



Πρεσβεία της Ελλάδος στις Βρυξέλλες
Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων

Η ΑΓΟΡΑ ΟΙΝΟΥ ΣΤΟ ΒΕΛΓΙΟ

Η



Παρούσα Έρευνα Αγοράς αφορά τους ακόλουθους κωδικούς της Συνδυασμένης Ονοματολογίας (Combined Nomenclature): HS [2204]

Βρυξέλλες Δεκέμβριος 2020



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

A. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΛΑΔΟΥ/ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ.....	3
A.1 Περιγραφή Κλάδου - Γενικά Χαρακτηριστικά	3
A.2 Συγκριτική σπουδαιότητα του προϊόντος	3
B. ΠΡΟΣΦΟΡΑ	3
B.1 Δομή της αγοράς	3
B.2 Εξέλιξη κατανάλωσης.....	4
Γ. ΖΗΤΗΣΗ	4
Γ.1 Αγοραστική συμπεριφορά.....	4
Γ.2 Προοπτικές στην εξέλιξη της ζήτησης.....	5
Δ. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	6
Δ.1 Ροές εμπορίου	6
Δ.2 Ανάλυση εξαγωγών- εισαγωγών.....	7
Δ.3 Δασμολογικό καθεστώς και μη δασμολογικά εμπόδια.....	8
E. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ	8
E.1 Δομή αγοράς – Δίκτυα Διανομής.....	8
E.2 Παρουσία ελληνικών προϊόντων – μερίδιο αγοράς	9
ΣΤ. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	10
ΣΤ.1 Νομικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία του κλάδου.....	10
Z. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	12
Z.1 Παράγοντες που επηρεάζουν ζήτηση –προσφορά.....	12
Z.2 Προοπτικές ελληνικών προϊόντων	13



A. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΛΑΔΟΥ/ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

A.1 Περιγραφή Κλάδου - Γενικά Χαρακτηριστικά

Λόγω της σχεδόν ανύπαρκτης τοπικής παραγωγής, η αγορά τροφοδοτείται από εισαγωγές. Η βελγική αγορά οίνου είναι ώριμη και αποτελείται από καταναλωτές οίνου υψηλής εκπαίδευσης. Τα γαλλικά κρασιά κυριαρχούν στην αγορά του Βελγίου, κυρίως στον τομέα των κόκκινων κρασιών και των ποιοτικών κρασιών. Η Γαλλία παραμένει σημείο αναφοράς για τον Βέλγο καταναλωτή.

Ενώ το Βέλγιο είναι μια παραδοσιακή χώρα κατανάλωσης κρασιού, το βόρειο τμήμα της Φλάνδρας είναι ιδιαίτερα ανοικτό σε νέες γεύσεις και κρασιά από άγνωστη προέλευση. Η αγορά βιώσιμων, ελαφρύτερων, εύκολα πόσιμων οίνων ιδίως προσφέρει ευκαιρίες για τους προμηθευτές αναπτυσσόμενων χωρών.

A.2 Συγκριτική σπουδαιότητα του προϊόντος

Η αξία των εισαγωγών αφρωδών και κανονικών οίνων στο Βέλγιο το 2019 ανήλθε σε 966,69 εκατ. €. Η ποσότητα κρασιού που εισάγεται ετησίως στη βελγική αγορά ξεπερνά τα 3,20 εκατ. hl (εκατόλιτρα). Οι εισαγωγές αυτές αντιστοιχούν σε πλησίον των 450 εκατ. φιαλών (στοιχεία έτους 2019).

B. ΠΡΟΣΦΟΡΑ

B.1 Δομή της αγοράς

Η Γαλλία γειτνιάζει με το Βέλγιο και οι δύο χώρες παρουσιάζουν πολλές ομοιότητες όσον αφορά τα πρότυπα κατανάλωσης κρασιού.

Στη Βαλλονία, το νότιο τμήμα του Βελγίου, οι προμηθευτές θα αντιμετωπίσουν έντονο ανταγωνισμό από τους γάλλους προμηθευτές οίνου. Οι γαλλικές υπεραγορές, που προσφέρουν κυρίως γαλλικά κρασιά, προωθούν ενεργά τα προϊόντα τους στο νότιο Βέλγιο. Οι τιμές των εμπόρων λιανικής πώλησης στη Γαλλία είναι επίσης χαμηλές λόγω των χαμηλότερων φόρων για τον οίνο στη Γαλλία σε σύγκριση με το Βέλγιο.

Ενώ το βόρειο τμήμα της Φλάνδρας είναι σχετικά νεότεροι καταναλωτές οίνου και ιδιαίτερα ανοικτό σε νέες γεύσεις και κρασιά από



διαφορετική προέλευση. Η αγορά προσφέρει ευκαιρίες για τους προμηθευτές αναπτυσσόμενων χωρών.

