



INFORME  
DE FERIAS

---

2022



**ProWein**

**Düsseldorf**

**15-17 de mayo de 2022**

iCEX

Oficina Económica y Comercial  
de España en Düsseldorf

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME  
DE FERIAS

21 de junio de 2022  
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por  
Marina Rey Delgado

Bajo la supervisión del Dpto. Vinos de la Oficina Económica y Comercial  
de España en Düsseldorf

<http://Alemania.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-018-X



# Índice

<b>1. Perfil de la Feria</b>	<b>5</b>
1.1. Ficha técnica	5
<b>2. Importancia del mercado alemán del vino</b>	<b>6</b>
2.1. Importancia general del mercado alemán del vino	6
2.1.1. Volumen interno del mercado alemán	6
2.2. Importancia del mercado alemán para España	9
<b>3. Descripción y evolución de la feria</b>	<b>12</b>
3.1. Evolución de la feria	12
3.2. Organización de pabellones y expositores	13
3.3. Datos estadísticos del certamen	14
3.3.1. Expositores: Procedencia, perfil y evolución	14
3.3.2. Visitantes: Procedencia, perfil y evolución	17
3.3.3. Evolución de la superficie de exposición	20
3.4. Participación española	21
3.4.1. Evolución de la participación española	21
3.4.2. Actividades de promoción en la feria por parte de la OFECOME	22
<b>4. Tendencias, novedades y actividades promocionales</b>	<b>29</b>
4.1. Tendencias	29
4.1.1. Tendencias globales	29
4.1.2. Tendencias en Alemania	31
4.2. Novedades	32
4.3. Premios y concursos	33
4.3.1. Mundus vini	33
4.4. Programa marco de eventos	34
<b>5. Valoración</b>	<b>36</b>
5.1. Del evento en su conjunto	36
5.2. De la participación española	37
<b>6. Recomendaciones</b>	<b>38</b>
6.1. Antes de la feria	38
6.2. Durante la feria	38
6.3. Después de la feria	39
<b>7. Anexos</b>	<b>40</b>
7.1. Información sobre el mercado del vino en Alemania	40
7.2. Publicaciones especializadas	40



7.3. Listado expositores españoles

40

7.4. ProWein World

40

ICEX



# 1. Perfil de la Feria

## 1.1. Ficha técnica

Feria Internacional especializada de Vinos y Espirituosos (“Internationale Fachmesse Weine und Spirituosen”): **FERIA PROWEIN**

**Ámbito:** Internacional

**Edición:** 27.<sup>a</sup>

**Frecuencia, periodicidad:** anual

**Fechas de celebración del evento:** 15-17/05/2022

**Próxima edición:** 19-21/03/2023

**Lugar de celebración:** Recinto ferial Düsseldorf<sup>1</sup>, 40474 Düsseldorf

**Horario de la feria:** 09:00 - 18:00 h para visitantes. Apertura para expositores: 8:30 h.

**Sectores y productos representados:** vinos, espumosos, bebidas espirituosas, cerveza artesanal, agua mineral, prensa especializada, servicios.

**Medios de transporte público:** es necesario adquirir un billete de transporte público de ida y vuelta para los eventos en el recinto de Düsseldorf. El billete de entrada a la feria ya no es suficiente<sup>2</sup>.

**Superficie:** 68.168 m<sup>2</sup>

**Visitantes:** profesionales del comercio de vinos y bebidas espirituosas, mayoristas y minoristas operadores del canal HORECA, prensa, productores y empresas de servicios relacionadas.

### PRECIOS DE ENTRADA

	<b>Venta anticipada online</b>
Entrada diaria	50,00 EUR
Entrada diaria reducida <sup>3</sup>	20,00 EUR

<sup>1</sup> <https://www.messe-duesseldorf.com>

<sup>2</sup> En el siguiente enlace se puede consultar más información sobre cómo acudir a la feria: [https://www.prowein.com/cgi-bin/md\\_prowein/lib/pub/tt.cgi/Arrival.html?oid=32820&lang=2&ticket=g\\_u\\_e\\_s\\_t](https://www.prowein.com/cgi-bin/md_prowein/lib/pub/tt.cgi/Arrival.html?oid=32820&lang=2&ticket=g_u_e_s_t)

<sup>3</sup> Alumnos y estudiantes a partir de 16 años tras legitimación.

## 2. Importancia del mercado alemán del vino

### 2.1. Importancia general del mercado alemán del vino

Según datos de la OemV del año 2021, Alemania recuperó su puesto como **primer importador mundial de vino en volumen** en términos agregados (vinos de calidad y no calidad, embotellado y a granel) con una cifra de **14,69 millones de hl**, superando a Reino Unido, Estados Unidos y Francia.

Con respecto al **valor** de las **importaciones totales**, Alemania se mantiene **en tercera posición en el ranking de países importadores** con una cifra de importación total y agregada de **2.808,50 millones de euros**, por detrás de EE. UU. (5.977,60 millones de euros) y Reino Unido (3.949,70 millones de euros).

Alemania tuvo en 2021 una **cuota de participación** en las importaciones mundiales de vino de alrededor de un **8,2 % en valor** y un **13,4 % en volumen**.

#### 2.1.1. Volumen interno del mercado alemán

Teniendo en cuenta la producción alemana de vinos (8,80 millones de hl en 2021), las importaciones (14,30 millones de hl en 2021<sup>4</sup>) y las exportaciones totales (3,67 millones de hl en 2021), el volumen de mercado interno se estima en alrededor de 23,90 millones de hectolitros.

La evolución del consumo de bebidas alcohólicas en Alemania en 2021 muestra un paulatino descenso del consumo de cerveza (83,8 litros/per cápita), así como la **estabilización del consumo de vino** (20,7 litros/per cápita), de espirituosos (5,2 litros/per cápita) y de espumosos (3,2 litros/per cápita)<sup>5</sup>.

De los 14,30 millones de hl del total de vino importado, alrededor de un 36 % es envasado directamente por el productor en origen, mientras que el 64 % restante es importado a granel y envasado en destino<sup>6</sup> o utilizado como vino base para la producción del espumoso alemán.

Respecto a la procedencia de estas importaciones, en los gráficos se puede observar que los tres principales países suministradores, Italia, España y Francia, se reparten en el año 2021 más de un

<sup>4</sup> Deutscher Weinbauverband.

<sup>5</sup> Deutscher Wein Statistik 2021/2022.

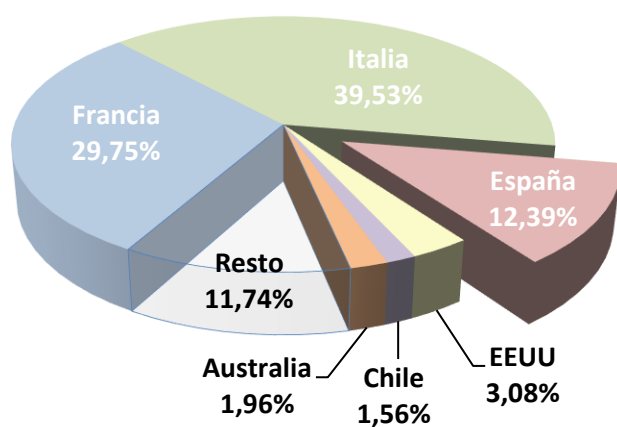
<sup>6</sup> Deutscher Weinbauverband.

80 % de la cuota del mercado en términos de valor de las importaciones, dejando al resto de países con porcentajes por debajo del 4 %.

En cuanto a volumen, ocurre prácticamente lo mismo: los tres principales suministradores de vino a Alemania representan casi un 80 % del total de las importaciones.

### CUOTA EN TÉRMINOS DE VALOR DE LOS PAÍSES SUMINISTRADORES, 2021

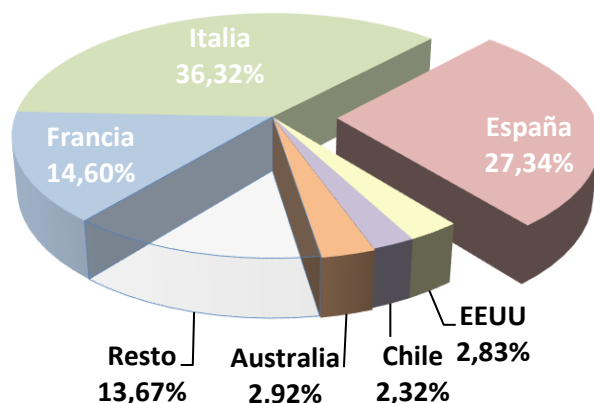
*En porcentaje sobre el total*



Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

### CUOTA EN TÉRMINOS DE VOLUMEN DE LOS PAÍSES SUMINISTRADORES, 2021

*En porcentaje sobre el total*

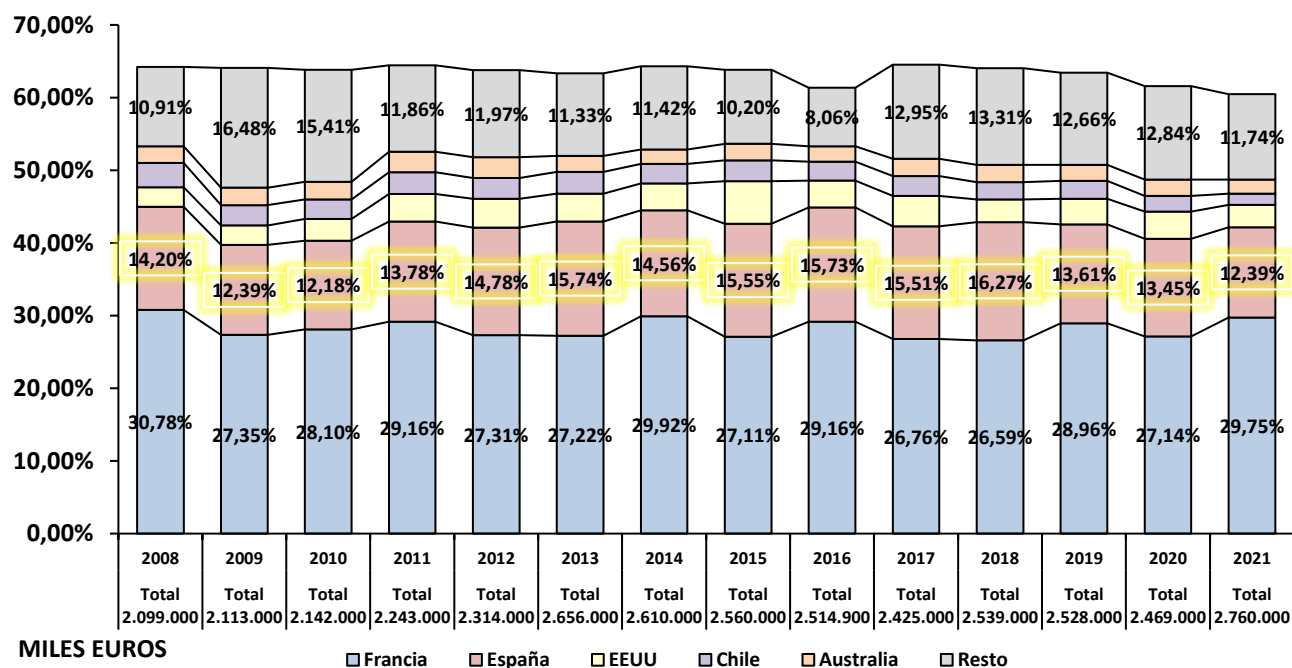


Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

Italia ocupa en 2021 y en años anteriores la primera posición, tanto en valor (1.091 millones de euros), con una cuota del 39,53 %, como en volumen (5,23 millones de hl), con un 36,32 %. Francia ocupa el segundo puesto en valor con una cuota del 29,75 % (821 millones de euros) y el tercer puesto en volumen con una cuota del 14,60 % (2,10 millones de hl). **España** ocupa desde 2011 la segunda posición en volumen y tercera en valor, con cuotas en 2021 del 27,34 % (3,93 millones de hl) y del 12,39 % (342 millones de euros), respectivamente.

