

El mercado del vino en Tur- quía

El mercado del vino en Tur- quía

Este estudio ha sido realizado por Jose Ángel Ramos
Fernández bajo la supervisión de la Oficina Económica
y Comercial de la Embajada de España en Estambul

Septiembre 2006

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
I. INTRODUCCIÓN	7
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	7
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	8
1. Análisis cuantitativo	8
1.1. Tamaño de la oferta.	8
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	12
2. Análisis cualitativo	17
2.1. Producción	17
2.2. Obstáculos comerciales	18
2.3. Proceso de importación	20
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	24
1. Análisis cuantitativo	24
1.1. Canales de distribución	24
1.2. Esquema de la distribución	25
1.3. Principales distribuidores	25
2. Análisis cualitativo	26
2.1. Estrategias de canal	26
2.2. Estrategias para el contacto comercial	27
2.3. Promoción y publicidad	27
2.4. Tendencias de la distribución	27
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	28
1. Tendencias generales del consumo	28
1.1. Factores sociodemográficos, políticos, económicos y culturales	28
2. Análisis del comportamiento del consumidor	29
2.1. Hábitos de consumo y compra	29
2.2. Preferencias	29
3. Percepción del producto español	31
V. ANEXOS	32
1. Listado de direcciones de interés	32
1.1. Importadores de vino en Turquía	32
1.2. Principales fabricantes nacionales	37
1.3. Principales Empresas De Duty-Free En Turquía	39
1.4. Ferias de vino y alimentación en Turquía:	40
1.5. Revistas De Alimentación	41
1.6. Asociaciones Alimentación	42

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

2. Certificado sanitario para la exportación de productos de alimentación a Turquía (ESPAÑOL E INGLES)	44
2.1. Obtención del certificado sanitario para la exportación de productos alimenticios a Turquía. Exportación de vino.	44
2.2. How to obtain the health certificate to export foodstuffs to Turkey. Wine exports.	45
3. Estadísticas de importación por tipo de producto	46
4. Bibliografía	55

ICEX

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

El hecho de que Turquía sea un país eminentemente musulmán (el 98% de la población lo es) y del poco éxito que tiene el consumo de bebidas alcohólicas en otros países en que se profesa mayoritariamente esta religión, no debe hacernos descartar de ninguna manera a este país como destino de nuestros vinos.

En los 5 últimos años la producción de vino en Turquía ha aumentado en casi un 50%, las importaciones en más de un 700% y el consumo en más de un 50%, y según todos los indicios esta tendencia va a continuar en los próximos años. Todas las fuentes consultadas apuntan que se espera un crecimiento del consumo de aproximadamente el 30% en los próximos 5 años.

Actualmente se consumen en Turquía casi 70 millones de litros de vino al año, lo que significa un consumo per capita de un litro por año, aunque no llega al 20% el porcentaje de población que se declara consumidora de vino.

La liberalización en la importación y distribución de vino completada en 2003 ha sido clave en la evolución del sector. A pesar de ello, todavía existen muchas trabas administrativas e impuestos que dificultan y encarecen de manera considerable la importación de vino.

Como características del mercado turco podemos señalar:

- Mercado inmaduro. Consumidores poco informados.
- Proceso de importación complicado y costoso. Barreras impositivas y no arancelarias.
- El consumo de vino tinto representa aproximadamente un 75% del total.
- Gran crecimiento del consumo en los últimos años y buenas expectativas para el futuro.
- Consumo de vino por habitante todavía bastante bajo debido a razones religiosas, el alto precio de las bebidas alcohólicas y desconocimiento y “falta de cultura” del vino.
- El turismo como foco importante de consumo aunque estacional y muy influido por acontecimientos no previsibles (atentados, terremotos,...).

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

- Las ventas en restaurantes y hoteles representa dos tercios de las ventas totales.
- Gran dinamismo por parte de los productores locales en el lanzamiento de nuevos productos y en inversiones en para mejorar la calidad de sus vinos.
- Las importaciones de vino se han multiplicado por 10 en el periodo 2003-2005 siguiendo a la liberalización del mercado.
- Dentro de los vinos importados, los españoles se sitúan sextos por volumen en una lista encabezada por Francia e Italia.
- Importancia creciente de la distribución off trade (supermercados e hipermercados) de los vinos importados desde la liberalización en 2003.
- Importancia de las acciones promocionales para situarse en el mercado.

ICEX

I ■ INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

El presente Estudio de Mercado pretende dar una visión general sobre el sector del vino en Turquía, y facilitar a las empresas españolas información para su posible introducción en el mercado turco.

El Estudio abarca los siguientes aspectos: demanda, oferta doméstica, importación y comercialización. Asimismo incluye información estadística, un listado de productores e importadores de vino e información sobre las ferias y asociaciones más importantes del sector.

El sector analizado es el vino, en todas sus variedades: tinto, blanco, rosado y espumoso. Las partidas arancelarias del Sistema Armonizado y los sectores ICEX analizados son los siguientes:

	Código	Descripción
Partida Arancelaria (Taric)	22.04	Vino de uvas, incluso encabezado, mosto de uva
Sector ICEX	1.23	Vinos

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta.

Turquía es el quinto productor de uva a escala mundial. Los cultivos están concentrados en las regiones del este del país: Mármara, Tracia, Egeo y el centro-norte de Anatolia. La producción de uva se ha mantenido constante durante la última década en torno a las 3.500.000 toneladas anuales. Sin embargo, sólo el 3% de la producción se utiliza para la elaboración de vino, destinándose la mayoría de la uva al consumo en fresco (uvas y pasas).

Existen unas 1.200 variedades de uva, gracias a las favorables condiciones climáticas y de terreno. La mayor parte de las explotaciones utilizan variedades locales para producir el vino, destacando los tipos Cinsault y Karasakiz. De todas maneras, en los últimos años se han empezado a cultivar variedades extranjeras como Cabernet Sauvignon, Merlot o Chardonnay, aunque la proporción de estas clases de uvas es todavía muy pequeña en comparación a las variedades locales.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

PRODUCCIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y NO ALCOHÓLICAS

(En millones de Litros)

	2001	2002	2003	2004	2005 (e)	Crecimiento periodo (%)
Cerveza	744,3	785,1	837,1	879,5	905,5	21,7
Vino	47,4	48,1	51,3	62,2	70,0	47,7
Raki	97,7	59,5	57,2	37,1	50,0	-48,8
Vodka	7,4	7,8	7,1	3,3	4,0	-45,9
Coñac	0,9	0,9	0,9	0,7	0,7	-22,2
Licores	1,0	0,9	0,8	0,6	0,6	-40,0
Ginebra	2,6	3,3	2,2	1,3	1,5	-42,3
Whisky	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
Bebidas carbonatadas	1.636,4	1.625,5	1.944,1	2.342,6	2.640,0	61,3
Agua mineral	2.250,0	2.420,0	2.805,0	3.309,9	3.650,0	62,2

(e) estimación

Fuente: SPO según IGEME

IMPORTACIONES DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y NO ALCOHÓLICAS

(Q: en miles de Litros, V: en miles de US\$)

	2003		2004		2005	
	Q	V	Q	V	Q	V
Cerveza	311	224	2.433	1.822	2.316	1.770
Vino	116	160	852	1.550	1.308	2.602
Whisky	5.348	6.787	2.101	3.917	514	1.819
Ginebra	209	356	554	720	465	672
Vodka	937	1.136	2.649	3.339	1.625	2.978
Licores	199	673	321	829	221	609
Bebidas carbonatadas	9.203	5.650	9.263	17.818	8.468	11.626
Agua	138	106	156	151	340	206

Fuente: Subsecretaría de Comercio Exterior según IGEME

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

EXPORTACIONES DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y NO ALCOHÓLICAS

(Q: en miles de Litros, V: en miles de US\$)

	2003		2004		2005	
	Q	V	Q	V	Q	V
Cerveza	42.061	20.961	61.361	30.317	76.845	40.792
Vino	4.795	7.303	4.062	7.861	4.374	8.414
Raki	4.611	9.306	3.875	12.683	5.638	21.171
Bebidas carbonatadas	30.407	13.884	71.196	33.505	100.523	44.065
Agua	166.237	18.319	314.579	28.664	198.912	29.653

Fuente: Subsecretaría de Comercio Exterior según IGEME

El sector cervecero es el más dinámico del mercado de bebidas alcohólicas y es el que más se ha beneficiado del cambio de hábitos de consumo. El crecimiento en su consumo se debe principalmente al aumento del turismo y del consumo doméstico.

El raki, bebida alcohólica tradicional turca elaborada a base de uvas, es la favorita entre los consumidores turcos, y se posiciona en segundo lugar en la producción de bebidas alcohólicas. De todas maneras el consumo ha decrecido de forma considerable en los últimos años. Descenso que está relacionado con el aumento en el consumo tanto de vino como de cerveza.

Si observamos el consumo de bebidas alcohólicas por habitante vemos que los turcos beben aproximadamente 11,5 litros de cerveza por habitante y año y tan solo un litro de vino por habitante y año. En cuanto al raki se ha registrado un consumo de aproximadamente un 0,6 litros por habitante y año.

PRODUCCIÓN, IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DE VINO.

(En miles de Litros)

	2001	2002	2003	2004	2005	Crecimiento periodo (%)
Producción	47.400	48.100	51.300	62.200	70.000 (e)	47,7
+ Importaciones	160	120	116	852	1.308	717,5
- Exportaciones	4.833	8.261	4.511	3.875	5.638	16,7
Indicador de consumo aparente (*)	42.727	39.959	46.905	59.177	65.670	53,7

(*) No se trata del consumo aparente, puesto que no se tienen en cuenta las variaciones de existencias.

(e) estimación

Fuente: SPO según IGEME

La oferta productiva de vino turco se centraliza en 31 empresas de tamaño grande o mediano. Las 2 mayores (Kavaklidere y Doluca) tienen una cuota de mercado conjunta de alrededor del 35%.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

En cuanto al tamaño de estas empresas, 19 tienen una capacidad de producción anual superior al millón de litros. Estos establecimientos cuentan con equipamientos tecnológicos modernos.

Además de las grandes empresas, existen más de 300 pequeños productores de vino en las regiones del Egeo y de la Anatolia. Asimismo algunas empresas pequeñas sólo producen para exportar, por tanto sus marcas son desconocidas en el mercado doméstico.

Dentro de la oferta de vinos turcos, hasta hace un par de años existía una diferencia muy acusada entre los vinos que producía MEY (antes el monopolio público “TEKEL”) y los que producía el sector privado. MEY producía vino de mesa a unos precios muy asequibles, su estrategia de mercado se basaba en producir grandes volúmenes a precios muy competitivos, mientras que el sector privado tenía y tiene como objetivo la calidad por encima del volumen, situándose, por tanto, como gran impulsor de la industria vinícola del país tanto a nivel de mercado como a nivel industrial. Esto ha cambiado en los últimos años en que la empresa MEY ha invertido ingentes cantidades de dinero en sus fábricas, ha creado un marca paraguas (Kayra) bajo la que abriga todos sus nuevos productos vinícolas y ha empezado a cuidar más el marketing y la presentación de sus productos.