B.2 Εξέλιξη κατανάλωσης.

Η αγορά τροφοδοτείται κυρίως από εισαγωγές. Η ποσότητα κρασιού που εισάγεται ετησίως στη βελγική αγορά ξεπερνά τα 3,20 εκατ. hl (εκατόλιτρα). Οι εισαγωγές αυτές αντιστοιχούν σε πλησίον των 450 εκατ. φιαλών (στοιχεία έτους 2019).

Σύμφωνα με βελγικά στατιστικά στοιχεία έτους 2018, το 59,3% των συνολικών βελγικών εισαγωγών κρασιού αποτελείται από εμφιαλωμένα κρασιά, το 23,5% από χύδην και το 18,2% από αφρώδη κρασιά.

Το κρασί αντιπροσωπεύει το 8% του οικογενειακού προϋπολογισμού. Ο μέσος όρος κατανάλωσης είναι περίπου 25 λίτρα κρασιού το έτος σύμφωνα με στοιχεία του 2017. Δηλαδή μερίδιο 1,1% της παγκόσμιας κατανάλωσης οίνου. Το Βέλγιο είναι 12η χώρα παγκοσμίως σε κατανάλωση κρασιού με 270 εκατομμύρια λίτρα το 2014. Αλλά και 7ος εισαγωγέας με μερίδιο 3,84% των παγκοσμίων εισαγωγών κρασιού. Άνω των 300 εκατ. λίτρων κρασιού πωλούνται κάθε χρόνο

Ο Βέλγος καταναλωτής δαπανά πλησίον των 300 € / έτος σε αγορά κρασιού. Ο Βέλγος συνήθως δαπανά 4-8 € /φιάλη. Για μια ειδική περίπτωση, είναι διατεθειμένος να δαπανήσει διπλά (€ 8-12) στο 35% των περιπτώσεων και μεταξύ 12 € και 20 € στο 28% των περιπτώσεων

Γ. ΖΗΤΗΣΗ

Γ.1 Αγοραστική συμπεριφορά

Η Γαλλία γειτνιάζει με το Βέλγιο και οι δύο χώρες παρουσιάζουν πολλές ομοιότητες όσον αφορά τα πρότυπα κατανάλωσης κρασιού.

Η κατανάλωση κρασιών είναι αρκετά σταθερή, περί τις 360 εκατ. φιάλες των 75cl τον χρόνο. Το κρασί καταναλώνεται κυρίως κατά την διάρκεια του γεύματος, στο σπίτι ή σε εστιατόριο. Στην Φλάνδρα τείνει να καθιερωθεί η κατανάλωση κρασιού και εκτός γεύματος. Γενικά στην περιοχή της Φλάνδρας καταναλώνεται περισσότερο λευκό κρασί από ότι στην περιοχή της Βαλλονίας καθώς και κρασί από τον λεγόμενο «Νέο Κόσμο».



Τα βιολογικά κρασιά, τα οργανικά κρασιά και τα κρασιά που έχουν παραχθεί με φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους εδραιώνονται σταδιακά στις καταναλωτικές συνήθειες των Βέλγων. Περίπου το 38% των Βέλγων καταναλωτών έχουν ήδη αγοράσει βιολογικά κρασιά ή κρασιά που έχουν παραχθεί με φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους, και το 26% οργανικά κρασιά. Η ελκυστικότητα αυτών των τύπων κρασιού είναι πολύ πιο έντονη στις Βρυξέλλες, όπου σχεδόν ένας στους δύο κατοίκους έχει ήδη αγοράσει βιολογικό κρασί, το 40% του πληθυσμού έχει αγοράσει κρασί περιβαλλοντικά φιλικό και το 27% φυσικό κρασί.

Στο Βέλγιο το Bag-in-Box (BiB) είναι ένα ιδιαίτερα αποδεκτό φαινόμενο. Από το 2007, το 20% του συνόλου του κρασιού είχε ήδη συσκευαστεί ως BiB. Οι ανησυχίες των καταναλωτών σχετικά με το περιβάλλον τόνωσαν περαιτέρω τη χρήση της έννοιας BiB, καθώς οι BiBs είναι εύκολα ανακυκλώσιμες. Επί του παρόντος, τουλάχιστον το ένα τρίτο όλου του οίνου που πωλείται στο Βέλγιο συσκευάζεται ως BiB.

Τα κρασιά Premium έχουν υψηλές πωλήσεις στο διαδίκτυο καθώς οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για ένα λιγότερο κοινό κρασί που δεν μπορούν να αγοράσουν στο σούπερ μάρκετ.