### IMPORTACIONES DE VINO EN ALEMANIA, EN VALOR

En miles de euros, 2008-2021

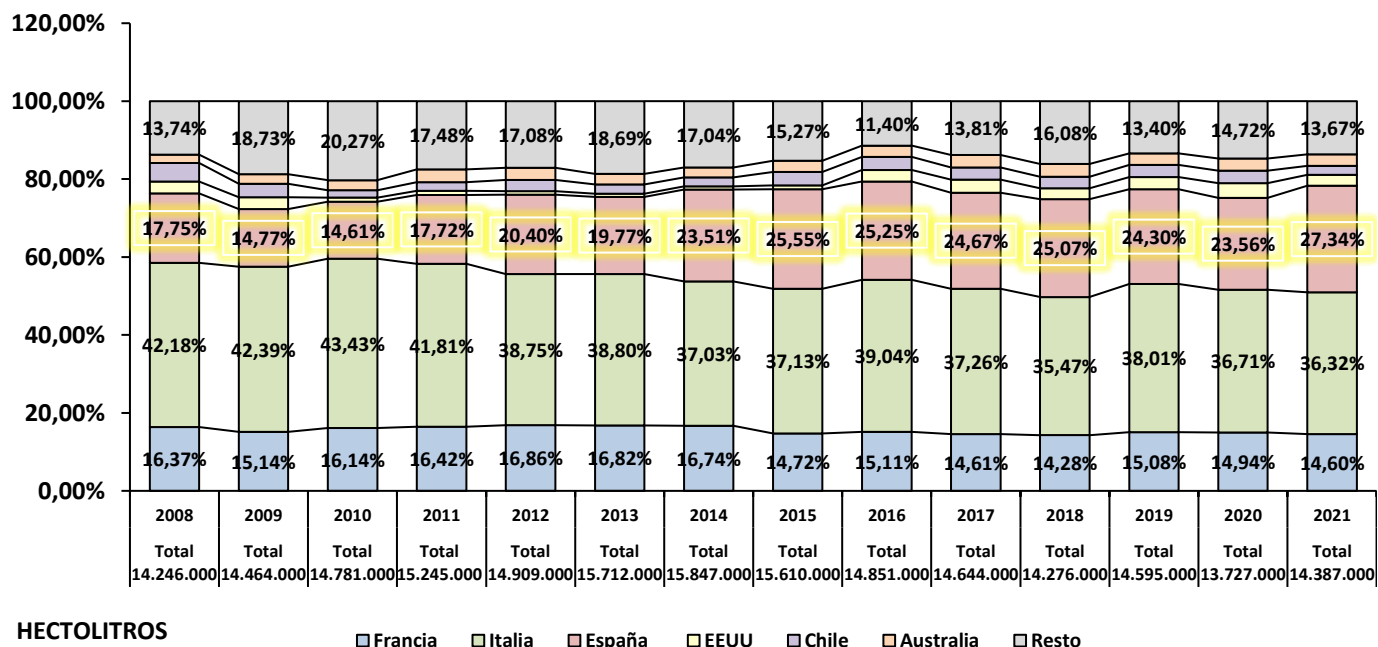


Fuente: Feria Proweine-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.



### IMPORTACIONES DE VINO EN ALEMANIA, EN VOLUMEN

En hectolitros, 2008-2021



Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

## 2.2. Importancia del mercado alemán para España

Según datos del OEMV<sup>7</sup>, **Alemania fue el principal país de destino de las exportaciones españolas** en valor en 2021 con una cifra de 379,04 millones de euros, lo que supone un incremento del **3,55 %** respecto al año anterior. Fue el segundo país de destino de las exportaciones españolas de vino en volumen con 4,71 millones de hl y una variación del 14,27 % respecto al año anterior.

La cuota de participación de Alemania en el total de exportaciones españolas en **valor** es de un 11,52 %. En segundo lugar, se encuentra Reino Unido, país al que se ha exportado vino por valor de 365,56 millones de euros, con una variación porcentual de un 3,91 % y una participación del 11,11 % del total de las exportaciones españolas. En el tercer puesto se encuentra EE. UU. con 358,37 millones de euros y con un 21,43 % de variación porcentual con respecto a 2020, registrando una participación del 10,89 % de las exportaciones.

<sup>7</sup> Los datos no coinciden necesariamente con los datos aportados respecto a importaciones, ya que las importaciones son calculadas por la Aduana alemana, y la metodología y/o normativa de recopilación de datos puede diferir de la española.

**DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINO, 2020-2021**
*En millones de EUR*

	País	2020		2021		% Var. 20/21
		Valor	% s/total	Valor	% s/total	
1	Alemania	366,03	12,34 %	379,04	11,52 %	3,55 %
2	Reino Unido	351,82	11,86 %	365,56	11,11 %	3,91 %
3	EE. UU.	295,13	9,95 %	358,37	10,89 %	21,43 %
4	Francia	276,31	9,32 %	265,67	8,08 %	-3,85 %
5	Países Bajos	151,09	5,09 %	143,78	4,37 %	-4,84 %
6	Suiza	122,18	4,12 %	134,45	4,09 %	10,04 %
7	Portugal	120,52	4,06 %	115,83	3,52 %	-3,89 %
8	Canadá	116,23	3,92 %	129,61	3,94 %	11,51 %
9	Italia	103,51	3,49 %	156,95	4,77 %	51,63 %
10	China	101,02	3,41 %	141,73	4,31 %	40,30 %
	Resto países	971,03	32,74 %	1153,08	35,05 %	18,75 %
	<b>Totales</b>	<b>2.965,88</b>		<b>3.289,51</b>		<b>10,9 %</b>

Fuente: OEMV / Elaboración: Ofecomex Düsseldorf / Dpto. vinos

En lo que se refiere a **volumen**, las exportaciones españolas hacia Alemania han aumentado en un 14,27 % en 2021 con respecto al año anterior y se sitúan en 4,71 millones de hectolitros. Esto representa el 15,25 % de la participación total de las exportaciones españolas, lo que sitúa al país germano como segundo destino de nuestras exportaciones en volumen, por detrás de Francia y por delante de Italia y Portugal.



## DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINO, 2020-2021

*En millones de litros*

	País	2020		2021		% Var. 20/21
		Volumen	% s/total	Volumen	% s/total	
1	Francia	572,38	21,58 %	595,41	19,27 %	4,02 %
2	Alemania	412,31	15,54 %	471,15	15,25 %	14,27 %
3	Portugal	259,77	9,79 %	274,43	8,88 %	5,64 %
4	Italia	251,29	9,47 %	423,60	13,71 %	68,57 %
5	Reino Unido	197,48	7,44 %	183,77	5,95 %	-6,94 %
6	Países Bajos	89,29	3,37 %	86,58	2,80 %	-3,04 %
7	EE. UU.	85,72	3,23 %	112,78	3,65 %	31,57 %
8	China	63,31	2,39 %	92,01	2,98 %	45,33 %
9	Bélgica	51,34	1,94 %	59,83	1,93 %	16,53 %
10	Japón	45,61	1,72 %	49,88	1,61 %	9,36 %
	Resto Países	646,47	24,37 %	772,16	24,99 %	19,44 %
	Totales	2.652,83		3.090,49		16,5 %

Fuente: OEMV / Elaboración: Ofecomes Düsseldorf / Dpto. vinos

## 3. Descripción y evolución de la feria

La feria ProWein reúne anualmente a expositores y profesionales del sector del vino que se distribuyen en los distintos pabellones por países de origen y por categorías, ya que además del sector del vino tranquilo, espumoso y fortificado convencionales, también exponen con sus propios pabellones específicos los sectores de licores y bebidas espirituosas, vinos ecológicos, así como un pabellón exclusivo (pabellón “Same but different”) dedicado a las cervezas artesanales y bebidas y refrescos con alcohol. De igual modo, la prensa especializada del sector está presente en el certamen.

### 3.1. Evolución de la feria

La feria ProWein inició su trayectoria en 1994 bajo el nombre ProVin. En su segunda edición pasó a denominarse ProWein. Hasta 1996 compitió con el certamen Interwein de Fráncfort como feria especializada. Tras el éxito de la edición de ProWein de 1997 y, como consecuencia de las tensiones existentes entre ambos certámenes, Interwein (Fráncfort) dejó de celebrarse. Desde entonces ProWein se ha consolidado como la mayor y más importante feria especializada y profesional de vinos y espirituosos a nivel internacional<sup>8</sup>.

La feria ha contado en su edición de **2022** con una afluencia de visitantes de **38.002 profesionales** tanto del comercio, prensa y expertos del sector de vinos y bebidas alcohólicas como del sector HORECA. El certamen ha contado con **5.726 expositores** procedentes de **62 países**. La representación de vinos abarca la práctica totalidad de las regiones vitivinícolas del mundo.

La cuota (62 %) de **visitantes extranjeros procedentes de 145 países** otorga a la feria ProWein su carácter internacional, convirtiéndose así, en una de las ferias especializadas de vinos y espirituosos más importantes y significativas de Europa y del mundo.

En los últimos años y, sobre todo, durante sus últimas ediciones, la feria ha alcanzado un gran impacto en los medios de comunicación, no sólo especializados, sino también en televisión, radio y prensa generalista. En esta edición de la feria se llegó a registrar una cifra de **919 periodistas** acreditados de **44 diferentes países**.

