecos como el “Kanelbulle (bollo de canela) y el semla (bamba de nata) ha sido muy alto los últimos años. Según la Federación de Panaderos y Pasteleros los productos que más se venden son los llamados “chokladboll” (bollo de chocolate), y “dammsugare” (aspiradora) en volumen de ventas, mientras que en volumen serían las “pepparkakor” (galletas de especias).

The image shows a large, light gray rectangular frame. Inside the frame, the word "ICEX" is written in a bold, sans-serif font, centered horizontally and vertically. The letters are a light gray color, matching the frame.

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Los precios de los productos agroalimentarios en Suecia están entre los más altos de Europa, aproximadamente un 15 % por encima de la media europea. Esta situación viene provocada por varios factores:

- El nivel de competencia es escaso, tanto en el sector mayorista como en el detallista, con unas pocas empresas dominantes.
- Los costes del personal son más altos que en el resto de Europa, en parte debido a que el horario de apertura de las tiendas es uno de los más generosos en Europa.
- La poca presencia de marcas blancas y las largas distancias de transportes.

Sin embargo, desde los años 90 los precios han bajado un 20%, y en los últimos años se vienen incrementando a un ritmo más lento que en los países del entorno europeo. Esto se debe en parte al aumento en el nivel de competencia, dentro de un sector dominado por unos pocos competidores. Otras razones son la reducción del IVA en estos productos al 12 % en 1996, y una tendencia a aumentar el número de productos de marcas blancas. La Agencia Nacional de la Competencia (Konkurrensverket) sostiene que existe margen para que los precios suecos disminuyan más.

Según datos facilitados por Svensk Dagligvaruhandel, la asociación de los cuatro grandes distribuidores suecos, al coste de un producto común que se comercializa en un supermercado habría que añadirle entre un **15** y un **30** %, que sería el margen del canal mayorista más el margen del canal minorista, además del IVA, que para productos alimentarios está en el **12** %, para poder estimar cual sería su precio de venta. El margen añadido depende de si es un producto del surtido básico del que se compra grandes volúmenes, o un producto más especializado que tendrá un margen más alto. También depende del lugar de venta ya que las grandes cadenas aplican un margen más bajo que los pequeños detallistas.

En general los precios en las distintas cadenas son muy similares, aunque también varían dentro de cada cadena dependiendo de la situación de los puntos de venta. Los supermercados del centro de las grandes ciudades suelen tener precios más altos. En general, se mantienen las diferencias de precios entre marcas, variando de un detallista a otro la gama de marcas ofertadas.

Las cadenas de descuento Netto y Lidl se han instalado en Suecia hace relativamente poco tiempo, situándose en un segmento de precios inferior al resto de cadenas.

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTERERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

En el sector de pan y pastelería la rentabilidad ha disminuido en los últimos años, debido a una presión de precio bastante fuerte de parte de los detallistas junto a una subida de sueldos.

A continuación se presenta una muestra de precios de panadería, pastelería y galletas en varias tiendas de Estocolmo:

ICA Supermarket (que pertenece al ICA, primera cadena alimenticia). Muestra tomada el 21 de mayo de 2007

Skogaholm, tostadas, 400g	10,90 SEK
Skogaholmslimpa, pan blando, 525g	15,50 SEK
Lingongrova, pan oscuro, 500g	17,50 SEK
Wasabröd Rustik, Pan duro, 310g	18,90 SEK
Hägges Muffin 10 piezas, 200g	10,90 SEK
Ballerinakex, galletas de chocolate, 190g	11,90 SEK
Maryland double choc chip, 200g	13,90 SEK
Baguette bake off,	12,90 SEK

Cadena minorista Coop (segunda cadena de distribución alimenticia, cuota del 16,2%). Muestra tomada el 21 de mayo de 2007.

Skogaholm, tostadas, 400g	12,90 SEK
Skogaholmslimpa, pan blando, 525g	15,50 SEK
Lingongrova, pan oscuro, 500g	20,90 SEK
Wasabröd Rustik, Pan duro, 310g	19,90 SEK
Muffin 12 piezas, 200g	23,00 SEK
Ballerinakex, galletas de chocolate, 190g	15,90 SEK
Maryland double choc chip-	
Baguette bake off	17,90 SEK

Cadena minorista Hemköp (que pertenece al grupo Axfood, tercera cadena de alimentación con una cuota del 15,1%). Muestra tomada 21 de mayo de 2007

Skogaholm, tostadas, 400g	11,90 SEK
Skogaholmslimpa, pan blando, 525g	15,50 SEK
Lingongrova, pan oscuro, 500g	19,90 SEK
Wasabröd Rustik, Pan duro, 310g	19,90 SEK
Hägges Muffin 10 piezas, 200g	18,90 SEK