Γ.2 Προοπτικές στην εξέλιξη της ζήτησης

Ο προμηθευτής οίνου που επιθυμεί να εισέλθει στη βελγική αγορά, μπορείτε να αναπτύξετε ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι άλλων προμηθευτών εάν χρησιμοποιείτε δημοφιλείς γνωστές ποικιλίες σταφυλιών αν έχει την δυνατότητα ανταγωνιστικής τιμής.

Οι άντρες ηλικίας από 45 έως 65 αγοράζουν ακριβά κρασιά. Οι γυναίκες από 18 έως 35 καταναλώνουν φτηνό κρασί αλλά περισσότερες ποσότητες. Το 75% των Βελγικών οικογενειών αγοράζουν κρασί

Οι προτιμήσεις στρέφονται στα ήρεμα κόκκινα φρουτώδη κρασιά, κάτω των 15°. Οι τάσεις προώθησης είναι στο *food pairing* (σύνδεση κρασιού και διατροφικών προϊόντων)

Οι κατηγορίες “BIO”, “Naturals” και “Fair Trade” κερδίζουν διαρκώς μερίδιο έχοντας ήδη περάσει το 10% της αγοράς. Η κατηγορία “Bag-in-Box” αντιπροσωπεύει 8% της αγοράς

Στο 47% των περιπτώσεων ο καταναλωτής αποφασίζει την αγορά συγκεκριμένου κρασιού “on the spot”. Κριτήρια της απόφασης είναι το χρώμα, η ετικέτα, ο σχεδιασμός της φιάλης και το έτος παραγωγής.



Στο Βέλγιο, οι ηλεκτρονικές πωλήσεις αντιπροσωπεύουν περίπου το 3% της αγοράς οίνου. Η άνοδος των καταστημάτων διαδικτύου οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην αναζήτηση των καταναλωτών για ευκολία. Σε γενικές γραμμές, οι έμποροι λιανικής με φυσικά καταστήματα οδηγούνται στην ανάπτυξη πωλήσεων μέσω διαδικτύου. Οι καταναλωτές πρέπει να γνωρίζουν τον έμπορο λιανικής πώλησης προτού εμπιστευτούν πληροφορίες που παρέχονται στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

Οι βελγικοί παραγωγοί και / ή εμφιαλωτές κρασιού επιλέγουν ολοένα και περισσότερο νέες, μοντέρνες και σύγχρονες συσκευασίες. Δίπλα στη BiB υπάρχουν επίσης εταιρείες που προσφέρουν κρασί σε συσκευασίες μιας χρήσης, όπως κουτιά ή PET μπουκάλια. Αυτή η τάση είναι αποτέλεσμα δύο εξελίξεων. Πρώτον, υπάρχει ανάγκη για νέα και συναρπαστική συσκευασία ώστε να προσελκύσει την προσοχή των καταναλωτών. Δεύτερον, η αναζήτηση ελαφρύτερων συσκευασιών μειώνει το κόστος μεταφοράς και την εκπομπή CO₂.

Δ. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Δ.1 Ροές εμπορίου

Το γαλλικό μερίδιο αγοράς μειώθηκε κατά την τελευταία δεκαετία, αλλά η Γαλλία παραμένει ο κύριος προμηθευτής οίνου στο Βέλγιο με μέσο μερίδιο αγοράς 58%.

ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΟΙΝΟΥ ΣΤΟ ΒΕΛΓΙΟ – ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

(Τα ποσά αναγράφονται σε χιλιάδες ευρώ)

Χώρα/Ετος	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Γαλλία	566.203	526.704	492.794	524.384	526.362	544.258
Ισπανία	108.529	108.133	97.214	102.834	104.383	103.889
Ιταλία	81.433	77.821	72.197	73.345	84.087	98.138
Πορτογαλία	46.333	44.302	40.764	38.341	42.474	41.287
Γερμανία	43.454	44.077	45.059	48.006	46.257	42.806
Ολλανδία	28.840	34.368	37.938	41.808	46.006	50.940
Χιλή	25.577	30.167	35.073	24.980	24.366	19.434
Λουξεμβούργο	12.482	12.204	11.727	11.093	10.912	18.737
Αργεντίνη	8.028	9.501	9.393	8.263	6.932	5.781
Αυστραλία και Νέα Ζηλανδία	7.817	10.892	11.523	13.500	13.758	10.783



Η.Π.Α.	3.473	3.853	4.473	4.098	5.409	5.011
Ελλάδα	2.652	1.556	1.510	1.596	1.508	1.495
Αυστρία	1.084	1.306	1.247	1.482	1.468	1.761
Σύνολο:	981.447	939.086	885.669	927.779	940.531	966.691

Πηγή : Banque Nationale de Belgique, Institut des Comptes Nationaux

Σημείωση: Λιγότερο από 1 εκατ. ευρώ εισαγωγές στο Βέλγιο σημείωσαν οι χώρες Ουγγαρία, Βουλγαρία, Κροατία κτλ.