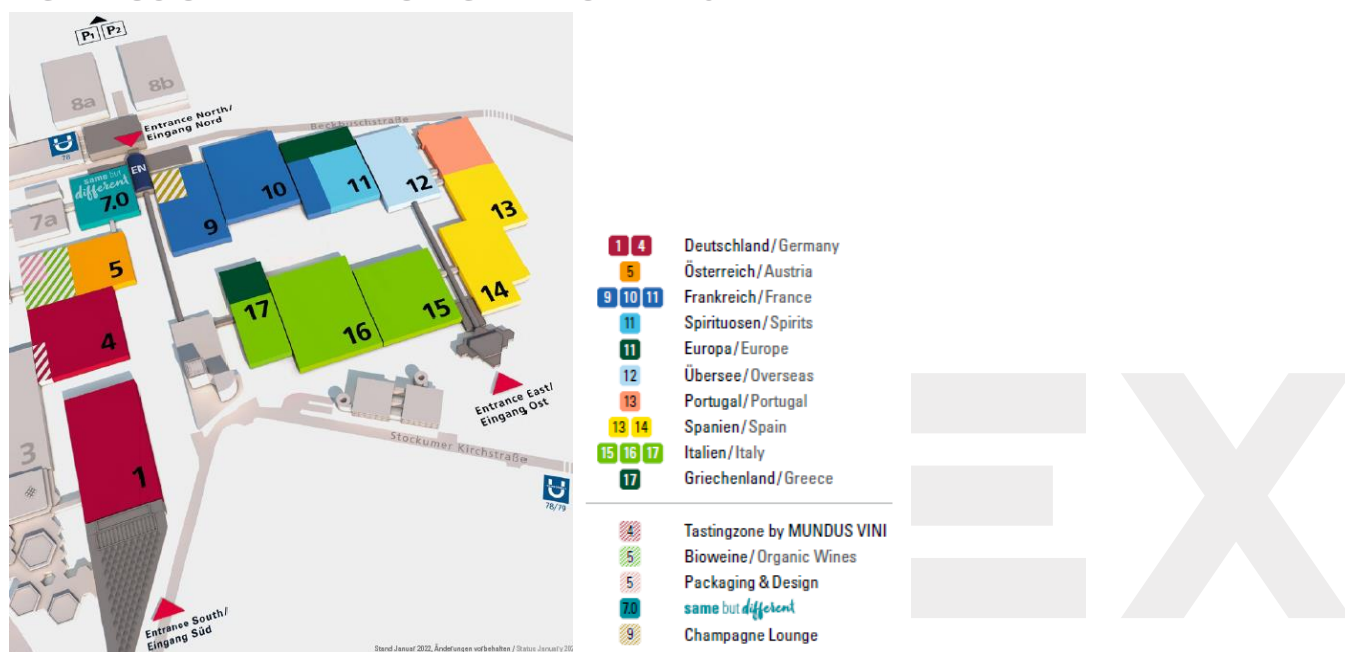
<sup>8</sup> En el siguiente enlace se puede visualizar más información sobre la evolución de la feria en términos generales:

[https://www.prowein.com/cgi-bin/md\\_prowein/lib/pub/tt.cgi/25\\_Years\\_of\\_Success\\_ProWein\\_Celebrates\\_a\\_Milestone.html?oid=35106&lang=2&ticket=g\\_u\\_e\\_s\\_t](https://www.prowein.com/cgi-bin/md_prowein/lib/pub/tt.cgi/25_Years_of_Success_ProWein_Celebrates_a_Milestone.html?oid=35106&lang=2&ticket=g_u_e_s_t)

### 3.2. Organización de pabellones y expositores

La superficie neta ferial en el año 2022 ha sido de 68.168 m<sup>2</sup>. En comparación con la edición anterior, la superficie ha disminuido en un 8,01 % (74.105 m<sup>2</sup> en 2019). Sin embargo, el recinto ferial contó en 2022 con un total de **13 pabellones** de exposición, 3 más que en la edición de 2019.

#### DISTRIBUCIÓN DE PABELLONES EN PROWEIN 2022



Fuente: Feria ProWein – Messe Düsseldorf.

En el plano de la feria se pueden observar en amarillo los pabellones 13 y 14, espacio que ocuparon los stands pertenecientes a España en esta edición 2022.

Dentro del Pabellón Oficial de ICEX organizado en el Pabellón 13, además de las bodegas expositoras, expusieron algunos Consejos Reguladores (CRDO: Toro, Pla i Llevant, Bierzo, Ribeira Sacra, Rías Baixas, Yecla, Ribeiro, Jumilla, Bullas, Monterrei y Cebreiros) y agrupadores de algunas Comunidades Autónomas (IPEX, EXTENDA) así como los stands del Gobierno de La Rioja y el CRDO Rioja.

En el Pabellón 14 han expuesto principalmente los pabellones de Comunidades Autónomas (Aragón Exterior, País Vasco, Prodeca, Castilla y León, La Mancha) y empresas con stand propio.

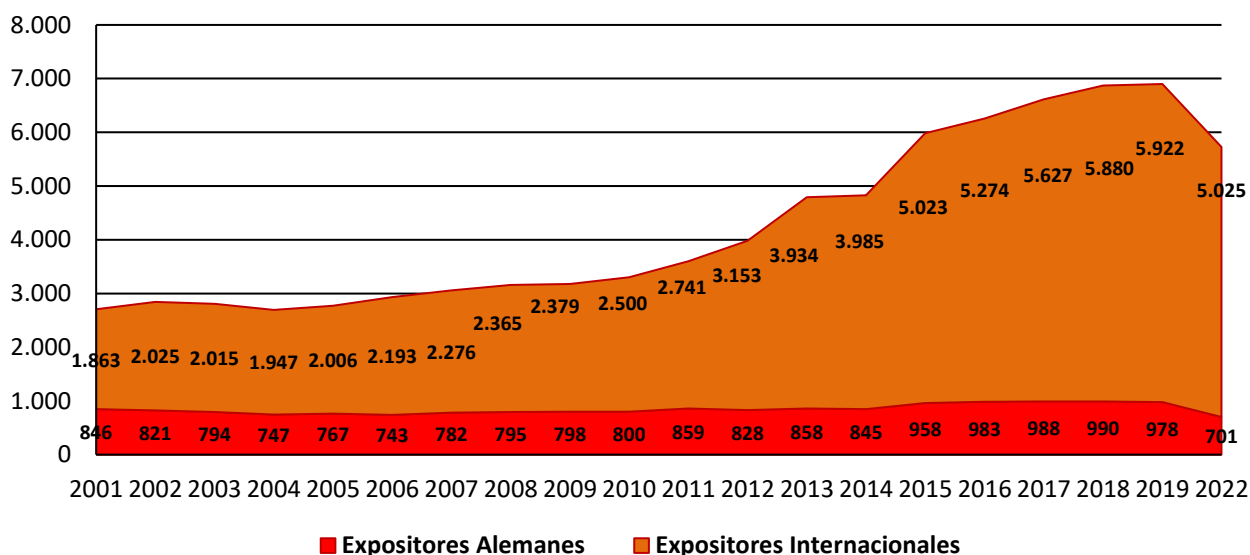
De los 5.726 expositores internacionales que expusieron en la edición de ProWein 2022, **654 han sido expositores españoles (11,4 % del total)**, de los cuales **243** expusieron bajo el **Pabellón Oficial de ICEX**.

### 3.3. Datos estadísticos del certamen

#### 3.3.1. Expositores: Procedencia, perfil y evolución

La edición 2022 de ProWein ha contado con **5.726 expositores**, 1.174 menos que en el año 2019. Un **87,76 %** fueron **expositores internacionales** y un 12,24 %, **expositores alemanes**. En total se contó con la **representación de 62 países**.

#### EVOLUCIÓN DE LOS EXPOSITORES SEGÚN ORIGEN, 2001-2022



Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.



## EVOLUCIÓN DE EXPOSITORES EN PROWEIN, 1994-2022

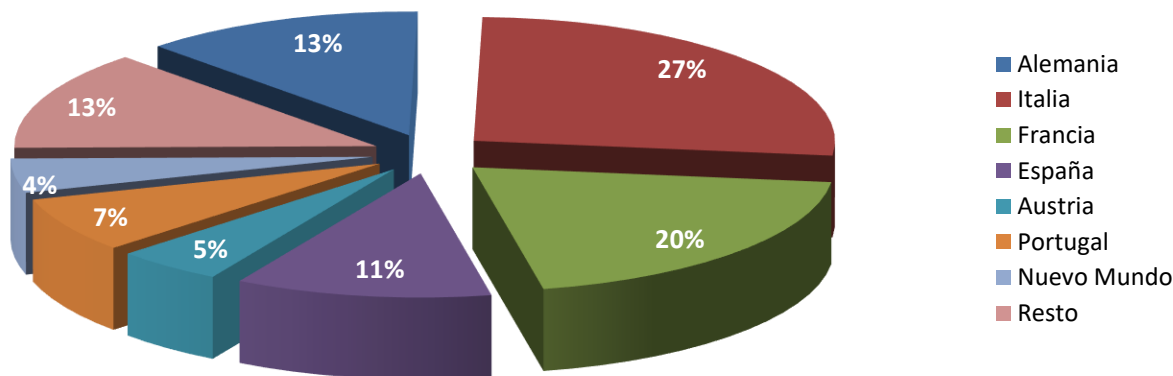
	Expositores alemanes		Expositores internacionales		Total expositores		Países
	Número	Evolución	Número	Evolución	Número	Evolución	
1994	61		260		321		8
1995	131	115 %	401	54 %	532	66 %	12
1996	200	53 %	447	11 %	647	22 %	17
1997	382	91 %	679	52 %	1.061	64 %	25
1998	517	35 %	931	37 %	1.448	36 %	27
1999	699	35 %	1.382	48 %	2.081	44 %	29
2000	770	10 %	1.685	22 %	2.455	18 %	32
2001	846	10 %	1.863	11 %	2.709	10 %	33
2002	821	-3 %	2.025	9 %	2.851	5 %	43
2003	794	-3 %	2.015	0 %	2.809	-1 %	37
2004	747	-6 %	1.947	-3 %	2.694	-4 %	38
2005	767	3 %	2.006	3 %	2.773	3 %	38
2006	743	-3 %	2.193	9 %	2.936	6 %	46
2007	782	5 %	2.276	4 %	3.058	4 %	43
2008	795	2 %	2.365	4 %	3.160	3 %	46
2009	798	0 %	2.379	1 %	3.177	1 %	45
2010	800	0 %	2.500	5 %	3.300	4 %	51
2011	859	7 %	2.741	10 %	3.600	9 %	46
2012	828	-4 %	3.153	15 %	3.981	11 %	47
2013	858	4 %	3.934	25 %	4.792	20 %	48
2014	845	-2 %	3.985	1 %	4.830	1 %	47
2015	958	13 %	5.023	26 %	5.981	24 %	50
2016	1000	4 %	5.200	4 %	6.200	4 %	59
2017	988	-2 %	5.627	8 %	6.615	7 %	62
2018	990	0 %	5.880	4 %	6.870	4 %	64
2019	977	0,8 %	5.923	0,4 %	6.900	0,4 %	64
2022	701	-28,3 %	5.025	-15,2 %	5.726	-17 %	62

Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

En cuanto a la evolución del número total de expositores, las tasas de crecimiento anuales han sido constantes y muy elevadas, pasando de 647 expositores en 1996, a 2.455 en el año 2000, y llegándose a la cifra de 6.900 en el 2019.

