LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA - GOURMET EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS

ALEMANIA

ABRIL 2020

Cámara Granada

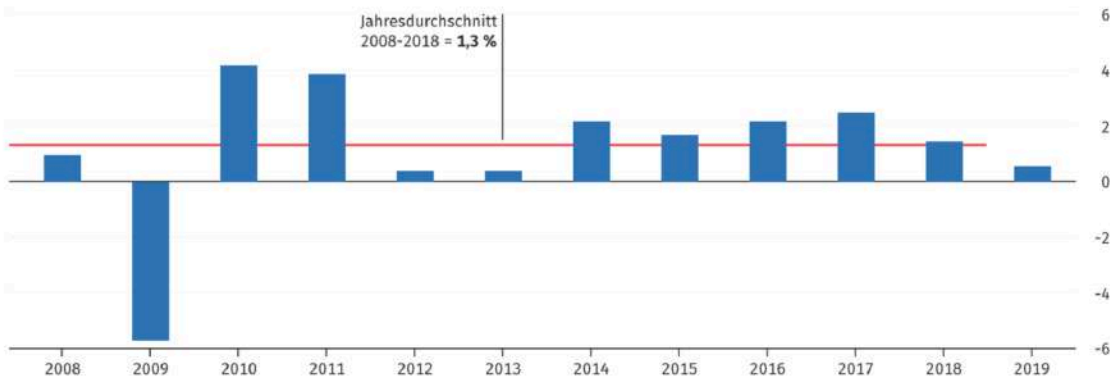
VSV EuroGlobal

INFORMACIÓN GENERAL

Berlín

INFORMACIÓN GENERAL

- **Alemania es la mayor economía europea**
  - Población: 83 Millones de habitantes
  - PIB 2019: 3.435.990M.€,
  - Evolución del PIB: Crecimiento 0,6%
  - PIB per cápita: 41.350€ euros



- **Es el tercer exportador e importador más grande de productos alimenticios y agrícolas de todo el mundo**

- Primer destino de productos hortofrutícolas españoles

- Mercado de alimentación y bebidas más grande de Europa con 170.000 productos alimentarios diferentes

Relaciones bilaterales

- En 2019 el **total de exportaciones** españolas de bienes a Alemania subieron un 1,2 % respecto a 2018, mientras que las importaciones bajaron un 0,8%.

- El **grado de cobertura** mejoró y está en un 77,8%.

- Aunque nuestra relación es eminentemente industrial, el **sector agroalimentario es el diferencial** en la balanza comercial con Alemania, con un 18% en la exportación española, y un 7% en la alemana.

COVID-19

ECONOMÍA

Movilización de 750.000 millones de euros, un paquete que obliga al Gobierno a recurrir a un endeudamiento extra de 156.000 millones.

Según el instituto de investigaciones económicas Ifo es probable que el producto interno haya caído un 1,9 por ciento en el primer trimestre y luego se desplome un 12,2 por ciento en el segundo. En todo el año, agrega el Ifo, **es probable que el PIB caiga un 6,2 por ciento.**

	Objetivo 2020	Cambios con el suplemento	Nuevos presupuestos
	En millones de euros		
Gasto	362,0	+122,5	484,5
Presupuesto Inversiones	42,9		48,8
Ingresos	325,0		484,5
Ingresos por impuestos	325,0		291,5
Endeudamiento neto	-	+156,0	156,0

SOCIEDAD

- **Test masivos (350.000-500.000 test semanales)**
- **Colaboración ciudadana**
- **Gran presión de los lobbies económicos**
- **Alemania como potencia famacoquímica**
- **Corona-KrisenPaket**

ACTUALIDAD

- **Algunos estados federales han reanudado las clases.**
- **Rettail de menos de 800 Metros cuadrados abierto**
- **Confinamiento no estricto (deporte, paseos)**

Infectados	**158.758**
Recuperados	117.400
Fallecidos	6126

Distribución agroalimentaria

- El principal rasgo es la **concentración**

- 5 grupos controlan el 75% de la facturación total
  - 200,61 millardos de Euros 2018 (180,3 millrds. en 2013)

- Distribución **HORECA**
- **Características consumidor**
- **“Aldización”**
- **Mercado competitivo y segmentado**
- **Regiones y estados descentralizados**
- **Otros**

Tendencias de consumo

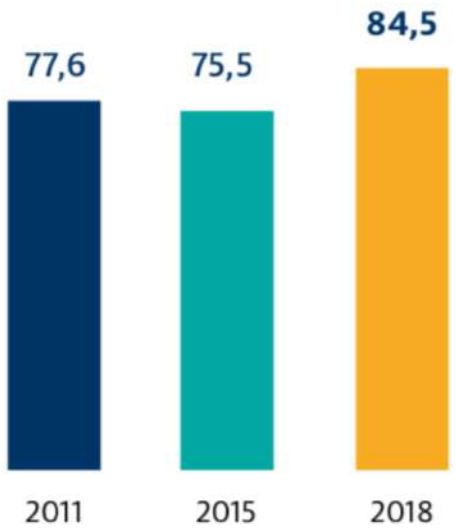
Berlín

Tendencias de consumo

"ONE STOP SHOPPING"

Tendencia a encontrar todo lo necesario en un solo punto de venta → **Menos variedad de agentes presentes en el mercado**

Porcentaje de consumidores alemanes que buscan negocios donde encontrar todos los alimentos de una sola vez



Fuente: IFH Colonia, "Encuesta poblacional representativa 2018, 2015 y 2011"

Tendencias de consumo

"CONSUMIDOR DUAL"

Busca precios reducidos para cumplir su demanda de productos básicos en el canal disccount

Busca un surtido variado y de calidad en hipermercados y departamentos gourmet de grandes almacenes

Completa su compra menusal en menor media:
Minoristas no organizados, mercados agrícolas semanales, mercados turcos itinerantes, comercio en línea…

¿Tendencia cambiante debido a la crisis?
+ Online & + Calidad

Tendencias de consumo

Salud, sostenibilidad y regionalismo :

- El **92 por ciento** de los consumidores presta atención al hecho de que la comida sea **saludable**.

- **Sostenibilidad**
- **Regionalidad**
- Alemania es el segundo mayor mercado de **productos ecológicos** del mundo después de EEUU.

QS. Ihr Prüfsystem für Lebensmittel.

IFS Food

Subsectores de interés

Berlín

Cárnico – Carnes curadas

- Sobreoferta de productos
- Italia y Francia como socios tradicionales
- Grand inversión en marketing y posicionamiento de las grandes marcas
- “Serrano” y el Durok
- Trazabilidad y storytelling
- Certificación

Hortofrutícola

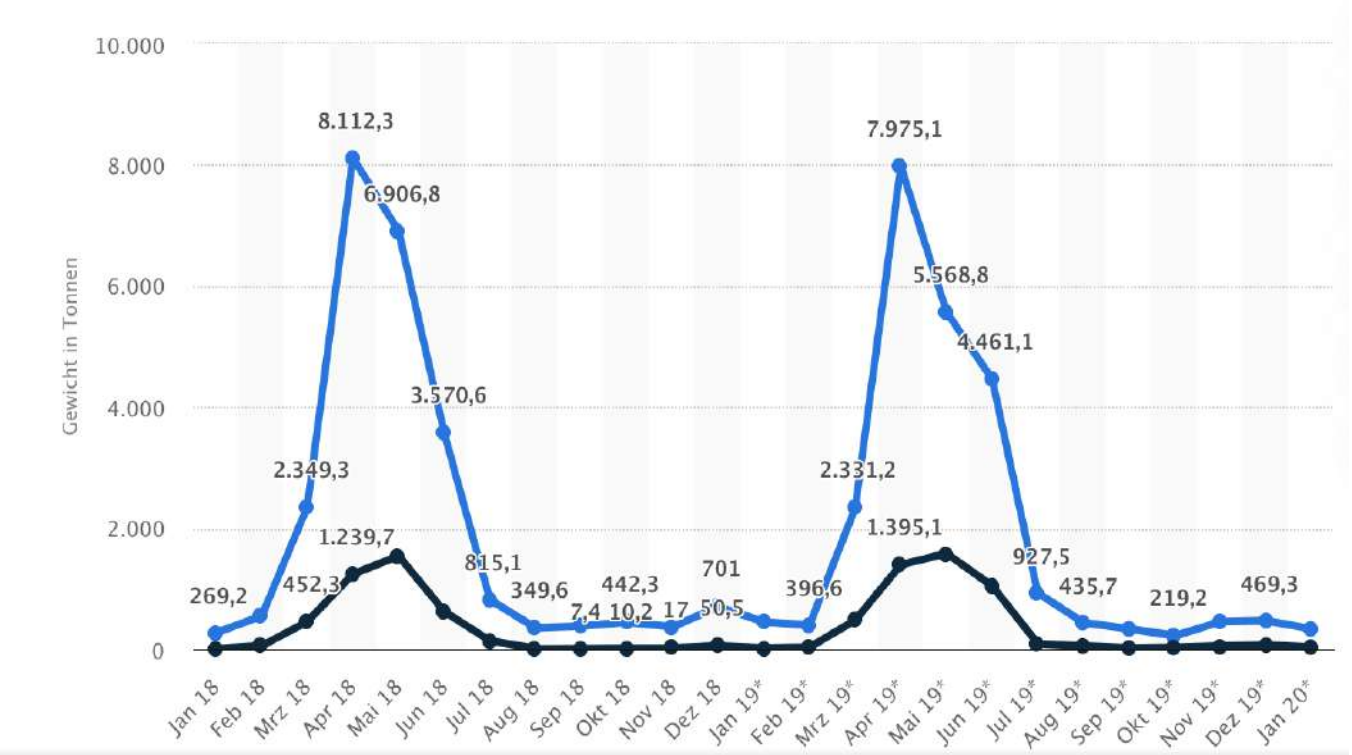
CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

- Relación positiva para ambos países.
- Alemania es un mercado prioritario para España. Recibe el **26% de las exportaciones hortofrutícolas españolas.**
- Desde el punto de vista de Alemania, España es su primer proveedor, seguido de Países Bajos.
- Oportunidades de negocio reales que presenta el mercado alemán tienen que ver con los productos **ecológicos o bio y con las frutas tropicales y subtropicales.**
    - **Frutas tropicales: Exponencial aumento del consumo de aguacates y mangos, así como en menor medida el de frutas como las guayaba.**

Hortofrutícola

ESPARRAGOS

- Emblema de la gastronomía alemana
- Solida tendencia al consumo regionalista, especialmente en este producto.
- El principal nicho de mercado para la exportación de espárrago a Alemania sería al principio de la temporada, en marzo y al principio de la primavera, cuando la diferencia de temperatura con España marca la diferencia



Cárnico - Ovino

- Tasa de producción interna de menos del 50% sobre el consumo total del país
- Nueva realción mercantil entre el principal productor, Nueva Zelanda, y China, que ha conllevado el descenso notable de las exportaciones a Europa.
- Story telling, sostenibilidad y crianza como valor añadido
- Cultura de la barbacoa y COVID19
- El volumen de las importaciones alemanas de carne de ovino y cordero de terceros países disminuyó en 5.025 t en 2019
- No es fácil de encontrar en los lineales de la gran distribución
- Importadores de origen turco con sus propios canales de distribución
- Importación especializada en carne
- Restauración

Otros

- Aceite de oliva
- Vinos
- Miel
- Frutos secos
- Quesos
- Conservas vegetales
- Congelados y preparados
- Mieles

GRACIAS

CONTACTO
MIGUEL SAN MARTIN MARTINEZ
miguel.sanmartin@vsveuroglobal.com | +34 671292890

www.vsveuroglobal.com

VSV
EuroGlobal