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

Ballerinakex, galletas de chocolate, 190g	13,90 SEK
Maryland double choc chip, 200g	16,90 SEK
Baguette bake off,	14,90 SEK

Cadena minorista Netto (cadena de descuento). Muestra tomada el 21 de mayo de 2007

Wasabröd Rustik, Pan duro, 310g	10,25 SEK
Muffin 12 piezas	11,98 SEK

Daglivs (pertenece a Vi- butikerna. Cuenta con 90 tiendas en la región de Estocolmo, Örebro y Gotland). Muestra tomada el 21 de mayo de 2007.

Skogaholm, tostadas, 400g	10,90 SEK
Skogaholm, pan blando, 525g	13,98 SEK
Lingongrova, pan oscuro, 500g	19,98 SEK
Wasabröd Rustik, Pan duro, 310g	19,90 SEK
Muffin 12 piezas	11,98 SEK
Ballerinakex, galletas de chocolate, 190g	14,98 SEK
Maryland double choc chip, 200g	16,90 SEK
Baguette bake off	14,98 SEK

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Los productos de alimentación españoles gozan de una imagen positiva en Suecia, especialmente en el caso de las frutas y verduras frescas. En el caso de los productos transformados, existe un mayor desconocimiento.

En el caso de pan, pastelería y bollería, la percepción del producto se ve afectada negativamente por:

Fecha de caducidad: Muchas empresas necesitan una fecha de caducidad más larga que lo que ofrece algunas empresa españolas.

Diferentes tipos de preferencia: La oferta española en ocasiones no se adapta a los gustos suecos. Las preferencias suecas en materia de pan se inclinan a productos integrales y, en el caso de las galletas, los sabores que se buscan son diferentes.

Transportes: Según fuentes suecas, la experiencia indica que el transporte desde España es muy caro, en términos relativos.

VI. DISTRIBUCIÓN

La mayor parte del pan que se vende en Suecia es a través de las grandes cadenas detallistas como Ica, y Coop, y no directamente en las panaderías como suele ocurrir en otros países. Otros canales de venta son el sector HoReCa y pequeños pastelerías.

El sector detallista

El sector detallista representa alrededor del 80 % del consumo total de comida y consiste en más de 6 000 puntos de venta. En el siguiente cuadro podemos ver que el sector detallista esta bastante concentrado, las tres principales cadenas representan el 66,9 % de la distribución total. Se observa que estas cadenas están perdiendo cuota de mercado a favor de Bergendahlsgruppen, Netto y Lidl.

Compañía	Nº tiendas	Facturación *	Incremento %	Cuota de mercado
	31/12-05		04-05	
ICA-handlarna	1 417	75 733	0,2%	35,6%
Kooperationen (Coop)	779	34 366	- 3,1%	16,2%
Axfood-sfären	880	31 989	-15,2%	15,1%
Bergendahlsgruppen	249	11 948	98,5%	5,6%
Netto	74	2 108	72,5%	1%
Lidl	101	3 150	84%	1,5%
Otros ²	2 500	16 000		7,5%

² Tiendas de servicio sin relación con ninguno de los 4 grandes grupos + tiendas independientes

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

Total (aproximado)	6000	175 294	82,5%
Otros canales de venta ³ (aproximado)		37.253	17,5%
TOTAL (aproximado)		212 547	2,7%
			100%

Fuente: Revista Supermarket n° 2-3, 2006 (www.forlaget.ica.se/supermarket)

Los grandes detallistas, Ica, Coop, Axfood y Bergndahls han integrado sus negocios de modo que cada grupo maneja la compra, la importación y la distribución mayorista y minorista.

ICA AB www.ica.se

ICA AB, con un 60 % controlado por la compañía holandesa Royal Ahold y un 40% por Hakon Invest AB, es el mayor distribuidor minorista en Escandinavia, desarrolla sus actividades tanto en Suecia como Noruega, Dinamarca y las Repúblicas Bálticas. El grupo tiene las siguientes empresas subsidiarias:

- ICA Sverige AB Minorista en Suecia www.ica.se. Principal suministrador a los comerciantes de ICA que son dueños de sus tiendas y funcionan como empresas autónomas.
- ICA Norge AS Minorista en Noruega www.ica.no
- Rimi Baltic AB Tras una joint venture con Kesko livs AB en 2006 Rimi baltic es ahora una filial de ICA. Es una minorista con unos 200 tiendas en las Repúblicas Bálticas www.rimi.lv / www.rimi.lt / www.rimi.ee.
- Menigo Foodservice Mayoristas de HoReCa en Suecia. Anteriormente Ica Meny www.menigo.se
- Netto Marknad AB ICA AB cuenta con el 5% de la filial sueca de la cadena danesa Netto.
- Etos AB Cadena de productos de belleza. Cuenta actualmente con 7 tiendas en Estocolmo, Linköping y Västerås

Los datos de contacto de todas las subsidiarias se pueden encontrar en la siguiente web:

http://www.ica.se/FrontServlet?s=in_english&state=mainoffice&showMenu=in_english

³ Kioskos, venta por catálogo, mercadillos, venta a domicilio, farmacias etc.