Sin embargo, en **2022** esta cifra ha disminuido considerablemente (-17 %) como consecuencia de la pandemia de COVID-19, que obligó, primero, a retrasar la fecha de celebración del certamen de marzo a mayo, y generó posteriormente gran incertidumbre entre los profesionales y empresas visitantes en su decisión final de asistencia a la feria.

### EXPOSITORES POR PAÍS, 2022

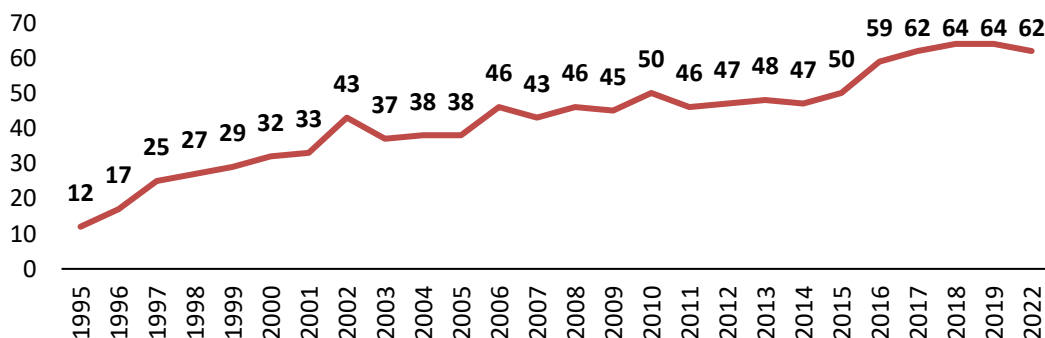


Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

Por países de procedencia, la primera posición en el *ranking* por número de expositores la ocupa **Italia con un total de 1.519 estands (-8,2 % con respecto a 2019)**, seguido de **Francia en segundo lugar con 1.142 (-27,5 %)**, **Alemania en el tercer puesto con 701 (-8,2 %)** y **España en cuarta posición con 654 (-1,1 %)**, por delante de otros países como Austria (275; -17,9 %), Portugal (412; +6,5 %) y países del Nuevo Mundo (256; -57,3 %)<sup>9</sup>.

Además de bodegas y empresas del sector del vino tranquilo, espumoso y fortificado, también participaron 300 empresas del sector de bebidas espirituosas.

### EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE PAISES REPRESENTADOS



Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

<sup>9</sup> Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Argentina, Chile, California.

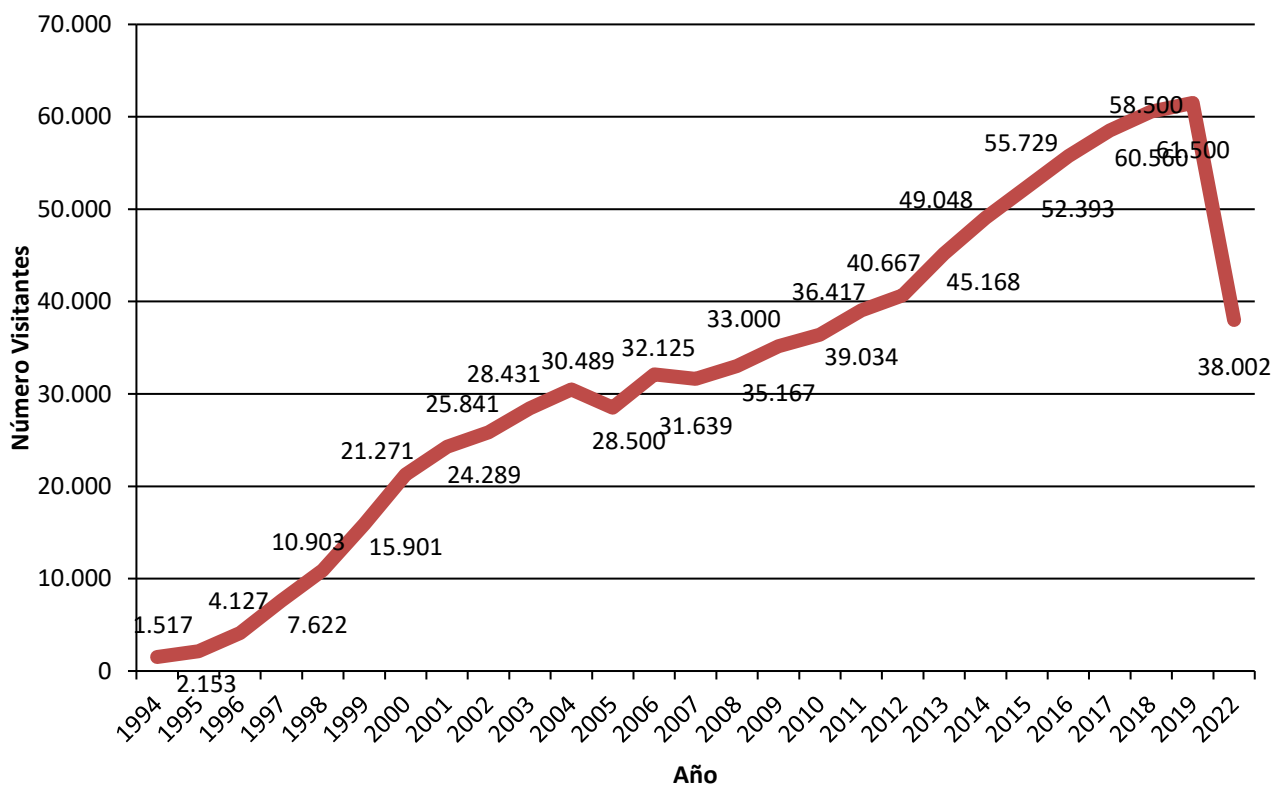


En el año **2022** el número de países participantes ha disminuido en un 3,12 %, pasando de 64 países en 2019 a 62 países en 2022.

### 3.3.2. Visitantes: Procedencia, perfil y evolución

ProWein 2022 ha cerrado con una cifra de visitantes final de **38.002 profesionales** procedentes de **145 países**, una cifra bastante inferior a la de la anterior edición de 2019, y que ha supuesto una **disminución del 38,2 %** con respecto a 2019 (61.500 visitantes de 143 países), como se puede comprobar en el gráfico siguiente.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES, 1994-2022



Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.



## CLASIFICACIÓN DE VISITANTES SEGÚN PROCEDENCIA, PROWEIN 2022

<b>Número total visitantes</b>	<b>38.002</b>
Países europeos	<b>85 %</b>
- Alemania	38 %
- Resto Europa	47 %
Países no europeos	<b>15 %</b>
- Asia	5 %
- América	8 %
- África	0,7 %
- Australia/Oceanía	1,2 %
<b>Número total de países</b>	<b>145</b>

Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

A pesar de la enorme disminución del número absoluto de visitantes en 2022, los datos confirman la **importancia del certamen** para el sector vitivinícola, **no sólo en el mercado alemán sino a nivel mundial**, ya que más de la mitad de los visitantes procedían de fuera de Alemania.

En cuanto al perfil del profesional visitante, se corrobora la profesionalidad y especialización de la feria ya que, atendiendo al poder de decisión de los visitantes, **el 77 % de los profesionales ocupaba puestos de alta o media dirección.**

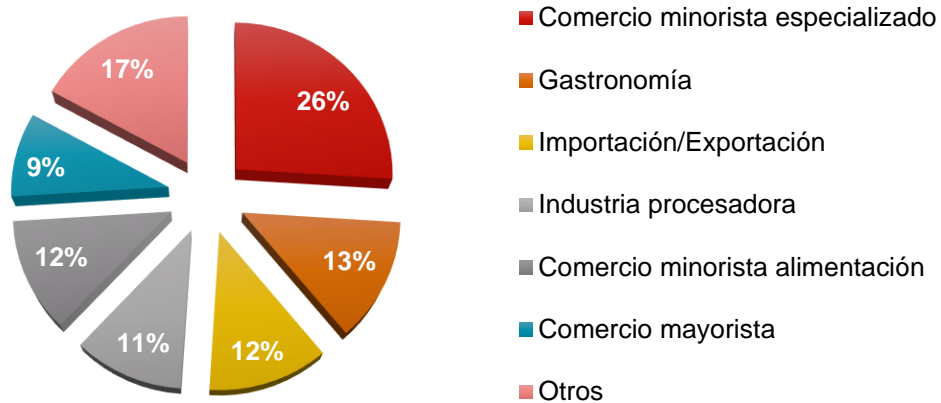
Los profesionales visitantes suelen proceder de departamentos de compras y aprovisionamiento de empresas importadoras y distribuidoras; de departamentos de distribución y ventas; así como de departamentos de *marketing*, publicidad y relaciones públicas. Asisten también, pero en menor medida, profesionales de centros de producción y control de calidad, investigación y de centros de formación (profesores, alumnos).

En 2022, ProWein registró también la asistencia de **919 periodistas acreditados de 44 países diferentes.**

Según el sector de ocupación, la estructura de los visitantes profesionales se resume en el siguiente gráfico:

## ESTRUCTURA DE LOS VISITANTES SEGÚN SECTOR DE OCUPACIÓN 2022

En porcentaje sobre el total



Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

Como se ve en la siguiente tabla, el **interés de los visitantes se centró sobre todo en los vinos italianos, alemanes, franceses y españoles**, aunque destaca también el interés mostrado en las encuestas por vinos de otras regiones como Austria, Portugal, Sudáfrica, Argentina y Chile. El *champagne*, los espirituosos, espumosos y la corriente orgánica también suscitaron gran interés entre el público profesional visitante.

## INTERÉS DE LOS VISITANTES, POR PRODUCTO\*

Productos interés	%	Productos interés	%	Productos interés	%
Vinos Italia	49 %	Vinos California	13 %	Vinos Rumanía	5 %
Vinos Alemania	47 %	Vinos Australia	12 %	Vinos China	4 %
Vinos Francia	47 %	Vinos Grecia	12 %	Vinos Brasil	4 %
Vinos España	43 %	Vinos Nueva Zelanda	11 %	Vinos Bulgaria	4 %
Vinos Austria	23 %	Vinos Hungría	10 %		
Vinos Portugal	21 %	Vinos Suiza	7 %		
Vinos Sudáfrica	16 %	Vinos Eslovenia	6 %		
Vinos Argentina	16 %	Vinos Uruguay	5 %		
Vinos Chile	15 %	Vinos Canadá	5 %		

\* En la encuesta la elección de más de un producto era posible.

