



El Mercado del Agua envasada en Australia 2016/ Oficina Comercial en Sydney, Australia



El mercado del agua envasada en Australia

Según el **Australian Bottled Water Institute (ABWI)**, la industria de agua envasada tiene un valor estimado de AU\$500 millones anuales. El mercado australiano del agua envasada ha aumentado notablemente durante los últimos cinco años. El crecimiento se debe, en gran parte, a las crecientes preferencias de consumidores por comodidad y también por una mayor conciencia en temas de salud. Este cambio significa que hay menos demanda por las bebidas con un alto contenido de azúcar.

Además, la competencia comercial para el agua envasada ha crecido, así que la existencia de productos con marcas privadas ha bajado los precios de tales productos. En consecuencia, los negocios tienen que enfocarse en un crecimiento en términos de volumen más que en el incremento del precio.

Existe la expectativa que los ingresos de la industria van a aumentar a una tasa del 2,9 % anual durante los próximos cinco años para alcanzar AU\$688,2 millones. En lo que respecta al agua de calidad superior de fuentes naturales, el mercado también ha aumentado, pero todavía es un mercado muy exclusivo, con pocos competidores y altos ingresos.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES (Valor en US\$)

Artículo: 2201, Agua, Incluidas El Agua Mineral Natural O Artificial Y La Gaseada, Sin Adición De Azúcar U Otro Edulcorante Ni Aromatizada; Hielo Y Nieve
Año calendario: 2013 - 2015

País Socio	Dólar Estadounidense			Participación			% de cambio 2015/2014
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	
El Mundo	\$39,074,453	\$41,034,168	\$36,713,254	100%	100%	100%	- 10.53%
1. Italia	\$24,472,940	\$23,731,534	\$22,087,448	62.63%	57.83%	60.16%	- 6.93%
2. Noruega	\$3,213,717	\$4,854,862	\$3,756,975	8.22%	11.83%	10.23%	- 22.61%
3. Francia	\$4,005,685	\$3,550,727	\$3,342,404	10.25%	8.65%	9.10%	- 5.87%
4. Nueva Zelanda	\$1,651,839	\$1,520,519	\$1,401,489	4.23%	3.71%	3.82%	- 7.83%
5. Estados Unidos	\$1,157,834	\$2,289,471	\$1,029,747	2.96%	5.58%	2.80%	- 55.02%
6 Fidji	\$771,555	\$701,737	\$948,795	1.97%	1.71%	2.58%	35.21%
Total	\$35,273,570	\$36,648,850	\$32,566,858	89.99%	89.31%	88.69%	
64. Chile	\$9,011	\$0	\$0	0.02%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: Global Trade Atlas Australia

EXPORTACIONES CHILENAS

La exportación chilena de agua envasada a Australia es mínima. Por ello, Chile ocupa a nivel internacional el número 64 de un total de 69 países en 2016. El mercado está dominado por Italia, con una cuota estimada en el mercado australiano del 60% en 2015, seguido por otros exportadores europeos como Noruega y Francia. Sin embargo, las exportaciones de dichos países han disminuido de 2015 a 2016, produciendo la oportunidad para que Fidji pudiera aumentar su influencia, especialmente debido a la popularidad de su nueva marca de agua envasada.

SITUACIÓN ARANCELARIA

El Tratado de Libre Comercio entre Australia y Chile, entró en vigor 100% en 2015, eliminando todos aranceles para los 6.000 productos negociados, excepto el azúcar. Así, el arancel preferencial según el TLC es 0% para el agua mineral y el agua con gas.

Para más información, consulte: <https://www.legislation.gov.au/Details/F2011C00586>



PRINCIPALES IMPORTADORES DE AGUA ENVASADA

PRODUCTO	País de origen	Precio \$US/L	Sitio web	Comentarios
ORO	Macedonia	\$6,00	http://www.oroluxurywater.com/	Importado por ORO Luxury Water y no tiene impuesto de bienes y servicios (GST)
RAMLÖSA PREMIUM	Suecia	\$6,50	http://ramlosa-usa.myshopify.com/	Exportados por Carlsberg Sweden Group
ANTIPODES	Nueva -Zelanda	\$5,00	http://www.antipodes.co.nz/	El supermercado de bebidas; Dan Murphy's era el primer importador
ACQUAPANNA NATURAL STILL MINERAL WATER	Italia	\$24,99	https://www.acquapanna.com/	Uno de los aguas minerales con gas más populares en Australia, por venta en restaurantes y hoteles de lujo. También disponible en Dan Murphy's.
PERRIER	Francia	\$19,59	https://www.perrier.com/	Exportado por Nestle Waters, está disponible en Dan Murphy's
S. PELLEGRINO	Italia	\$3,00	https://www.sanpellegrino.com/au/en	Importado por Good Food Distributors
ICELANDIC GLACIAL	Islandia	\$35,99	http://icelandicglacial.com/	Importado por Better Choice Beverage Co.
FIJI NATURAL ARTESIAN WATER	Fidji	\$21,43	http://www.fijiwater.com/	Exportado por FIJI Water Foundation. Ese producto es popular para los adultos jóvenes porque la marca era patrocinadora de varios eventos como la noche de premios de ELLE Style, Melbourne Spring Fashion Week y la Liga Mundial.
FASHION LUXURY SPRING WATER	Alpes Austríacos	\$14,74	http://www.fashionwater.com/	Distribuido en Australia por Direct Brand Distributors.
VOSS	Noruega	\$13,70	https://www.vosswater.com/	Un producto muy popular en Australia, importado por Finesse Blue. Ese importador, Finesse Blue, ya tiene importas de una marca de agua envasado de calidad superior de Chile y algunas otras marcas internacionales.

Actores principales de la distribución

La industria de agua envasada que apunta a la población masiva tiene un alto nivel de concentración de la cuota del mercado. Las dos empresas principales son Coca-Cola Amatil Ltd. y Asahi Holdings Australia. La industria de agua envasada tiene un crecimiento anual de más de 1,5 %, con un aumento anticipado a 2,5% en 2019. El mercado de calidad superior que ofrece el agua envasada más pura del mundo es más exclusivo, con sólo algunas empresas que importan menos volúmenes de productos, pero que generan beneficios grandes debido a la calidad y precio de sus productos.

La mayoría del agua embotellada que entra en Australia es importada por distribuidores como Better Choice Beverage Co. Varios otros distribuidores importan bebidas no alcohólicas así como licores y vinos internacionales como Direct Brand Distributors. Otro segmento, que se especializa en productos de mayor calidad, es el canal HORECA que incluye hoteles, restaurantes, cafés y bares. El boom de la industria hotelera australiana, especialmente en las ciudades grandes como Sídney y Melbourne, ha abierto un mercado más grande para quienes se interesan en productos naturales y saludables, originales y de calidad. Por ello, los productos del agua glacial tienen un papel importante en esa categoría. Los principales puntos de venta para el agua de calidad superior son los hoteles y los restaurantes de alta gama, así como los supermercados gourmet como Majestic Gourmet Grocers (<http://www.majesticgourmetgrocers.com.au/>).



Actividades y ferias principales especializadas para el agua envasada

- **FINE FOOD AUSTRALIA**, Melbourne Convention & Exhibition Centre. Este evento conecta compradores y vendedores dentro de los sectores minoristas y de servicio de alimentos en Australia y al exterior. En su edición de septiembre 2016, esta importante feria local exhibe productos nuevos e innovadores de toda Australia y también expondrá productos internacionales de más de 45 países. Para más información, consultar: <http://finefoodaustralia.com.au/>
- **FOODSERVICE AUSTRALIA 2017**. Royal Exhibition Building, Melbourne. 28 al 30 mayo 2017. Es un evento dirigido a los restaurantes, cafés, bares, centros de convención, panaderías y tiendas de comida rápida. Atrae aproximadamente unos 100 exhibidores de la industria hotelera, incluso Direct Brand Distributors. Para más información, consultar: <http://www.foodserviceaustralia.com.au/page.cfm/Link=1/t=m/goSection=1>

Regulaciones y requisitos de importación

No es necesario el permiso de importación del Departamento de Agricultura Australiano. Sin embargo, hay algunos estándares sobre etiquetas que son requeridos bajo la *Legislation Act 2003*. Dicho requisito incluye el cumplimiento con el Código de Estándares de Alimentos que prohíbe que la etiqueta o la presentación de bebidas no alcohólicas, sugiera, de alguna forma, que el producto pareciera ser una bebida alcohólica. Además, bajo estos estándares, los productos nombrados agua mineral o el agua manantial tienen que significar que el agua viene de una fuente de agua subterránea, que está en su estado natural y que contiene materia soluble. La etiqueta sobre el agua envasada tiene que incluir un análisis típico que detalle la concentración total de cualquier componente que contenido naturalmente, en miligramos por litro o partes por millón. Para más información, consultar : <https://bicon.agriculture.gov.au/BiconWeb4.0>

Conclusiones y recomendaciones

La industria de agua embotellada en Australia es de gran tamaño y en crecimiento, con una cantidad considerable de productos importados y vendidos cada año. Los principales países que exportan a Australia son: Italia, Francia y Noruega. El mercado de agua embotellada de calidad superior es relativamente pequeño y no involucra la misma cadena de distribuidores. En general, excluye a los supermercados y se enfoca más en las tiendas *boutiques* y *gourmets*, así como los restaurantes y bares de lujo, en especial en hoteles de alta gama.

Las características del consumidor australiano : son personas jóvenes, educadas y adineradas que viven en las ciudades grandes, con uno o dos niños pequeños. Los estudios sobre el comportamiento del consumidor australiano demuestran que la presentación física de un producto es un factor de mucha influencia, sobre todo el tamaño, los colores y la forma del producto/envase. Para tener éxito en el mercado australiano, el diseño de la botella es muy importante. Un ejemplo de la importancia del diseño en el mercado de agua embotellada es la marca sueca, **Ramlösa**, que vio una disminución de popularidad en 2010. Dicha empresa contrató a una agencia de diseño y de innovación para diseñar una nueva botella de lujo para su agua mineral superior y, como resultado, sus ventas aumentaron un 16%. Este ejemplo ilustra que los consumidores australianos, son atraídos a productos que parecen sofisticados y refinados, ya que les gustan los productos internacionales y exóticos. Por ello, en vez de usar colores muy brillantes sobre los productos, es mejor enfocar sobre las imágenes naturales y los colores neutros, un aspecto de diseño que muchas empresas chilenas de agua envasada ya han experimentado con éxito en otros mercados. Además, los consumidores australianos están dispuestos a pagar más para el agua con gas y el agua glacial o de fuente de ventisqueros.