



El Mercado del **Vino** en **Turquía**

2016 / Oficina Comercial ProChile en Estambul



■ Situación actual del sector del **Vino** en **Turquía**

Según el estudio realizado por [Wine Institute](#) sobre el consumo de vino en los países de la OCDE, Turquía ocupa el puesto 116 entre 171 países y el consumo de vino anual per cápita en proporción a la población del país es de 0,18 litros. Mientras que Turquía es el sexto mayor productor de uvas del mundo con más de 4 millones de toneladas en 2015, sólo el 11% de esta cantidad se destinó a la producción de vino. Por otra parte, de los 3,6 millones de litros del vino consumidos durante 2015, el 97% fueron de vinos locales y un 3% de importación.

- **PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES.** La composición del total importado se encuentra concentrado básicamente en 3 países: Chile, Francia e Italia. Estos 3 países concentran un 82% de la participación en la importaciones totales de vino de Turquía. A este grupo le siguieron España, EEUU, Portugal, Inglaterra, Argentina y Alemania con unas participaciones menores al 4%.

- **EXPORTACIONES CHILENAS.** En el análisis de las importaciones turcas desde Chile, cabe destacar el aumento constante que éstas han presentado en los últimos 5 años. En el año 2015, aunque disminuyeron en monto probablemente debido a los cambios legislativos y elevados impuestos aplicados, Chile, representando el 22.5% de las importaciones totales de Turquía en vinos, aumentó su participación en el mercado del vino de importación en un 7% en relación al periodo anterior.

- **ANÁLISIS Y COMENTARIOS.** La estricta legislación vigente y los sucesivos aumentos de los impuestos a las bebidas alcohólicas han dificultado el desarrollo del sector. Se ha apreciado una bajada en el consumo de alcohol de un 3,2% quedando el consumo en 1.410 millones de litros.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

	TOTAL US\$ 2015	CRECIMIENTO 2015 / 2014
ITALIA	2.243.490	-31.7%
CHILE	1.342.073	-12.8%
FRANCIA	1.323.269	-59.7%
ESPAÑA	226.579	-36.6%
EEUU	180.712	-43.3%
PORTUGAL	150.096	24.8%
TOTAL	5.990.685	-40.69%

Fuente: *Global Trade Atlas*

Se estima que en los últimos 10 años el gobierno ha multiplicado por 4 los impuestos al alcohol, lo que si bien no ha provocado una bajada directa del consumo si ha generado cambios en los hábitos de consumo.

A pesar de todos estos cambios la demanda de vino se mantiene estable, habiendo aumentado su consumo en un 1,2% en el año 2015, mientras tanto las importaciones de vino han disminuido en un 40% de lo cual se extrae que el encarecimiento de las divisas respecto a la lira turca, el aumento de las tasas así como las alzas de los precios de los vinos importados han favorecido la preferencia por los vinos turcos por parte de los consumidores.

■ **La distribución y el consumo de vino en Turquía**

La distribución de vino, por lo general, se realiza a través de los supermercados y centros comerciales, algunas vinotecas especializadas, pequeñas tiendas tradicionales (*bakkal*) que comercializan productos de alimentación y *Tekel*, pequeños comercios de distribución de bebidas alcohólicas (diferenciándose de las vinotecas en cuanto a la variedad, formato de exposición y conocimiento del personal).

En todos los casos, el formato de distribución es muy tradicional, exceptuando algunas vinotecas que utilizan locales con más diseño para llamar la atención del consumidor.

En cuanto a la comercialización a través de internet, el Gobierno actual prohibió la venta telefónica y a través de internet desde febrero del 2011.

En lo que al consumo respecta, éste está mayormente concentrado en las tres mayores poblaciones de Turquía (Estambul, Ankara e Izmir) y en las zonas turísticas (Egeo y Mediterráneo). Entre los meses de mayo y octubre la demanda incrementa debido a la demanda turística, siendo los vinos blancos y rosados los más demandados, mientras el consumo de vino tinto no es sensible a cambios estacionales. Cabe mencionar también que durante el mes de Ramadán (Junio en 2016) el consumo de alcohol se reduce al mínimo.



■ Principales actores en la distribución

En el mercado turco, cabe destacar que tanto los importadores como los principales productores ([Kavaklidere](#) y [Doluca](#)) actúan de forma similar desempeñando el papel de mayoristas, en algunos casos con puntos de venta propios al por menor y distribución a los canales Retailer y HORECA, desde donde los productos llegan al consumidor final.

En canal HORECA, las recomendaciones de los camareros tienen mucho peso para el consumidor. Éstos suelen recomendar vinos locales porque los locales suelen tener acordada la oferta con algún distribuidor turco.

Uno de los países mas activos a nivel de promoción del vino es Italia. En el último tiempo, están trabajando con un concepto llamado [EATALY](#) que consiste en restaurantes/supermercados que permiten, al comer comida italiana, adquirir los productos que acaban de consumir en el restaurante.

Como se ha mencionado anteriormente los supermercados suponen un punto importante del total de la venta de vino. En este sentido, [METRO](#) es la cadena mas dirigida a los clientes HORECA mientras que [MIGROS](#) y [CARREFOUR](#) se centran en el consumidor final. A estas cadenas les siguen [REAL](#) y [TESCO-KIPA](#). Estas cadenas son los únicos supermercados con licencia para vender bebidas alcohólicas.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO SUPERMERCADOS

NOMBRE	TIPO	NO. TIENDAS 2016	VENTAS 2016	UBICACIÓN
MIGROS	Hiper, super, nich y tiendas express	1378 Migros	2,8 bill. USD	Nacional e Internacional
METRO	Hipermercados	30 Metro	1,1 bill. USD	Nacional e Internacional
CARREFOUR-SA	Hiper, super y tiendas express	768 Carrefour	1 bill. USD	Nacional e Internacional
TESCO-KIPA	Hiper, super y tiendas express	172 Tesco	783 mill. USD	Nacional
REAL	Hipermercados	13 Real	160 mill .USD	Nacional

Fuente: *Entrevista Perapost (Top 100 Retailers – Enero 2016)*

■ Principales actividades y ferias especializadas para el Vino

FERIAS INTERNACIONALES RELEVANTES

La prohibición de todo tipo de promoción y patrocinio de marcas de bebidas alcohólicas en medios de comunicación y eventos vigente en la legislación turca complica la realización de todo tipo de ferias de este sector. La única opción para participar en una feria sectorial es en la feria ANFAŞ FOOD PRODUCTS que tiene los permisos requeridos por TAPDK (Autoridad Regulatoria del Mercado de Alcohol y Tabaco) que se organiza anualmente en la ciudad de Antalya en el mes de febrero de cada año. En esta feria, se puede realizar promoción y degustaciones de vino dirigidos únicamente a los distribuidores con licencia, propietarios de restaurantes e importadores quedando prohibido el acceso para los consumidores finales.

- [ANFAŞ FOOD PRODUCTS](#) (15 – 18 de febrero de 2017)

■ Normativas aplicables y requisitos importación

La producción, importación, distribución y controles de vino están regulados por TAPDK (Autoridad Regulatoria del Mercado de Alcohol y Tabaco). En el sitio web www.tapdk.gov.tr se encuentra toda la información referente a los requisitos de importación, inspección, normativas sanitarias y reglamento para el envasado y el etiquetado del producto importado.

■ Conclusiones y recomendaciones

La subida de las tasas, y las bajas expectativas del turismo en la temporada hacen prever una baja en el consumo de bebidas alcohólicas en 2016. De todas maneras, es posible que dicha baja no afecte al consumo de vino que, como en los últimos años, se podría mantener estable. Por otra parte, podría darse la situación de que aumentara el consumo de vino local descendiendo el de importación debido al aumento de los aranceles, teniendo en cuenta lo crítico del precio en el mercado turco. Algunos importadores fijan el precio máximo en 1€/lt. el precio a partir del cual la importación deja de ser rentable. Por otro lado, Chile debe aprovechar su ventaja arancelaria (50%) respecto a otros países fuera de la UE (70%) para conseguir una mayor cuota de mercado.

Para más información sobre la categoría de VINO en TURQUÍA, por favor comuníquese con [Özge Tüysüzoğlu Gárate](#) al e mail ogarate@prochile.gob.cl.