Champagne	26 %
Espirituosos	25 %
Espumosos	23 %
Vinos Orgánicos	19 %

Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

Los motivos de asistencia al evento de los visitantes según los datos proporcionados por ProWein han sido principalmente:

- I. Conocer las nuevas tendencias y novedades del mercado (31 %)
- II. Contacto con proveedores y *partners* (28 %)
- III. Búsqueda de nuevos contactos (28 %)
- IV. Preparación de decisiones de compra (14 %)

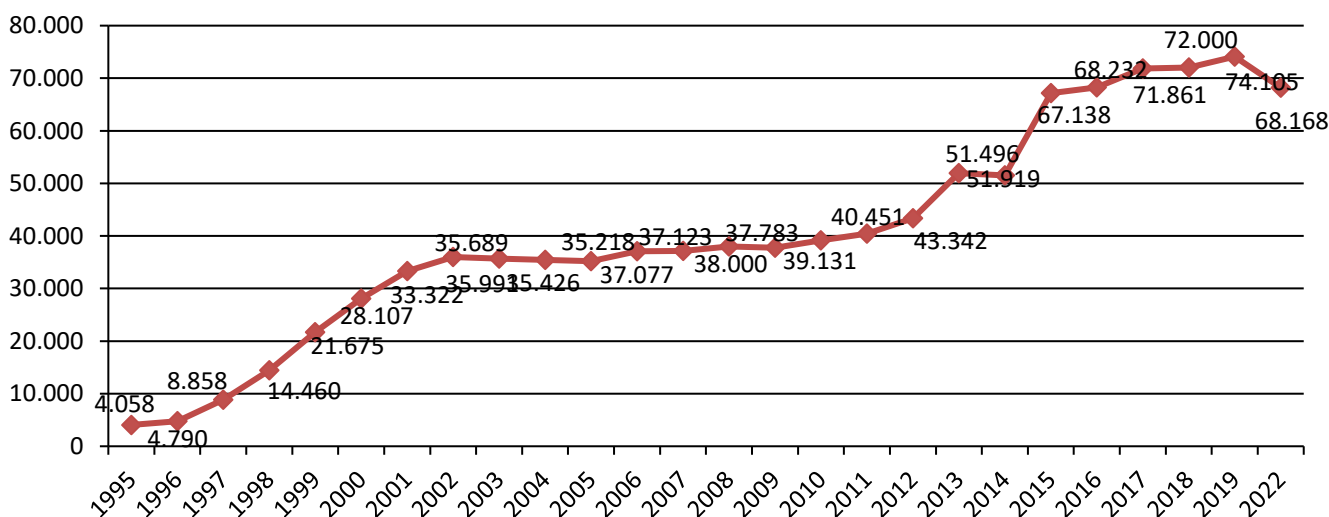
### 3.3.3. Evolución de la superficie de exposición

Desde los inicios de ProWein en 1994, la superficie de exposición ha ido aumentando en paralelo al número de expositores. En 2015 la superficie de exposición se incrementó un 30 % y tuvo lugar una reestructuración de los pabellones dedicados a la ProWein dentro del recinto ferial. **En 2022, se ha reestructurado la distribución de los pabellones y la superficie neta se ha estabilizado en unos 68.168 m<sup>2</sup> en total.**

Alemania ocupó en 2022 el primer puesto en cuanto a superficie neta de exposición con 12.516 m<sup>2</sup>, mientras que el espacio destinado al resto de países fue de 55.652 m<sup>2</sup>.

#### EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE DE EXPOSICIÓN, 1995-2022

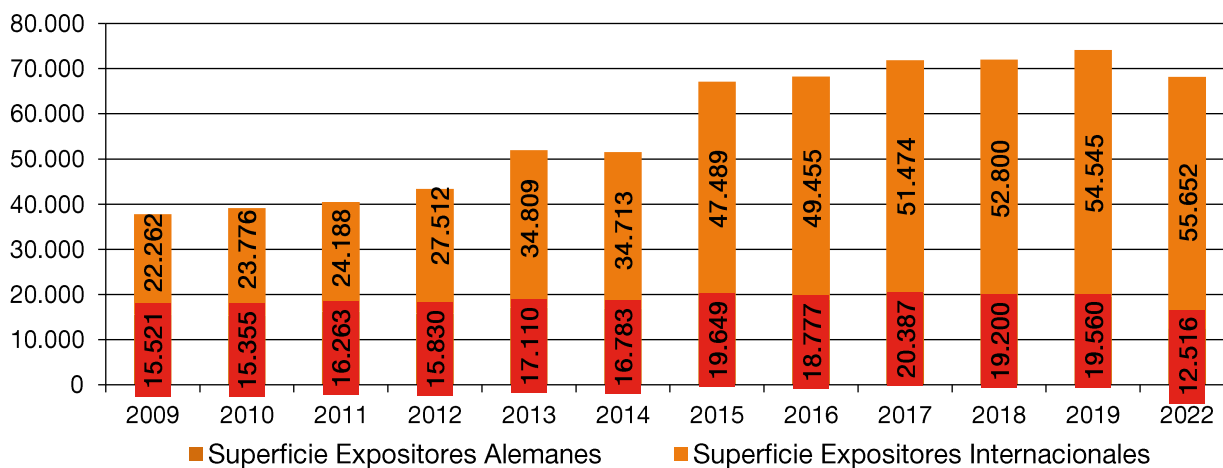
En metros cuadrados



Fuente: Feria ProWein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

## DESAGREGACIÓN DE LA SUPERFICIE DE EXPOSICIÓN, 2009-2022

En metros cuadrados



Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

### 3.4. Participación española

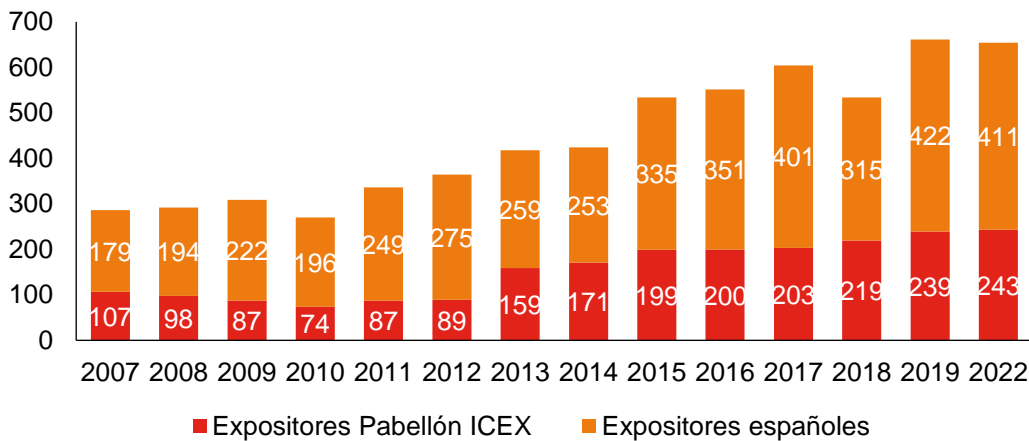
#### 3.4.1. Evolución de la participación española

El número de expositores españoles en **2022 fue de 654, de los cuales 243 expusieron bajo el Pabellón Oficial del ICEX**. España continúa siendo el **cuarto país más representado** en cuanto a número de expositores, tras Italia, Francia y Alemania.

Dentro del Pabellón Oficial de ICEX organizado en el Pabellón 13, además de las bodegas expositoras, expusieron algunos Consejos Reguladores (CRDO: Toro, Pla i Llevant, Bierzo, Ribeira Sacra, Rías Baixas, Yecla, Ribeiro, Jumilla, Bullas, Monterrei y Cebreiros) y agrupadores de algunas Comunidades Autónomas (IPEX, EXTENDA) así como los stands del Gobierno de La Rioja y el CRDO Rioja.

En el Pabellón 14 han expuesto principalmente los pabellones de Comunidades Autónomas (Aragón Exterior, País Vasco, Prodeca, Castilla y León, La Mancha) y empresas con stand propio.

## EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPOSITORES ESPAÑOLES



Fuente: Feria Prowein-Messe Düsseldorf, elaboración Ofecome Düsseldorf / Dpto. Vinos.

### 3.4.2. Actividades de promoción en la feria por parte de la OFECOME

El pabellón ICEX se ha consolidado como punto de encuentro y referencia (un indicador es el gran número de visitas y consultas en el stand de información y reuniones con empresas en el mismo) para el comercio, prensa y sector HORECA alemán, tanto para la búsqueda de novedades vitivinícolas, como para establecer contactos con marcas ya consolidadas en el mercado.

Las actividades de promoción realizadas desde la Oficina Comercial, todas ellas diseñadas con el objetivo de atraer público al pabellón español y formar e informar a los visitantes profesionales de la feria, se han centrado en los últimos años en la realización de actividades de información, de publicidad y programas de catas, las cuales este año 2022 no han sido posibles por la pandemia.

Las actividades se han concentrado en tres bloques:

- *Estand ICEX de información y atención en la feria*
- *Actividades de Publicidad y RR. PP.*
- *Concurso de vinos Best of Spain @ ProWein*

#### 1) *Pabellón oficial ICEX / stand de información*

El ICEX organizó la participación española dentro de su **Pabellón Oficial** de **2.577,51 m<sup>2</sup>** en total, localizado en el Pabellón número 13, que dio cabida a **243 empresas españolas expositoras**.

En el siguiente [link](#) se puede encontrar información sobre la participación española en ProWein 2022, publicada en *Upcoming Events* en Food & Wines from Spain.