Σύμφωνα με τα βελγικά στοιχεία οι ελληνικές εξαγωγές οίνων καταγράφονται συστηματικά λιγότερες λόγω των δρομολογίων που περιλαμβάνουν και άλλες χώρες συνήθως Γερμανία αλλά και το γεγονός ότι πολλοί εισαγωγείς για λόγους εφοδιαστικής αλυσίδας αγοράζουν από γειτονικές χώρες. Για παράδειγμα το 2019 οι εξαγωγές οίνου προς το Βέλγιο είναι 2.467.660 € ενώ όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα το Βέλγιο εμφανίζονται περίπου 1 εκατ. ευρώ λιγότερο.

Παραθέτουμε στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ για εξαγωγές οίνου στο Βέλγιο.

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΟΙΝΟΥ ΣΤΟ ΒΕΛΓΙΟ - ΕΛΛΑΔΑ

Χώρα/Έτος	2015	2016	2017	2018	2019
Ελλάδα (2204)	2.341.059	2.319.670	2.482.003	2.423.102	2.467.600

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Δ.2 Ανάλυση εξαγωγών- εισαγωγών

Στο γαλλόφωνο τμήμα του Βελγίου (Βαλλονία), το γαλλικό κρασί αντιπροσωπεύει σχεδόν το 67% της αγοράς, ενώ στο ολλανδόφωνο τμήμα του Βελγίου (Φλάνδρα) καταναλώνει μόνο το 49% του γαλλικού κρασιού, καθιστώντας πιο ανοιχτό σε μη παραδοσιακά κρασιά.

Διαχρονικά ωστόσο, σημειώνεται τάση σταδιακής μείωσης εισαγωγών και απώλειας μεριδίου αγοράς από την Γαλλία προς όφελος ευρωπαϊκών κρασιών (κυρίως Ισπανία, Ιταλία) καθώς και κρασιών από τον «Νέο Κόσμο» (των οποίων η κατανάλωση αυξήθηκε σημαντικά με την ανάπτυξη της κατανάλωσης στην Φλάνδρα). Οι αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά, η δυναμική είσοδος του Φλαμανδού



καταναλωτή στην αγορά και η υψηλή ελαστικότητα της ζήτησης εξηγούν το ενδιαφέρον του Βέλγου καταναλωτή για τα «νέα» κρασιά.

Δ.3 Δασμολογικό καθεστώς και μη δασμολογικά εμπόδια

Ειδικοί φόροι κατανάλωσης για τον οίνο: Η βελγική κυβέρνηση αύξησε τον φόρο κατανάλωσης για τον οίνο δύο φορές το 2013. Τον Ιανουάριο, αυξήθηκε κατά 12% και τον Αύγουστο προστέθηκε μια άλλη αύξηση της τάξης του 8%.

Οι ισχύοντες ειδικοί φόροι κατανάλωσης ύψους 74,90 ευρώ / εκατόλιτρο για επιτραπέζιο κρασί και 256,32 ευρώ / εκατόλιτρο για τους αφρώδεις οίνους είναι σχετικά χαμηλοί σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

E. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

E.1 Δομή αγοράς – Δίκτυα Διανομής

Οι Βέλγοι καταναλωτές αγοράζουν σχεδόν αποκλειστικά οίνο σε σούπερ μάρκετ. Αυτές οι μεγάλες αλυσίδες λιανικής είναι ιδιαίτερα ενδιαφέροντες αγοραστές για τους οίνους. Οι προμηθευτές πιο αποκλειστικών και ιδιαίτερων κρασιών μπορούν να τα διαθέσουν σε εξειδικευμένα καταστήματα. Οι μεγαλύτερες αλυσίδες λιανικής προτιμούν επίσης να αγοράζουν από μεγάλους προμηθευτές που μπορούν να προσφέρουν συνεπή ποιότητα. Μικροί λιανοπωλητές αντιπροσωπεύουν μόνο το 5% των πωλήσεων στο Βέλγιο. Δεν είναι σε θέση να προσφέρουν τις ίδιες χαμηλές τιμές με τα σούπερ μάρκετ.

Το 2018, τα σούπερ μάρκετ αντιπροσώπευαν πλέον του 70% όλων των πωλήσεων κρασιού στο Βέλγιο, ενώ οι τρεις μεγαλύτεροι ανταγωνιστές στο εμπόριο κρασιού στο Βέλγιο είναι οι Carrefour, Delhaize και ο Colruyt. Αυτοί οι λιανοπωλητές επικεντρώνονται στη μείωση των τιμών τόσο των επιπέδων εισόδου όσο και των premium κρασιών για τους καταναλωτές, όπως οι καταναλωτές καλύτερη σχέση ποιότητας τιμής. Αν και το μεγαλύτερο μέρος της ποικιλίας κρασιών τους περιλαμβάνει κρασιά χαμηλής τιμής, πωλούνται επίσης premium κρασιά (> 7 €) σε ανταγωνιστικές τιμές.

Τα Βελγικά σουπερμάρκετ γενικά προτιμούν να επεκτείνουν τις εμπορικές σχέσεις με τους σημερινούς προμηθευτές τους αντί να δημιουργούν εμπορικές σχέσεις με νέους άγνωστους προμηθευτές. Η



επέκταση του εμπορίου με έναν υπάρχοντα προμηθευτή απαιτεί λιγότερες επενδύσεις και ενισχύει την υπάρχουσα σχέση.

Οι νεοεισερχόμενοι αντιμετωπίζουν εμπόδια στην προμήθεια των σούπερ μάρκετ τα σημαντικότερα είναι :

- Περιορισμένος χώρος στο ράφι: Τα σούπερ μάρκετ συχνά απολαμβάνουν πολύ μικρό χώρο στο ράφι για νέα κρασιά. Οι καταναλωτές στα σούπερ μάρκετ τείνουν να επιλέγουν κρασιά από τις παραδοσιακές χώρες του κρασιού, οι οποίες έχουν ήδη μεγάλη φήμη. Αυτό συμβαίνει ιδίως στη Βαλλονία (γαλλόφωνη περιοχή του Βελγίου), όπου οι καταναλωτές εξακολουθούν να εμπιστεύονται τα γαλλικά προϊόντα.

- Οι κόκκινοι και οι λευκοί οίνοι ταξινομούνται ανά χώρα και οι καταναλωτές επιλέγουν συνήθως κρασιά από τις παραδοσιακές αμπελουργικές χώρες, οι οποίες είναι γνωστές για τα κρασιά τους.

- Υψηλό κόστος τοποθέτησης στο ράφι: Τα σούπερ μάρκετ συχνά έχουν τόσους πολλούς προμηθευτές κρασιού για να επιλέξουν από το ότι μπορούν να χρεώνουν υψηλά τέλη για τη χρήση χώρου στο ράφι. Αυτά τα τέλη είναι σχετικά υψηλά για τους οίνους που δεν πωλούν γρήγορα σε μεγάλους αριθμούς.

- Αποκλειστικότητα: Τα σούπερ μάρκετ συχνά απαιτούν το αποκλειστικό δικαίωμα πώλησης σήματος κρασιού στη χώρα τους. Οι προμηθευτές δεν μπορούν να πουλήσουν το σήμα αυτό σε άλλον λιανοπωλητή.

- Συνήθως οι ροζέ ή οι αφρώδεις οίνοι, δεν ταξινομούνται ανά χώρα στα ράφια.

Μικρές επιχειρήσεις με δυναμικότητα εφοδιασμού 10 χιλιάδων έως 30 χιλιάδων φιαλών ετησίως για κάθε οίνο μπορούν να βρουν μικρότερους εισαγωγείς στο Βέλγιο οι οποίοι προτιμούν να αγοράζουν αποκλειστικούς οίνους για τους οποίους είναι ο μόνος εισαγωγέας και διανομέας. Η αποκλειστικότητα παρακινεί τους εισαγωγείς να συνεργαστούν μαζί σας.

Στη Βαλλονία, το νότιο τμήμα του Βελγίου, οι προμηθευτές θα αντιμετωπίσουν έντονο ανταγωνισμό από τους γάλλους προμηθευτές οίνου. Οι γαλλικές υπεραγορές, που προσφέρουν κυρίως γαλλικά κρασιά, προωθούν ενεργά τα προϊόντα τους στο νότιο Βέλγιο. Οι τιμές των εμπόρων λιανικής πώλησης στη Γαλλία είναι επίσης χαμηλές λόγω των χαμηλότερων φόρων για τον οίνο στη Γαλλία σε σύγκριση με το Βέλγιο.

E.2 Παρουσία ελληνικών προϊόντων – μερίδιο αγοράς



Σημειώνουμε ότι υπάρχει αφθονία επιλογών κρασιού στη βελγική αγορά, με κυριαρχία του γαλλικού κρασιού.