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

ICA Sverige AB se encarga de compras conjuntas de las cadenas minoristas del grupo. Su cuota de mercado en Suecia es de un 35,6% y cuenta con 1.417 puntos de venta dividido en los siguientes conceptos:

ICA Nära	Tiendas pequeñas y céntricas, con un surtido reducido.
ICA Supermarket	Surtido grande de productos frescos. Ubicados cerca de donde viven o trabajan los clientes, y pensado como las tiendas en las que se hacen la mayoría de las compras.
ICA Kvantum	Grandes tiendas con un surtido amplio, que incluye también productos de belleza y para la casa
Maxi ICA Stormarknad	Grandes hipermercados con un surtido muy amplio y horas de apertura generosas. Ubicado fuera de las ciudades. El surtido incluye comida, productos de deporte, de jardinería etc.

COOP Norden www.coop.se

Coop Norden se creó como tal en el verano de 2001, y es la segunda mayor empresa de distribución minorista y de importación en el sector alimenticio escandinavo. La compañía es propiedad de cooperativas de consumidores en Suecia, Dinamarca y Noruega, organizadas en tres empresas nacionales subsidiarias:

- Coop Sverige anterior KF, Kooperativa Förbundet que se fundó en 1899 - www.kf.se
- Coop Danmark anterior FDB - www.fdb.dk
- Coop Norge anterior NKL – www.coop.no

En Suecia las actividades del grupo las desarrolla Coop Sverige y 80 cooperativas de consumidores locales con cerca de 2,5 millones de afiliados en total. Coop tiene una cuota de mercado del 16,2% de las ventas totales en el sector minorista en Suecia.

Coop Forum	Grandes tiendas con un surtido amplio, no solo de alimentación
Coop Extra	Tiendas de precios bajos
Coop Nära	Tiendas céntricas
Coop Konsum	Supercorredores con un surtido más amplio en productos frescos.

Axfood www.axfood.se

Axfood es el resultado del proyecto de colaboración del grupo mayorista y minorista Axel Jonson y de detallistas independientes de Suecia y Finlandia. El nuevo grupo, que inició su

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

actividad en 1999, comprende las compañías mayoristas Dagab (distribución mayorista a supermercados), Axfood Närlivs (distribución a tiendas de conveniencia), así como una red de unas 220 tiendas en Suecia y 320 en Finlandia en las que tiene el 100% de la propiedad.

Las cadenas detallistas del grupo son Hemköp– www.hemkop.se, Willys–www.willys.se). Al mismo tiempo, el grupo es proveedor de más de 500 establecimientos independientes. Axfood también controla parcialmente United Nordic, una compañía de importación propiedad conjunta de Dagrofa - www.dagrofa.dk en Dinamarca, Norgesgruppen - www.norgesgruppen.no en Noruega y TukoSpar en Finlandia.

Bergendahlsgruppen www.bergendahlsgruppen.se

El grupo Bergendahlsgruppen AB (constituido como tal en el año 2001), propiedad de la familia Bergendahl, concentra el núcleo de su actividad en el Sur de Suecia, donde la compañía alcanza el 10% de cuota de mercado. La distribución minorista del Grupo se lleva a cabo a través de 249 tiendas bajo los nombres comerciales AGs, *City Gross* y *Eko*. Además de suministrar a las tiendas del grupo, Bergendahlsgruppen también suministra a más de 200 tiendas independientes, como Vi-butikerna y Prisextra.

Las tres cadenas más importante del grupo son:

- AGs
- City Gross ⁴www.citygross.se
- Eko

Netto www.netto.se - www.netto.dk

La cadena danesa, que empezó su actividad en el año 1981 inició su actividad en Suecia en el año 2002. Netto está presente también en Alemania, Reino Unido y Polonia⁵.

Disponen de 67 tiendas en el sur de Suecia, gestionadas por Netto Marknad AB; 95 % propiedad de Dansk Supermarked A/S. El objetivo de la cadena es abrir 25 nuevas tiendas por año en Suecia. Hasta febrero 2007 existía una joint venture entre Dansk Supermarked A/S e Ica AB que tenía el 50 % de la cadena en Suecia. Actualmente, la participación de ICA AB se ha reducido al 5 %.

La compañía está interesada tanto en productos de alimentación como de otro tipo, así como en productos con marca blanca y marca propia. El surtido de la compañía se caracteriza por tener precios por debajo de la media del resto de cadenas.

⁵ La cadena tiene 379 tiendas en Dinamarca, 247 en Alemania, 177 en Reino Unido y 120 en Polonia.

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

Lidl www.lidl.se - www.lidl.de

La cadena alemana, tras una gran expansión en la década de los noventa, está en la actualidad presente en la mayoría de países europeos. Con su oferta a bajo precio, la compañía es uno de los líderes en el comercio minorista en Europa.

La política de la compañía es no dar información acerca de su política de compras, aunque la mayor parte de las compras se llevan a cabo en la central en Alemania (Tel: +49 7132942884)

El sector HoReCa

El sector HoReCa representa el 20% del consumo total de productos alimenticios en Suecia. Comprende cerca de 37.000 unidades, entre ellas unas 10.000 cafeterías, restaurantes, tiendas de comida rápida, hoteles y guarniciones militares. Las tiendas de comida rápida y hoteles normalmente forman parte de cadenas nacionales, mientras que los cafés y restaurantes son principalmente negocios familiares. Los comedores institucionales están gestionados por las autoridades municipales o por las agencias gubernamentales.

La distribución al sector del catering también está dominada por unos pocos mayoristas de gran envergadura, que importan también comida orgánica. Los grupos más importantes son:

Servera www.servera.se (Axel Jonson / Axfood)

Menigo Foodservice www.menigo.se (Grupo ICA)

Martin Olsson www.martinolsson.se

ServiceGrossisterna www.servicegrossisterna.se

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Suecia entró en la UE en 1995 y desde entonces existe libre circulación de mercancías para los productos procedentes de España y el resto de países de la Unión Europea.

Legislación:

En el caso de los productos agroalimentarios, la Agencia Nacional Alimenticia (Livsmedelsverket) es la encargada de desarrollar y aplicar las regulaciones. Las ordenanzas suecas de la Administración Nacional de Alimentación (Livsmedelsverket-www.slv.se), son transposiciones directas de las directivas comunitarias sobre alimentación, y se publican por Livsmedelsverket en su propio código de estatutos: SLVFS.

La autoridad de Livsmedelsverket para legislar se recoge fundamentalmente en el Food Act (Ley de Alimentación) y el Food Decree (Reglamento), ambos disponibles en inglés en www.slv.se. También en la web se puede ver información sobre nuevos importadores de alimentación, documentos comerciales, certificados de salud etc.

De acuerdo con Foods Decree §9, los productos de alimentación pueden entrar en Suecia con propósitos comerciales sólo si el importador está registrado en Livsmedelsverket

Además de que el importador esté registrado en Livsmedelsverket, si se cuenta con almacén o tienda propia en Suecia también debe registrarse en la autoridad local de la zona correspondiente: Miljöförvaltningen (Oficina Estocolmo: +46 8 508 28 800).

El reglamento que regula el etiquetado de productos agroalimentarios es el LIVSFS 2004:27 que sustituye al reglamento SLVFS 1998:15. Dicha regulación específica, entre otros, los siguientes puntos:

- Artículo 11: “La información en etiquetado debe estar en sueco. Se pueden utilizar otras lenguas para tal finalidad si la forma de éstas no varía sustancialmente del sueco”

- Artículo 16: El etiquetado deberá contener información sobre:

Marca comercial del producto

Lista de ingredientes

EL MERCADO DE PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETAS EN SUECIA

Cantidad de un ingrediente o categoría de ingredientes

Cantidad neta

Fecha de caducidad

Condiciones de uso y almacenamiento

Nombre de la compañía y dirección

Origen

Instrucciones de uso

A modo de resumen, podemos decir que no existe regulación específica en Suecia sobre aditivos alimentarios aparte de la normativa comunitaria. Un producto alimenticio legalmente manufacturado en España puede comercializarse en Suecia, con la salvedad de que el etiquetado debe estar en sueco.

Al margen de los requisitos legales, conviene tener en cuenta la imagen y características de los productos de la competencia. El estilo y gusto sueco se caracteriza por un diseño simple, líneas básicas y colores neutros, productos naturales y elevada conciencia medioambiental. Es conveniente tener en cuenta estos factores a la hora de diseñar la etiqueta.

ICEX