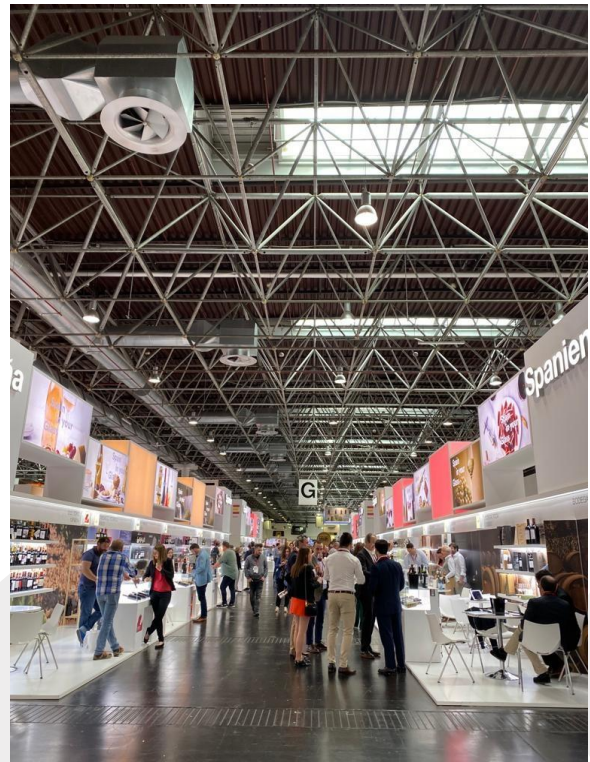
## ESTAND DE INFORMACIÓN DEL PABELLÓN OFICIAL



Las bodegas participantes en el pabellón ICEX contaron, además de con los servicios ofrecidos por la organización de ProWein a todos los expositores, con otros servicios exclusivos dentro del stand de información, puntos de agua para el lavado de copas y ayuda e información proporcionada por el personal de la Oficina Comercial y del ICEX en el **stand informativo del pabellón de ICEX**.



PABELLÓN 13: PABELLÓN OFICIAL ESPAÑA



*2) Actividades de publicidad*

Con el fin de informar a los visitantes sobre la nueva localización del Pabellón de España en el Pabellón 13, se colocaron carteles tanto en la entrada principal norte como en el acceso desde el andén de la estación de metro. Asimismo, se contrataron dos pósteres móviles anunciando el P.O. de España que recorrieron los espacios y corredores entre los pabellones a lo largo de los dos días.





### CARTEL EN LA ENTRADA NORTE DE PROWEIN



### PUBLICIDAD EN EL ANDÉN PRINCIPAL DE LA ESTACIÓN DE METRO





## PÓSTER MÓVIL



### 3) Concurso de vinos Best of Spain Top 100 @ ProWein 2022

La organización del concurso de vinos “Best of Spain Top 100 @ ProWein 2022” es una actividad de promoción realizada durante la ProWein dirigida a atraer público profesional al pabellón de España. El concurso, organizado en colaboración con la editorial Meininger, premia los mejores 100 vinos clasificados por segmentos de precios de los vinos de los expositores del P. O. ICEX presentados a concurso.

## ESTAND DEL CONCURSO BEST OF SPAIN





**Objetivo del concurso.** El concurso de vinos “Best of Spain Top 100@ProWein” se inició en 2014 y se celebra desde 2015 cada 2 años. Con esta iniciativa promocional se pretende:

- Mejorar la visibilidad de los vinos españoles expuestos y hacer más atractiva la oferta del Pabellón Oficial (P. O.) para atraer público profesional.
- Ofrecer la posibilidad a los expositores del Pabellón de España de diferenciarse con respecto a la competencia y de demostrar la calidad de sus vinos mediante el marchamo de una institución independiente y reconocida en los mercados como es la editorial MEININGER.
- Dar una mayor orientación al visitante profesional ante la gran oferta existente en el pabellón y en toda la feria dando una visión rápida y concisa de la oferta española del P. O. para facilitar al visitante la localización de su interés concreto.
- Estar presente en las publicaciones especializadas antes de la feria como preludeo y preparación de la ProWein, dando visibilidad a la oferta española para asegurar, de este modo, que los profesionales incluyan en la planificación de sus agendas su visita a las bodegas del Pabellón español.
- Potenciar el contacto directo entre visitante profesional y bodega expositora durante la feria mediante la publicación de los vinos premiados por categorías de precios en las revistas especializadas, visita y cata de los vinos en su stand.

**Formato del concurso.** Se organiza una cata-concurso en colaboración con la editorial especializada en el sector de vinos en Alemania MEININGER VERLAG para los expositores del Pabellón Oficial de ICEX en ProWein.

El concurso consiste en tres partes: una cata ciega, la publicación de los 100 vinos ganadores en medios impresos y digitales, así como la presentación de los vinos ganadores en una zona de exposición-escaparate habilitada dentro del Pabellón Oficial del ICEX en la feria especializada ProWein.

1. *Publicación de los resultados:* los 100 mejores vinos ganadores clasificados por cinco categorías de precios se publican en medios escritos y digitales y se realiza una campaña digital con la inserción de anuncios y *banners* en medios especializados para la mayor difusión de los vinos ganadores entre los grupos objetivo-profesionales en Alemania y a nivel internacional.
  - a. Medios impresos. Antes de la celebración de la feria ProWein, se publicaron los resultados/ganadores en forma de especiales de 8 páginas en las revistas especializadas del grupo Meininger dirigidas al comercio, prensa y gastronomía alemana. La publicación se realizó en las siguientes revistas especializadas:
    - *Weinwirtschaft*, revista especializada dirigida al comercio. Tirada: 6.000 ejemplares.

- *Meininger's Sommelier*, revista especializada para gastronomía y sumilleres, órgano oficial de comunicación de la Unión de sumilleres alemana. Tirada: 4.300 ejemplares.
- *FIZZZ*, revista especializada para gastronomía: bares de moda y coctelerías. Tirada: 7.000 ejemplares.
- *Wine Business International*, revista especializada para comercio a nivel internacional en inglés. Tirada: *Online*.

- Medios digitales. Los resultados se publican en Foods and Wines from Spain. Everything you should know about Spanish food >> Exhibitors (foodswinesfromspain.com) y en los medios digitales de la editorial Meininger.
- Campaña digital mediante inserción de anuncios/*banners*. Para una mayor difusión de los resultados/vinos ganadores antes del comienzo de la feria, se realizó una amplia campaña digital que comprendió la inserción de *banners* y anuncios en medios alemanes e internacionales.

Estos anuncios/*banners* se enlazan con la página de [www.foodswinesfromspain.com](http://www.foodswinesfromspain.com) que contiene los resultados/ganadores del concurso.

En Alemania, está prevista la inserción de anuncios y *banners* en los siguientes medios:

- Página web oficial de ProWein (prowein.de), sección “búsqueda de producto/expositor”
- *Newsletter Weinwirtschaft*
- *Newsletter Wine Business International*
- *Newsletter Allgemeinen Hotel und Gaststättenzeitung*
- *Newsletter Vinum* marzo, página web Vinum

- 2. Presentación de los vinos ganadores en ProWein:** se expusieron los 100 mejores vinos del concurso por categorías de precios en una zona habilitada como escaparate instalado dentro del Pabellón Oficial del ICEX durante los tres días de la feria. Los vinos se expusieron en una zona de exposición/escaparate-estante en los que figuraba la botella del vino ganador junto con su certificado obtenido y el número de stand de la bodega ganadora en la feria, pero sin posibilidad de cata. Para catar el vino, el visitante podía ir directamente al stand de la bodega.

En los stands de información se entregaron impresos de las publicaciones de las revistas especializadas, que contienen los resultados/vinos ganadores. Estos impresos se entregaron a los visitantes de la feria, tanto en inglés como en alemán. Además, se repartieron QR-Codes para pegar en las paredes del stand y del stand informativo del ICEX para que el visitante pudiera bajarse de forma digital los resultados de Best of Spain directamente al móvil.



## 4. Tendencias, novedades y actividades promocionales

### 4.1. Tendencias

ProWein, como feria internacional líder del sector de vinos y bebidas alcohólicas, se consolida como una valiosa fuente de información sobre las nuevas tendencias tanto del sector productor como de las tendencias de consumo y distribución, a nivel global y local.

Atendiendo a esta clasificación, se han observado tendencias generales que se exponen a continuación en dos grupos:

- a) Tendencias globales
- b) Tendencias de consumo y distribución en el mercado de vinos de Alemania

#### 4.1.1. Tendencias globales

Algunas de las tendencias más destacadas resumidas en las notas de prensa<sup>10</sup> del propio certamen se pueden aglutinar en las siguientes: recuperación económica tras la COVID-19, viticultura ecológica y sostenible, norma ecológica uniforme y creíble. Asimismo, en cuanto a otras bebidas alcohólicas se refiere, la categoría “cerveza artesanal” se consolida a nivel mundial.

Todas estas tendencias se han de analizar con mayor profundidad de forma transversal en cada mercado según su funcionamiento, sistema de distribución y perfil de comportamiento del consumidor local de cada mercado.

#### *Recuperación económica tras la COVID-19*

El comercio vitivinícola internacional se ha recuperado y se muestra positivo tras la pandemia. El esperado empeoramiento de la situación económica no se ha producido y el sector del vino ha mejorado en 2021 en comparación con 2020, en contra de todo pronóstico. Sin embargo, todavía no ha conseguido recuperar la buena situación económica en la que se encontraba antes de la pandemia.

Los productores españoles e italianos confían en un nuevo aumento de la demanda de vino tras la pandemia. En cambio, los franceses se muestran menos optimistas debido a las pérdidas de cosechas a causa de las heladas. Por otro lado, los productores alemanes son los más prudentes

<sup>10</sup> [https://www.prowein.com/en/For\\_Press/Press\\_material/Press\\_Releases](https://www.prowein.com/en/For_Press/Press_material/Press_Releases)

en cuanto a los pronósticos. Sin embargo, la mayor parte de los productores son más críticos que el comercio con respecto a la rápida recuperación.

Esta recuperación económica tras las COVID-19 trae consigo una serie de retos a los que debe enfrentarse el sector. En primer lugar, el aumento de los costes de la energía, las materias primas y el transporte pone en peligro la rentabilidad de las transacciones internacionales de vino. En segundo lugar, se sitúan los fallos en la cadena de suministro, relacionados con retrasos en el transporte de mercancías a nivel mundial y, por tanto, también del vino. El sector vitivinícola se enfrenta al reto de fijar los precios de los aumentos de los costes y de pasarlos a la cadena de suministro. Dado que los presupuestos de los consumidores se someten a una mayor presión debido a la situación inflacionista, el sector se preocupa por cómo reaccionarán los consumidores del vino a los aumentos de precios.

### *Viticultura ecológica y sostenible*

La importancia de la sostenibilidad sigue siendo notable y las partes interesadas aplican constantemente medidas para mejorar. Desde el punto de vista del sector, los requisitos para una viticultura certificada ecológica deberían desarrollarse pensando en la sostenibilidad.

La viticultura certificada ecológica tiene una larga tradición y, en su esencia, regula el uso de sustancias no sintéticas para la protección de las plantas y la fertilización de la vid. El Pacto Verde de la Comisión Europea tiene el objetivo de aumentar la sostenibilidad haciendo que un cuarto de los viñedos europeos cuente con una certificación ecológica.