Από πλευράς ελληνικών εξαγωγών, παρατηρείται μία συνεχής αύξηση των εξαγωγών ελληνικών κρασιών προς το Βέλγιο, ωστόσο οι ποσότητες και οι αξίες τους παραμένουν σχετικά μικρές. Επίσης, παρατηρείται συνεχής βελτίωση της ποιότητας των εισαγόμενων εδώ ελληνικών κρασιών, ωστόσο τα ελληνικά κρασιά πάσχουν από ανεπαρκή εικόνα που έχουν στους Βέλγους καταναλωτές. Η παρουσία των ελληνικών κρασιών περιορίζεται σχεδόν αποκλειστικά στο ελληνικό δίκτυο διανομής και στα ελληνικά εστιατόρια, μικρό μέρος ωστόσο τοποθετείται σε ράφια λιανεμπορικών αλυσίδων.

Οι Βέλγοι λάτρεις και γνώστες του οίνου προτιμούν τα ελληνικά κρασιά που έχουν παραχθεί από γηγενείς ποικιλίες, με ελκυστικές συσκευασίες και προ πάντων σε ελκυστική τιμή. Οι Βέλγοι έμποροι και καταναλωτές έχουν γενικά θετικές εντυπώσεις ως προς την ποιότητα και την αυθεντικότητα των ποικιλιών, ωστόσο διατυπώνουν αρνητικές εντυπώσεις ως προς την διαφήμιση, την πληροφόρηση που παρέχεται στις ετικέτες, την σταθερότητα της ποιότητας και το επίπεδο τιμών. Ο Φλαμανδός καταναλωτής, παραδοσιακός καταναλωτής μπύρας, έχοντας πρόσφατα αλλάξει τις καταναλωτικές του προτιμήσεις υπέρ του κρασιού, αποτελεί σημαντικό στόχο για την αύξηση του μεριδίου ελληνικών κρασιών στο Βέλγιο.

ΣΤ. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΣΤ.1 Νομικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία του κλάδου

Η επισήμανση των αμπελοοινικών προϊόντων πρέπει να αναφέρει ορισμένα χαρακτηριστικά, όπως η περιεκτικότητα σε αλκοόλη και η παρουσία θειωδών, κατά περίπτωση. Επιπλέον, ειδικοί κανόνες διέπουν την επισήμανση διαφόρων προϊόντων του αμπελοοινικού τομέα, που προβλέπουν υποχρεωτικές και προαιρετικές πληροφορίες σχετικά με την επισήμανση κάθε κατηγορίας προϊόντος.



Ο Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 753/2002 της Επιτροπής, της 29ης Απριλίου 2002, για καθορισμό ορισμένων κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1493/1999 του Συμβουλίου όσον αφορά την περιγραφή, τον χαρακτηρισμό, την παρουσίαση και την προστασία ορισμένων προϊόντων του αμπελοοινικού τομέα [Βλέπε πράξεις τροποποίησης].

Η επισήμανση του οίνου, συμπεριλαμβανομένων όλων των επιτραπέζιων οίνων, των οίνων ποιότητας που παράγονται σε μια καθορισμένη περιοχή), των οίνων λικέρ, όλων των αφρωδών οίνων και των οίνων από τρίτες χώρες, πρέπει να παρέχει τις ακόλουθες πληροφορίες:

- την ονομασία πώλησης του προϊόντος (οι πληροφορίες θα διαφέρουν ανάλογα με το κρασί)
- ο ονομαστικός όγκος
- τον πραγματικό αλκοολικό τίτλο κατ' όγκο, ακολουθούμενο από τα σύμβολα "%vol" και προαιρετικά προηγούνται οι λέξεις "πραγματικός αλκοολικός τίτλος" ή "πραγματικός αλκοόλ" ή "alc"
- τον αριθμό παρτίδας
- την παρουσία θειωδών, εάν υπάρχουν. Είναι επίσης υποχρεωτικό να αναφέρεται η παρουσία θειωδών, εάν υπάρχουν και τα άλλα συστατικά που αναφέρονται στην οδηγία για την επισήμανση των τροφίμων.

Όλες οι υποχρεωτικές ενδείξεις πρέπει να αναγράφονται στο ίδιο οπτικό πεδίο στη φιάλη και να είναι ευανάγνωστες. Ωστόσο, οι αναφορές στα συστατικά, ο αριθμός παρτίδας και ο εισαγωγέας, κατά περίπτωση, ενδέχεται να εμφανίζονται εκτός αυτού του οπτικού πεδίου. Οι άλλες, πρόσθετες πληροφορίες που ενδέχεται να αναγράφονται στην επισήμανση πρέπει να διακρίνονται σαφώς από τις υποχρεωτικές ενδείξεις που αναφέρονται παραπάνω. Άλλες πληροφορίες πρέπει επίσης να εμφανίζονται στην επισήμανση, ανάλογα με τον τύπο του κρασιού.

Η ονομασία πώλησης για αυτά τα προϊόντα είναι "επιτραπέζιος οίνος" και πρέπει να αναφέρει εάν το προϊόν είναι μείγμα οίνων από περισσότερα του ενός κράτη μέλη ή εάν έχει παραχθεί από σταφύλια που συλλέγονται σε άλλο κράτος μέλος. Η επισήμανση πρέπει επίσης να αναφέρει το όνομα του εμφιαλωτή, του αποστολέα ή του εισαγωγέα. Η επισήμανση μπορεί επίσης να αναφέρει τα άτομα που εμπλέκονται στην εμπορία, τον τύπο του κρασιού ("ξηρό", "μεσαίο ξηρό", "μεσαίο γλυκό" ή "γλυκό", ανάλογα με την υπόλοιπη περιεκτικότητα σε ζάχαρη) και το χρώμα του. Επιτραπέζιοι οίνοι με γεωγραφική ένδειξη εκτός από



τον "επιτραπέζιο οίνο", η ονομασία πώλησης για τα προϊόντα αυτά πρέπει επίσης να περιλαμβάνει το όνομα της γεωγραφικής μονάδας προέλευσης (κάθε κράτος μέλος πρέπει να διαβιβάζει κατάλογο των γεωγραφικών μονάδων του στην Επιτροπή σε τακτά χρονικά διαστήματα). Ο κανονισμός απαριθμεί τις πληροφορίες που αναφέρονται στις γεωγραφικές ενδείξεις στα ενδιαφερόμενα κράτη μέλη (Γερμανία, Αυστρία, Ιταλία, Γαλλία, Λουξεμβούργο, Ισπανία, Ελλάδα, Πορτογαλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Κάτω Χώρες, Τσεχική Δημοκρατία, Κύπρος, Ουγγαρία, Μάλτα, Σλοβενία, Ρουμανία και Βουλγαρία). Η ονομασία πώλησης για αυτά τα προϊόντα περιλαμβάνει το όνομα της καθορισμένης περιοχής, στοιχεία που ορίζουν το προϊόν (όπως "ποιοτικός οίνος που παράγεται σε καθορισμένη περιοχή" ή "ποιοτικός οίνος λικέρ που παράγεται σε συγκεκριμένη περιοχή") και έναν παραδοσιακό συγκεκριμένο όρο.

Τα ακόλουθα κρασιά μπορούν να διατίθενται στην αγορά αναφέροντας μόνο το όνομα της περιοχής: "Σάμος" (Ελλάδα). "Cava", "Jerez" ή "Xerès" ή "Sherry" και "Manzanilla" (Ισπανία). "Champagne" (Γαλλία); "Asti", "Marsala", "Franciacorta" (Ιταλία); και "Μαδέρα" ή "Μαδέρ", "Πόρτο" ή "Λιμάνι" (Πορτογαλία). Επιτραπέζιοι οίνοι με γεωγραφική ένδειξη εκτός από τις υποχρεωτικές ενδείξεις που προβλέπονται για τους επιτραπέζιους οίνους, η επισήμανση αυτών των προϊόντων μπορεί επίσης να περιλαμβάνει και άλλα στοιχεία όπως: το vintage έτος. Για να συμπεριληφθούν αυτές οι πληροφορίες, τουλάχιστον το 85% των σταφυλιών πρέπει να έχουν συλλεχθεί κατά το έτος που αναφέρεται

Z. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Z.1 Παράγοντες που επηρεάζουν ζήτηση –προσφορά.

Οι βέλγοι καταναλωτές, όπως άλλοι ευρωπαίοι καταναλωτές, δίνουν προσοχή στη χώρα καταγωγής. Ορισμένες χώρες, όπως η Γαλλία, συχνά συνδέονται με κρασιά υψηλής ποιότητας, ενώ άλλα, όπως η Νότια Αφρική, συχνά θεωρούνται ως προμηθευτές οίνων κατώτερης ποιότητας. Οι καταναλωτές έχουν την τάση να αποφεύγουν κρασιά από χώρες που δεν γνωρίζουν καθόλου, όπως η Γεωργία. Αυτό περιπλέκει την είσοδο στην αγορά από τους προμηθευτές στις χώρες αυτές. Το



2014, μόνο το 8% των συνολικών βελγικών εισαγωγών οίνου προέρχονταν από τις χώρες του Νέου Κόσμου.

Διαχρονικά ωστόσο, σημειώνεται τάση σταδιακής μείωσης εισαγωγών και απώλειας μεριδίου αγοράς από την Γαλλία προς όφελος ευρωπαϊκών κρασιών (κυρίως Ισπανία, Ιταλία) καθώς και κρασιών από τον «Νέο Κόσμο» (των οποίων η κατανάλωση αυξήθηκε σημαντικά με την ανάπτυξη της κατανάλωσης στην Φλάνδρα). Οι αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά, η δυναμική είσοδος του Φλαμανδού καταναλωτή στην αγορά οίνου και η υψηλή ελαστικότητα της ζήτησης εξηγούν το ενδιαφέρον του Βέλγου καταναλωτή για πειραματισμούς σε νέα προϊόντα.

Η επωνυμία και η ποικιλία σταφυλιών αποτελούν μείζονα κριτήρια αγοράς στο Βέλγιο. Οι Βέλγοι καταναλωτές προσδίδουν μεγαλύτερη αξία σε μάρκες και ποικιλίες σταφυλιών από ό,τι οι καταναλωτές σε πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Παρότι η τιμή και η χώρα προέλευσης έχουν επίσης σημασία για τους καταναλωτές οίνου, τα κριτήρια αυτά έχουν μικρότερη επιρροή στην αγοραστική συμπεριφορά στο Βέλγιο από ό,τι σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

Επίσης το τελευταίο διάστημα οι έμποροι λιανικής με φυσικά καταστήματα οδηγούνται στην ανάπτυξη πωλήσεων μέσω διαδικτύου. Βέβαια οι Βέλγοι καταναλωτές πρέπει να γνωρίζουν τον έμπορο λιανικής πώλησης προτού εμπιστευτούν πληροφορίες που παρέχονται στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

2.2 Προοπτικές ελληνικών προϊόντων

Κύριες κατηγορίες των ελληνικών εξαγόμενων κρασιών αποτέλεσαν το 2019 τα κρασιά ΠΓΕ (δασμολογικός κωδικός 22042180) και τα κρασιά ΠΟΠ (δασμολογικός κωδικός 22042178),

Το βασικό πρόβλημα των ελληνικών κρασιών στην αγορά του Βελγίου είναι ότι τοποθετούνται στην κατηγορία των σχετικά ακριβών κρασιών (άνω των 10 €), με αποτέλεσμα να ανταγωνίζονται κρασιά περισσότερο γνωστών προελεύσεων, και συνεπώς περισσότερο ελκυστικών στον μέσο Βέλγο καταναλωτή.

Το Βέλγιο είναι μια δυναμική αγορά για τα κρασιά και πρέπει να αποτελεί αγορά-στόχο επειδή στερείται ουσιαστικής εθνικής παραγωγής



οίνου με αποτέλεσμα η ζήτηση να καλύπτεται κυρίως από εισαγωγές. Ο μέσος Βέλγος καταναλωτής καταναλώνει σημαντικές ποσότητες κρασιού κατ' έτος.

Το ελληνικό κρασί κατέχει ένα μικρό μερίδιο της βελγικής αγοράς. Με τις κατάλληλες δράσεις το μερίδιο αυτό θα μπορούσε τουλάχιστον να πολλαπλασιαστεί. Η πλειοψηφία των εισαγωγέων ελληνικού κρασιού είναι Έλληνες ομογενείς δεύτερης γενιάς, ενώ κυρίως στόχος τους είναι ο τομέας της εστίασης (το Βέλγιο αριθμεί περί τα 500 και πλέον ελληνικά εστιατόρια). Σε μη ελληνικά εστιατόρια, η παρουσία ελληνικών κρασιών είναι εξαιρετικά χαμηλή. Η παρουσία ελληνικών κρασιών είναι χαμηλή και στις μεγάλες εταιρείες διανομής με εξαίρεση την αλυσίδα λιανικής Delhaize λόγω της σχέσης με την ελληνική εταιρία «ΑΒ Βασιλόπουλος».

Το μερίδιο της αγοράς το οποίο καταλαμβάνει το ελληνικό κρασί οφείλεται κυρίως στην ελληνική ομογένεια, ενώ απουσιάζουν οι προοπτικές αύξησης του. Η εικόνα του ελληνικού κρασιού δεν ανταποκρίνεται στις προόδους των Ελλήνων οινοπαραγωγών. Η παρούσα δομή της αγοράς καταλήγει σε ελληνο-ελληνικούς ανταγωνισμούς εντός του υφιστάμενου μεριδίου αγοράς που κατέχουμε. Λόγω του υψηλού επιπέδου ανταγωνισμού και της απαιτητικότητας της Βελγικής αγοράς, οι Έλληνες παραγωγοί προτιμούν ευκολότερες αγορές και αυτό παρά τις σημαντικές και κερδοφόρες δυνατότητες αύξησης του μεριδίου μας στην βελγική αγορά.