Kavaklidere y Doluca (principales productores del sector privado) centran su batalla en los vinos de calidad, donde tienen una supremacía total en el mercado, sus vinos están mejorando día tras día. La inversión es la palabra clave en la modernización de sus plantas, de esta manera están consiguiendo una mayor productividad junto con una mejor calidad de sus caldos. De hecho, algunos vinos turcos han ganado premios en recientes competiciones internacionales, lo que ha aumentado el interés del consumidor. Además las campañas de promoción y marketing que llevan a cabo de sus vinos les permiten ir aumentando sus ventas y cuota de mercado.

A pesar de los reconocimientos internacionales, el vino turco sigue sufriendo problemas de imagen y presentación. Actualmente, Turquía no tiene control sobre las denominaciones de origen. Todos los países importantes productores de vino han adoptado códigos y estándares reguladores de la producción de su vino, y el mantenimiento de los viñedos y han adoptado denominaciones de origen. Los productores locales turcos reconocen que Turquía debe adoptar dichas medidas si pretende ser tomada en consideración en el mercado internacional. Mientras se llevan a cabo estas acciones, los productores se limitan a invertir en sus instalaciones para mejorar la calidad de sus vinos.

El sector privado de producción local de vino ha estado tradicionalmente amparado por las políticas proteccionistas del gobierno hasta que, a partir de 1994, se autorizó la entrada de vino importado ante la presión del sector hotelero. Sin embargo, esta liberalización se realizó con matices, ya que se mantuvieron fuertes restricciones tanto cuantitativas como burocráticas. La liberalización ocurrida en 2001 fue también muy incompleta. En 2003 se inició un nuevo proceso que abrió considerablemente el mercado turco a los productores extranjeros, produciéndose un aumento de vino importado del 800 por cien entre 2003 y 2004.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

En cifras globales, las importaciones de vino crecieron hasta el año 2000, aunque con cantidades importadas muy pequeñas. Así, en 1997 se importaron 156.000 litros de vino, en 1999 la cantidad fue de 168.854 litros y en el año 2000 se importaron 216.265 litros. Sin embargo, las importaciones han sufrido una caída en los años siguientes, alcanzando los 160.000 litros en 2001, 120.000 en 2002 y 120.300 en 2003. En 2004, propiciado por la reforma del régimen de importación llevada a cabo por el gobierno en 2003, las cantidades aumentan considerablemente multiplicándose por 8 en 2004 el volumen de litros importados en comparación con 2003 y por 10 en 2005.

Tradicionalmente, Francia e Italia son los mayores suministradores de vino a Turquía y se han mantenido en los primeros puestos en cuanto a volumen de exportación durante los últimos años. Otros países importantes son Bélgica; Moldavia y Bulgaria, por su proximidad geográfica y los vinos del “nuevo mundo”, en especial Chile.

Las exportaciones de España a Turquía han aumentado considerablemente en los 2 últimos años, convirtiéndose en 2005 en el sexto exportador en cuanto a volumen y el quinto en cuanto a valor de las exportaciones.

IMPORTACIONES DE VINO (2004) EN 2001
(Volumen: en Litros, Valor: en US\$)

Ranking por volumen	Volumen	Valor	% Cuota de Importación en volumen
Francia	42.713	40.540	26,62
Belgica-Lux.	38.763	40.503	24,16
España	25.016	22.202	15,59
Australia	24.225	17.425	15,10
Italia	20.211	20.755	12,60
Reino Unido	4.545	3.211	2,83
Chipre del Norte	2.835	5.368	1,77
Alemania	1.149	869	0,72
Portugal	919	1.310	0,57
Moldavia	79	16	0,05
Total top 10	160.455	152.199	100
Resto	0	0	0
Total	160.455	152.199	100

Fuente: DIE (Devlet Istatistik Enstitüsü) : Instituto Nacional de Estadística Turco.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

IMPORTACIONES DE VINO (2204) EN 2002

(Volumen: en Litros, Valor: en US\$)

Ranking por volumen	Volumen	Valor	% Cuota de Importación en volumen
Italia	32.525	25.340	27,13
Francia	18.302	67.895	15,27
Australia	16.749	20.342	13,97
Reino unido	9.675	20.977	8,07
Bélgica	9.162	17.599	7,64
EEUU	8.500	6.375	7,09
Chile	7.740	6.540	6,46
Bulgaria	7.350	4.738	6,13
Argentina	6.453	7.404	5,38
Israel	1.812	1.296	1,51
Total top 10	118.268	178.506	98,64
España	1.454	4.284	1,21
Resto	173	1.924	0,14
Total	119.895	184.714	100

Fuente: DIE (Devlet İstatistik Enstitüsü) : Instituto Nacional de Estadística Turco.

IMPORTACIONES DE VINO (2204) EN 2003

(Volumen: en Litros, Valor: en US\$)

Ranking por volumen	Volumen	Valor	% Cuota de Importación en volumen
Italia	40.686	46.122	33,83
Francia	30.507	51.005	25,36
Bélgica	20.106	39.556	16,72
Chile	13.860	6.020	3,17
Alemania	13.475	14.805	11,20
EEUU	1.647	2.032	1,37
Total top 6	120.281	159.540	100
Resto	0	0	0
Total	120.281	159.540	100

Fuente: DIE (Devlet İstatistik Enstitüsü) : Instituto Nacional de Estadística Turco.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Según el Instituto Nacional de Estadística Turco no se importó vino durante el 2004 desde España. De todas maneras, la base de datos de comercio exterior del Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España registra unas exportaciones de España a Turquía de 35 toneladas durante este año.

IMPORTACIONES DE VINO (2204) EN 2004

(Volumen: en Litros, Valor: en US\$)

Ranking por volumen	Volumen	Valor	% Cuota de Importación en volumen
Italia	268.167	648.737	31,47
Francia	177.389	328.113	20,82
Bulgaria	94.607	90.393	11,10
Chile	89.897	107.591	10,55
España	56.063	86.150	6,58
Moldavia	42.973	58.716	5,04
Australia	33.750	44.886	3,96
Rumania	30.222	75.152	3,55
EEUU	21.804	53.213	2,56
Argentina	15.600	18.752	1,83
Total top 10	830.472	1.511.703	97,46
Resto	21.644	37.873	2,54
Total	852.116	1.549.576	100

Fuente: DIE (Devlet İstatistik Enstitüsü) : Instituto Nacional de Estadística Turco.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

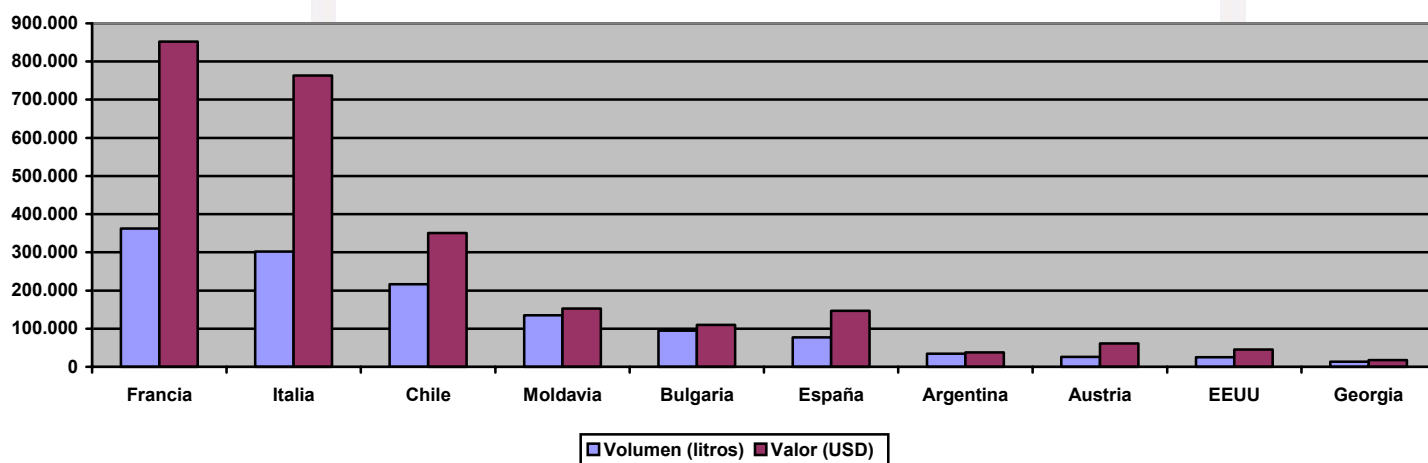
IMPORTACIONES DE VINO (2204) EN 2005

(Volumen: en Litros, Valor: en US\$)

Ranking por volumen	Volumen	Valor	% Cuota de Importación en volumen
Francia	362.194	851.868	27,70
Italia	301.811	763.170	23,08
Chile	216.105	350.755	16,53
Moldavia	134.841	152.844	10,31
Bulgaria	94.650	110.172	7,24
España	77.518	146.774	5,93
Argentina	34.429	37.858	2,63
Austria	26.317	61.312	2,01
EEUU	25.304	45.485	1,94
Georgia	13.230	17.220	1,01
Total top 10	1.286.399	2.537.458	98,37
Resto	21.300	65.422	1,63
Total	1.307.699	2.602.880	100

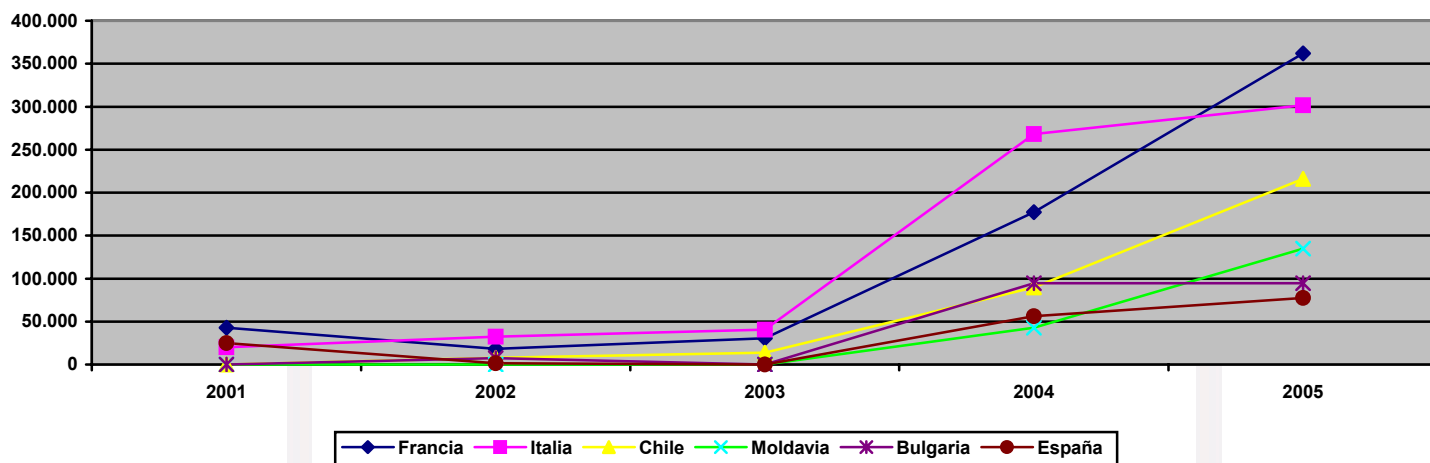
Fuente: DIE (Devlet İstatistik Enstitüsü) : Instituto Nacional de Estadística Turco.

IMPORTACIONES DE VINO EN 2005. TOP 10



EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES (EN LITROS)



En las tablas y gráficos se puede observar la supremacía de Francia como proveedor de vino extranjero en el último lustro. También se observa como España ha caído desde el tercer puesto que ocupaba en 2001 al sexto que ocupa en la actualidad.

También es de destacar el incremento producido por las exportaciones desde Moldavia y Bulgaria y el decremento de las procedentes de Bélgica (segundo proveedor en 2001 y fuera del top 10 en 2005).

Para ver las importaciones de vino desglosadas por tipo de producto ver Anexo 3.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

Como se ha señalado antes, 3 son los productores de referencia en el sector del vino en Turquía.

Por un lado esta la empresa Mey, antiguo monopolio estatal de bebidas alcohólicas. Dicha empresa ofrece sus vinos desde 2005 bajo la marca paraguas Kayra, dentro de la cuál se agrupan todos los nuevos productos vinícolas de la empresa. La capacidad de producción de Mey es de 30 millones de litros por año, según fuentes de la empresa, en sus 6 fábricas en Tekirdag, Sarköy, Ürgüp y Elazig. La calidad de sus vinos ha sido, históricamente, menor a la de las empresas del sector privado aunque en los últimos años parece que existe una tendencia a apostar por la calidad y la empresa ha dedicado importantes cantidades a la modernización de sus explotaciones así como contratado al enólogo francés Jen-Luc Colin para mejorar la calidad de sus caldos.

Kavaklidere y Doluca son los otros 2 referentes en cuanto a producción de vino en Turquía se refiere.

Dolucas ofrece sus caldos desde 1926 y tiene, según fuentes de la empresa, una capacidad de producción de 14 millones de litros anuales. La fábrica principal de la empresa está situada en Mürefte en la costa del mar de Mármara a unos 50 Km. de Tekirdag. En 1990, la empresa se embarcó en el proyecto Sarafin, por el que han dedicado parte de sus terrenos al cultivo de variedades foráneas (Sauvignon Blanc, Chardonnay, Cabernet Sauvignon y Merlot).

Kavaklidere por su parte tiene una capacidad de producción de 18 millones de litros, también según fuentes de la empresa, y exportan un 20% de su producción. Con almacenes por todo el país, sus tres fábricas se encuentran en Ankara-Akyurte, Nevsehir-Kapadokya y Manisa-Kemaliye.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

PRODUCCIÓN DE VINO EN 2004		
	MILLONES DE LITROS	CUOTA DE MERCADO %
TEKEL / MEY	1,7	2,8%
KAVAKLIDERE	12,1	19,4%
DOLUCA	9,6	15,5%
SEVILEN	0,8	1,4%
PAMUKKALE	0,7	1,1%
OTROS	37,3	59,8%
TOTAL	62,2	100

Fuente: Euromonitor (Global Market Information Database), elaboración propia, empresas.

Como se puede observar en la tabla Kavaklidere es el líder en producción actualmente y lo ha sido en los últimos años aunque Doluca, su principal competidor le ha ido recortando cuota de mercado en el último lustro.

Los datos de TEKEL / MEY en el año 2004 se explican por ser el año en que se estaba completando el proceso de privatización de la empresa pública. En 1999 TEKEL produjo 18,3 millones de litros siendo el líder del mercado.

Las tres empresas antes mencionadas cubren todos los segmentos del mercado a excepción, quizá, del más alto en el que los vinos de importación (especialmente los franceses e italianos) encuentran su sitio.

2.2. Obstáculos comerciales

Hasta el año 2001 el monopolio de importación, exportación, distribución de vino y fijación de precios de bebidas alcohólicas era propiedad de la empresa estatal TEKEL. En 2001, la Ley 4619 puso fin, en teoría a 136 años de monopolio en el sector.

Esta ley liberalizaba la importación y distribución de bebidas alcohólicas. El principal cambio introducido por esta ley es que será libre la importación de vinos para las empresas que alcancen una capacidad anual mínima de 1 millón de litros de vino (entre “producción propia, ventas e importación”, según términos literales de la ley, en definitiva, lo que la ley exige es que la compañía tenga un volumen de negocio mínimo de un millón de litros al año).

El requisito del millón de litros será reducido progresivamente, de manera que durante el segundo año natural siguiente a la entrada en vigor de la ley (2003) el límite mínimo será de 900.000 litros, durante el tercer año (2004) natural 800.000 litros, durante el cuarto año natural (2005) 700.000 litros y durante el quinto año natural (2006) 600.000 litros. Este requisito

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

se mantendrá hasta 2007 (500.000 litros). Se prevé que el Consejo de Ministros anule este requisito de capacidad mínima de producción a partir del 2008.

Por tanto, las empresas con tal capacidad de producción/ venta/ importación podrán importar vinos sin necesidad de autorización del TAPDK (Tütün ve Alkol Kurumu). El resto tiene que pasar por este organismo público. El TAPDK es el nuevo organismo que regula el mercado, en sustitución del antiguo monopolio de TEKEL. Supervisa los mercados domésticos y exterior, la distribución y los precios de venta en Turquía.

Esta medida en realidad no exime a ninguna empresa de tener que recabar la autorización del TAPDK pues ninguna empresa importadora superó la cifra de 600.000 litros en 2006 ni los respectivos mínimos en años anteriores.

La otra ley clave en el proceso de liberalización del mercado es la Ley 4733 de enero de 2002. A esta ley también se la llama la “Ley del Tabaco” (Tobacco Act), y regula también asuntos del mercado de bebidas alcohólicas. La Ley del Tabaco fue aprobada por el Parlamento y, definitivamente por el Presidente de Turquía en enero de 2002.

De acuerdo a la Ley del Tabaco se procede a las siguientes reformas:

- Se crea la Junta del Alcohol y Tabaco (Tobacco and Alcohol Board Authority – TABA o lo que es lo mismo TAPDK (Tütün ve Alkol Kurumu).
- Se crea el Instituto de Regulación del Mercado del Tabaco, Productos del Tabaco y Bebidas Alcohólicas, que será gobernado por la citada Junta y que dependerá de un Ministro de Estado a designar por el Primer Ministro.
- A partir de la creación de TAPDK, TEKEL se convierte en una empresa comercial, una “Empresa Económica del Estado”, y sus activos serán transferidos al mencionado Instituto.

Estas leyes se complementan con el Reglamento sobre los Métodos y Principios concernientes al Comercio Interior y Exterior de Alcohol y Bebidas alcohólicas. (6 de Junio de 2003 en el Resmi Gazete (BOE Turco) No. 25130)

El “Alcohol & Tobacco Board” anteriormente citado, creado por la Ley 4733, preparó esta Regulación, que entró en vigor a partir de su publicación en el BOE Turco (Resmi Gazete) el 6 de junio de 2003, No.25130. Este Consejo o “Board”, que en turco se llama “Tütün ve Alkol Kurumu” (TAPDK), reemplaza a la empresa estatal TEKEL en sus funciones no empresariales o comerciales (Ley 4619). El TAPDK es el organismo encargado de aplicar esta nueva regulación, que afecta al mercado interior, exterior, a la distribución y a la fijación de precios de venta en el mercado turco de las bebidas alcohólicas. Es la nueva entidad que regula el mercado: supervisa los mercados domésticos y exterior, la distribución y los precios de venta en Turquía.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

2.3. Proceso de importación

Como se ha dicho el nuevo organismo “Tutun ve Alkol Kurumu” (TADPK) remplace a la empresa estatal TEKEL (ley nº 4619) para supervisar el mercado interior y exterior de productos alcohólicos, así como la distribución y la fijación de precios de venta en el mercado turco.

Importaciones de alcohol y bebidas alcohólicas

El mercado turco es actualmente accesible para los vinos y bebidas alcohólicas procedentes del exterior. Sin embargo siguen existiendo restricciones. Así, las importaciones de vinos y bebidas alcohólicas deben obtener dos tipos de certificados de conformidad:

- Por un lado está el Certificado de Conformidad para Productos Agrícolas. Es un documento emitido por el Ministerio de Agricultura y certifica que los productos importados cumplen los requisitos exigidos en Turquía.
- Por otro lado está el Certificado de Conformidad para Bebidas Alcohólicas. Es un documento emitido por el TADPK certificando que las bebidas alcohólicas importadas cumplen los de salud e higiene exigidos.

El conseguir estos certificados supone el envío de una ingente cantidad de documentos, además del gasto que supone el envío de muestras. Esta obligación de obtener el visto bueno de 2 organismos diferentes para importar vino a Turquía parece contrario tanto a la Decisión 1/95 del Consejo de Asociación CE-Turquía como a las reglas de la OMC.

Mercado doméstico

Con el fin de poder vender alcohol en el mercado interior turco, es necesario obtener un Certificado de Distribución de bebidas alcohólicas (con validez de un año) a través del TADPK. El precio varía entre los 20 YTL (=11,9 €) y 1.000 YTL (595 €).

Los productores de alcohol y bebidas alcohólicas, con la excepción de la cerveza y el vino, y los importadores de alcoholes y bebidas alcohólicas, con la excepción del whisky y el champagne natural, deberán tener una capacidad de producción y de importación anual mínima de 700.000 litros en 2005 para poder fijar libremente el precio de venta de sus productos y poder disponer de la autorización de distribución. En su defecto, las empresas productoras e importadoras deberán dirigirse a las autoridades (TADPK) para fijar el precio de venta de producto y solicitar también el Certificado de Distribución.

Por último los productos alcohólicos deberán igualmente obtener un Certificado de Venta del TADPK pagando un importe entre los 0,00054 € y los 0,013 €/litro.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Los importadores entrevistados estiman el gasto en los diferentes certificados en aproximadamente 1.000 euros por referencia y por año, entre papeles, muestras entregadas, etc.

Aranceles e impuestos

Desde la firma del Tratado de Unión Aduanera los aranceles a la importación de vino han decrecido de manera significativa, aunque continúan siendo muy altos. Sin embargo no ocurre lo mismo con los impuestos internos que afectan al vino, que son muy elevados, por lo que el vino en general y el importado en particular, no es competitivo.

Impuestos arancelarios :

Los vinos y el cava importados de la UE y de los países pertenecientes al EFTA están sujetos a un arancel del 50% (sobre el valor CIF), para el resto de los países del mundo el arancel es del 70%.

Impuesto Especial al Consumo:

Existe un impuesto especial que grava el consumo del vino que para el caso del vino es del 63,3%.

Los aranceles, tal y como aparece publicado en la “Gümrük Tarife Cetveli” (Legislación aduanera turca de importación y exportación), en DREE y en Market Access Data Base de la Comisión Europea, quedan como siguen para los siguientes productos:

Producto/ Tipo de arancel	Derecho Aduanero % Valor CIF	Total 1	Impuesto especial de consumo %	Total 2	IVA %	Total impuestos acumulados %
Cerveza	0	1	63.3	1.63	18	93%
Vino origen UE	50	1.5	63.3	2.45	18	189%
Vino origen no UE	70	1.7	63.3	2.78	18	228%
Cava origen UE	50	1.5	275.6	5.63	18	565%
Cava origen no UE	70	1.7	275.6	6.39	18	653%

Fuentes: Gümrük Tarife Cetveli 2004, DREE y Market Access Data Base (<http://mkacddb.eu.int>)

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Impuesto Especial al Consumo “ad valorem” o “por volumen”:

Según información facilitada por el importador de vinos “ADCO GIDA SANAYİ TICARET A.Ş.”, hay además una obligación paralela para asegurar que las importaciones de vino generen un “suelo” mínimo de impuestos arancelarios a fin de evitar que un eventual bajo precio unitario resulte en ingresos fiscales poco importantes. Otra razón parece ser la intención del gobierno de proteger la producción nacional de los vinos más económicos. Así, en el caso de la UE se aplica el valor más alto del Impuesto Especial al Consumo, ya sea en base al 63,3% sobre el valor unitario o en base a la cantidad de 3,2976 liras turcas por litro importado:

Concepto	Impuesto de Aduana	±	Impuesto especial de consumo	1ª cifra
Promedio	50% del coste del vino		63,30 %	

Concepto	Impuesto de Aduana	±	Impuesto especial de consumo	2ª cifra
Promedio	50% del coste del vino		3,2976 Nueva Lira Turca por litro	

A la cifra resultante habría que añadirle el impuesto sobre el valor añadido (DKV en turco) del 18%.

Requisitos de Etiquetado

Según menciona la web de “Market Access Data Base” de la Unión Europea , se describen los siguientes requisitos de etiquetado:

El Estándar N° 4331 (“El Marcado y Etiquetado de Paquetes”) regula los requisitos de etiquetado para bebidas alcohólicas y va más allá de lo requerido en la UE. Adicionalmente a lo que requiere la UE, Turquía exige:

- Número y fecha de permiso de importación.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

- Edad del producto (sólo para el caso del whisky).
- Rotación y número de lote o número de serie.
- Nombre del importador.

En la práctica esto requiere un cambio en el etiquetado para cada envío y para cada año.

Cualquier error encontrado en el etiquetado impide una posible corrección en aduana, por lo que los bienes deberán ser devueltos al país de origen.



ICEX

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

Hay que volver a nombrar en este apartado la liberalización del mercado culminada en 2003 por la que se permite la venta de vino extranjero en cualquier establecimiento. Antes de esta fecha la venta del vino importado en Turquía quedaba limitada a los hoteles de cuatro y cinco estrellas, a los restaurantes que tenían licencia turística y a alguna tienda especializada.

En los últimos años se está empezando a vender vino importado en hipermercados y supermercados aunque la presencia de vinos extranjeros en estos establecimientos es todavía escasa. Generalmente, cuanto mayor es la superficie del hipermercado mayor es la gama de vino importado que ofrece, mientras que en los pequeños supermercados en el centro de las ciudades (incluido Estambul y Ankara) apenas se encuentra esta clase de vino. Aún así todo parece indicar que la presencia de vino extranjero en los supermercados aumentará de forma sensible en los próximos años. El menor margen comercial que aplican estos establecimientos a los vinos importados hace su precio mucho más asequible para el consumidor turco.

En los establecimientos o tiendas libres de impuestos (“duty free”) se puede comprar vino importado y de hecho una parte importante del vino extranjero que se consume en las casas proviene de estos establecimientos. Una razón para ello es que antes de la liberalización era muy difícil comprar vino importado fuera de los restaurantes por lo que la gente que deseaba degustar esta clase de vinos en sus casas se aprovisionaban en los “duty free”. Hay que resaltar que los productos que se adquieren en dichos establecimientos, en principio, no están destinados para el consumo en el propio país ya que técnicamente dicha venta se considera una exportación y el consumo de dicha mercancía no tiene lugar en Turquía sino que se adquieren en los aeropuertos y puertos con destino al extranjero.

Por otro lado, las restricciones de la ley y los elevados aranceles han provocado que se desarrolle un mercado negro de vino importado en Turquía. Este mercado negro tiene al parecer normalmente su punto de partida en las empresas turcas de duty-free, que no pagan impuestos y no están sujetas a las restricciones de importación del “TAPKD” (antes TEKEL).

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Los clientes principales son los restaurantes de lujo, que compran el vino importado a las empresas de duty-free a un precio mucho menor que el importado legalmente.

1.2. Esquema de la distribución

En Turquía, tradicionalmente la venta on trade (entendida esta como la venta hecha en restaurantes y hoteles) ha sido la gran dominadora de las ventas de vino, en especial de vino importado. Evidentemente la razón que explica esto es la prohibición de vender vino extranjero en establecimientos que no fueran autorizados por TEKEL, organismo que solo concedía dicha autorización a restaurantes y hoteles con licencia turística.

Después de la culminación del proceso de liberalización este esquema ha cambiado y hoy en día entre el 20 y 25 % (según la fuente consultada) del total del consumo de vino en Turquía (nacional e importación) se realiza off trade.

El comercio on trade sigue comercializando alrededor del 75% de las ventas. Uno de los motivos que explican este hecho es el que gran parte del consumo se realice en los restaurantes y hoteles de las zonas turísticas.

De todos modos, en los últimos años el porcentaje de vino comprado off trade ha aumentado aunque de forma suave y se espera que esta tendencia continúe en los próximos años.

1.3. Principales distribuidores

Los principales importadores son al mismo tiempo los principales distribuidores de vino. Al final del estudio se puede encontrar un listado con los mayores importadores.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

En opinión de los importadores y de los expertos en vino consultados los principales consumidores de vino en Turquía son los turistas y la clase alta y media alta de las grandes ciudades del este del país, en especial Estambul, Izmir y las ciudades de la costa mediterránea. Es a este segmento al que los fabricantes españoles deberían dirigir sus esfuerzos. En particular los importadores señalan que el cliente al que se deben dirigir los fabricantes es al cliente turco pues el turismo depende en gran medida de factores coyunturales difíciles de controlar.

El vino demandado por esta población es un vino de calidad, y a la vez se requiere que el vino tenga “nombre”. Al estar la población turca poco educada en cuanto a consumo de vino, muchas veces el nombre de la uva, o de la región de la que proviene el vino o de la bodega marca la decisión de consumo frente a vinos o regiones con igual calidad pero menos conocidas.

El vino tinto es el líder indiscutible del mercado. Entre el 70 y 80 % del vino consumido en Turquía es de este tipo. El vino blanco goza de una cuota de alrededor del 20% mientras que el vino rosado se quedaría en un 1 – 2 %.

En cuanto al posicionamiento del vino español en general se observan 2 tipos de comentarios por parte de los importadores y expertos:

Por un lado, algunos importadores comentan que el consumidor no tiene una imagen clara del vino español.

Otro importadores en cambio comentan que vino español se percibe como un vino de calidad, aunque no a la altura de los vinos de Francia e Italia. En Turquía los vinos percibidos como de mayor calidad son los franceses seguidos por los italianos. A continuación se situaban los vinos de España, aunque en los últimos años con el auge de los vinos del “nuevo mundo”, en especial los chilenos esta posición está siendo amenazada.

Otra de las cosas que comentan todo los expertos es la importancia de acercarse a Turquía con una visión a largo plazo. Se debe sacrificar el beneficio inmediato en aras de hacerse un nombre en el mercado y lograr una estabilidad. Las empresas extranjeras normalmente empiezan introduciendo una de sus referencias (generalmente vino tinto de calidad media alta y precio lo más ajustado posible) y buscando la consolidación de la marca. Después se irá introduciendo paulatinamente el resto de la gama (el blanco, el rosado y los vinos de calidad superior).

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

2.2. Estrategias para el contacto comercial

Las estrategias para el contacto comercial no difieren de las que se deben usar en cualquier otro país europeo. Es aconsejable asociarse con un importador turco que tenga una cierta trayectoria ya que abundan las empresas que aparecen y desaparecen a los pocos meses y además, el que la empresa lleve años, indica que tendrá experiencia en la gestión de los certificados y permisos necesarios ante los organismos gubernamentales.

2.3. Promoción y publicidad

Todos los expertos consultados señalan como uno de los principales problemas que tienen los vinos españoles la falta de acciones promocionales.

Los importadores comentan que la gran mayoría de las bodegas españolas con las que han trabajado no se implican en acciones publicitarias en el país, y que sin las mismas es imposible hacerse un nombre en el mercado.

Algún importador comenta que el consumidor turco se guía muchas veces a la hora de elegir el vino por la publicidad, entendida esta como que, a igualdad de precio, un consumidor turco probablemente se decantará antes por un Bordeaux o por un Chardonnay que por un vino español. La razón no es que ese vino sea mejor sino porque la palabra le sugiere calidad. Este mismo ejemplo podría aplicarse a las marcas.

La solución consiste en realizar campañas promocionales junto con el importador. Las bodegas que venden un contenedor pero después no se implican en promocionar su marca en el mercado están condenadas al fracaso, según los importadores.

2.4. Tendencias de la distribución

Hasta la liberalización culminada en 2003 el organismo TEKEL controlaba la distribución de vino en el país. Los importadores prácticamente solo podía vender el vino por medio de restaurantes y hoteles con licencia turística.

Después de 2003 la venta de vino importado es liberalizada y se comienza a distribuir el vino por medio de supermercados e hipermercados. Como se comentaba anteriormente, a pesar de que este tipo de distribución es todavía minoritaria en comparación con la venta en restaurantes, se espera que crezca en los próximos años debido al creciente interés de una clase media por el vino y al considerablemente menor margen comercial aplicado por este tipo de establecimientos lo que hace el precio más asequible.

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos, políticos, económicos y culturales

Turquía es un país de 70 millones de habitantes aproximadamente el 98% de los cuales son musulmanes. A pesar de este hecho, el consumo de bebidas alcohólicas es una constante en todo el país, aunque de una forma mucho más acusada en el oeste y suroeste.

El perfil del consumidor turco es, según los importadores, el de una persona joven que cada vez está más interesado en el consumo de vino y en las costumbres occidentales. Además en los últimos años ha aumentado el número de consumidores de más edad que han pasado de consumir los espirituosos locales (en especial el raki, cuyo consumo va en descenso) a consumir vino.

Además, el consumo de vino es un símbolo de status y cultura. Por ello se ve espoleado por una creciente población urbana con estudios.

Por otro lado, otro foco importante de consumidores son los turistas. Turquía es una potencia turística cada vez más importante. Durante el año 2005, Turquía recibió 21,1 millones de visitantes, un 20,6% más que el año anterior, suponiendo una tasa de crecimiento medio anual del 15,36 % en el último lustro).

Actualmente e Turquía esta gobernado por el Partido de la Justicia y el Desarrollo (AKP), de corte islamista moderado. Los importadores consultados comentan que esto no ayudará a facilitar los tramites para la importación de vino pero tampoco creen que el proceso de liberalización iniciado pueda dar marcha atrás teniendo en cuenta la unión aduanera existente y el interés del gobierno en formar parte de la Unión Europea.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo y compra

Como se ha comentado antes el vino se consume mayoritariamente en hoteles y restaurantes en las principales ciudades y en las zonas turísticas. El perfil del consumidor es el de una persona joven interesada en las costumbres occidentales. La dinámica de este consumo no difiere de la de otros países. Mayoritariamente se produce los fines de semana y en vacaciones.

Además, una parte muy importante del consumo es realizado por el creciente número de turistas que eligen Turquía como su destino de vacaciones. Este consumo está muy influido por varios factores. En primer lugar se trata de un consumo muy estacional. La mayoría del turismo se registra entre los meses de mayo y septiembre y se concentra mayoritariamente en 3 zonas: Antalya (un 40%), costa del Egeo (30%) y la ciudad de Estambul (13%). Además, en los últimos años varios acontecimientos han demostrado lo flexible de la afluencia de turistas a Turquía. Los atentados perpetrados en los últimos años han afectado considerablemente la llegada de turistas, en mayor medida de lo que lo han hecho en otros países como España o Reino Unido.

Los productos sustitutos son, sobre todo, la cerveza y el raki. El consumo de cerveza está aumentando en los últimos años aunque la repercusión de este aumento sobre el consumo de vino no está muy claro pues el consumo de vino también ha aumentado en el mismo periodo. Sin embargo, según las fuentes consultadas, si que parece que el descenso acusado en el consumo de raki si tiene relación directa con el aumento en el del vino. En los últimos 5 años el consumo de raki ha disminuido a la mitad mientras que el de vino ha aumentado un 50%. Algunos importadores señalan que las muertes producidas hace algunos años por partidas defectuosas de raki han hecho a la población mostrarse escéptica sobre la calidad de esta bebida. Otra razón parece ser el incremento del precio de este producto.

En cuanto a productos complementarios, cabe señalar que varios distribuidores y prescriptores de opinión han destacado la gran complementariedad de los vinos españoles con la cocina turca, eminentemente mediterránea.

2.2. Preferencias

Existen varios elementos que se han demostrado como frenos al consumo de vino en el país. Por un lado están los atentados que se vienen sucediendo con cierta frecuencia en Turquía. Aunque estos no sucedan en las zonas turísticas afectan de forma importante a la llegada de turistas al país y por tanto a este tipo de consumo (evidentemente si los atentados se producen en zonas turísticas como ha sucedido este agosto el impacto es mucho mayor).

Por otro lado diversas recesiones y crisis financieras han afectado a Turquía en los últimos años. En 1994, 1999 (año en que un terremoto se produjo en la zona cercana a Estambul) y especialmente 2001 el país se vio sumergido en diferentes crisis económicas. Estos aconte-

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

cimientos influyen directamente en la capacidad de compra del consumidor turco y afectan considerablemente al consumo de vino.

Por otro lado, parece que el acercamiento producido por Turquía hacia la Unión Europea es un factor que espolea el consumo de vino.

Se observa también que el consumidor turco está muy influenciado por lo que lee en las revistas, en especial en las de alimentación. En este sentido, artículos como el aparecido recientemente en la revista Forbes alabando la calidad del vino español son muy positivos.



ICEX

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Como se ha dicho antes existen dos tipos de comentarios por parte de los profesionales del sector al ser preguntados por la percepción de los consumidores del vino español.

Por un lado, algunos importadores comentan que tanto los dueños de los restaurantes y hoteles como los consumidores finales no conocen el vino español. Achacan este desconocimiento del producto a la falta de acciones promocionales y al deficiente marketing de los productores. Entre otras cosas señalan el poco cuidado puesto en el diseño de la etiqueta y la falta de apoyo recibida por el importador para realizar acciones en el país. De este modo, comentan que la decisión de compra la determina el precio, y en este apartado los vinos españoles son caros en comparación, por ejemplo, con los vinos chilenos o argentinos. Según comentan, los dueños de restaurantes y hoteles compran el vino español solamente si este es barato.

Por otro lado, otros de los importadores entrevistados, entre ellos el mayor de Turquía comentan que los consumidores si tienen una imagen del vino español como vino de calidad, aunque no a la altura sus competidores de Italia y, sobre todo, Francia. Al mismo tiempo comentan que en los últimos años el vino español ha ido perdiendo cuota de mercado por la entrada en el mercado de los vinos de Argentina, Chile, Australia, Sudáfrica y California, de precio más competitivo y calidad buena.

Las grandes bazas que tiene el vino español en opinión de estos distribuidores son:

- la elevada calidad de los caldos, incluso la de los productos menos apreciados en origen.
- el gran maridaje del vino español con la cocina turca al emplear ingredientes y condimentos similares a la española.
- el atractivo que siente el pueblo turco por la cultura española.

Los grandes inconvenientes según los mismos expertos son:

- la falta de un nombre (inexistencia de marca país en este sector).
- el deficiente marketing llevado a cabo por las empresas españolas (etiquetas poco atractivas, falta de acciones promocionales, etc.).
- el alto precio de los vinos españoles.

V. ■ ANEXOS

1. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

1.1. Importadores de vino en Turquía

ADCO GIDA

Dirección: Göktürk Beldesi İstanbul Cd. Kumluğecit Sk. No.14
Kemerbugaz - İSTANBUL
Tel: 0090 212 322 04 00
Fax: 0090 212 322 04 18
E-Mail: ithalat@maco.com.tr
Comentario: Importa de España. Bodega Unidas, Marqués de Riscal, Faustino (Rioja).

BARON ŞARAPLARI

Dirección: İstiklal Caddesi Gazeteci Erol Dernek Sk. Erman Han No.5 K. 5 Beyoğlu -
İSTANBUL
Tel: 0090 212 244 72 64
Fax: 0090 212 244 72 65
E-Mail: baron@baron.gen.tr
Web: www.baron.gen.tr

COŞKU GIDA TEKSTİL ELEKTRONİK VE TURİZM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

Dirección: Ataşehir Bulvarı Ata 2/3 Plaza B.2 Blok Kat.3 No.36
Kadıköy - İSTANBUL
Tel : 0090 216 456 77 70

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Fax : 0090 216 456 77 75

Persona de contacto : Sr. Muzaffer Arslan

E-mail : marketing@coskugroup.com

Web: www.coskugroup.com

Comentarios: Importadores de whisky, vodka tequila, vinos y vinos espumosos.

DEM DIŞ TICARET TEMSILCILİK LTD. ŞTİ.

Dirección: Fazıl Kaptanoğlu Cd. Seba İş Merkezi No:3 Kat:4

Seyrantepe - İSTANBUL

Tel: 0090 212 324 28 00

Fax: 0090 212 324 43 83

Persona De Contacto: Sr. Serdar Tektaş

Web: www.demcompany.com

Mail: serdar@demcompany.com

Comentarios: Importa para el Duty Free. No están interesados en productos derivados del vino.No Importa Vino Español Pero Puede que más adelante les interese.

DEMAK GIDA SAN. VE DIS. TIC. LTD. STİ.

Dirección: Ahmet Bayman Cd. No. 4/4 Seyrantepe - İSTANBUL

Teléfono: 0090 212 266 60 20

Fax: 0090 212 268 70 78

Persona de Contacto: Sr. Onur Özel (Socio)

E-Mail : onur@demaktrade.com

Pagina Web: www.demaktrade.com

Comentarios: Importador de bebidas y alimentación.

DEMİRTAŞ GIDA SAN VE TİC.LTD. ŞTİ.

Dirección: Atatürk Caddesi No.190 İto İş Merkezi K.5/502 Alsancak - İZMİR

Tel: 0090 232 464 15 33

Fax: 0090 232 464 18 90

Persona de Contacto: Sr. Egemen Demirtaş

E-Mail: info@demirtas.com.tr

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Web: www.demirtas.com.tr

Comentarios: Importador y distribuidor de vinos y otras bebidas alcohólicas. Distribuyen a los Duty Free.

DIONYSOS IÇKI PAZARLAMA

Dirección: Yükseliş Mh. 2128 Sk. Özen Apt. No:36/1

ANTALYA

Tel: 0090 242 334 18 04

Fax: 0090 242 334 18 19

Email: metin@dionysios.com.tr

Web: www.dionysos.com.tr

Comentarios: Importan vino, sobre todo de Rusia y Moldavia.

DOLFIN GIDA DIS TICARET VE SAN. A.Ş.

Dirección: Defterdar Mh. Ortakcılar Cd. Birlik Han No.58 K.2

Eyup - İSTANBUL

Teléfono: 0090 212 612 47 57

Fax: 0090 212 612 47 00

Persona de Contacto: Srta. Lara Besanson (Coordinadora de Negocios Internacionales)

E-Mail: dolphin@dolphin.com.tr

Web: www.dolphin.com.tr

Comentarios: Muy interesados en importar vino o derivados del vino de España.

F.O.O.D. GIDA ÜRETİM PAZARLAMA A.Ş.

Dirección: Spor Cad. 179/2 Beşiktaş -İSTANBUL

Tel: 0090 212 236 20 92

Fax: 0090 212 236 20 96

Persona de contacto: Hayri Molu (Gerente)

Web: www.wine.gen.tr

Mail: winenroses@superonline.com

Comentarios: Interesados en importar tanto vino como derivados del vino.

İMPEKS GIDA ÜRÜNLERİ A.Ş.

Dirección: İbrahim Aga Cd. 2. Emintaş Sitesi No.20/2 Bayrampaşa - İSTANBUL

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Tel: 0090 212 544 51 52
Fax: 0090 212 544 30 32
Persona de Contacto: Srta. Selma Temizkan
E-Mail: info@impeksgida.com
Comentarios: Importadores de bebidas alcohólicas.

KANGAROO TRADE

Dirección: Maçka Caddesi Kazim gerçel Apt. 23-1 Piso:4 MAÇKA- İSTANBUL
Teléfono: 0090 212 233 38 80
Fax: 0090 212 296 22 40
Persona de Contacto: Sr. Faruk Bil (Socio) Sra. Dilek Bil (Directora de Importación)
E-Mail : dilekb@kangaroo.com.tr
Comentarios: Hacía 1 año y medio que no importan. Importaban de Francia. Interesados en importar vino español. En la MD Ciudad Real de Feb 2005 aceptaron entrevista con la empresa PRODEVISA (Productos Derivados del Vino), mostrando bastante interés en sus productos.

KARAGÖZOĞLU DIŞ TİCARET A. Ş.

Dirección: Mimar Sinan Mh. Yıldız Sk. No.17 Kemerburgaz - ISTANBUL
Tel: 0090 212 233 37 31
Fax: 0090 212 360 01 60
Persona de contacto: Sr. Seyit Karagözöğlü
E-mail: seyt@karagozoglu.com.tr
Comentarios: Importa vinos españoles: Cune (Rioja) Ribera del Duero...

KAV SARAP BUTIGI

Dirección: Atiye Sokak No.12/1 Teşvikiye - İSTANBUL
Tel: 0090 212 234 91 20
Fax: 0090 212 234 91 21
Web: www.kavbutik.com
E-Mail kav@kavbutik.com
Comentarios: Interesados en importar vino de España.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

MAXXIUM PAZARLAMA

Dirección: Atatürk Oto Sanayi Sitesi No.78 K.2 Maslak - İSTANBUL
Tel: 0090 212 286 47 00
Fax: 0090 212 286 47 17
Persona de Contacto: Sra. Ayse Aksan
E-Mail: ayse.aksan@maxximum.com
Web: www.maxxium.com
Comentarios: Importadores y distribuidores de whisky, vodka y otras bebidas alcohólicas

MARMARA MERMER GRANIT (TULIP INTERNATIONAL)

(Importadora de vino español)

Dirección: Yali Mahallesi Küçük Yali Caddesi No.8 Maltepe - İSTANBUL
Teléfono: 0090 216 457 87 70
Fax: 0090 216 457 62 67
Persona de Contacto: Sr. Adnan Özensoy (Director General)
E-Mail : info@tulipinter.com
Web: www.tulipinter.com
Comentarios: Su actividad principal es el mármol, pero importan diversos productos, entre ellos vino español. Recientemente se muestran interesados en importar también productos derivados del vino, en concreto sangría y tinto de verano.

PEGASUS SARAPCILIK

Dirección: Büklüm Sok. No.113 Cankaya - ANKARA
Telefono: 0090 312 467 31 51
Fax: 0090 312 467 29 57
E-Mail : pegasussarap@ttnet.net.tr
Pagina Web: www.pegasussarapcilik.com
Comentarios: Importador de vino español. Es una de las empresas más importantes de Turquía.

TÇT – TUGAL

Dirección: Barbaros Mah. Başkan Sokak, Soyak Gökyüzü Konutları
C Blok Kat: 7 Daire: 35-36 Koşuyolu -Üsküdar - ISTANBUL
Tel: 0090 216 474 49 80

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Fax: 0090 216 474 76 42

Persona de contacto: Sr. Tansel Tugal y Sra. İtir Tugal

E-mail: tugal@turk.net

1.2. Principales fabricantes nacionales

DİREN ŞARAPLARI ÜRETİM VE TİCARET A.Ş.

Dirección: Yukarı Dudullu Mah. Miras Sok. No: 57 Ümraniye İSTANBUL

Tel: 0090 216 5278726

Fax: 0090 216 4997418

Email: bargin@diren.com

Web: <http://www.diren.com>

DOLUCA BAĞCILIK ve ŞARAPÇILIK A.Ş.

Dirección: Halkalı Cad. No:218 Sefaköy İSTANBUL

Tel: 0090 212 6989830

Fax: 0090 212 6989838

Email: info@doluca.com

Web: <http://www.doluca.com>

KAVAKLIDERE ŞARAPLARI A.Ş.

Dirección: Çankırı Yolu 6. Km. 06750, Akyurt, ANKARA

Tel: 0090 312 8475073

Fax: 0090 312 8475077

Email: kavak@kavaklidere.com

Web: <http://www.kavaklidere.com>

KUTMAN GIDA SAN. VE TİC. A.Ş.

Dirección: Cebeci Mah. S. Cad. No:3436 34110 Gaziosmanpaşa İSTANBUL

Tel: 0090 212 6678962

Fax: 0090 212 5941520

Email: kutman@kutman.com.tr

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Web: <http://www.kutman.com.tr>

MEY İÇKİ SAN. ve TİC. A.Ş.

Dirección: Büyükdere Cad. Nuroi Plaza No: 71/2 Maslak, Şişli, İSTANBUL

Tel: 0090 212 3292900

Fax: 0090 212 3292901

Email: info@mey.com.tr

Web: <http://www.mey.com.tr>

PAMUKKALE ŞARAPÇILIK LTD. ŞTİ.

Dirección: Tilikilik Mah. Şehitlik Sok. No:30 20460 Güney DENİZLİ

Tel: 0090 258 4512024

Fax: 0090 258 4512100

SEVİLEN ŞARAPLARI A.Ş.

Dirección: Akçay Cad. No:239, Gaziemir, İZMİR

Tel: 0090 232 2512917

Fax: 0090 232 2510235

Email: info@sevilengroup.com

Web: <http://www.sevilengroup.com>

TURASAN ŞARAPÇILIK

Dirección: Çimenli Mevkii, No.6/B 50400 Ürgüp, NEVŞEHİR

Tel: 0090 384 3414961

Fax: 0090 384 3414872

Email: turasan@turasan.com.tr

Web: <http://www.turasan.com.tr>

TASKOBİRLİK

Dirección: Nar Yolu No:69, NEVŞEHİR

Tel: 0090 384 2131311, 2133966

Fax: 0090 384 213 39 69

Email: tasko@taskobirlik.com

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Web: <http://www.taskobirlik.com>

YAZGAN ŞARAPÇILIK SAN. ve TİC. A.Ş.

Dirección: 93. Sok. No:7 Pınarbaşı 35060 İZMİR

Tel: 0090 232 4791135

Fax: 0090 232 4791094

Email: muratyazgans@superonline.com

Website: <http://www.yazganwine.com>

1.3. Principales Empresas De Duty-Free En Turquía

CENTUR İTHALAT İHRACAT VE TİCARET A. Ş.

Dirección: Yukarı Dudulu Organize

Sanayi Bölgesi Umur Binası Kat.4

Dudulu-İSTANBUL

Tel: (90-216) 336 33 00/ 365 07 80

Fax: (90-216) 313 30 24

E-Mail: centur@umur.com.tr

TÜRKSAN TURİZM SANAYİ VE TİCARET A. Ş.

Dirección: Gazeteciler Sitesi

Hikaye Sok. N° 3

Esenyurt-İSTANBUL

Tel: (90-212) 288 18 48/288 18 86

Fax: (90-212) 288 40 53

UNIFREE

Dirección: Büyükdere Cad

Bengün Han. N107/7

80300 Gayrettepe-İSTANBUL

Tel: (90-212) 211 60 44

Fax: (90-212) 217 61 18 / 60 54

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Web : www.unifree.com

E-Mail : aaktan@unifree.com.tr

1.4. Ferias de vino y alimentación en Turquía:

VINOLIVE (marzo 2007)

Organizadora: İzfaş İzmir Fuar Hiz.Kül.Ve San.İşl.Tic. A.Ş.

Tel : +90 (232) 482 12 70 Anrikos Fuarcilik

Fax : +90 (232) 482 00 17

Web : www.izfas.com.tr

WINE-S (enero 2007)

Organizadora: Hannover-Messe Ankiros A.Ş.

Dirección: Reşat Nuri Sok. 122/6 06540 Yukarı Ayrancı -Ankara

Lugar: İstanbul Hilton Convention Center (Estambul).

Tel : + 90 (312) 440 88 00

Fax : + 90 (312) 440 88 03

GOURMEX WINE (15 – 18 febrero de 2007)

Organizadora: AFEKS ULUSLARARASI TİCARİ FUARLARI A.Ş.

Dolmabahçe Kültür Merkezi Beşiktaş / İstanbul

Tel : + 90 (212) 288 00 95

Fax : + 90 (212) 274 53 46

FABEX (14 – 17 febrero de 2007)

Lugar: Expo Center / Antalya

Organizadora: Antalya Fuarcilik İşletme ve Yatırım A.S (ANFAS)

Cihadiye Koyu Pinarli Beldesi, Aksu 07110-ANTALYA

Tel.: 90 242 462 2000

Fax: 0090 242 462 1990

Email: info@antalyaexpocenter.com

Web: www.anfas.com.tr

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

GIDA (14. Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı) (Alimentación)

(22 – 25 noviembre 2006)

Lugar: CNR EXPO

Organizadora: ITF (Istanbul trade Fairs)

Dirección: Atatürk Havalimanı Karşısı 34830 Yeşilköy, İstanbul

Tel: 00 90 212 663 08 81

Fax: 00 90 212 663 09 73

Email: info@itf-exhibitions.com

Web: www.itf-exhibitions.com

1.5. Revistas De Alimentación

GUSTO (Alimentación)

Dirección: Istiklal Cad. Saka Salim Cikmazi 3/6 Beyoglu-Istanbul

Tel: 90 212 244 0018

Fax: 90 212 249 57 99

Email: info@gustodergisi.com

Web : www.gustodergisi.com

BOUQUET

Tel: 90 212 287 19 90

Fax: 90 212 287 35 16

Comentarios: Revista sobre vino publicada por el fabricante de vino Doluca.

KARAF MAGAZIN

Dirección: Asmalı Mescid Mah. Ensiz Sokak 2-4 Daire 8 Tünel/Beyoğlu - İSTANBUL

Tel: 90 212 292 17 83

Fax 90 212 292 17 84

Email: karaf@karafmagazin.com

Web : www.karagmagazin.com

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

THE WINE CLUB MAGAZINE (TURCO E INGLÉS)

Tel: 90 216 361 92 01
Fax: 90 216 361 05 78
Email: wineclubtr@hotmail.com

GÍDA

(Alimentación)

Dirección: 100 Yıl Mah., Bağcılar, 34440, İstanbul

Tel.: 90 212 6290808 / 6291605 / 08
Fax: 90 212 6294625
Editora: Dünya Yayıncılık

DIONISOS

Editora: Kutim Gıda INS. YAY. San. Tic. Ltd. Sti.

Dirección: Cebeci Mah. S. Cad. N° 34-36 Gaziosmanpaşa. İstanbul.
Tel: 90 212 667 89 62-83
Fax: 90 212 594 15 20

1.6. Asociaciones Alimentación

TÜGİDER, Asociación de Importadores de Alimentación (Tüm Gıda İthalatçıları Derneği)

Dirección: Büyükdere Cad. Nazmi Akbacı İş Merkezi, N° 197, D Blok Kat: 1 D: 235, Maslak, 80670, İstanbul

Tel.: 90 (212) 581 68 51 / 2120919
Fax: 90 (212) 2120920

E-mail: tugider1@SUPERONLINE.COM

Internet: www.tugider.org.tr

Persona de contacto: Sr. Melahat Özcan (Secretario General)

ASOCIACIÓN DE DISTRIBUIDORES DE ALIMENTACIÓN DE ESTAMBUL

Dirección: Toptan Gıda Merkezi Cad. Rami Yeni Mahalle, Eyüp, İstanbul

Tel.: 90 (212) 5816851
Fax: 90 (212) 5645092

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

Persona de contacto: Sr. Hamit Karaoğlu

SARAP DOSTLARI DERNEGI (CLUB DE AMIGOS DEL VINO)

Dirección: Tesvikye Cad. Dilek Apt. N°95 D.13. Tesvikye-Istanbul.

Tel: 90 212 327 45 50

Fax: 90 212 327 45 54

Presidente: Nihat Karakose

BARMENLER DERNEGI (ASOCIACIÓN DE BARMANS)

Dirección: Cihannuma Mah. Ressam Hamdi Bey Sok. N°. 5/2. Besiktas-Istanbul

Tel: 90 212 227 02 64

Fax: 90 212 261 50 80

Web: www.barmen.org.tr

TSD (ASOCIACIÓN DE SOMMELIERS INTERNACIONAL)

Dirección: Göktürk Köyü, Istanbul Cad. Kumgeçit Mevkii N° 14. 34993 Kemerburgaz. Istanbul.

Tel: 00 90 212 239 95 44

Fax: 00 90 212 239 74 40

Presidente: Randolph W. Mays

2. CERTIFICADO SANITARIO PARA LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN A TURQUÍA (ESPAÑOL E INGLÉS)

2.1. Obtención del certificado sanitario para la exportación de productos alimenticios a Turquía. Exportación de VINO

Se deben seguir los siguientes pasos:

1) Obtener el “Certificado Sanitario para la Exportación de Productos Alimenticios”. Este documento lo expiden las dependencias relevantes de las Comunidades Autónomas. En Cataluña lo hace la Consejería de Sanidad de la Generalitat de Catalunya (no el INCAVI). Es un documento DIN A 3 (tamaño doble del DIN A 4), conocido familiarmente con el apelativo “sábana”.

2) A continuación hay que presentar el Certificado en el Ministerio de Sanidad y Consumo, Subdirección General de Sanidad Exterior, Pº del Prado, 18 – 20, Madrid. En esa Subdirección se incorpora al Certificado una firma, un sello del Ministerio y una diligencia. El exportador cuenta ahora, mediante este trámite, con un sello del gobierno del Estado, lo que acostumbra a ser suficiente en la mayoría de los mercados de exportación.

Si este sello, firma y diligencia no es considerado suficiente por las autoridades en el país a donde se exporta (Turquía en este caso), se puede realizar alguno o la totalidad de los siguientes trámites, en función del nivel de exigencia de la autoridad turca relevante:

3) Presentar el “Certificado” en la Subdirección General de Relaciones Internacionales en el Ministerio de Sanidad y Consumo, Pº del Prado, 18 – 20 (es decir, mismo edificio que trámite 2). Esta Subdirección General incorporará una diligencia y sello que permite el reconocimiento por el Ministerio de Asuntos Exteriores del gobierno español (el MAE no reconoce el sello y diligencia de la SG de Sanidad Exterior).

4) Presentar el “Certificado” en el Ministerio de Asuntos Exteriores de España (M.A.E.), en Madrid. Este Ministerio validará el trámite incorporado por la Subdirección General de Relaciones Internacionales en el Ministerio de Sanidad y Consumo.

5) Presentar el “Certificado” ya pasado por el M.A.E. en la Embajada de Turquía en Madrid, que reconocerá la firma del M.A.E. Con este trámite se cuenta con una firma de una autoridad turca que debe ser aceptada en Turquía.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

En resumen: el proceso completo es largo y complejo, pero es muy posible que con los trámites 1 y 2 sea suficiente para poder despachar el vino de Aduanas turcas.

2.2. How to obtain the health certificate to export foodstuffs to Turkey. Wine exports.

Steps to be followed:

1) First, it is necessary to obtain the “Certificado Sanitario para la Exportación de Productos Alimenticios” or “Health Certificate for the exportation of foodstuffs”. This certificate is issued by the relevant institutions in each Autonomous Region. In Catalonia this certificate is issued by the *Consejería de Sanidad de la Generalitat de Catalunya* which is the Health Authority of the Autonomous Region’s Government (it is not issued by INCAVI). It is a DINA 3 document (twice as big as a DINA 4) with the nickname of “sábana” (bed sheet) due to its large size.

2) Next, the Certificate has to be submitted to the *Ministerio de Sanidad y Consumo, Subdirección General de Sanidad Exterior* (Ministry of Health and Consumption, Underdirectorato of Foreign Health), address Pº del Prado, 18 – 20, Madrid. This department signs and stamps the Certificate, so that it carries now a stamp and signature from the central Government which usually is enough in most exports markets.

Should this document be not deemed enough by the authorities in the importing market (such as Turkey) then it is necessary to take one or all of the following steps, depending of the requirements of the relevant Turkish authority:

3) Submit the Certificate to the *Subdirección General de Relaciones Internacionales en el Ministerio de Sanidad y Consumo* (Underdirectorato of Foreign Relations at the Ministry of Health and Consumption), Pº del Prado, 18 – 20 (which is in the same building as in step number 2). In this department a new stamp and signature will be attached to the Certificate, which allows to seek recognition by the Ministry of Foreign Affairs of the Spanish central Government.

4) Submit the Certificate to the Spanish Foreign Affairs Ministry in Madrid. This Ministry will validate the documentation processed as per step 3.

5) Submit the Certificate, after it has been collected from the Spanish Ministry of Foreign Affairs, to the Turkish Embassy in Madrid who will recognise the Spanish Ministry of Foreign Affairs stamp and signature. Now the Certificate has a signature from a Turkish Authority that should be accepted in Turkey.

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

To sum it up, the process is long and complicated but it might be possible to dispatch the wine from the Turkish Customs by completing just steps 1 and 2.

3. ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIÓN POR TIPO DE PRODUCTO

2001			
PAIS	PARTIDA	LITROS	USD
ITALIA	220429180000	18	26
TOTAL	220429180000	18	26
TOTAL	220429	18	26
BELGICA-LUX.	220421800000	38.763	40.503
TOTAL	220421800000	38.763	40.503
MOLDAVIA	220421780000	79	16
TOTAL	220421780000	79	16
ITALIA	220421380000	5	19
TOTAL	220421380000	5	19
CHIPRE DEL NORTE	220421280000	2.835	5.368
TOTAL	220421280000	2.835	5.368
FRANCIA	220421100000	34.802	10.989
ALEMANIA	220421100000	1.149	869
ITALIA	220421100000	15.882	17.181
REINO UNIDO	220421100000	4.545	3.211
PORTUGAL	220421100000	919	1.310
ESPAÑA	220421100000	20.028	9.595
AUSTRALIA	220421100000	24.225	17.425
TOTAL	220421100000	101.550	60.580
TOTAL	220421	143.232	106.486
ITALIA	220410190012	4.306	3.529
TOTAL	220410190012	4.306	3.529
FRANCIA	220410110000	7.911	29.551
ESPAÑA	220410110000	4.988	12.607
TOTAL	220410110000	12.899	42.158
TOTAL	220410	17.205	45.687

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

TOTAL	2204	160.455	152.199
--------------	-------------	----------------	----------------

2002			
PAIS	PARTIDA	LITROS	USD
FRANCIA	220410110000	7.502	57.826
ESPAÑA	220410110000	1.454	4.284
BULGARIA	220410110000	2.250	2.882
TOTAL	220410110000	11.206	64.992
ITALIA	220410190012	6.933	10.683
BULGARIA	220410190012	5.100	1.856
TOTAL	220410190012	12.033	12.539
TOTAL	220410	23.239	77.531
FRANCIA	220421100000	10.800	10.069
ITALIA	220421100000	25.592	14.657
BELGICA	220421100000	9.162	17.599
EEUU	220421100000	8.500	6.375
CHILE	220421100000	7.740	6.540
ARGENTINA	220421100000	6.453	7.404
ISRAEL	220421100000	1.812	1.296
AUSTRALIA	220421100000	16.749	20.342
TOTAL	220421100000	86.808	84.282
REINO UNIDO	220421800000	9.675	20.977
CANADA	220421800000	80	226
TOTAL	220421800000	9.755	21.203
TOTAL	220421	96.563	105.485
COREA DEL SUR	220429750000	93	1.698
TOTAL	220429750000	93	1.698
TOTAL	220429	93	1.698
TOTAL	2204	119.895	184.714

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

2003			
PAIS	PARTIDA	LITROS	USD
FRANCIA	220410110000	1.578	20.808
TOTAL	220410110000	1.578	20.808
ITALIA	220410190012	2.475	5.005
TOTAL	220410190012	2.475	5.005
TOTAL	220410	4.053	25.813
FRANCIA	220421100000	28.929	30.197
ITALIA	220421100000	12.317	11.659
BELGICA	220421100000	6.681	13.211
EEUU	220421100000	1.647	2.032
TOTAL	220421100000	49.574	57.099
CHILE	220421120000	10.053	4.370
TOTAL	220421120000	10.053	4.370
CHILE	220421220000	3.807	1.650
TOTAL	220421220000	3.807	1.650
ITALIA	220421280000	648	2.884
TOTAL	220421280000	648	2.884
ITALIA	220421660000	15.980	6.863
TOTAL	220421660000	15.980	6.863
ITALIA	220421680000	5.193	5.237
TOTAL	220421680000	5.193	5.237
ITALIA	220421790000	203	1.442
TOTAL	220421790000	203	1.442
ALEMANIA	220421800000	13.475	14.805
ITALIA	220421800000	1.251	6.865
BELGICA	220421800000	13.425	26.345
TOTAL	220421800000	28.151	48.015
ITALIA	220421820000	2.619	6.167
TOTAL	220421820000	2.619	6.167
TOTAL	220421	116.228	133.727

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

TOTAL	2204	120.281	159.540
--------------	-------------	----------------	----------------

2004			
PAIS	PARTIDA	LITROS	USD
FRANCIA	220410110000	1.591	29.950
TOTAL	220410110000	1.591	29.950
ITALIA	220410190012	34.694	60.747
ESPAÑA	220410190012	226	676
TOTAL	220410190012	34.920	61.423
TOTAL	220410	36.511	91.373
AUSTRALIA	220421100000	12.150	8.533
TOTAL	220421100000	12.150	8.533
FRANCIA	220421120000	8.570	9.028
TOTAL	220421120000	8.570	9.028
FRANCIA	220421130000	90	1.042
TOTAL	220421130000	90	1.042
FRANCIA	220421170000	796	412
TOTAL	220421170000	796	412
ITALIA	220421270000	195	628
TOTAL	220421270000	195	628
ITALIA	220421280000	5.155	23.285
TOTAL	220421280000	5.155	23.285
ESPAÑA	220421340000	2.738	3.375
TOTAL	220421340000	2.738	3.375
ESPAÑA	220421360000	563	1.946
TOTAL	220421360000	563	1.946
ESPAÑA	220421370000	4.374	4.663
TOTAL	220421370000	4.374	4.663
FRANCIA	220421380000	13.137	17.910
ITALIA	220421380000	57.902	76.079
ESPAÑA	220421380000	6.300	5.495
BULGARIA	220421380000	3.954	3.137
CHILE	220421380000	24.006	21.772
TOTAL	220421380000	105.299	124.393
FRANCIA	220421420000	34.048	71.312
TOTAL	220421420000	34.048	71.312
FRANCIA	220421430000	540	5.254
TOTAL	220421430000	540	5.254
FRANCIA	220421440000	2.762	4.193
TOTAL	220421440000	2.762	4.193
FRANCIA	220421460000	16.779	21.932
TOTAL	220421460000	16.779	21.932
FRANCIA	220421470000	14.704	10.944
TOTAL	220421470000	14.704	10.944
ITALIA	220421620000	109	350

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

TOTAL	220421620000	109	350
ITALIA	220421660000	37.003	83.618
TOTAL	220421660000	37.003	83.618
ITALIA	220421680000	14.782	49.777
TOTAL	220421680000	14.782	49.777
ESPAÑA	220421710000	1.620	4.184
TOTAL	220421710000	1.620	4.184
ESPAÑA	220421740000	6.483	11.410
TOTAL	220421740000	6.483	11.410
ESPAÑA	220421760000	1.665	7.946
TOTAL	220421760000	1.665	7.946
FRANCIA	220421780000	33.146	66.396
ITALIA	220421780000	53.662	147.686
ESPAÑA	220421780000	25.461	29.197
BULGARIA	220421780000	10.227	9.769
EEUU	220421780000	1.176	4.103
CHILE	220421780000	8.088	6.260
TOTAL	220421780000	131.760	263.411
FRANCIA	220421790000	12.563	24.385
ITALIA	220421790000	14.850	38.490
BULGARIA	220421790000	5.198	5.118
MOLDAVIA	220421790000	13.781	17.969
SUDÁFRICA	220421790000	3.600	4.426
EEUU	220421790000	3.600	5.460
CHILE	220421790000	945	2.067
ARGENTINA	220421790000	6.600	7.925
TOTAL	220421790000	61.137	105.840
FRANCIA	220421800000	31.361	50.781
ITALIA	220421800000	10.440	34.231
ESPAÑA	220421800000	540	1.309
RUMANIA	220421800000	14.202	35.397
BULGARIA	220421800000	55.753	58.435
MOLDAVIA	220421800000	29.192	40.747
GEORGIA	220421800000	7.506	10.992
SUDÁFRICA	220421800000	3.600	4.426
CHILE	220421800000	2.790	6.547
ARGENTINA	220421800000	7.800	9.376
TOTAL	220421800000	163.184	252.241
FRANCIA	220421810000	1.200	1.131
EEUU	220421810000	2.688	9.720
CHILE	220421810000	3.435	6.097
AUSTRALIA	220421810000	3.600	6.428
TOTAL	220421810000	10.923	23.376
ITALIA	220421820000	1.421	10.283
ESPAÑA	220421820000	6.093	15.949
EEUU	220421820000	7.140	23.010

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

CHILE	220421820000	49.368	62.653
AUSTRALIA	220421820000	7.200	12.855
TOTAL	220421820000	71.222	124.750
SUDÁFRICA	220421830000	1.800	2.349
CHILE	220421830000	450	760
AUSTRALIA	220421830000	2.700	4.080
TOTAL	220421830000	4.950	7.189
FRANCIA	220421840000	6.102	13.443
ITALIA	220421840000	5.176	17.181
RUMANIA	220421840000	1.620	4.036
SUDÁFRICA	220421840000	3.600	6.360
EEUU	220421840000	7.200	10.920
CHILE	220421840000	815	1.435
ARGENTINA	220421840000	1.200	1.451
AUSTRALIA	220421840000	8.100	12.990
TOTAL	220421840000	33.813	67.816
TOTAL	220421	747.414	1.292.848
BULGARIA	220429580000	18.675	13.722
TOTAL	220429580000	18.675	13.722
RUMANIA	220429650000	14.400	35.719
TOTAL	220429650000	14.400	35.719
ITALIA	220429810000	11.880	40.687
TOTAL	220429810000	11.880	40.687
ITALIA	220429820000	20.898	65.695
TOTAL	220429820000	20.898	65.695
ALEMANIA	220429940000	986	8.716
TOTAL	220429940000	986	8.716
BULGARIA	220429990000	800	212
GEORGIA	220429990000	552	604
TOTAL	220429990000	1.352	816
TOTAL	220429	68.191	165.355
TOTAL	2204	852.116	1.549.576

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

2005			
PAIS	PARTIDA	UNIDAD	USD
FRANCIA	220410110000	2.760	29.867
TOTAL	220410110000	2.760	29.867
ESPAÑA	220410190011	59	261
TOTAL	220410190011	59	261
ITALIA	220410190012	29.737	52.528
ESPAÑA	220410190012	5.490	14.135
TOTAL	220410190012	35.227	66.663
TOTAL	220410	38.046	96.791
FRANCIA	220421110000	1.125	6.829
TOTAL	220421110000	1.125	6.829
FRANCIA	220421120000	16.032	28.657
TOTAL	220421120000	16.032	28.657
FRANCIA	220421130000	5.331	11.132
TOTAL	220421130000	5.331	11.132
FRANCIA	220421170000	3.358	8.235
TOTAL	220421170000	3.358	8.235
ITALIA	220421270000	2.462	3.918
TOTAL	220421270000	2.462	3.918
ITALIA	220421280000	2.884	9.507
TOTAL	220421280000	2.884	9.507
FRANCIA	220421380000	16.116	32.928
ITALIA	220421380000	30.829	72.132
ESPAÑA	220421380000	18.932	24.428
AUSTRIA	220421380000	10.642	30.820
BULGARIA	220421380000	3.108	3.161
EEUU	220421380000	2.160	2.388
CHILE	220421380000	12.600	13.597
ARGENTINA	220421380000	2.250	2.275
TOTAL	220421380000	96.637	181.729
FRANCIA	220421420000	65.629	144.807
TOTAL	220421420000	65.629	144.807
FRANCIA	220421430000	1.450	2.603
TOTAL	220421430000	1.450	2.603
FRANCIA	220421440000	4.985	9.111
TOTAL	220421440000	4.985	9.111
FRANCIA	220421460000	12.356	33.562
TOTAL	220421460000	12.356	33.562
FRANCIA	220421470000	8.200	8.075
TOTAL	220421470000	8.200	8.075
ITALIA	220421620000	586	1.696
TOTAL	220421620000	586	1.696

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

ITALIA	220421660000	20.738	93.114
TOTAL	220421660000	20.738	93.114
ITALIA	220421680000	15.472	44.042
TOTAL	220421680000	15.472	44.042
ESPAÑA	220421710000	4.050	6.335
TOTAL	220421710000	4.050	6.335
ESPAÑA	220421740000	36	159
TOTAL	220421740000	36	159
ESPAÑA	220421760000	1.368	7.423
TOTAL	220421760000	1.368	7.423
FRANCIA	220421780000	32.068	91.779
ITALIA	220421780000	90.442	176.493
ESPAÑA	220421780000	30.584	47.821
AUSTRIA	220421780000	5.690	16.925
BULGARIA	220421780000	17.381	25.649
EEUU	220421780000	3.744	4.287
CHILE	220421780000	21.582	22.710
ARGENTINA	220421780000	4.950	5.740
TOTAL	220421780000	206.441	391.404
FRANCIA	220421790000	42.120	101.625
ITALIA	220421790000	31.148	72.914
ESPAÑA	220421790000	2.223	2.915
AUSTRIA	220421790000	8.350	10.223
RUMANIA	220421790000	338	788
BULGARIA	220421790000	10.189	13.103
MOLDAVIA	220421790000	33.461	41.904
GEORGIA	220421790000	1.800	3.060
SUDÁFRICA	220421790000	1.350	2.263
EEUU	220421790000	3.195	3.491
CHILE	220421790000	18.968	34.139
ARGENTINA	220421790000	4.878	5.468
NUEVA ZELANDA	220421790000	2.700	11.048
TOTAL	220421790000	160.720	302.941
FRANCIA	220421800000	126.059	265.353
ITALIA	220421800000	24.441	56.635
GRECIA	220421800000	73	140
ESPAÑA	220421800000	1.031	1.214
AUSTRIA	220421800000	1.485	1.693
RUMANIA	220421800000	4.743	8.210
BULGARIA	220421800000	63.972	68.259
MOLDAVIA	220421800000	101.380	110.940
GEORGIA	220421800000	11.430	14.160
EEUU	220421800000	5.490	6.484
CHILE	220421800000	43.980	54.526
ARGENTINA	220421800000	8.428	5.553
TOTAL	220421800000	392.512	593.167

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

FRANCIA	220421810000	450	3.165
EEUU	220421810000	1.008	1.109
ARGENTINA	220421810000	900	1.155
TOTAL	220421810000	2.358	5.429
FRANCIA	220421820000	3.886	27.166
ITALIA	220421820000	2.975	12.757
ESPAÑA	220421820000	5.050	17.850
EEUU	220421820000	504	672
CHILE	220421820000	17.802	23.355
ARGENTINA	220421820000	2.250	2.275
TOTAL	220421820000	32.467	84.075
FRANCIA	220421830000	12.088	31.811
ITALIA	220421830000	4.189	42.109
ESPAÑA	220421830000	6.705	21.469
EEUU	220421830000	2.016	2.326
CHILE	220421830000	4.680	23.994
TOTAL	220421830000	29.678	121.709
FRANCIA	220421840000	7.101	11.861
ITALIA	220421840000	1.080	5.707
ESPAÑA	220421840000	603	1.338
AUSTRIA	220421840000	150	1.651
SUDÁFRICA	220421840000	1.350	2.639
EEUU	220421840000	4.055	8.959
CHILE	220421840000	6.718	20.510
ARGENTINA	220421840000	1.800	4.017
AUSTRALIA	220421840000	450	1.861
NUEVA ZELANDA	220421840000	585	4.223
TOTAL	220421840000	23.892	62.766
FRANCIA	220421850000	1.080	3.302
ITALIA	220421850000	44.828	119.618
ESPAÑA	220421850000	887	984
RUMANIA	220421850000	225	598
SUDÁFRICA	220421850000	6.750	16.241
EEUU	220421850000	3.132	15.769
CHILE	220421850000	89.775	157.924
ARGENTINA	220421850000	8.973	11.375
AUSTRALIA	220421850000	540	2.487
NUEVA ZELANDA	220421850000	2.196	14.924
TOTAL	220421850000	158.386	343.222
TOTAL	220421	1.269.153	2.505.647
ESPAÑA	220429750000	500	442
TOTAL	220429750000	500	442
TOTAL	220429	500	442
TOTAL	2204	1.307.699	2.602.880

4. BIBLIOGRAFÍA

- DIE (Devlet İstatistik Enstitüsü): Instituto Nacional de Estadística Turco. (www.die.gov.tr).
- TAPDK (Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu): Autoridad para el Tabaco y Bebidas alcohólicas (www.tapdk.gov.tr).
- Dirección General de Comercio de la Comisión Europea (<http://mkaccdb.eu.int>).
- Base de datos de comercio exterior del Consejo Superior de Camaras de Comercio (www.camaras.org).
- IGEME: Instituto turco de promoción de las exportaciones. (www.igeme.org.tr/english). Informe Sectorial “Alcoholic and Non-Alcoholic Beverages” – 2006
- DREE: Insituto Francés de Comercio Exterior. Ficha de síntesis de « Vins et Spirituex » actualizada el 25 de mayo de 2006.
- IBS: Doing Business in Turkey, artículos e informes sobre el sector del vino y en general sobre el sector de las bebidas alcohólicas, actualizados a julio de 2001.
- TEKEL: contactos telefónicos e información página web: www.tekel.gov.tr.
- The Washington Times: artículo titulado: “Turkey’s rich wine heritage”, publicado el 5/12/2000. (www.internationalspecialreports.com)
- Official Gazette N° 24293, de 20/01/2001, donde se publica la Ley 4619 que modifica parcialmente la Ley 4250 de Monopolio de las Bebidas Alcohólicas.
- Official Gazette N° 25130, de 06/06/2003, donde se publica la “Reglamento sobre Principios y Metodos concernientes al Comercio Interior y Exterior de Bebidas Alcólicas”.
- Gümrük Tarife Cetveli. Gümrük İhtalat İhracat Yasaları. (Legislación aduanera, importación y exportación). Estambul 2006.
- Entrevista con Mr. Huseyin Çetin, Director General del departamento de Importaciones de TEKEL. (13 de diciembre de 2001)
- Entrevista con Mr. Randolph Mays, Director General de la empresa importadora de vinos ADCO GIDA (2006).
- Entrevista con Mr. Cemal Palan, Presidente de la empresa importadora de vinos BABIL SARAP (2006)
- Entrevista con Mr. Koray Avci, Director de Marketing y Ventas de la empresa importadora de vinos PEGATRADE INC.
- Entrevista con Ms. Elçin Demiröz, Responsable de Comunicación de la empresa DOLUCA.
- Entrevista con Ms. Melahat Özkan, Secretaria General de Tügider (Asociación turca de importadores de alimentos).

EL MERCADO DEL VINO EN TURQUÍA

- Revistas de alimentación Gusto, Bouquet, Karaf Magazin.



ICEX