El riesgo económico y el uso de cobre para la protección de las plantas son las dos principales razones en contra de una certificación ecológica, desde el punto de vista de los viticultores. Una mayor disposición a pagar por parte de los consumidores sería un requisito importante para cubrir los costes más elevados de la producción de vino ecológico en regiones que sean menos idóneas para el cultivo.

Los viticultores declaran estar aplicando medidas para implantar esta sostenibilidad ecológica. Por ejemplo, a través de la reducción del uso de pesticidas y herbicidas, aumentando la biodiversidad y usando menos agua. Por su parte, los comerciantes y restauradores tienen un papel esencial a la hora de clasificar, comercializar y comunicar productos sostenibles a los consumidores. Hasta ahora, gran parte de los minoristas afirman comercializar vinos certificados como ecológicos o sostenibles dentro su gama de productos.

### *Norma ecológica uniforme y creíble*

El sector está de acuerdo en que los consumidores no pueden entender ni diferenciar entre la multitud de certificaciones ecológicas y sostenibles. El requisito más importante para los certificadores de sostenibilidad es la credibilidad, la independencia y el control crítico de la información presentada para la certificación.

La motivación de los productores y comerciantes para una certificación sostenible está impulsada principalmente por su propia convicción e interés personal en la sostenibilidad como sistema global. Este interés de las empresas debe incrementarse mediante información más precisa. La definición poco precisa de la sostenibilidad y el peligro de confusión del concepto de sostenibilidad con una imagen de producto verde o biológico, sin serlo, son los mayores obstáculos para conseguir la certificación, seguidos de la falta de disposición a pagar de los consumidores y los elevados costes de la certificación.

#### 4.1.2. Tendencias en Alemania

Las tendencias descritas anteriormente se reflejan también en el mercado alemán, si bien con las peculiaridades de la estructura de la distribución específica del mercado y las pautas del comportamiento del consumidor alemán que por otro lado también muy segmentadas.

##### *Vino sin alcohol<sup>11</sup>*

La popularidad del vino sin alcohol continúa su crecimiento. Según el estudio realizado por el IWSR, se espera que el volumen de ventas de vinos sin contenido alcohólico o reducido en Alemania crezca un 14 % entre 2021 y 2025. Además, en términos de volumen, Alemania ya es el segundo mercado más grande de vino sin alcohol, solamente superado por Estados Unidos.

Estos datos se confirman con las cifras aportadas por el IRI (*Information Resources GmbH*) que establecen un aumento del 43,7 % hasta los 16,7 millones de euros en el volumen de ventas de vino sin alcohol en 2021. Esto significó que se superó el impulso que ya había experimentado en 2020 con un aumento del 38,8 %.

Además, esta tendencia combina con un estilo de vida más saludable. Del mismo modo, también se observa un movimiento hacia los productos orgánicos y la sostenibilidad en el mercado sin alcohol. Es de destacar que el vino sin alcohol está teniendo mejor entrada en los canales de consumo masivo, comercio minorista de alimentación en contra de lo que ocurre en el comercio especializado de vinos que en esta categoría se está quedando rezagado manteniendo su oferta tradicional de vino con alcohol.

##### *Cambio climático<sup>12</sup>*

El cambio climático ha afectado también a la viticultura alemana como se ha indicado anteriormente. Según la OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino), la Unión Europea experimentó una caída del 13 % en la cosecha de 2021. Sin embargo, la cosecha total de Alemania fue un 3 % más alta (con 8,8 millones de hectolitros) que el año pasado, aunque aún por debajo del promedio a largo plazo. También el DWI (*Deutsches Weininstitut*) informa de que la maduración de la uva se

<sup>11</sup> *Wein Markt* febrero 2022, "Zweistelliges Plus mit Null Prozent", p. 24.

<sup>12</sup> *Meiningers Weinwelt* febrero/marzo 2022, "Spannend bis zum Schluss", p. 18.

retrasó unas dos semanas, en comparación con los 10 años anteriores, como consecuencia de brotar tardías las vides.

### *Sostenibilidad*<sup>13</sup>

El tema central del Congreso Internacional de la Asociación Alemana de Viticultores, celebrado de forma *online* del 11 al 13 de abril de 2022, ha sido la sostenibilidad. La jornada de inauguración se utilizó principalmente para presentar los resultados y experiencias de la ciencia y la práctica, centrándose en los riesgos del cambio climático para la viticultura. Durante el segundo día, los puntos principales fueron las adaptaciones a los cambios climáticos y las innovaciones técnicas (robótica en viticultura, vinos desalcoholizados, influencia del clima en los aromas, así como enoturismo, ventas y *marketing*). En el tercer día tuvieron lugar conferencias de representantes de la política y de organizaciones del vino. Durante las mismas se abogó por adaptar la normativa sobre sostenibilidad de las distintas denominaciones.

### *Rosados*<sup>14</sup>

La tendencia hacia los vinos rosados continúa. En Alemania, estos vinos se están beneficiando de una demanda creciente. De hecho, el repunte de calidad se observa desde hace varios años y es probable que sea un factor decisivo en la mayor atención prestada a los rosados alemanes. Según una encuesta del Instituto Alemán del Vino, el 12 % de las ventas minoristas fueron de rosados en 2021.

## 4.2. Novedades

Respecto a las novedades presentadas por las bodegas de todo el mundo, se observaron dos tendencias principales.

- a) Por una parte, muchos expositores presentaron **vinos premium de terruños específicos**, o marcas *premium* de cada una de las bodegas, de los cuales se elaboran únicamente un par de cientos de botellas.
- b) Por otra parte, un gran número de empresas presentaron **creaciones en las que la marca y el estilo de vida son el centro de atención**, y no sólo el origen o la variedad de uva.

### “Same but different”- Pabellón 7

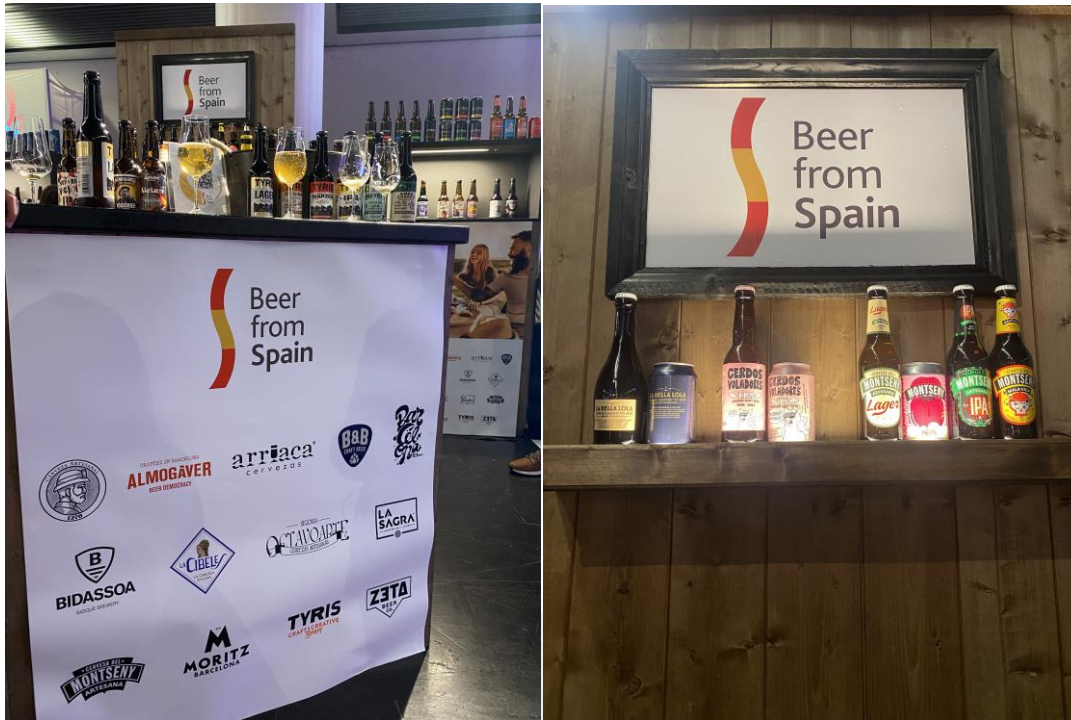
Pese a no ser una novedad este pabellón dedicado a las bebidas artesanales, que ya que se inició en la pasada edición de ProWein, este año se ha vuelto a organizar. *Same but different* ha servido de escenario único para los más de 100 proveedores seleccionados, que elaboran licores, cervezas artesanales y sidras.

<sup>13</sup> *Weinwirtschaft* abril 8/2022, “DWV formuliert klare Forderungen an die EU”, p. 10.

<sup>14</sup> *Weinwirtschaft* abril 8/2022, “Vielfalt im Glas”, pp. 18,19.



## PABELLÓN 7 - SAME BUT DIFFERENT



### ProWein Matching-Tool

En esta edición, ProWein ha lanzado una aplicación para móviles llamada **“Matchmaking-Tool”**, a través de la cual ha querido acercar a los proveedores de vinos y bebidas espirituosas y a los visitantes del sector y de la gastronomía de una manera más específica. La herramienta inteligente de búsqueda de pareja de ProWein estaba pensada para ayudar a hacer nuevos contactos de manera específica, de forma sencilla y rápida como una aplicación de citas, según la feria. El sitio web correspondiente en [www.prowein.de](http://www.prowein.de) y la aplicación para los sistemas operativos IOS y Android estuvieron activos desde el 20 de abril. Cualquier persona que tuviera una entrada para ProWein podía registrarse rápida y fácilmente con sus datos de acceso e introducir sus intereses y parámetros de búsqueda.

## 4.3. Premios y concursos

### 4.3.1. Mundus vini

En el *hall 4* estuvo el espacio dedicado al concurso internacional de vinos **Mundus Vini** organizado por la editorial especializada Meininger. Desde el año 2001, en el que se inició, se ha convertido en uno de los concursos más importantes del sector del vino en Alemania. El objetivo del concurso es



promocionar la calidad y *marketing* de las bodegas participantes. Se ofrece a las bodegas visibilidad, a la vez que facilita al público profesional su labor y la toma de decisiones. La importancia de los premios en el mercado alemán otorga a los candidatos premiados prestigio y reconocimiento.

El jurado está compuesto por enólogos, productores, distribuidores, sumilleres y periodistas especializados. En la edición de este año, los expertos profesionales tuvieron la responsabilidad de degustar durante cuatro días 7.550 muestras de todo el mundo.

De los **7.550** vinos presentados, **los productores de vino españoles ocuparon la segunda posición, con un total de 667 medallas**. Tan solo Italia quedó por delante con 733 medallas, mientras que Portugal (314), Francia (292) y Alemania (208) ocuparon el tercer, cuarto y quinto puesto, respectivamente. Para ver el listado de vinos premiados pinche [aquí](#).

## 4.4. Programa marco de eventos

ProWein 2022 ofreció varios eventos a lo largo de los tres días de la feria. Algunos de los programas más destacados fueron:

- **Focal Theme Spirits**

Alrededor de 300 expositores de 30 países diferentes mostraron sus bebidas espirituosas especiales en una exposición de cata libre.

- **Trend Show “same but different”**

“Same but different” ha estado dedicado al tema *Craft* y ha contado con aproximadamente 120 expositores de 24 países en el Pabellón 7, con una selección de bebidas espirituosas, cervezas y sidras artesanales. El mayor espacio lo ocuparon las bebidas espirituosas artesanales, con unos 106 expositores, seguidos de 8 expositores de sidra y 6 cerveceros.

- **Urban gastronomy by #asktoni & ProWein**

El encuentro “Urban gastronomy by #asktoni & ProWein”, en el Pabellón 4, estuvo dirigido específicamente al sector de la hostelería. ProWein organizó este encuentro con Toni Askitis, gastrónomo, sumiller e *influencer*. El centro del evento fueron los talleres diarios con degustaciones orientadas específicamente a las necesidades de la hostelería. Estos talleres estaban dirigidos a diferentes niveles de conocimiento del personal de la hostelería, ya que a menudo son el primer punto de contacto de los clientes en los restaurantes.



- **Caravanning & wine**

El enoturismo es un importante canal de promoción de ventas y creación de imagen para muchos viticultores. En combinación con las vacaciones en caravana se abren perspectivas completamente nuevas. Las pernoctaciones directas en bodegas son especialmente atractivas y muchos viticultores ya han respondido al aumento de la demanda ampliando continuamente el número de parcelas para autocaravanas. En respuesta a esto, existe una nueva cooperación entre ProWein y el Caravan Salon Düsseldorf con su socio la Caravanning Industrie Verband.

- **Organic Segment**

En el Pabellón 5 tuvo lugar una presentación especial de vinos ecológicos europeos denominada “Organic World”, que contó con la inscripción de 45 viticultores europeos.

icex

## 5. Valoración

### 5.1. Del evento en su conjunto

La edición ProWein 2022, tras dos años sin celebrarse por la COVID-19, se ha organizado con una nueva distribución y diseño de pabellones adaptándose a la situación actual de la pandemia en Alemania.

El certamen en esta edición ha contado con **5.726 expositores** procedentes de **62 países** (en 2019: 6.900 expositores de 64 países). Los expositores extranjeros han supuesto el **87,76 %**.

En lo que respecta a visitantes, y pese a que en esta edición ha disminuido su número en un 38 % debido principalmente a la incertidumbre creada por la pandemia, la feria ha contado con una afluencia de **38.002 profesionales** (2019: 61.500) procedentes tanto del comercio, prensa y expertos del sector de vinos y bebidas alcohólicas como del sector HORECA.

La cuota de participación de **visitantes extranjeros** procedentes de **145 países** ha sido del **62 %**. Con respecto a la procedencia de los visitantes, un **85 % ha venido de Europa**, frente al 15 % procedente de otros continentes, lo que ha dado a esta edición un marcado perfil europeo.

Tanto por la participación extranjera en lo que respecta a expositores, como en lo que respecta a la procedencia de los visitantes y su perfil profesional y especializado, la feria ProWein confirma su carácter de feria especializada y como referente para el comercio de vinos, espirituosos y otras bebidas alcohólicas a nivel internacional

Para las bodegas que buscan distribución en Alemania, ProWein no debería sin embargo ser el primer paso de la estrategia de internacionalización en este mercado. Es una feria que requiere una minuciosa preparación, siendo necesario planificar con mucha antelación. Los operadores comerciales cierran sus agendas incluso 6 meses antes de su celebración para optimizar sus agendas en los 3 días que dura el certamen

La presencia de importadores alemanes se centra en la ampliación de la distribución en Alemania gracias a la gran afluencia de comercio minorista especializado y sobre todo de operadores del canal HORECA que van desde gastrónomos, propietarios y decisores en restaurantes, sumilleros, cadenas de restaurantes, hasta hoteles, cadenas de hoteles y empresas de *catering*: los importadores están presentes con stands y con la presencia de los representantes de la mayor parte de las personalidades de las bodegas de su cartera.

## 5.2. De la participación española

El número de expositores españoles en esta edición 2022 ha sido de 654, de los cuales **243 expusieron bajo el Pabellón Oficial del ICEX España.**

La participación global de España ha disminuido muy ligeramente, pasando el número total de empresas expositoras de 661 en 2019 a 654 en 2022 (-1,06 %). El número de empresas exponiendo dentro del P.O. ICEX se ha incrementado en un 1,67 %, pasando de 239 a 243 en 2022.

España continúa siendo el cuarto país más representado en ProWein en cuanto a número de expositores, tras Italia, Francia y Alemania.

Dentro del Pabellón Oficial de ICEX organizado en el Pabellón 13, además de las bodegas expositoras, expusieron algunos Consejos Reguladores (CRDO: Toro, Pla i Llevant, Bierzo, Ribeira Sacra, Rías Baixas, Yecla, Ribeiro, Jumilla, Bullas, Monterrei y Cebreros) y agrupadores de algunas Comunidades Autónomas (IPEX, EXTENDA), así como los stands del Gobierno de La Rioja y el CRDO Rioja. En el Pabellón 14 han expuesto principalmente los pabellones de Comunidades Autónomas (Aragón Exterior, País Vasco, Prodeca, Castilla y León, La Mancha) y empresas con stand propio.

En cuanto a los resultados comerciales declarados en los cuestionarios realizados a los expositores que acudieron bajo el P. O., debido a la menor afluencia de público profesional, sólo el 35 % de los expositores han valorado el grado de cumplimiento de los objetivos como excelente o bueno. De igual modo, en cuanto al número de contactos recibidos, el 60 % manifiesta que han estado por debajo de sus expectativas, ya que el hecho de haber cambiado las fechas de marzo a mayo implica que muchos importadores ya tenían planificado el año comercial; mientras que el 36 % lo valoró conforme a sus expectativas y el 3 % por encima de las mismas. Sin embargo, el 57 % estaba muy satisfecho con la calidad de estos contactos.

Con respecto a la valoración de la feria, el 85 % de los expositores valoraron el interés de la feria para su empresa como excelente o bueno. El 42 % de los encuestados no estuvo satisfecho con la cantidad de visitantes, pero sí con la calidad de estos (64 % la valoró como excelente o buena).

## 6. Recomendaciones

### 6.1. Antes de la feria

- Realizar un *mailing* previo con mucha antelación para concertar citas.
- Material promocional. Adapten el material promocional de la empresa al mercado internacional; como mínimo debe estar en inglés y a ser posible en alemán.
- Se aconseja también adquirir el catálogo de la feria con el objeto de identificar potenciales clientes alemanes, competidores de otros países, empresas españolas que ya estén presentes en el mercado alemán
- Organice con tiempo suficiente su estancia en el país, así como todos los aspectos logísticos: vuelos, hoteles, envío de los productos y del material que vaya a exponer en la feria.
- Asegúrese de contar con una persona que hable alemán. En este sentido, puede solicitar una lista de intérpretes a la Oficina Comercial de España en Düsseldorf.
- Lista de precios. Tenga preparada la lista de precios y la política de precios y descuentos de la empresa para no improvisar en la negociación con clientes durante la feria.

### 6.2. Durante la feria

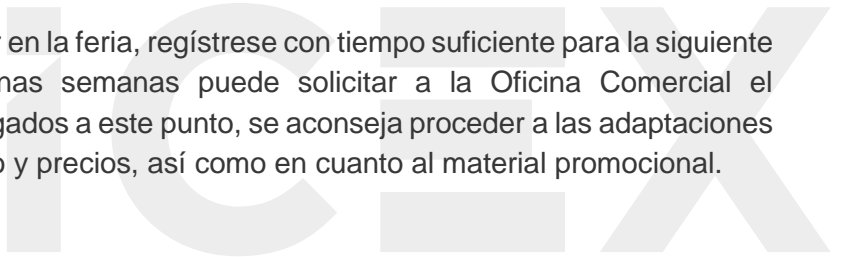
- Para las entrevistas se aconseja:
  - Puntualidad;
  - no excederse en el tiempo;
  - no prometer lo que no pueda cumplirse;
  - anotar las condiciones que le indiquen (le interesen o no) así como las preguntas que le hagan;
  - fijarse en las referencias que hagan sobre la competencia.
- Acuda con tiempo al recinto ferial para evitar llegar tarde en caso de saturación del transporte público o de atascos en carretera.
- Si cuenta con la oportunidad de visitar a otros expositores españoles, intercambie opiniones sobre el mercado alemán y la feria en concreto.
- El servicio de prensa de la organización ferial ofrece siempre información gratuita. Si por algún motivo no está disponible, deje su tarjeta de visita para que se la envíen. Dicha información suele referirse a la participación (nacional e internacional) en la feria, a las novedades presentadas en la misma, así como a la coyuntura del sector en el país. Del mismo modo, estos datos también pueden ser consultados en Internet, a través de la página web oficial de la feria.



- Visite los stands de las publicaciones profesionales.
- Durante su viaje puede aprovechar también para visitar y conocer personalmente los distintos tipos de comercio de vino en los distintos canales de distribución.

### 6.3. Después de la feria

- Cuidado de los contactos realizados durante la feria. Ello implica enviar los posibles datos que le hayan solicitado en las entrevistas y mandar información promocional adicional sobre su empresa.
- Estructure y analice la información obtenida durante la feria para que le pueda servir en acciones futuras.
- Solicite una vez más, si es necesario, información complementaria a la Oficina Comercial, que le ayude a profundizar en sus primeros contactos comerciales y a analizar sus posibilidades en el país
- En caso de querer volver a participar en la feria, regístrese con tiempo suficiente para la siguiente edición. Asimismo, después de algunas semanas puede solicitar a la Oficina Comercial el correspondiente informe de la feria. Llegados a este punto, se aconseja proceder a las adaptaciones correspondientes en temas de producto y precios, así como en cuanto al material promocional.





## 7. Anexos

### 7.1. Información sobre el mercado del vino en Alemania

Para acceder al estudio de mercado del vino en Alemania, contacte con la Oficina Económica y Comercial de Düsseldorf.

### 7.2. Publicaciones especializadas

Para acceder al listado completo de medios especializados, pinche [aquí](#).

### 7.3. Listado expositores españoles

Para ver el listado de expositores españoles en 2022, pinche [aquí](#).

### 7.4. ProWein World

La próxima edición de [ProWine China](#) tendrá lugar en Shanghai del 8 al 10 de noviembre de 2022.

La siguiente edición de [ProWine Asia](#) tendrá lugar en Hong Kong del 10 al 12 de mayo de 2023.





# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)  
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones