



OTROS
DOCUMENTOS

2025



El vino en Suiza

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Berna

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



OTROS
DOCUMENTOS

25 de julio de 2025
Berna

Este estudio ha sido realizado por
Inés Jiménez Sánchez

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Berna

<http://suiza.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250205

Índice

1. Definición del sector	5
1.1. Clasificación arancelaria	5
2. Oferta y análisis de competidores	6
2.1. Cifras generales del sector	6
2.2. Oferta nacional: producción suiza de vino	7
2.3. Oferta internacional: importaciones suizas de vino	12
2.3.1. Importaciones totales por tipo de vino y envase	12
2.3.2. Importaciones totales por origen	15
2.3.3. Importaciones totales de vinos embotellados	18
2.4. Oferta española de vinos en Suiza	22
3. Demanda	27
4. Precios	30
4.1. Evolución y formación	30
4.2. <i>Storecheck</i>	31
5. Percepción del producto español	35
6. Canales de distribución	37
6.1. Características de la distribución en Suiza	37
6.2. Principales agentes del mercado según <i>ranking</i> de importación	40
6.3. Grandes almacenes con supermercado	44
6.4. Cadena de <i>convenience stores</i>	44
6.5. Vinotecas independientes	46
6.6. Canal HORECA	46
7. Acceso al mercado – Barreras	48
7.1. Régimen de importación y gravámenes	48
7.2. Contingente para los vinos tintos, blancos y rosados	48
7.3. Aranceles	48
7.4. Otros gravámenes e impuestos	50
7.5. Legislación básica y normativa aplicable	51
7.6. Envase y etiquetado	51
8. Perspectivas y oportunidades del sector	53



9. Información práctica	55
9.1. Ferias del sector	55
9.2. Asociaciones profesionales	55
9.3. Publicaciones del sector	56
9.4. Recomendaciones para el exportador	56
10. Bibliografía	59

icex

1. Definición del sector

A continuación, se procede a delimitar el ámbito de análisis del presente estudio de mercado. Esta nota describe el mercado suizo de vinos de la partida arancelaria 2204, con especial hincapié en los vinos para consumo embotellados: espumoso, blanco y tinto.

1.1. Clasificación arancelaria

La presente nota se apoya en el sistema arancelario suizo tanto para indicar las tasas arancelarias aplicables como para el estudio estadístico de las importaciones. La clasificación arancelaria suiza, TARES, sigue la nomenclatura del sistema armonizado europeo (SA) hasta los seis primeros dígitos (identificadores del capítulo, partida y subpartida arancelaria). Las posiciones estadísticas suizas con mayor desglose (los últimos dos dígitos de un total de ocho) no coinciden con las del sistema armonizado europeo. Para mejor comprensión de los datos del estudio de mercado, a continuación, se indica en la tabla las subpartidas pertenecientes a cada categoría de vino (color, uso, etc.).

TABLA 1.1. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DEL SECTOR VITIVINÍCOLA SUIZO

Clasificación arancelaria suiza TARES

Variedad	Formato	Partida arancelaria	
Vinos tintos	Embotellado (envase ≤ 2 L)	2204.2141	2204.2139
		2204.2131	2204.2149
	Embotellado (envase $2\text{ L} < X \leq 10\text{ L}$)	2204.2231	2204.2239
		2204.2232	
	A granel (envase $> 10\text{ L}$)	2204.2933	2204.2938
		2204.2934	
Vinos blancos	Embotellado (envase $\leq 2\text{ L}$)	2204.2121	2204.2129
		2204.2221	2204.2229
	Embotellado (envase $2\text{ L} < X \leq 10\text{ L}$)	2204.2222	
		2204.2923	2204.2928
	A granel (envase $> 10\text{ L}$)	2204.2924	
Vinos industriales		2204.2943	2204.2241
		2204.2944	2204.2242
Vinos dulces	Embotellado (envase $\leq 2\text{ L}$)	2204.2150	
	A granel (envase $> 10\text{ L}$)	2204.2960	
Vinos espumosos		2204.1000	
Mostos		2204.30	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Oficina Federal de Aduanas y Seguridad Fronteriza.

2. Oferta y análisis de competidores

2.1. Cifras generales del sector

Pese a lo reducido del país, con solamente 8,9 millones de habitantes, **Suiza cuenta con un importante mercado de vino**, con un consumo aparente de en torno a 217 millones de litros anuales. Como se puede ver en la Tabla 2.1, este **se sustenta principalmente en las importaciones**. Aunque cabe destacar la existencia de producción local, esta ha disminuido un 10 % en el último lustro. En lo relativo a las exportaciones, que comprenden tanto vinos nacionales como de reexportación, resultan prácticamente insignificantes, especialmente en los dos últimos años, que han caído casi un 3 % desde 2020.

TABLA 2.1. TAMAÑO DEL MERCADO DEL VINO SUIZO

Expresado en miles de hectolitros

Flujo	2020	2021	2022	2023	2024	2020-24 Δ%
Producción	834	609	992	1.010	752	- 10 %
Importaciones	1.829	1.900	1.783	1.686	1.628	-11 %
Exportaciones	13,2	13,4	13,1	11,2	10,4	-21 %
Consumo	2.650	2.496	2.762	2.685	2.370	- 11 %

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Oficina Federal de Agricultura Suiza (OFAG)¹ y la Oficina Federal de Aduanas y Seguridad Fronteriza², 2020-2024.

A lo largo de la serie histórica estudiada, se observa un aumento de la demanda del vino nacional en detrimento de la producción internacional, aunque esta siga predominando.

TABLA 2.2. EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE VINO NACIONAL E IMPORTADO EN SUIZA

Origen	2020	2021	2022	2023	2024	2020-24 Δ%
Vino nacional	31 %	24 %	37 %	39 %	35 %	13 %
Vino importado	69 %	76 %	63 %	61 %	65 %	-6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Oficina Federal de Agricultura Suiza (OFAG) y la Oficina Federal de Aduanas y Seguridad Fronteriza, 2020-2024.

¹ Oficina Federal de Agricultura. 2020, 2021, 2022, 2023 y 2024. L'année viticole. Pág. 17. Disponible en: [Statistiques vitivinicoles \(admin.ch\)](#)

² Oficina Federal de Aduanas y Seguridad Fronteriza. 2024. SwissImpex. Disponible en: [Swiss-Impex - Commodities domain \(admin.ch\)](#)

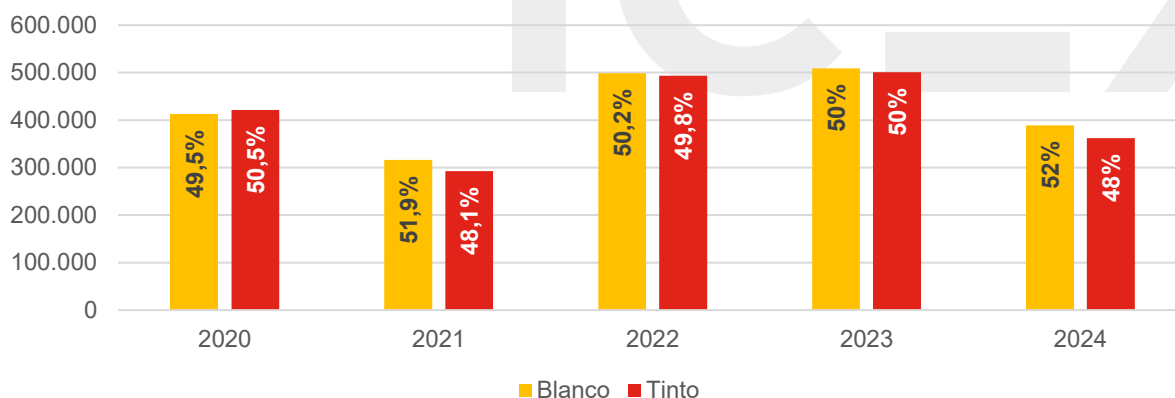
Por tanto, aún se trata de un mercado muy relevante dentro del panorama internacional, muy dependiente del exterior y, por ende, muy interesante para las bodegas exportadoras españolas.

2.2. Oferta nacional: producción suiza de vino

Tal y como se puede apreciar en el Gráfico 2.1, en la actualidad **la producción de vino en Suiza resulta muy inferior a la de sus países vecinos**, lo cual resulta evidente dada su orografía y tamaño. Italia encabeza la clasificación de producción mundial de vino con cerca de 44,1 millones de hl, un aumento del 15 % con respecto a 2023 y con una población de 59 millones (M de ahora en adelante), seguida de Francia (36,1 M de hl para 67,8 M de habitantes), España (31 M de hl para una población de 47,4 M) y, aunque en menor medida, Alemania (7,8 M de hl para 83,2 M) y Portugal (6,9 M de hl para 10,4 M). Finalmente, Suiza cuenta con una producción de 751.157 hl con una población de unos 8,9 M de habitantes³.

Conviene destacar que, como se observa del Gráfico 2.1, **la producción nacional de vino en Suiza ha descendido en el año 2024, después de dos años de variaciones interanuales positivas**.

GRÁFICO 2.1. EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN SUIZA DE VINO ENTRE 2020 Y 2024 EN HL



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Oficina Federal de Agricultura Suiza (OFAG)⁴, 2020-2024.

En los últimos años **no existen grandes diferencias entre la producción de vino tinto y blanco**. Esta situación ha cambiado desde el año 2003, cuando la producción vinícola en Suiza se limitaba prácticamente a vino blanco.

Con respecto a la distribución geográfica, la práctica totalidad de la producción vinícola en Suiza se concentra en el área francófona, con un 80 % del total, seguida por la zona germanohablante con

³ OIV. 2024. State of the World Vine and Wine Sector in 2024. Pág. 13. Disponible en: [OIV.int](https://www.oiv.int) y [Statista](https://www.statista.com)

⁴ Oficina Federal de Agricultura. 2020, 2021, 2022, 2023 y 2024. L'année viticole. Pág. 17. Disponible en: [Statistiques vitivinicoles \(admin.ch\)](https://www.admin.ch/sta/viticulture)

EL VINO EN SUIZA

un 14 % y, por último, la zona italiano parlante con cerca de un 5 %. Destaca la baja producción de la zona germanoparlante, pese a ser el área con mayor extensión del país. Véase la Tabla 2.3.

TABLA 2.3. PRODUCCIÓN NACIONAL DE VINO POR CANTÓN Y ZONA, 2024

Cantón	Producción total		Vino blanco		Vino tinto	
	HI	% Total	HI	%	HI	%
Argovia	12.831	1,71 %	5.120	40 %	7.711	60 %
Appenzell Rodas Interiores / Exteriores	124	0,02 %	61	49 %	63	51 %
Berna (sin el Lago de Biena)	622	0,08 %	359	58 %	263	42 %
Basilea Campiña	4.279	0,57 %	1.802	42 %	2.477	58 %
Basilea Ciudad	273	0,04 %	153	56 %	120	44 %
Glaris	66	0,01 %	30	45 %	36	55 %
Grisones (sin Mesolcina)	18.568	2,47 %	6.226	34 %	12.342	66 %
Lucerna	3.447	0,46 %	2.087	61 %	1.360	39 %
San Galo	5.991	0,80 %	2.490	42 %	3.501	58 %
Escafusa	15.579	2,07 %	5.864	38 %	9.715	62 %
Soleura	281	0,04 %	113	40 %	168	60 %
Schwyz	1.945	0,26 %	886	46 %	1.059	54 %
Turgovia	11.429	1,52 %	5.365	47 %	6.064	53 %
Uri / Obwalden / Nidwalden	246	0,03 %	114	46 %	132	54 %
Zug	154	0,02 %	109	71 %	45	29 %
Zúrich	28.307	3,77 %	13.708	48 %	14.599	52 %
SUIZA GERMANOHABLANTE	104.142	13,86 %	44.487	43 %	59.655	57 %
Mesolcina (Grisones)	672	0,09 %	94	14 %	578	86 %
Tesino	41.107	5,47 %	12.436	30 %	28.671	70 %
SUIZA ITALIANOABLANTE	41.779	5,56 %	12.530	30 %	29.249	70 %
Lago de Biena (Berna)	9.659	1,29 %	5.548	57 %	4.111	43 %
Friburgo	5.253	0,70 %	2.949	56 %	2.304	44 %
Ginebra	62.640	8,34 %	29.493	47 %	33.147	53 %
Jura	278	0,04 %	145	52 %	133	48 %
Neuchâtel	24.663	3,28 %	10.191	41 %	14.472	59 %
Vaud	230.916	30,73 %	164.150	71 %	66.766	29 %
Valais	272.187	36,22 %	119.774	44 %	152.413	56 %
SUIZA FRANCÓFONA	605.596	80,58 %	332.250	55 %	273.346	45 %
TOTAL SUIZA	751.517	100 %	389.267	52 %	362.250	48 %

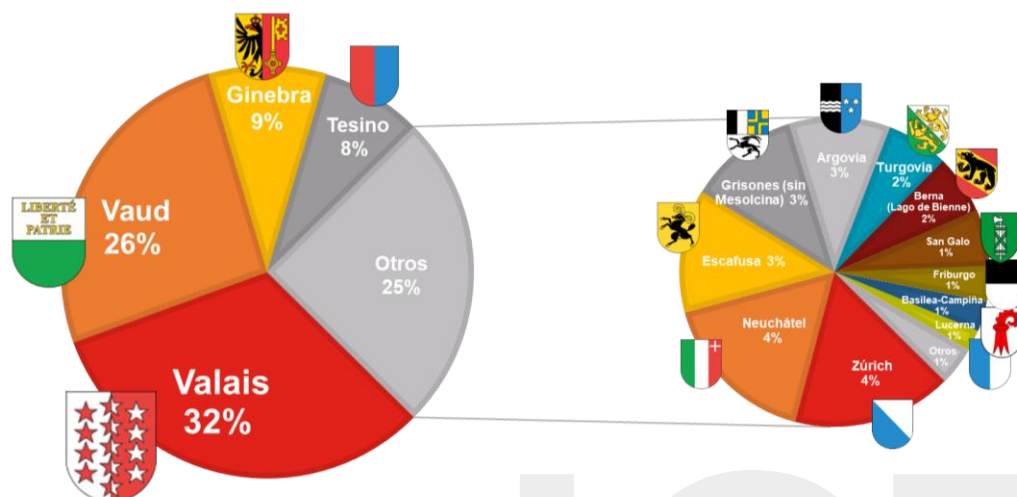
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Oficina Federal de Agricultura Suiza (OFAG)⁵, 2024.

Por otro lado, conviene identificar aquellos cantones con mayor superficie de cultivo dedicada a viñedos. De esta manera, en el Gráfico 2.2 se desglosa el porcentaje que le corresponde a cada cantón en relación con la superficie total de viñedos en Suiza, siendo los principales **Valais** (32 %),

⁵ Oficina Federal de Agricultura. 2025. L'année viticole. Pág. 17. Disponible en: [Statistiques vitivinicoles \(admin.ch\)](#)

Vaud (26 %), **Ginebra** (9 %) y **Tesino** (8 %). Es decir, los tres cantones que mayor superficie de viñedos concentran son todos de la zona francófona, seguidos de uno de la parte italianoparlante.

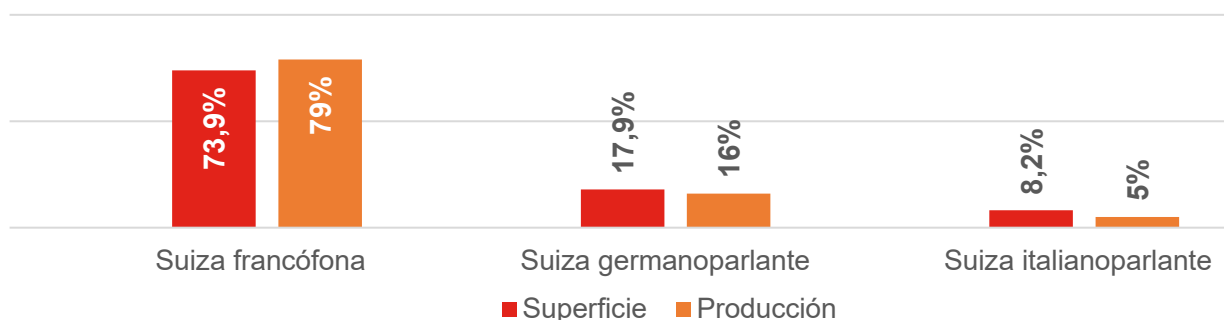
GRÁFICO 2.2. CUOTAS DE SUPERFICIE DE VIÑEDOS POR CANTONES EN SUIZA, 2024



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Oficina Federal de Agricultura Suiza (OFAG), 2024⁶.

Una vez analizada la producción local y la superficie cultivada de viñedos por cantón, resulta conveniente relacionar ambas variables. Así, viendo el Gráfico 2.3 expuesto a continuación, es posible llegar a la conclusión de que **la zona francófona de Suiza es la que más vino produce del país (79 %)**, siendo dicha producción mayor que su cuota de superficie cultivada (73,9 %), es decir, su producción es más intensiva que en el resto del territorio.

GRÁFICO 2.3. INTERRELACIÓN ENTRE SUPERFICIE DE VIÑEDOS Y PRODUCCIÓN EN SUIZA, 2022



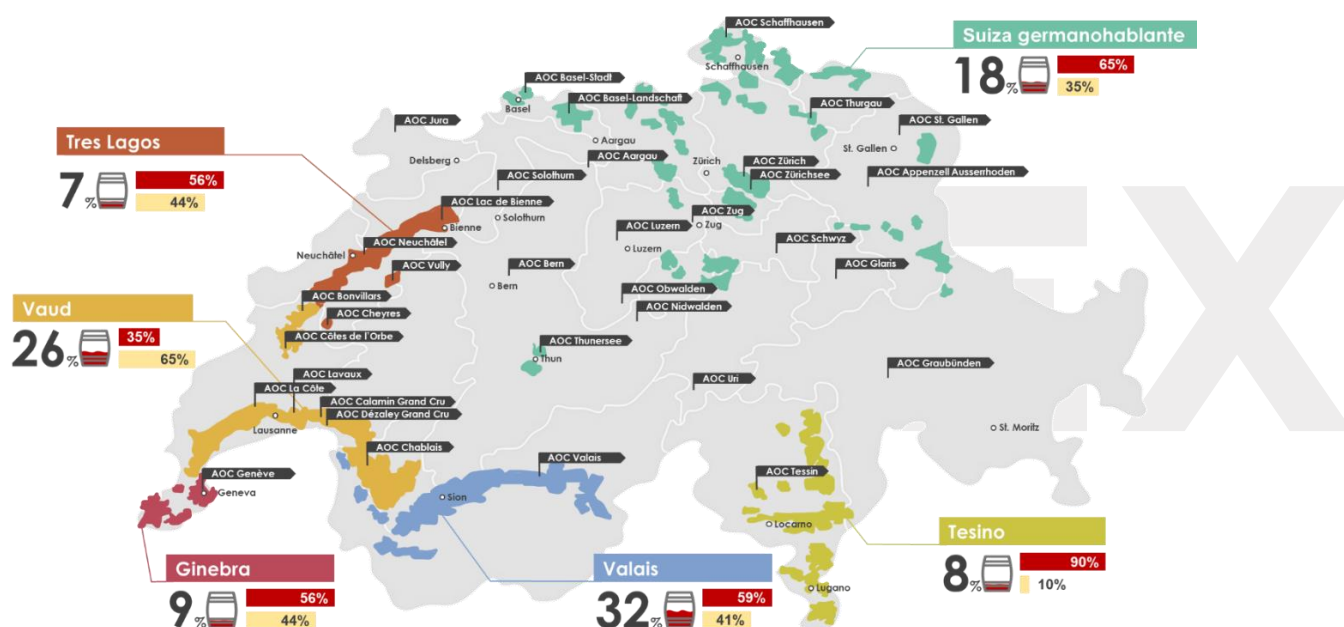
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Oficina Federal de Agricultura Suiza (OFAG)⁷, 2022.

⁶ Oficina Federal de Agricultura. 2025. L'année viticole. Pág. 12. Disponible en: [Statistiques vitivinicoles \(admin.ch\)](https://www.admin.ch/gov/de/section/04/01/01333/index.html)

⁷ Oficina Federal de Agricultura. 2022. L'année viticole. Págs. 7 y 17. Disponible en: [Statistiques vitivinicoles \(admin.ch\)](https://www.admin.ch/gov/de/section/04/01/01333/index.html)

Así, mientras que en el caso de los cantones germano hablantes no existen grandes diferencias entre cultivo y producción (17,9 y 16 % respectivamente), en la zona italiano hablante se requiere un número mayor de hectáreas cultivadas (8,2 %) para una obtener una producción inferior (5 %). Ya identificada la zona francófona de Suiza como la más relevante en términos de producción, conviene diferenciar entre las distintas regiones vinícolas existentes en Suiza. Los en torno a **1.500 productores** existentes en el país helvético se distribuyen en **seis denominaciones de origen controladas**: Valais, Vaud, Ginebra, Tesino, la zona de Tres Lagos y la Suiza germanohablante. En el Gráfico 2.4 se ubican dichas zonas dentro del mapa político de Suiza.

GRÁFICO 2.4. REGIONES Y DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS EN SUIZA, 2022
Cuotas de producción con respecto a la producción total suiza y por tipo de vino



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Swiss Wine⁸.

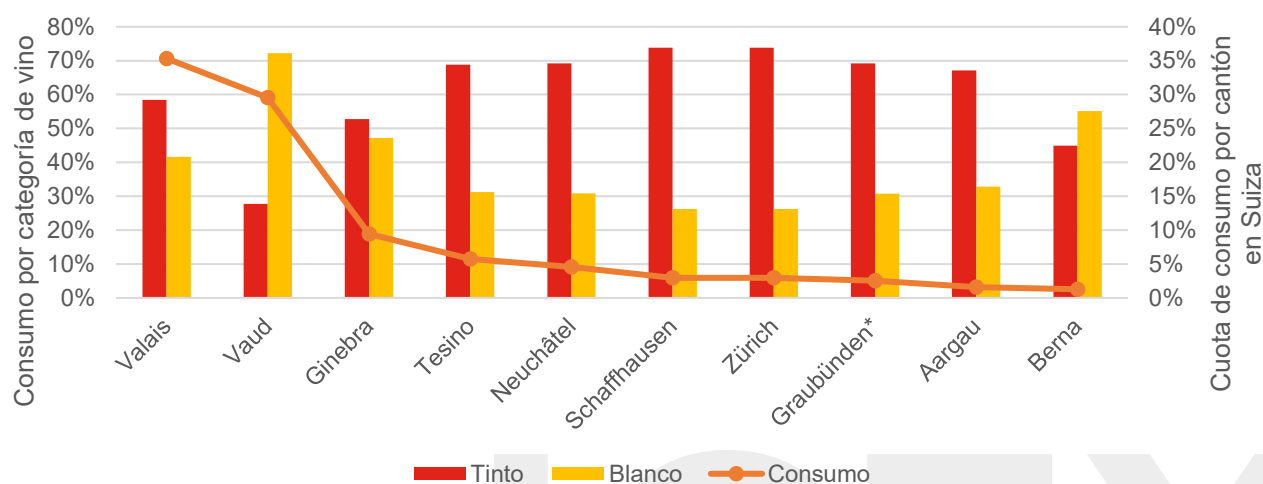
Atendiendo a las seis regiones vitivinícolas existentes, las cuotas de mercado de producción de vino de cada una de ellas resultan muy diferentes entre sí. Tanto es así que tan solo **las regiones de Valais y Vaud concentran más de la mitad de la producción suiza**, con un 58 %.

En lo referente al tipo de vino preferido por cada región, **existe una clara preponderancia del vino tinto** sobre la variedad blanca. La única región que supone una excepción a esta norma es Vaud, con una producción del 65 % de vino blanco. También cabe destacar que la práctica totalidad de la producción del Tesino es vino tinto, con un 90 %. Tal y como se puede observar en el Gráfico 2.5, donde se muestran los diez principales cantones suizos por consumo de vino de producción nacional suiza, tan solo **Valais y Vaud concentran más de la mitad del consumo total de vino**.

⁸ SwissWine. 2023. Vignoble suisse. Disponible en: [Vignoble Suisse | Swiss Wine](https://www.vignoble.ch/)

suizo del país. A su vez, **existe una clara preponderancia del vino tinto**, siendo Vaud (72 %) y Berna (55 %) los dos únicos cantones donde se consume más vino blanco que tinto.

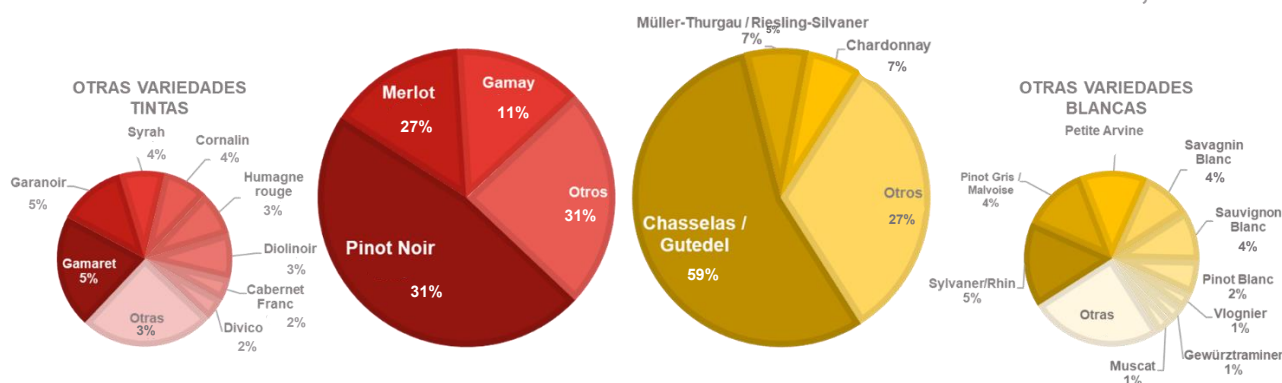
GRÁFICO 2.5. CUOTA DE CONSUMO DE VINO SUIZO POR COLOR Y CANTÓN, 2022



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Schweizerische Weinzeitung⁹. *Graubünden no incluye Südbünden.

Con respecto a las variedades de uva con mayor presencia en el país helvético, tal y como se observa en el Gráfico 2.6, de entre las tintas cabe destacar la *pinot noir* o *blauburgunder* (31 %) la *merlot* (27 %) y la *gamay* (11 %). Por otro lado, entre las variedades blancas resulta preciso señalar el predominio de la variedad de uva *chasselas* o *gutedel* (59 %), seguida de la *Müller-Thurgau* o *Riesling-silvaner* (7 %) y la *chardonnay* (7 %).

GRÁFICO 2.6. SUPERFICIE CULTIVADA POR VARIEDAD DE UVA TINTA Y BLANCA, 2024



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Oficina Federal de Agricultura Suiza (OFAG)¹¹.

⁹ [Schweizerische Weinzeitung](#). Junio 2023. Top 10 Schweizer Kantone: Weinkonsum Weiss und Rot 2022. Pág. 51

¹¹ Oficina Federal de Agricultura Suiza. 2022. L'année viticole. Pág. 16. Disponible en: [Statistiques vitivinicoles - admin.ch](#)

Desde el año 2000, variedades de uva predominantes como la *chasselas* blanca o la *pinot noir* tinta han experimentado un descenso del 20 y 12 % respectivamente en las superficies de viñedo dedicadas a su cultivo. Por último, tan solo un 3,1 % del total del viñedo suizo se dedica a variedades PIWI, aquellas resistentes a los hongos y, por tanto, al no requerir de fumigación, más ecológicas¹².

2.3. Oferta internacional: importaciones suizas de vino

En este epígrafe, se procede a analizar las importaciones suizas de vino, tanto desde el punto de vista del origen de las mismas como en función del tipo de vino y envase. Para ello, se ha tomado como referencia el período 2020-2024 y el euro como unidad monetaria. Por último, se estudiará la situación de los principales tipos de vino embotellado: tinto, blanco y espumoso.

2.3.1. Importaciones totales por tipo de vino y envase

Tal y como se puede comprobar en la Tabla 2.4, en términos de volumen, **el principal vino importado, con una cuota cercana al 40%, es el vino tinto embotellado en formato < 2 L**, seguido de vino tinto a granel, vino espumoso y vino blanco en formato < 2 L.

TABLA 2.4. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DE VINO POR TIPO DE VINO, ENVASE. VOLUMEN

Expresado en millones de litros

Categoría (tipo/envase)	2020		2021		2022		2023		2024		2020-2024 Δ%
	M L	%	M L	%	M L	%	M L	%	M L	%	
Tinto embotellado <2L	78,5	42,9	83,0	43,7	73,1	41,0	68,6	40,7	64,8	39,8	-17%
Tinto a granel >10L	33,4	18,3	31,3	16,5	31,6	17,7	27,6	16,4	26,8	16,4	-20%
Vino espumoso	20,9	11,4	23,6	12,4	23,6	13,3	23,6	14,0	22,1	13,6	6%
Blanco embotellado <2L	22,5	12,3	24,1	12,7	22,9	12,8	22,4	13,3	21,9	13,5	-3%
Blanco a granel >10L	12,5	6,9	13,0	6,8	14,5	8,1	13,1	7,8	14,7	9,0	17%
Tinto embotellado 2-10L	7,3	4,0	6,8	3,6	5,8	3,2	5,8	3,5	5,3	3,3	-28%
Vinos industriales	3,8	2,1	3,9	2,0	3,1	1,7	3,5	2,1	3,5	2,1	-6%
Mosto	1,4	0,8	1,7	0,9	1,5	0,8	1,5	0,9	1,4	0,9	1%
Vino dulce embotellado <2L	1,4	0,8	1,5	0,8	1,3	0,7	1,2	0,7	1,2	0,7	-11%
Blanco embotellado 2-10L	1,2	0,6	1,1	0,6	1,1	0,6	1,1	0,6	1,0	0,6	-14%
Vino dulce a granel >10L	0,04	0,02	0,06	0,03	0,06	0,03	0,03	0,02	0,04	0,02	-15%
Total	183	100	190	100	178	100	169	100	163	100	-11%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

¹² [Schweizerische Weinzeitung](#). Junio 2023. Weinanbaufläche Schweiz (2022, 2012): Top 10 PIWI-Sorten. Pág. 55.

Al analizar la tendencia de estas importaciones, el volumen del principal vino de importación, vino tinto en envase de menos de 2 L, descendió un 3 % en el periodo estudiado, si bien hasta el año 2021 la tasa de variación incrementaba ligeramente. Por otro lado, el mercado ha demostrado un interés creciente por los vinos espumosos y los blancos a granel, con unas tasas de crecimiento del 6 y 17 %, respectivamente, en los últimos cinco años.

En lo referente a las importaciones por valor (Tabla 2.5), el vino tinto de calidad sigue ostentando el primer puesto de la lista, con un 60,3 % de las mismas en 2024, seguido del espumoso (19 %) y el blanco embotellado (<2 L) (12,9 %). Estas categorías crecieron un 4, 29 y 19 % respectivamente entre los años 2020 y 2024.

TABLA 2.5. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DE VINO POR TIPO DE VINO, ENVASE. VALOR

Expresado en millones de euros.

Variedad	2020		2021		2022		2023		2024		2020-2024 Δ%
	M. €	%	M. €	%	M. €	%	M. €	%	M. €	%	
Vino tinto embotellado <2 L	686	63,1	789	63,2	786	61,0	753	59,2	713	60,3	4%
Vino espumoso	175	16,1	217	17,4	243	18,9	268	21,1	225	19,0	29%
Vino blanco <2 L embotellado	129	11,9	142	11,4	152	11,8	155	12,2	153	12,9	19%
Vino tinto a granel >10 L	51	4,7	50	4,0	52	4,0	45	3,5	41	3,5	-20%
Vino tinto embotellado 2-10 L	18	1,6	21	1,7	22	1,7	19	1,5	18	1,5	-1%
Vino blanco a granel >10 L	12	1,1	12	1,0	16	1,2	14	1,1	16	1,4	33%
Vino dulce embotellado <=2 L	8	0,8	9	0,7	9	0,7	8	0,7	8	0,7	-7%
Mosto	4	0,4	5	0,4	5	0,4	5	0,4	4	0,3	-2%
Vinos industriales	2	0,2	2	0,2	2	0,2	2	0,2	3	0,3	32%
Vino blanco embotellado 2-10 L	2	0,1	2	0,1	2	0,1	2	0,1	2	0,2	1%
Vino dulce a granel >10 L	0,08	0,01	0,12	0,01	0,10	0,01	0,08	0,01	0,08	0,0	-3%
Total	1087	100	1249	100	1289	100	1271	100	1183	100	9%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

En lo relativo a los precios medios de importación, véase la Tabla 2.6, **el vino tinto embotellado en envases de capacidad inferior a 2 L es el tipo de vino que mayor precio medio de importación presenta**, con 11 €/L en 2024, seguido de las variedades espumosas, con un precio medio de 10,2 €/L. Como se analizará más adelante en este mismo estudio, el vino espumoso español (cava principalmente) no se sitúa en este rango de precios, sino muy por debajo.

Con respecto al vino tinto embotellado en formato 2-10 L, ha de señalarse la imposibilidad estadística de diferenciar entre formatos de menor calidad como los *bags in box* y formatos propios de vinos de muy alta calidad en envases *premium* tipo *magnum* o doble *magnum*. Así, ante el descenso en volumen (-28 %) comparado con el muy leve descenso en valor (-1 %), se ha dado un incremento de los vinos de calidad en envase *premium*.

TABLA 2.6. PRECIO MEDIO DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DE VINO POR CATEGORÍA
En euros por litro

Variedad	2020	2021	2022	2023	2024	2020-24 Δ%
Tinto embotellado <2 L	8,7	9,5	10,8	11,0	11,0	26%
Vino espumoso	8,4	9,2	10,3	11,4	10,2	21%
Blanco embotellado ≤ 2 L	5,7	5,9	6,7	6,9	7,0	23%
Dulce embotellado ≤ 2 L	6,0	6,3	6,7	6,7	6,2	3%
Tinto embotellado 2 ≤ 10 L	2,4	3,0	3,7	3,3	3,3	38%
Mosto	3,1	3,1	3,1	3,0	3,0	-3%
Vino dulce a granel >10 L	1,8	1,9	1,8	2,7	2,0	11%
Blanco embotellado 2 ≤ 10 L	1,4	1,4	1,6	1,7	1,6	14%
Tinto a granel >10 L	1,5	1,6	1,6	1,6	1,5	0%
Blanco a granel >10 L	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	10%
Vinos industriales	0,5	0,5	0,7	0,7	0,7	40%
Total	3,7	3,9	4,4	4,6	4,3	17%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

Como conclusión de todo lo expuesto anteriormente, **el vino tinto embotellado en envases <2 litros es el tipo de vino más importado en Suiza**, tanto en volumen (39,8 %) como en valor (60,3%). Los precios, con la media más alta de todas las categorías, se han incrementado de forma importante en el periodo estudiado, con una tendencia en volumen estable.

Resulta conveniente a su vez resaltar el posicionamiento y evolución de los **vinos espumosos y blancos** embotellados en formato <2 litros, con unas cuotas, en 2022, de 13,6y 19 % en volumen y valor respectivamente en el caso de los espumosos y de 13,5 y casi 13 % en los blancos. Estos también presentan importantes tasas de variación positivas (excepto el volumen de vino blanco que desciende ligeramente) tanto en términos de volumen como de valor, y tanto en cifras absolutas como en peso por lo que se trata de dos categorías a tener muy en consideración en el mercado suizo. Aunque con menor cuota, es interesante observar la evolución de los vinos industriales en los últimos cinco años, que en términos de valor han crecido un 32%, pese al descenso en volumen.

Los precios medios de esta categoría también han incrementado en un 40% por lo que se puede afirmar que, aunque Suiza importa un 6% menos de litros, la calidad es mejor.

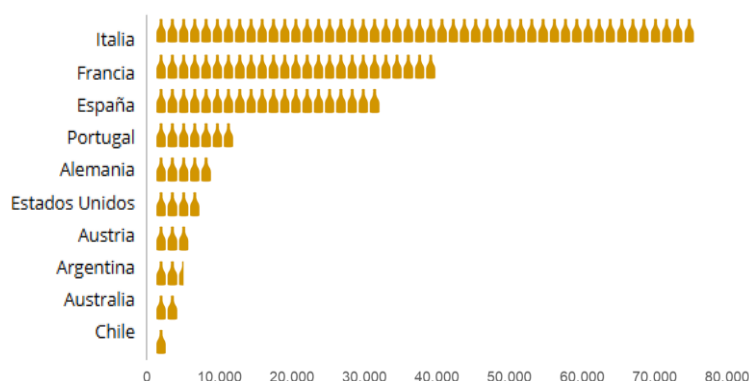
Por lo que se refiere al resto de categorías de vino, cabe indicar que los **vinos a granel** han seguido la tendencia decreciente de las últimas décadas: hace 20 años, el 60 % del volumen importado era granel, hoy en día representa una cuarta parte del volumen importado y tan solo un 5 % del valor importado. Por su parte, la reciente categoría de vinos en **envase entre 2-10 L**, que puede incluir tanto vinos de gama más modesta en *bag in box* como vinos de alta gama, representan poco menos del 4 % en volumen y poco menos del 2 % en valor.

2.3.2. Importaciones totales por origen

Tradicionalmente, este sector se ha caracterizado por ser un mercado en etapa de madurez sin grandes alteraciones. Así, países europeos como Francia, Italia o España se encontraban en una situación de mutua competencia, pero todos ellos pertenecientes al Viejo Continente. Sin embargo, **en las últimas décadas han surgido multitud de competidores de otras zonas del globo**, tales como Sudáfrica, Estados Unidos, Argentina, Chile o Australia. Estos nuevos «vinos del Nuevo Mundo», año tras año ganan cuota de mercado a los productores tradicionales en muchos mercados. No así **en Suiza, donde predominan los vinos italianos, franceses y españoles**.

Como se puede observar en el Gráfico 2.7, **los volúmenes de venta en Suiza de los vinos del Nuevo Mundo se encuentran muy por debajo de otros países europeos como Italia, Francia, España** y, en menor medida, Portugal y Alemania. De todos ellos, cabe destacar la presencia de vinos sudafricanos y estadounidenses en los lineales de venta suizos.

GRÁFICO 2.7. PRINCIPALES ORÍGENES DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DE VINO EN MILES DE L, 2024



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Aduana suiza.

Así, tal y como se muestra a continuación en la Tabla 2.7, en términos de volumen **España se sitúa en tercera posición como proveedor de Suiza**, tan solo por detrás de Italia y Francia. Ha de mencionarse que **Italia se sitúa muy lejos de sus competidores directos en cantidad exportada a Suiza**, concentrando un 43 % de cuota de mercado. Esta cifra resulta superior al 22 y casi 17 % de Francia y España respectivamente.

TABLA 2.7. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DE VINO: VOLUMEN Y ORIGEN

En millones de litros

País	2020		2021		2022		2023		2024		2020-24 Δ%
	M L	%	M L	%	M L	%	M L	%	M L	%	
1 Italia	77,9	42,6	79,6	41,9	74,4	41,7	71,8	42,6	70,0	43,0	-10%
2 Francia	39,7	21,7	42,6	22,4	38,8	21,7	37,5	22,2	35,6	21,9	-10%
3 España	27,4	15,0	29,1	15,3	30,3	17,0	29,6	17,6	27,1	16,6	-1%
4 Portugal	11,9	6,5	11,8	6,2	10,0	5,6	9,9	5,9	8,8	5,4	-25%
5 Alemania	6,2	3,4	6,4	3,4	6,1	3,4	5,4	3,2	5,2	3,2	-16%
6 EE. UU.	3,8	2,1	3,8	2,0	3,4	1,9	2,4	1,4	2,6	1,6	-30%
7 Chile	2,3	1,2	2,5	1,3	1,8	1,0	1,4	0,8	2,6	1,6	15%
8 Austria	3,2	1,7	3,1	1,6	3,3	1,9	2,8	1,7	2,6	1,6	-18%
9 Argentina	3,3	1,8	3,2	1,7	2,5	1,4	2,2	1,3	2,2	1,4	-34%
10 Sudáfrica	3,4	1,9	4,2	2,2	3,8	2,1	2,3	1,4	1,6	1,0	-53%
Resto	3,8	0,02	3,8	0,02	3,8	0,02	3,3	0,01	4,4	0,02	15%
Total	182,9	100	190,1	100	178,3	100	168,6	100	162,8	100	-11%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

Se ha de destacar que España ha crecido desde 2020 y solo en el último año el volumen de importación ha disminuido ligeramente, lo que contrasta con las tasas de variaciones mucho más negativas del resto de países europeos.

En términos de valor, véase la Tabla 2.8, **Francia e Italia se sitúan a la cabeza** (37,4 %), De la misma manera que en la clasificación por volumen, **España ocupa el tercer lugar** como principal proveedor, si bien es cierto que con una cuota de 11 % en comparación con el casi 17 % en volumen, con más de 131 millones de euros exportados.

TABLA 2.8. EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DE VINO: VALOR Y ORIGEN
En millones de euros

País	2020		2021		2022		2023		2024		2020-24 Δ%
	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%	
1 Francia	369	34	468	37,5	496	38,5	503	39,6	442	37,4	20%
2 Italia	408	37,6	441	35,3	457	35,5	455	35,8	441	37,4	8,1%
3 España	135	12,4	146	11,7	144	11,1	137	10,8	131	11,1	-2,7%
4 Portugal	38	3,5	40	3,2	37	2,8	38	3,0	35	2	-9%
5 Alemania	38	3,5	41	3,3	41	3,2	38	3,0	33	2,8	-13%
6 EE. UU.	22	2,0	27	2,1	30	2,3	27	2,1	27	2,3	22%
7 Austria	19	1,8	22	1,7	24	1,9	21	1,7	20	1,7	1,6%
8 Argentina	12	1,1	14	1,2	15	1,1	12	1,0	12	1,0	-3%
9 Australia	5	0,5	7	0,6	6	0,5	5	0,4	7	0,6	38%
10 Chile	8	0,7	8	0,7	8	0,6	7	0,5	6	0,5	-28,5%
Resto	31	2,9	33	2,7	31	2,4	31	2,5	27	2,3	-13%
Total	1.087	100	1249	100	1287	100	1271	100	1181	100	8,7%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

Entre 2020 y 2024, las exportaciones de España han decrecido un 2,7% frente a los valores positivos registrados por Francia e Italia, líderes indiscutibles, que han aumentado un 20 y 8 % respectivamente. La media del mercado crece un 8,7%.

Con respecto al resto de países del «Nuevo Mundo», Argentina y Chile han perdido aún más relevancia en el mercado helvético en el periodo estudiado, aunque Australia irrumpe con fuerza con un crecimiento del 38 %. Aun así, entre los tres solamente concentran un 2,1 % del total de las importaciones suizas de vino en el año 2024.

Por último, resulta preciso señalar la tasa de variación negativa (-2 %) que han registrado los precios medios de los vinos españoles en los últimos cinco años, a diferencia de los franceses o italianos, que han aumentado en un 33 % y 21 % respectivamente, y de la media del mercado (24%).

TABLA 2.9. PRECIO MEDIO DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DE VINO POR ORÍGENES
En euros por litro

País	2020	2021	2022	2023	2024	2020-24 Δ%
Francia	9,3	11	12,8	13,4	12,4	33 %
EE. UU.	5,8	7	8,8	11,2	10,1	74 %
Austria	6,1	7,1	7,2	7,6	7,6	25 %

Alemania	6,2	6,4	6,7	7	6,4	3 %
Italia	5,2	5,5	6,1	6,3	6,3	21 %
Argentina	3,7	4,5	6	5,6	5,4	46 %
España	4,9	5	4,7	4,6	4,8	-2 %
Portugal	3,2	3,4	3,7	3,8	3,9	22 %
Chile	3,7	3,6	4,2	3,6	2,3	-38 %
Sudáfrica	2,3	2	2,2	2,8	3,6	57 %
Total	5,9	6,6	7,2	7,5	7,3	24 %

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

Para la valoración del posicionamiento del precio de nuestros vinos, es importante tener en cuenta que el estudio de las importaciones globales de vino de este apartado se refiere a la partida arancelaria 2204 y ésta incluye junto a importaciones de embotellados, importaciones a granel e industriales. Las diferencias de precio entre Italia y España son especialmente grandes en el caso de los graneles y, en menor medida, de los espumosos; en el caso de vinos tranquilos de calidad o embotellado, las diferencias son de céntimos (ver siguiente apartado 2.3.3.).

2.3.3. Importaciones totales de vinos embotellados

A continuación, se procede a analizar el mercado de las principales categorías de vinos de calidad importados por Suiza, es decir, aquellas embotelladas en envases con una capacidad inferior a los 2 litros: tinto, blanco y espumoso.

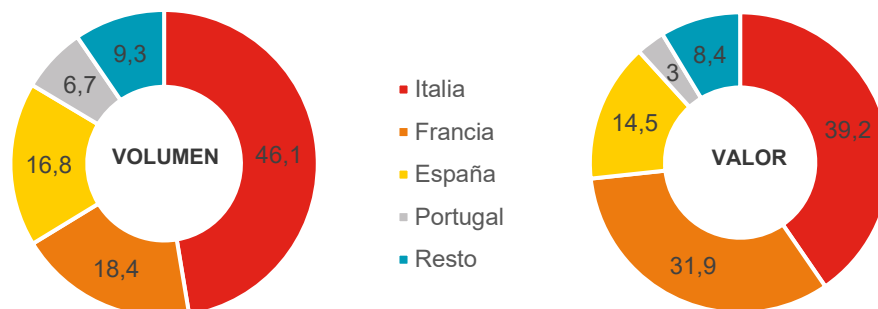
Vino tinto embotellado en formato < 2L

Italia, Francia y España son los principales proveedores, por este orden, concentrando en valor el 85 % de cuota y un 81 % en volumen. El valor de las importaciones suizas de vino tinto embotellado ha crecido un 4 % entre los años 2020 y 2024, a diferencia de lo que ocurre con el volumen, que ha decrecido un 17 %. Esto se traduce en una **revalorización de las exportaciones de vino tinto a Suiza**. **Italia** se posiciona como el líder en esta categoría, con una cuota de mercado del 39% en valor y 46 % en volumen. Aunque en valor, su tasa de variación ha aumentado un 2%, en volumen ha disminuido un 15%.

- **Francia** ocupa el segundo puesto de la clasificación, con 32 % de cuota en valor y 18 % en volumen. Así, el país galo se sitúa a poca distancia de Italia en términos de valor con menos de la mitad de cuota en volumen. O, dicho de otra manera, es capaz de posicionar sus productos en el mercado suizo a precios mucho más elevados, concretamente a 19,1 €/L en 2024, frente a los 9,3 €/L de Italia, tras un incremento del 32 % en el periodo estudiado (Δ Italia: 18 %)
- **España**, como tercer clasificado, se sitúa a gran distancia en lo que a valor se refiere, con una cuota del casi 15 %; menos de la mitad de cuota de Italia y Francia. En volumen, la importación ha

sido algo más baja que la de Francia en 2024, pero con un PVP mucho menor: 9,5 €/L (Δ 2020-2024: 25 %). España pierde cuota en valor y volumen en el periodo estudiado.

GRÁFICO 2.8. PRINCIPALES PROVEEDORES SUIZOS DE VINO TINTO EMBOTELLADO, 2024



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

TABLA 2.10. EVOLUCIÓN IMPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE VINO TINTO (<2L)

País	#	2020			2021			2022			2023			2024			$\Delta\%$ 2020-24
		M	%	€/L	M	%	€/L	M	%	€/L	M	%	€/L	M	%	€/L	
	€	275	41	7,9	297	38	8,2	294	38	9,1	286	38	9,2	279	39	9,3	+1%
	L	35	45		36	44		32	44		31	45		30	46		-15%
	€	193	28	14,5	252	32	16,4	260	33	18,8	250	33	19,5	228	32	19,1	+18%
	L	13	17		15	18		14	19		13	19		12	18		-11%
	€	109	16	7,6	117	15	8,3	114	15	8,8	107	14	9,1	103	15	9,5	-6%
	L	14	18		14	17		13	18		12	17		11	17		-24%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

Vino blanco embotellado en formato < 2L

Entre 2020 y 2024, las importaciones suizas de vino blanco embotellado aumentaron un 18 % en términos de valor y decrecieron un 3 % en volumen. Francia e Italia se mantienen en las dos primeras posiciones, con Alemania como tercer máximo proveedor en valor y España en volumen. **Francia** lidera la clasificación de proveedores de vino blanco embotellado a Suiza en términos de valor, con un 36,4 % de cuota de mercado. En lo referente al volumen, su cuota se reduce a 19,5 %, tan solo por detrás de Italia. Este hecho denota un precio medio de venta superior al de sus competidores, más concretamente de 13 €/L en 2024, alrededor de 8 €/L más que los vinos italianos

o españoles. Se ha de señalar el crecimiento del 29 % en el valor de sus exportaciones entre los años 2020 y 2024.

GRÁFICO 2.9. PRINCIPALES PROVEEDORES SUIZOS DE VINO BLANCO EMBOTELLADO, 2024



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

- **Italia**, con un 32 y 43,5 % de cuota de mercado en valor y volumen respectivamente, se sitúa como el mayor proveedor suizo en volumen y segundo mayor en valor, tan solo por detrás de Francia (36,4 %). De la misma manera que en el caso francés, las cifras de exportaciones italianas de vino blanco embotellado a Suiza han crecido más en valor (28 %) que en volumen (10 %), es decir, se han revalorizado.
- **Alemania**, se sitúa como un competidor directo para **España** en esta categoría en los últimos años, con una cuota de mercado del 7,77 % en valor y del 8,2 % volumen, frente a los 7,2 y 10,2 % del país hispano. En el último lustro, la evolución ha sido muy diferente: mientras que España se ha mantenido constante en términos de volumen, por encima de la media del mercado, sus precios aumentaron tan solo el 9 % frente al 24 % del mercado. Por el contrario, Alemania, disminuyó su cuota en volumen, pero incrementó su precio medio que alcanzó los 6,5 €/L en 2024 frente a los 4,9 €/L de España.

TABLA 2.11. EVOLUCIÓN IMPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE VINO BLANCO (<2L)

País	#	2020			2021			2022			2023			2024			Δ% 2020-24
		M	%	€/L	M	%	€/L	M	%	€/L	M	%	€/L	M	%	€/L	
	€	43	33,6		49	34,8		53	35		55	35,2		56	36,4		+28%
	L	4,3	18,9	10,1	4,9	20,1	10,1	4,4	19,2	12	4,4	19,7	12,4	4,3	19,5	13	0%
	€	38	29,5		39	27,8		46	30		49	31,4		49	31,9		+28%
	L	8,6	38,3	4,4	8,6	35,7	4,6	9,1	39,7	5,1	9,4	41,8	5,2	9,5	43,5	5,1	+10%
	€	10	7,8		11	8		11	8		12	7,8		11	7,2		+9%
	L	2,2	10	4,5	2,7	11,2	4,2	2,4	10,5	4,8	2,6	11,5	4,7	2,2	10,2	4,9	0%

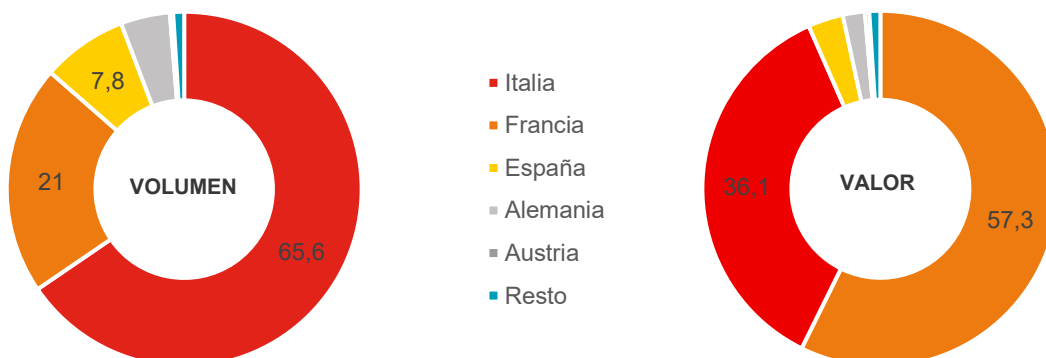
Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

Vino espumoso

En el caso de los vinos espumosos, Francia, Italia y España vuelven a componer el podio de principales proveedores del país helvético, si bien es cierto que con diferencias sustanciales. Pese a la importancia decreciente de la oferta española en este segmento, se trata de una categoría de vino que gana año tras año más relevancia en el país helvético. Tanto es así que, entre los años 2020 y 2024, se ha producido un incremento en volumen del 6 % y en precio medio del 21 %.

- **Francia** es el líder indiscutible del segmento con un 57 % de cuota en términos de valor y un 21 % en volumen. Esta gran diferencia de cuotas se debe al gran precio unitario del vino espumoso francés, en especial del *champagne*. En 2024, el precio medio de importación del vino espumoso francés se situó en 27,9 €/L, 22 €/L más que sus homónimos italianos.

GRÁFICO 2.10. PRINCIPALES PROVEEDORES SUIZOS DE VINO ESPUMOSO, 2024



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

- **Italia**, al contrario que Francia, se posiciona como líder en volumen, con un 65,6 % de cuota de mercado. Por otro lado, en términos de facturación, sus exportaciones de vino espumoso a Suiza se corresponden con un 36 % del total. Es decir, su precio medio de importación se sitúa muy por debajo del de Francia, con 5,6 €/L.
- **España** se posiciona lejos de Francia e Italia y ha perdido peso en el mercado en los últimos años, con una cuota del 3,2 % en valor y un 7,8 % en volumen en 2024.

En el último lustro, y con una demanda creciente en volumen y calidad, el valor de las exportaciones españolas de vino espumoso a Suiza ha disminuido un 11 %, y un 28 % en volumen. El precio medio de importación se sitúa en 4,2 €/L. El espumoso español no ha logrado presentar una propuesta de valor atractiva para el mercado suizo.

TABLA 2.12. EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES IMPORTACIONES DE VINO ESPUMOSO

País	#	2020			2021			2022			2023			2024			Δ% 2020-24
		M	%	€/L	M	%	€/L	M	%	€/L	M	%	€/L	M	%	€/L	
	€	99,3	56,7		131	60,5		147,3	60,6		163,9	61,2		129,1	57,3		+30%
	L	4,6	21,9	21,7	5,6	23,7	23,5	5,6	23,6	26,4	5,4	22,9	30,3	4,6	21,0	27,9	+1%
	€	60,7	34,7		68,9	31,8		80,1	32,9		87,8	32,8		81,4	36,1		+34%
	L	12,5	60,1	4,8	14,3	60,8	4,8	14,5	61,4	5,5	14,9	63	5,9	14,5	65,6	5,6	+16%
	€	8,1	8,8		8,8	4,1		7,8	3,2		7,8	2,9		7,1	3,2		-11%
	L	2,4	11,5	3,4	2,2	9,3	4,0	2,3	9,6	3,4	2,2	9,3	3,6	1,7	7,8	4,2	-28%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

2.4. Oferta española de vinos en Suiza

Según datos sobre el perfil de las empresas exportadoras de vino recogidos por ICEX, el número de empresas exportadoras en España en 2024 ascendía a 3.853, con una facturación de 3.066,7 millones de euros. Aunque el número de bodegas se vio reducido en un 3,6 % con respecto al año 2023, la facturación aumentó un 1,6%¹³. Para todas ellas, Suiza es uno de los mercados más atractivos a nivel mundial en este sector.

Por ello, Suiza, a pesar de contar con tan solo 8,9 millones de habitantes, es el tercer mercado de destino más importante en cuanto a número de bodegas españolas presentes con 1.287 bodegas (33 % del total de exportadores) en 2024, una cifra prácticamente igual a la del número de bodegas españolas presentes en Gran Bretaña (34 %). En EE. UU., primer destino con mayor número de bodegas españolas representadas, contaba con 1.632 de ellas en 2024 (42 %)¹⁴.

¹³ Observatorio Español del mercado del vino, OEMV. (2024). Perfil de la empresa exportadora de vino 2024. Disponible en: [OEMV.es](https://oemv.es)

¹⁴ Instituto Español de Comercio Exterior, ICEX. (2022). Perfil de los Exportadores Españoles. Disponible en: [Estadísticas \(icex.es\)](https://estadisticas.icex.es)

Los vinos amparados por una Denominación de Origen Protegida (DOP) o por una Indicación Geográfica (IGP), aunque fundamentalmente las primeras, son categorías de calidad reconocidas y muy valoradas por el consumidor suizo, para quien las certificaciones son uno de los criterios decisorios más relevantes. Esto no obsta para que el consumidor suizo muy informado e interesado, conozca la existencia de vinos de autor, de alto nivel, que prefieren trabajar fuera del amparo de las DOP o IGP.

Así, tal y como puede verse en la Tabla 2.13, España dispone de una ventaja competitiva en el hecho de que más del 85 % de la producción de vino español se encuentre al amparo de las DOP o IGP. Cabe destacar que ambas categorías han incrementado su presencia con respecto al total un 16 % desde 2020, al igual que la categoría residual, que ha aumentado un 20 %. Dentro de los principales mercados de destino de las DOP españolas, Suiza es el mercado que mayor precio paga: en 2024 fue de 10,55 EUR/L, a gran distancia de la media con 5,78 EUR/L.¹⁵

TABLA 2.13. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINO A SUIZA POR CATEGORÍA

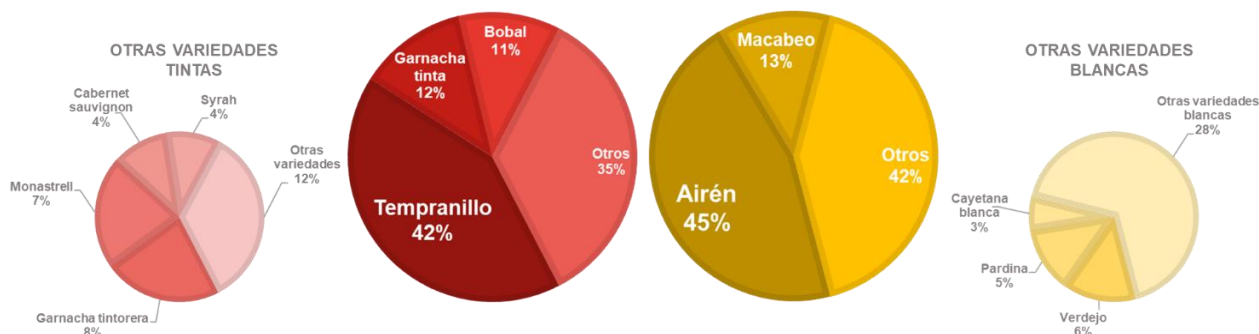
Categoría	2020		2021		2022		2023		2024		2020-2024 Δ%
	Miles €	%	Miles €	%	Miles €	%	Miles €	%	Miles €	%	
DOP+IGP	104.296	85,8	114.333	85,3	127.578	86,5	124.019	86,5	121.072	85,5	16,1
Otros vinos	9.402	7,7	11.216	8,4	10.613	7,2	9.635	6,7	11.140	7,9	18,5
Resto	7.800	6,4	8.535	6,4	9.296	6,3	9.687	6,8	9.393	6,6	20,4
Total	121.498	100	134.084	100	147.487	100	143.341	100	141.605	100	16,5

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos ICEX España Exportación e Inversiones¹⁶.

Otro de los factores clave en el éxito del vino español en el mercado suizo en los últimos años es la gran variedad de terruños, uvas autóctonas y climatología que permiten producir vinos de alta calidad muy diferenciados.

GRÁFICO 2.11. DISTRIBUCIÓN VARIETAL DE UVAS TINTAS Y BLANCAS EN ESPAÑA, 2024

¹⁵ Observatorio Español del mercado del vino, OEMV (2024). Exportaciones españolas de vino y productos vitivinícolas. Disponible en [OEMV.es](https://oemv.es)

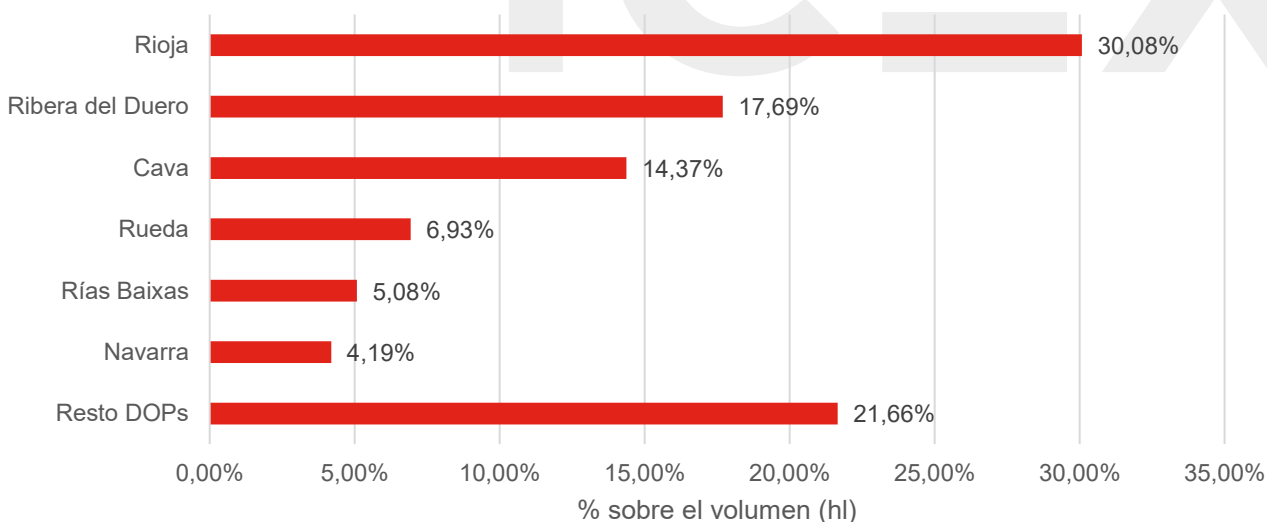


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas¹⁷.

En lo referente a los orígenes de las importaciones suizas de vino español, las comunidades autónomas que más exportaron en valor a Suiza en 2024 fueron: Castilla y León (39,3 %), Cataluña (15,3 %), País Vasco (13,9 %) y La Rioja (8,2 %).

En relación con las DD. OO., Rioja fue la que más presencia tuvo en el país alpino durante la campaña 2022/2023, con un 30 % de cuota de mercado, seguido de Ribera del Duero, con un 18 %; y el Cava, con un 14 %.

GRÁFICO 2.12. COMERCIALIZACIÓN EN SUIZA POR D.O.P., CAMPAÑA 2022/2023.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2024¹⁸.

¹⁷ Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas. 2023. Distribución varietal. Disponible en: [El sector en cifras – Vinos](#)

¹⁸ Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2024. Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas de Vinos (DOPs). Pág. 64. Disponible en: [Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas de Vinos \(DOPs\) - mapa.gob.es](#)

Cabe destacar que en el caso de la D.O. Ribera del Duero, Suiza es el primer destino de sus exportaciones en valor. Así, en 2022, las exportaciones de esta D.O. a Suiza incrementaron un 6 % en volumen y un 35 % en valor, con un precio medio de 14,47 €/L¹⁹.

En el caso de Rioja, las exportaciones a Suiza representan el 6,6 % del total en valor y el 4,9 % en volumen, situándose como el cuarto destino en importancia para la DOCa. Cabe mencionar que esta ha sufrido un descenso en sus exportaciones al país helvético del 2 % en valor y del 10 % en volumen entre los años 2018 y 2022.

A continuación, en la Tabla 2.14 se muestra la evolución de las importaciones suizas de vino español por categoría, en términos cualitativos, cuantitativos y de precio medio de importación:

TABLA 2.14. COMERCIO BILATERAL DE VINO ENTRE SUIZA Y ESPAÑA, 2020-2024

Expresado en millones de euros, litros y euro por litro.

		2020		2021		2022		2023		2024		2020- 2024 Δ %
Unidad Medida		M.	%	M.	%	M.	%	M.	%	M.	%	
Vino tinto embotellado <2 L	Valor	109,2	81	117,0	80,1	114,1	79,5	107,4	78,2	103,3	78,7	-5%
	Volumen	14,4	52,6	14,1	48,3	13,0	43,0	11,8	40,0	10,9	40,5	-24%
	€/L	7,6		8,3		8,8		9,1		9,5		25%
Vino blanco embotellado <2 L	Valor	10,1	7,5	11,3	7,8	11,5	8,0	12,1	8,8	11,0	8,4	9%
	Volumen	2,2	8,1	2,7	9,3	2,4	7,9	2,6	8,7	2,2	8,2	0,1%
	€/L	4,5		4,2		4,8		4,7		4,9		9%
Vino espumoso	Valor	8,1	6	8,8	6	7,8	5,4	7,8	5,7	7,2	5,5	-11%
	Volumen	2,4	8,7	2,2	7,5	2,3	7,5	2,2	7,4	1,7	6,3	-28%
	€/L	3,4		4,0		3,4		3,6		4,2		24%
Vino tinto a granel >10 L	Valor	3,1	2,3	2,8	1,9	3,8	2,6	3,5	2,5	3,0	2,3	-3%
	Volumen	3,6	12,9	3,8	13,1	5,3	17,5	5,0	16,9	4,6	17,1	30%
	€/L	0,9		0,7		0,7		0,7		0,7		-22%
Vino tinto embotellado 2-10 L	Valor	2,1	1,6	2,9	2,0	2,5	1,7	2,2	1,6	2,1	1,6	-2%
	Volumen	1,3	4,7	1,3	4,5	1,1	3,7	1,1	3,6	0,9	3,3	-30%
	€/L	1,6		2,2		2,2		2,0		2,3		44%
Vino blanco a granel >10 L	Valor	0,9	0,6	1,3	0,9	2,0	1,4	2,1	1,5	2,6	2,0	198%
	Volumen	2,0	7,1	3,3	11,5	4,0	13,1	4,6	15,5	4,6	17,1	135%

¹⁹ Diario de Burgos. 2022. La exportación de vinos sube su valor, pero reduce la cantidad. Disponible en: [La exportación de vinos de la Ribera del Duero aumenta su valor aunque reduce el número de litros | Noticias Diario de Burgos](#)



	Unidad Medida	2020		2021		2022		2023		2024		2020- 2024 Δ %
		M.	%	M.	%	M.	%	M.	%	M.	%	
	€/L	0,4		0,4		0,5		0,5		0,6		50%
Vinos industriales	Valor	0,5	0,4	0,4	0,3	0,9	0,6	0,9	0,7	0,9	0,7	70%
	Volumen	1,3	4,7	1,1	3,9	1,7	5,7	1,8	5,9	1,5	5,6	15%
	€/L	0,4		0,4		0,5		0,5		0,6		50%
Vino dulce embotellado <=2 L	Valor	0,6	0,4	0,9	0,6	0,6	0,4	0,7	0,5	0,6	0,4	0,12%
	Volumen	0,10	0,3	0,12	0,4	0,10	0,3	0,11	0,4	0,08	0,3	-19%
	€/L	5,7		7,4		6,4		6,6		7,1		25%
Vino blanco embotellado 2-10 L	Valor	0,1	0,1	0,4	0,3	0,5	0,3	0,6	0,4	0,5	0,4	431%
	Volumen	0,11	0,4	0,35	1,2	0,39	1,3	0,45	1,5	0,42	1,6	288%
	€/L	0,9		1,2		1,2		1,3		1,3		44%
Vino dulce a granel >10 L	Valor	0,04	0,03	0,09	0,06	0,03	0,02	0,04	0,03	0,06	0,04	55%
	Volumen	0,03	0,1	0,05	0,2	0,02	0,1	0,02	0,1	0,03	0,1	15%
	€/L	1,3		1,7		1,5		2,1		1,8		38%
Mosto	Valor	0,03	0,02	0,04	0,03	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02	-11%
	Volumen	0,01	0,04	0,01	0,04	0,00	0,01	0,01	0,02	0,01	0,03	-20%
	€/L	2,7		3,0		4,9		3,8		2,9		7%
Total	Valor	134,8	100	146,0	100	143,5	100	137,3	100	131,3	100	-3%
	Volumen	27,4	100	29,1	100	30,3	100	29,6	100	26,9	100	-1,4%
	€/L	2,67		3,05		3,17		3,17		3,26		22%

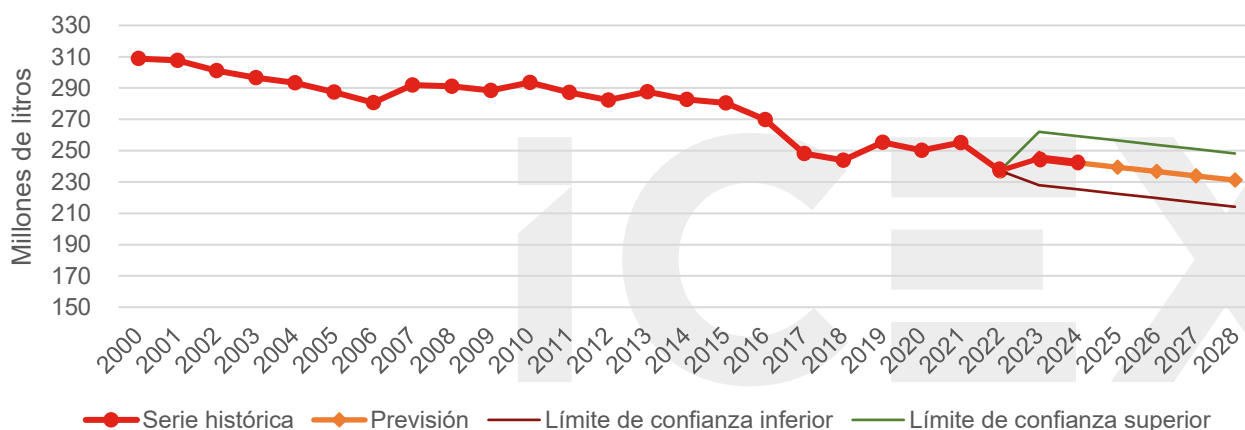
Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza.

3. Demanda

Con 8,9 millones de habitantes, **Suiza es el cuarto país en lo que a consumo per cápita de vino** se refiere, con 29,7 litros por habitante, tan solo por detrás de Portugal (61,1 L/p.c.), Italia (42,7 L/p.c.) y Francia (41,5 L/p.c.). Pese a ello, se ha de destacar que el consumo per cápita de vino en el país helvético ha disminuido en 22 L/p.c. desde el año 2000, cuando registraba unos 52 L/p.c.²⁰.

GRÁFICO 3.1. EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE VINO EN SUIZA DURANTE EL S. XXI

Expresado en millones de litros



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino²¹.

El consumo de vino en Suiza en 2024²² se situó en 220 millones de litros, unos 10 millones menos que el año anterior, es decir, **experimentó una disminución del 5 %²³**. Esta cifra es la tasa de consumo más baja desde 1965. Los vinos tintos —que concentran 138,1 millones de litros— sufrieron un descenso en su consumo del 9 %, mientras que las variedades blancas lo hicieron en un 6 % (situándose en 80,3 millones de litros) y los espumosos en un 2 % (con 22,9 millones de litros).

Suiza es un país donde no suelen producirse grandes cambios de manera repentina. Al contrario, estos suelen llevar un ritmo más lento, y el sector vinícola no es una excepción. Así, incluso pese a la ya mencionada tendencia general bajista en el consumo de vino a nivel internacional, Suiza se erige como uno de los mercados más relevantes y estables a nivel mundial.

²⁰ OIV. 2024. State of the World Vine and Wine Sector in 2024. Pág. 10. Disponible en: [OIV.int](https://www.oiv.int) y [Statista](https://www.statista.com)

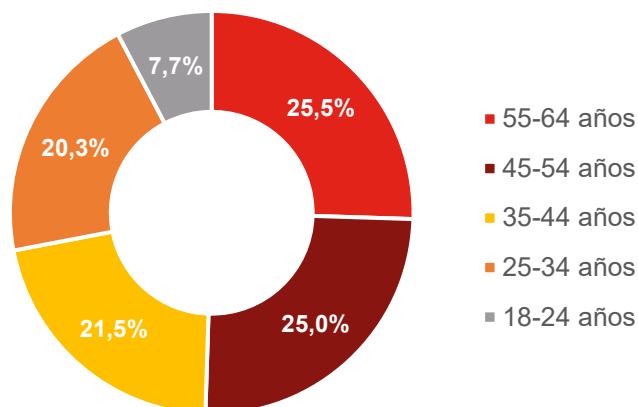
²¹ Las previsiones en el consumo de los años posteriores a 2024 se han calculado con un intervalo de confianza del 95 %.

²² Para el estudio de la serie histórica, se ha tomado como referencia la única fuente disponible ([OIVV](https://www.oiv.int)), cuyos datos difieren levemente de los utilizados en el apartado 3 (Oferta – Análisis de competidores).

²³ Oficina Federal de Agricultura. (2023). Los vinos suizos ganan cuota de mercado a pesar del descenso del consumo. Disponible en: [Les vins suisses gagnent des parts de marché dans une consommation en baisse \(admin.ch\)](https://www.admin.ch/es/press releases/78484)

En relación con el perfil del consumidor helvético, al igual que en el resto del mercado internacional del vino, **el perfil más joven (18 a 24 años) es el que menos vino consume**, mientras que el más maduro (45 a 64 años) supone más del 50 % del total. Por tanto, es posible identificar un mayor interés por el vino a medida que incrementa la edad del consumidor.

GRÁFICO 3.2. CONSUMO DE VINO EN SUIZA POR EDADES, 2023



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de Statista Market Insights.

El consumidor medio suizo se identifica con el perfil de **smart shopper** o comprador reflexivo, es decir, aquel que tiene en consideración tanto la calidad del producto como su precio. Así, durante el proceso de decisión de compra los factores más relevantes son:

CRITERIOS DE COMPRA

País y región de origen	Relación calidad-precio	Terroir	Variedad de la uva
Denominación de origen	Certificaciones y premios	Validación de los expertos	Novedad o modernidad

Según un estudio del instituto suizo de investigación Agroscope24, los consumidores suizos otorgan una gran importancia a: el **origen** del vino (32,9 %), su **precio** (31,5 %), el modo de producción (p.ej. ecológico), tradición y demás aspectos que podrían relacionarse con el **terroir** (22,7 %) y el **color o variedad** de la uva (12,9 %).

Con respecto al país de origen, en este sector el **swissness** u origen suizo, tan valorado en el sector agroalimentario, no resulta tan relevante. La escasa producción nacional, su poco competitiva relación calidad-precio o la ausencia de un sistema de jerarquización suizo coherente son algunos de los factores que favorecen la demanda del vino de importación por encima del nacional.

Los **hábitos de consumo de vino** difieren entre las distintas partes del país. El vino adquiere una connotación cultural en las zonas francófona e italianohablante, ausente en el resto de zonas, donde el consumidor medio incorpora el vino en su día a día. Pese a dichas diferencias entre cantones, el consumidor medio suizo se caracteriza por demostrar unos niveles de conocimiento vinícola mayores a los existentes en otros mercados vecinos.

²⁴ Revue suisse Viticulture, Arboriculture, Horticulture. Vol.5 (2010). Preferencias de los consumidores de vino en Suiza. Disponible en: Agroscope.ch

El «territorio natural» de los vinos españoles ha sido tradicionalmente el mercado germanófono (el cual concentra en torno a dos tercios del total), ya que los cantones francófonos o italianoparlantes suelen demandar o bien vino producido en su propia región o bien de Francia e Italia.

Según Agroscope, existen cuatro **perfiles de consumidor** diferentes, según su relación y conocimiento del sector²⁵:

- **Consumidor indiferente:** No suele beber habitualmente vino, compra en torno a una vez al mes. Pese a ser poco sensibles al factor precio, les resulta difícil elegir qué vino comprar, por lo que suelen recurrir al azar, al «boca a boca» de algún familiar o al consejo de un profesional. Su punto de venta predilecto son las grandes cadenas de venta minorista. El 75 % son mujeres y el 75 % tienen entre 25 y 59 años. Representan el 15 % del total de consumidores.
- **Consumidor curioso:** No disponen de grandes conocimientos en el sector, pero demuestran interés por aprender. Suelen beber vino alrededor de una vez a la semana, principalmente durante el fin de semana o comidas sociales. Los dos criterios decisivos que más influyen en su proceso de compra son el precio y el país de origen. Son clientela habitual de los grandes supermercados y valoran el consejo de un profesional. El 55 % de ellos son mujeres y el 41 % tiene entre 40 y 59 años. Representan un 38 % del total de consumidores de vino en Suiza.
- **Consumidor habitual:** Incapaz de imaginar una vida sin vino, en especial en un contexto social. Su proceso de compra implica una búsqueda previa a través de internet, revistas especializadas, consejos de profesionales o catas y degustaciones. Su criterio decisorio por excelencia es la calidad-precio y suelen comprar en tiendas especializadas o directamente al productor. Representan al 38 % de los consumidores, siendo en su mayoría personas mayores de 40 años (72 %) y hombres (60 %) con mayores ingresos que la media.
- **Consumidor experto:** Muy interesado en vinos extranjeros y poco en suizos, suelen beber vino prácticamente a diario. Dedicar parte de su tiempo a informarse mediante revistas monográficas, catas, degustaciones y consejos de profesionales. El criterio decisorio más relevante es el país de origen, teniendo una buena reputación los vinos franceses y españoles. Sus puntos de venta preferidos son o bien tiendas especializadas o directamente el viticultor. En este grupo hay mayoría masculina (64 %) y mayor de 60 años (53 %). Representan un 10 % del total.

Una práctica común entre los dos últimos perfiles de consumidores es la de tener una pequeña vinoteca en casa, que «alimentan» habitualmente comprando en **pequeñas ferias regionales**. Estas actúan como puntos de venta o *pop-up stores*, compitiendo con el establecimiento permanente²⁶.

²⁵ Revue suisse Viticulture, Arboriculture, Horticulture. Vol.5 (2010). Preferencias de los consumidores de vino en Suiza. Disponible en: Agroscope.ch

²⁶ Conocedores de esta dinámica, grandes minoristas como [Coop](#) aprovechan la oportunidad organizando frecuentes microeventos. Otro ejemplo a tener en cuenta es la feria Expovina, véase el [Apartado 11](#) de este mismo estudio.

4. Precios

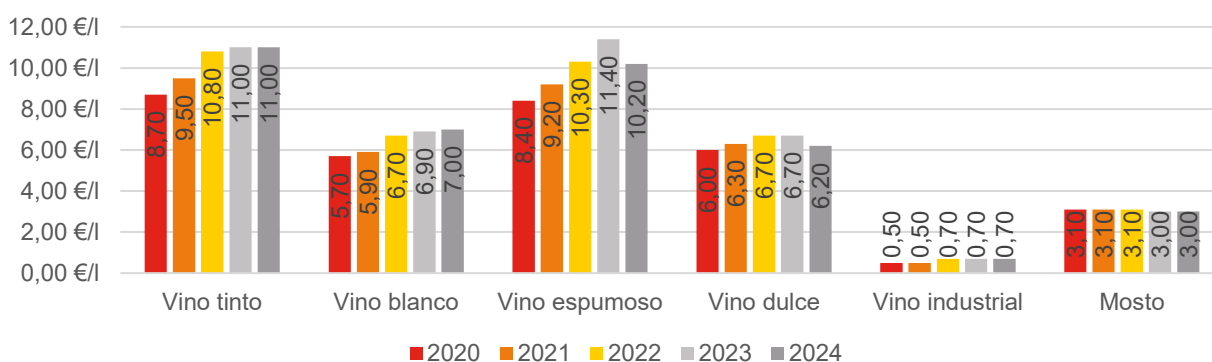
En este apartado se analiza el proceso de formación de precios, así como el posicionamiento de los vinos españoles en función de sus precios de venta al público. En el caso de las exportaciones de la zona euro (incluida España) a Suiza hay que tener en cuenta el impacto de las fluctuaciones en el tipo de cambio entre el euro y el franco suizo.

4.1. Evolución y formación

Los principales **factores que influyen en el proceso de fijación de precios** en Suiza son: los costes derivados del transporte, la contratación de seguros, los costes aduaneros (contratación de agente, derechos arancelarios e IVA de importación) y los márgenes comerciales. Estos últimos cubren los altos costes fijos en Suiza de alquiler y personal, a lo que se han de añadir las fuertes partidas dedicadas a actividades de promoción.

A continuación, en el Gráfico 4.1, se muestra la evolución de los precios medios de importación de los distintos tipos de vino en Suiza. A lo largo de la serie histórica estudiada, resulta apreciable un incremento de los precios de importación en el año 2023, que se mantiene o disminuye ligeramente en 2024, a excepción del vino blanco.

GRÁFICO 4.1. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE IMPORTACIÓN DE VINO EN SUIZA



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza²⁷.

²⁷ Para este análisis únicamente se han seleccionado los vinos embotellados en recipientes de capacidad < 2 litros, salvo para los vinos espumosos, industriales y el mosto, para los que no existe dicha distinción.

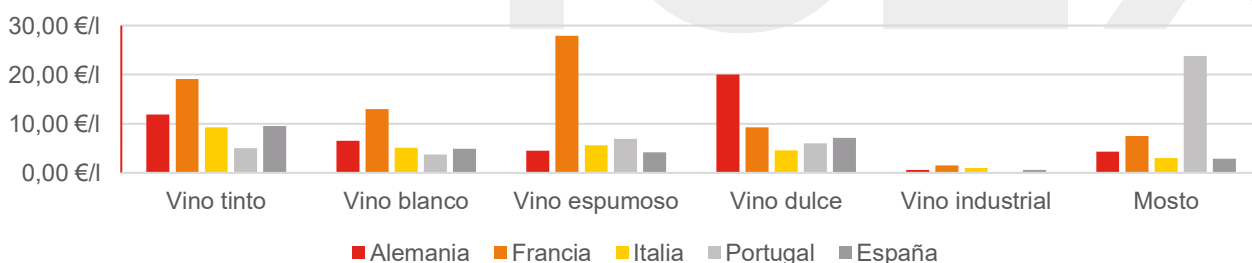
Durante la realización del escándalo de precios, se han de añadir a estos precios de importación los correspondientes márgenes comerciales de los agentes de la cadena de suministro, para finalmente obtener el precio de venta al público (PVP).

En relación con dichos **márgenes comerciales**, resulta complicado establecer valores exactos. Sin embargo, se estima que los importadores y distribuidores mayoristas suelen aplicar un margen del 15 al 20 % al vendedor minorista, mientras que estos últimos fijan a su vez un margen de en torno al 20 o 25 % al consumidor final o del 15 al 20 % al canal HORECA. Estos últimos dependen en gran medida del posicionamiento de cada empresa. Existen tres políticas habituales:

- Una **cantidad fija por botella o copa**, como, por ejemplo, 10 CHF/botella.
- Un **porcentaje fijo**, el cual suele oscilar entre un 200 y 400 % del precio de adquisición.
- Un **sistema regresivo flexible**, donde a los vinos más baratos se les aplica un porcentaje más elevado, mientras que a los más caros uno menor.

Por otro lado, los precios medios de importación denotan un diferente posicionamiento en función del origen del vino. Así, el vino francés sigue un posicionamiento *prémium* en el mercado suizo, mientras que los españoles se posicionan tradicionalmente en un segmento medio con una oferta muy competitiva en términos de relación calidad-precio. Véase el Gráfico 4.2.

GRÁFICO 4.2. PRECIO MEDIO DE IMPORTACIÓN POR TIPO DE VINO Y PROVEEDOR, 2024



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la Aduana suiza²⁸.

4.2. Storecheck

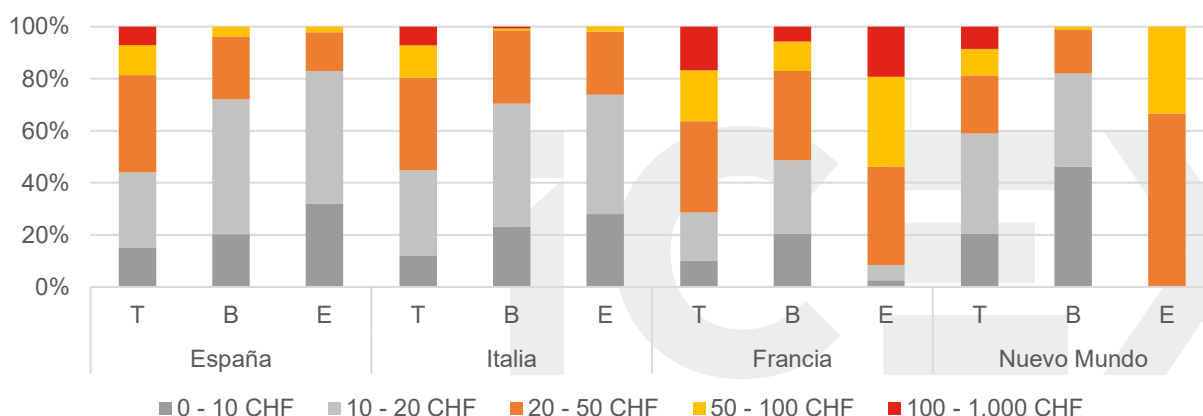
Una vez analizados los precios medios de importación, resulta conveniente analizar los **precios finales de venta al consumidor (PVP)** de las tres principales categorías de vino: tinto, blanco y espumoso. Para ello, se ha realizado un *storecheck online* de los principales supermercados comercializadores de vino en el país: Coop, Denner, Landi, Manor y Globus. Así, se ha obtenido una muestra de 4.166 referencias, los cuales han sido posteriormente procesados en función de su

²⁸ Se han obviado los vinos industriales portugueses, ya que ante el ínfimo volumen de esta variedad que se importa del país luso, el precio medio de importación resulta tan poco competitivo que desvirtúa la comparación.

origen (España, Italia, Francia y Nuevo Mundo²⁹) y segmentos de precios. Resulta necesario señalar el hecho de que, al contrario que en el resto de este estudio, los precios aquí mostrados están en francos suizos. El tipo de cambio a 30 de noviembre de 2023 es de 0,9552 CHF/€.

A continuación, en el Gráfico 4.3, resulta posible identificar la **segmentación de mercado** de cada país proveedor en función del tipo de vino comercializado. Así, Francia se sitúa como el único agente capaz de comercializar vinos tanto tintos como blancos y espumosos dentro del segmento superior a los 100 EUR; a diferencia de Italia y España, el porcentaje de vinos tintos por debajo de 20 CHF es reducido, por debajo del 30% de la oferta.

GRÁFICO 4.3. POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO SUIZO POR ORIGEN Y CATEGORÍA DE VINO (TINTO, BLANCO Y ESPUMOSO) EN LA GRAN DISTRIBUCIÓN, 2023

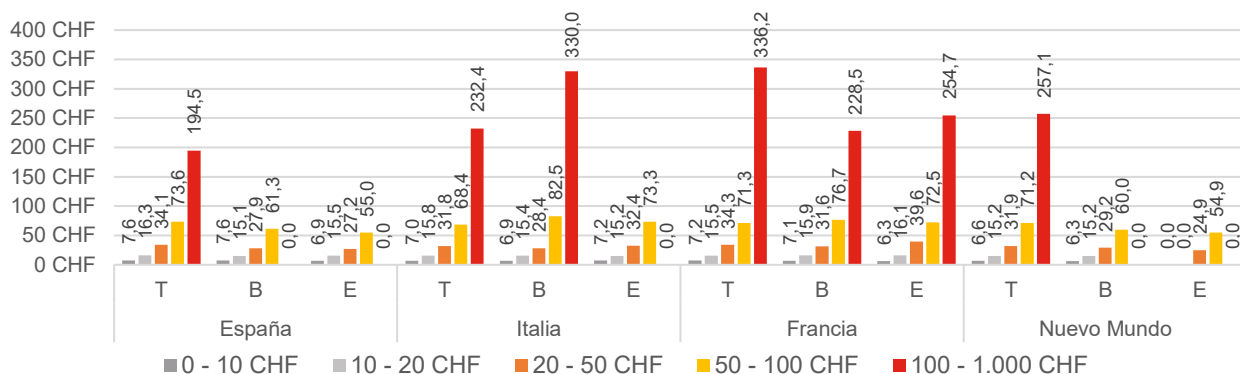


Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos del *storecheck*.

Por último, en el Gráfico 4.4 se muestran los **precios medios de venta al público** por origen, tipo de vino y segmento de mercado. En dicho gráfico resulta posible comprobar la diferencia de PVP entre los vinos españoles y sus competidores italianos y franceses. Sin embargo, resulta necesario mencionar que los precios aquí representados han de ser puestos en el contexto del Gráfico 5.3. Por ejemplo, los vinos blancos italianos tienen un precio medio de PVP de 330 € en el segmento 100 – 1.000 CHF, pero estos solamente suponen un 1 % del total de la oferta italiana de vinos.

²⁹ Dentro de esta categoría se encuentran vinos procedentes de Argentina, Australia, Chile, Estados Unidos, Nueva Zelanda y Sudáfrica.

GRÁFICO 4.4. PRECIO MEDIO DE VENTA AL PÚBLICO POR ORIGEN, CATEGORÍA DE VINO (TINTO, BLANCO Y ESPUMOSO) Y SEGMENTO EN LA GRAN DISTRIBUCIÓN, 2023



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos del *storecheck*.

Para un análisis más pormenorizado, a continuación, se presentan los *storecheck* por punto de venta de la gran distribución (Tabla 4.1) y por país proveedor (Tabla 4.2). Así, el estudio de precios se ha realizado a través de las plataformas *online* de Coop, Denner, Landi, Manor y Globus, existiendo otras opciones que, por razones de extensión, no han sido incluidas en este estudio.

TABLA 4.1. STORECHECK GRAN DISTRIBUCIÓN, 2023

Rango de precios	Variable	coop			DENNER			Landi			MANOR*			GLOBUS		
		T	B	E ³⁰	T	B	E	T	B	E	T	B	E	T	B	E
0 – 10 CHF	Refs.	37	12	9	18	2	3	8	1	3	8	1	-	1	-	-
	%	18%	41%	38%	47%	100%	75%	80%	100%	100%	6%	4%	-	1%	-	-
	PVP _{medio}	7,6	7,9	7,7	6,5	5,1	4,2	8,2	6,5	7,2	9,1	10,0	-	9,0	-	-
10,01 – 20 CHF	Refs.	68	13	11	13	-	1	2	-	-	48	17	9	8	11	3
	%	33%	45%	46%	34%	-	25%	20%	-	-	36%	65%	82%	9%	52%	60%
	PVP _{medio}	16,2	13,0	14,3	14,4	-	12,0	12,5	-	-	17,0	15,2	17,2	17,5	17,3	16,0
20,01 – 50 CHF	Refs.	62	4	4	6	-	-	-	-	-	59	7	2	52	8	1
	%	30	14	17	16%	-	-	-	-	-	44%	27%	18%	57%	38%	20%
	PVP _{medio}	35,0	25,6	28,0	35,7	-	-	-	-	-	31,7	26,1	21,9	35,8	30,8	35,0
50,01 – 100 CHF	Refs.	25	-	-	1	-	-	-	-	-	12	1	-	17	2	1
	%	12%	-	-	3%	-	-	-	-	-	9%	4%	-	19%	10%	20%
	PVP _{medio}	76,9	-	-	98,0	-	-	-	-	-	67,8	54,0	-	71,5	65,0	55,0

³⁰ «T», «B» y «E» hacen referencia a tinto, blanco y espumoso respectivamente, así como «Refs» al número de referencias.

100,01 – 2.000CHF	Refs.	15	-	-	-	-	-	-	6	-	-	13	-	-
	%	7%	-	-	-	-	-	-	5%	-	-	14%	-	-
	PVP _{medio}	183,2	-	-	-	-	-	-	184,2	-	-	212,2	-	-

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos del *storecheck*.

TABLA 4.2. STORECHECK POR PAÍS PROVEEDOR, 2023

Rango de precios	Variable										Nuevo mundo ³¹		
		T	B	E	T	B	E	T	B	E	T	B	E
0 – 10 CHF	Refs.	72	16	15	132	67	60	109	54	8	48	36	-
	%	15%	20%	32%	12%	23%	28%	10%	20%	3%	21%	46%	-
	PVP _{medio}	7,6	7,6	6,9	7,0	6,9	7,2	7,2	7,1	6,3	6,6	6,3	-
10,01 – 20 CHF	Refs.	139	41	24	356	136	98	201	75	18	90	28	-
	%	29%	52%	51%	33%	47%	46%	19%	28%	6%	38%	36%	-
	PVP _{medio}	16,3	15,1	15,5	15,8	15,4	15,2	15,5	15,9	16,1	15,2	15,2	-
20,01 – 50 CHF	Refs.	179	19	7	387	81	52	380	91	116	52	13	2
	%	37%	24%	15%	36%	28%	24%	35%	34%	38%	22%	17%	67%
	PVP _{medio}	34,1	27,9	27,2	31,8	28,4	32,4	34,3	31,6	39,6	31,9	29,2	24,9
50,01 – 100 CHF	Refs.	55	3	1	136	2	4	211	30	106	24	1	1
	%	11%	4%	2%	12%	1%	2%	19%	11%	35%	10%	1%	33%
	PVP _{medio}	73,6	61,3	55,0	68,4	82,5	73,3	71,3	76,7	72,5	71,2	60,0	54,9
100,01 – 2.000 CHF	Refs.	34	-	-	78	2	-	182	15	59	20	-	-
	%	7%	-	-	7%	1%	-	17%	6%	19%	9%	-	-
	PVP _{medio}	194,5	-	-	232,4	330,0	-	336,2	228,5	254,7	257,1	-	-

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos del *storecheck*.

³¹ Dentro de esta categoría están vinos procedentes de Argentina, Australia, Chile, Estados Unidos, Nueva Zelanda y Sudáfrica.

5. Percepción del producto español

España, como primer viñedo del mundo, se sitúa como uno de los principales orígenes en aparecer en la mente del consumidor durante el proceso de decisión que antecede a la compra de una botella de vino. Sin embargo, dentro del imaginario del consumidor internacional, **el vino español ha sido asociado tradicionalmente con el grupo de productos que presenta una buena relación calidad-precio.**

Muchas de las bodegas españolas presentes en el mercado suizo han utilizado en el pasado este argumento de venta como una estrategia de marketing. Sin embargo, esta estrategia conlleva un **riesgo de depreciación del producto español.**

Una de las novedades más sobresalientes de la oferta española de los últimos años es precisamente la constatación de que se está operando una **revalorización de los vinos tintos en envases de menos de dos litros**, que representan el **80% de nuestras exportaciones en valor**. En la última década, los precios españoles de esta categoría se incrementaron en un 61%, por encima del precio medio total (Δ 40 %), del precio de Francia (Δ 33 %), o del de Italia (Δ 42 %). Lamentablemente, la pérdida en volumen de las exportaciones españolas en ese periodo (-23 %) ha estado muy por encima de la media del mercado (-8 %).

Cabe destacar que, según Statista³², en Suiza **tan solo un 14 % de los consumidores consideran el factor «precios bajos» como un criterio determinante en el proceso de compra** de bebidas alcohólicas, frente al 19 % de España. Es decir, el factor calidad-precio tiene que ser bien calibrado en las estrategias de marketing de las bodegas exportadoras que deseen exportar a Suiza.

Suiza no es un mercado ajeno a esta imagen de marca país, lo que, sumado a la proximidad geográfica de Italia y Francia (principales competidores del país ibérico), se ha traducido en que los vinos de estos últimos hayan sido más valorados que los españoles. Es decir, en términos de valor ha existido un **«techo de cristal»** para el vino español.

Otro de los factores a tener muy en cuenta en el futuro es el de la **gestión de stocks**. La existencia de excedentes tan amplios como los registrados en las últimas campañas puede debilitar la imagen *premium* perseguida si no se gestionan correctamente³³.

Así, como consecuencia de dicha cercanía cultural, los vinos españoles presentan unas **cuotas de penetración mayores en el mercado germanoparlante** que en las zonas francófona o

³² Statista. 2023. Consumers Insights; Importance of low-priced products by category. Disponible en: [Consumer Insights | Statista](#)

³³ El Economista. 17 marzo 2023. Rioja y Rueda suman excedentes de casi 60 millones de litros. Disponible en: [eleconomista.es](#)

italianohablante. Pese al menor arraigo de la cultura vinícola en el día a día de esta zona, los cantones de habla alemana representan el 70 % de la población del país.

Además, en los últimos años esta situación ha presentado indicios de mejora. El consumidor suizo valora tanto la tradición y el *terroir* propio de las bodegas españolas como la innovación y los productos a la vanguardia del mercado, por lo que la oferta española se ha visto muy beneficiada por ello frente a otras alternativas internacionales carentes de dicho bagaje. Es decir, **se ha de hacer hincapié en los aspectos cualitativos, para posteriormente acudir a los cuantitativos.**

Dicha calidad del producto español no resulta ajena al consumidor suizo, especialmente en el caso del **vino tinto**. Denominaciones de origen como Rioja o Ribera del Duero gozan de una gran aceptación en el mercado helvético. Pese al desconocimiento de determinado consumidor suizo de otras denominaciones, cada vez son más aquellos que se interesan por descubrir vinos de otras regiones.

En relación con el **vino blanco**, las exportaciones españolas se han mantenido constantes en términos de volumen los últimos cinco años al igual que Francia y solo superados por Italia (+10%). Los precios medios siguen siendo bajos, y su incremento ha sido mucho menor que el del mercado. Si bien, medido en EUR, el precio medio de importación se revalorizó en el último lustro, en CHF el precio medio español disminuyó en un 2%. La variedad española más consumida en Suiza es el verdejo. Variedades de uva como el albariño no son muy conocidas entre el gran público suizo.

El **espumoso español**, fundamentalmente cava, está teniendo dificultades importantes de posicionamiento en el mercado suizo. Mientras que la categoría de los vinos espumosos ha crecido un 6 % en volumen en los últimos 5 años, el espumoso español ha disminuido un 28 %. Aun así, nuestro precio medio aumentó en un 24 %, mientras que el precio medio del mercado se incrementaba por debajo del español en un 21 %. El consumidor suizo asocia el espumoso español a un vino espumoso de muy bajo precio, aunque esta cifra va aumentando cada año (precio importación: 4,2 €/L en 2024).

Atendiendo al tipo de denominación de origen, el mercado presenta cierta saturación en los vinos de Rioja o Ribera del Duero. Para dar a conocer nuevas regiones resulta de gran utilidad actividades promocionales como catas, artículos en prensa de personajes de reconocido prestigio en el sector o el siempre presente «boca a boca».

6. Canales de distribución



6.1. Características de la distribución en Suiza

- **Cambios en la cadena de valor tradicional:** durante las últimas décadas los roles predefinidos de la cadena de distribución tradicional han experimentado cambios sustanciales, quedando estos desdibujados al asumir los agentes de dicha cadena funciones que no les eran propias. Como, por ejemplo, algunos importadores/mayoristas que actúan también como minoristas.

Por su parte, la gran distribución cada vez recurre menos a importadores o mayoristas, importando de forma directa en su lugar. Tanto es así que la cadena Coop incluso asume el embotellamiento. Lo mismo ocurre con las tiendas especializadas que, ante la presión de los precios y el incremento de la oferta en los lineales de la gran distribución, optan por importar directamente. Se prevé que en los próximos años estos cambios se intensifiquen como consecuencia de una mayor presencia de la venta *online*.

- **Gran concentración en los dos principales grupos de distribución Coop y Migros³⁴:** Pese a no existir datos oficiales al respecto, se estima que entre ambos grupos concentran en torno al 60-70 % de las ventas detallistas y al por mayor de vino en el mercado suizo. Dicho volumen incluye tanto las ventas en sus cadenas de supermercados (Coop y Denner, *discounter* del Grupo Migros), como las relativas a *cash & carry*, grandes almacenes y tiendas *convenience*. La cadena de supermercados Migros, del propio Grupo Migros, no vende productos alcohólicos ni tabaco. Así, la oferta de dichos productos la asume la cadena DENNER, perteneciente al mismo grupo y cuyos puntos de venta suelen situarse cerca de los de Migros.
- **Política de absorción de empresas competidoras del grupo Coop:** el Grupo Coop ha apostado en los últimos años por una estrategia agresiva de crecimiento inorgánico, por la que ha absorbido otras empresas importadoras, mayoristas y minoristas. Así, en 2017 Coop se hizo, a través de su empresa del sector HORECA Transgourmet, con el control de Casa del Vino, la compañía importadora, mayorista y distribuidora más relevante de vinos *premium* españoles

³⁴ En 2024, la facturación del Grupo Coop fue de 34,9 millardos de CHF, mientras que la del Grupo Migros fue de 32,5 millardos de CHF.

en Suiza, así como de Weinkellerei Riegger, una de las más destacadas en distribución de vinos gourmet, y Zanini-Sulmoni, especializada en vinos italianos. La expansión de Transgourmet ha traspasado las fronteras suizas y es hoy la segunda empresa de distribución mayorista y de Cash&Carry de Europa, operando en Suiza, Alemania, Austria, Francia, Polonia, Rumanía y España, donde en 2021 adquirió el grupo GM Food, hoy Transgourmet Iberia.

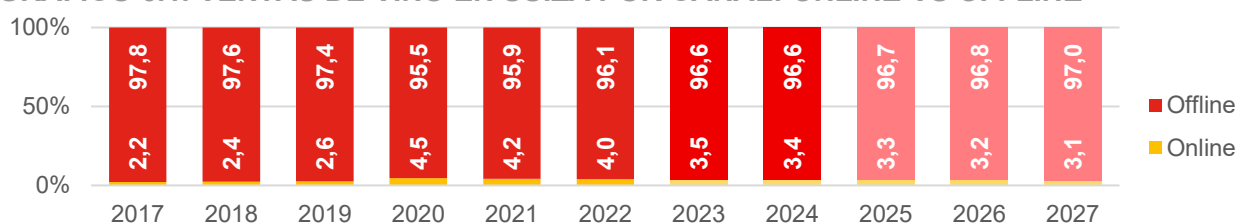
- **Política de concentración en el negocio detallista originario de Migros:** MIGROS inició hace unos años un proceso de reconversión dirigido a la concentración en el negocio detallista no marquista originario. Así, en junio de 2019, el grupo MIGROS decidió vender su cadena de grandes almacenes de lujo con supermercado, GLOBUS, a la *joint venture* formada por el grupo tailandés Central Group y el austriaco Signa. En 2021, el holding suizo Heba Food Holding AG adquirió la empresa del grupo Migros para suministro de gastronomía y colectividades SAVIVA.
- **Estructura piramidal de la importación:** la estructura empresarial de la importación de vinos en Suiza es piramidal, como consecuencia de la posición duopolista de Coop y Denner (Grupo Migros). Ambos grupos se sitúan en la cúspide de dicha pirámide, con alrededor del 42 % de las importaciones de vinos tintos y blancos. Por otro lado, en la base de dicha pirámide, de las más de 2.200 empresas importadoras que existen en la actualidad³⁵, tan solo 14 de ellas (el 0,6 % del total) concentran alrededor del 69 % del total de vino tinto y blanco importado.
- **Relativa importancia de los hipermercados:** al contrario de lo que ocurre en la mayoría de los países europeos, en Suiza no existe un patrón de compra definido en favor de las grandes superficies. Así, los supermercados dominan el mercado suizo en detrimento de los hipermercados, con una superficie agregada total dos o tres veces superior. Un ejemplo ilustrativo de ello es la experiencia del grupo francés Carrefour. Tras varios años de escaso éxito en su intento de establecimiento en Suiza, en el año 2008 decidió retirarse del mercado.
- **Tradición en el canal *convenience*:** el consumidor medio suizo suele realizar sus compras en pequeñas cantidades, lo que favorece que este proceso de compra se de en el casco urbano de las ciudades (muchas veces cerca de la estación de trenes), así como en tiendas ubicadas en los alrededores de su domicilio o lugar de trabajo. Cabe destacar una tendencia creciente de la apuesta por la venta en los nudos de transporte, de nuevo como las estaciones de trenes.
- **Cambios en el tipo de oferta de la gran distribución:** en los últimos años, la presión sobre la distribución especializada y la restauración de nivel medio-alto ha crecido paulatinamente. Un claro ejemplo de ello es la estrategia multicanal de crecimiento seguida por Coop, la cual alcanzó su cénit con el lanzamiento en 2014 de la plataforma digital [Mondovino](#). Esta iniciativa concentra muchas actividades que tradicionalmente han atraído al consumidor especializado: un *e-commerce* especializado, ferias especializadas, seminarios, catas y degustaciones,

³⁵ Resulta posible conocer tanto el número, nombre y ubicación de las empresas importadoras como el volumen de importación de las mismas a través de la publicación anual del reparto del contingente de vinos blancos y tintos, disponible en: https://www.blw.admin.ch/blw/fr/home/markt/einfuhr-von-agrarprodukten/veroeffentlichung-der-zuteilung-der-kontingentsanteile/archiv_veroeffentlichung_der_zuteilung_der_kontingentsanteile_ab_2003.html

enoturismo o incluso la pertenencia a un club de amantes del vino. Esta estrategia ha sido seguida, de forma mucho más modesta, por otros grupos como Denner, Globus o Manor.

- **Reducida importancia de *hard-discounters*:** como consecuencia del perfil *smart shopper* o comprador inteligente del consumidor suizo, las guerras de precios a la baja no son tan eficaces como en el resto de los países vecinos (como, por ejemplo, Alemania).
- **Incursión de las cadenas alemanas ALDI y LIDL como *soft-discounters*:** las cadenas alemanas ALDI y LIDL han logrado implantarse en el mercado suizo (presentes desde los años 2005 y 2009 respectivamente) desvinculándose de las estrategias de los *hard-discounters*, para centrarse en una de precios moderados. Si bien es cierto que sus cifras se sitúan aún lejos de las del duopolio Coop y Migros, sus cifras de importación directa de vinos tranquilos en 2022 los sitúan como el 5º (Aldi) y 6º (Lidl) mayores importadores. La aparición de estos grupos en el mercado suizo supone un incremento de la presión sobre los márgenes en el canal minorista.
- **Dominio del Grupo FENACO en las áreas rurales:** en la Suiza rural, la comercialización de vino está dominada por el Grupo FENACO, el cual, además de comercializar un gran número de vinos suizos, también importa vinos de terceros países a través de su empresa importadora Divino (la cual concentró el 4,5 % del contingente anual en 2022 y es el 4º mayor importador).
- **Importancia del canal *online*:** en el Gráfico 6.1, resulta apreciable un incremento en 2020 a raíz de la pandemia de las ventas *online*, alcanzando un 4,5 % con respecto al total. Aun así, los *marketplaces* internacionales no han tenido una penetración relevante en el sector.

GRÁFICO 6.1. VENTAS DE VINO EN SUIZA POR CANAL: *ONLINE VS OFFLINE*



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Statista³⁶. Las columnas sombreadas son previsiones.

La plataforma más importante de comercialización *online* de vinos en el país helvético es [Flaschenpost.ch](https://flaschenpost.ch), con más de 30.000 referencias, 3.700 de las cuales son vinos españoles de calidad. Si bien vende exclusivamente en formato digital (*pure e-player*), colabora con la distribución tradicional (alrededor de 70 importadores/mayoristas/detallistas) ofreciéndoles una plataforma adicional a sus propios canales de venta. A excepción de Flaschenpost, no existe una gran penetración de otras empresas de distribución *online* sin canal *offline* (*pure e-players*).

- **Otros puntos de venta:** las [ferias monográficas](#) del sector dirigidas a los consumidores constituyen puntos de venta de gran importancia para importadores y distribuidores suizos.

³⁶ Statista. 2023. Sales Channels. Market Insights; Consumers; Alcoholic Drinks; Wine. Disponible en: [Wine - Switzerland | Statista](https://www.statista.com/es/topics/wine-switzerland/)

- **Previsiones:** ante el incremento en la transparencia de los precios, como consecuencia de la creciente importancia del canal de venta *online*, se espera que en los próximos años la presión sobre los márgenes continúe creciendo, de la misma manera que la actividad promocional en las grandes cadenas. Todo ello en un panorama de consumo decreciente.

TABLA 6.1. PRINCIPALES IMPORTADORES-MAYORISTAS, SUMINISTRADORES DE GRAN DISTRIBUCIÓN, CASH&CARRY, CENTRALES DE COMPRAS DE HORECA EN SUIZA

Empresa	Ranking Import 2022	Importador granel/botella	Otras empresas del grupo con venta a detallistas, gastronomía privados
Bataillard	3.º	SI/SI	WYHUS BEMP: abarca todos los segmentos. Venta a restaurantes, particulares y detallistas independientes.
DiVino	4.º	SI/SI	Importador/mayorista del Grupo FENACO: proveedor de otros minoristas y supermercados en zonas rurales.
Vini Bée	13.º	SI/SI	En el cantón de Tesino: restaurantes y detallistas independientes.
Weinkellereien Aarau	8.º	SI/SI	ZÜRCHER MÄCHLER: Venta a restaurantes y detallistas independientes.
Schenk Suisse	23.º	SI/SI	OBRIST: abarca todos los segmentos. Venta <i>online</i> a particulares y comercio especializado.
Scherer & Bühler	17.º	SI/SI	Suministra a Coop, ALDI y LIDL, así como a detallistas independientes.
Weinwelt Schweiz	24.º	SI/SI	
South Wines	11.º	NO/SI	

Fuente: elaboración propia.

6.2. Principales agentes del mercado según *ranking* de importación

A continuación, se analizan los principales agentes del mercado atendiendo a su volumen de importación de vinos blancos y tintos, obtenido a partir de la publicación anual del reparto del contingente. Los importadores aquí descritos actúan como los mayoristas, embotelladores, cadenas detallistas y proveedores al canal HORECA (*cash & carry*) más relevante del mercado.

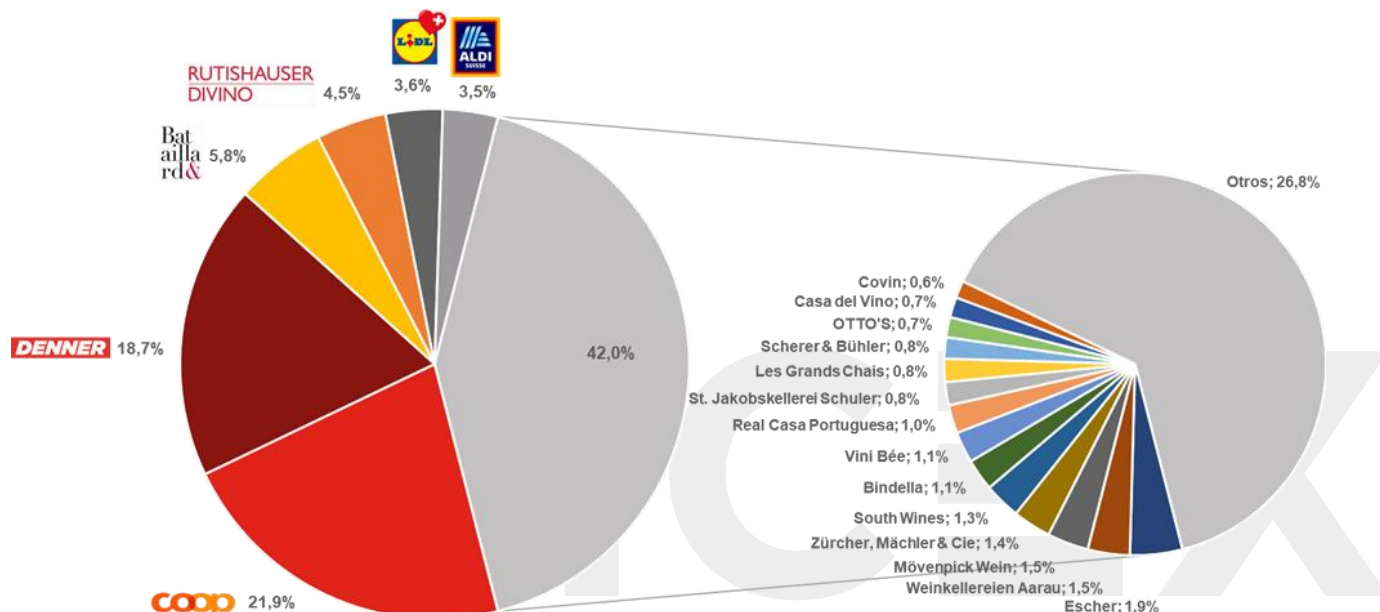
Para conocer el peso real de Coop y Denner en la distribución de vinos en Suiza, se han de tener en consideración que sus volúmenes de venta no sólo incluyen la importación de vinos tranquilos. A estos hay que añadir:

- La importación de vinos espumosos, que no se encuentra sometida a contingente y, por ende, sus cifras no son públicas.
- Los volúmenes de importación gestionados por sus proveedores independientes.
- Las importaciones realizadas por otras empresas del grupo (como los *cash & carry*).

- Las cantidades de vinos suizos comercializadas por ambos grupos.

Con respecto a la facturación total del sector del vino en Suiza, los grupos Coop y Migros (Denner) concentran en torno al 70 % del total. A continuación, se describen los principales importadores por orden de importancia de mayor a menor, según los litros importados dentro de contingente en 2022:

GRÁFICO 6.2. PRINCIPALES IMPORTADORES DE VINOS TRANQUILOS EN SUIZA EN 2024



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la Oficina Federal de Agricultura.

- 1. Coop (23 % y 30,7 millones de litros -ML-):** Con una cuota del 23 %, Coop se sitúa como líder del sector. Cabe destacar que a dicho porcentaje se ha de añadir el peso de otras empresas del grupo que también han importado vinos, como son Casa del Vino (1,1 ML) y, en menor medida, Transgourmet (463.518 L).
- 2. Denner (20,7 % y 27,7 ML):** La oferta *online* de Denner, *discounter* del grupo Migros, resulta algo más limitada que la de Coop, con alrededor de 300 productos. El rango de precios oscila entre 3 y 34 CHF, si bien es cierto que en su canal *online* comercializan también algunos vinos del segmento de lujo.
- 3. DiVino (4,7 % y 6,2 ML):** La empresa DiVino ha incrementado el volumen de sus importaciones en un 15 % con respecto a 2023, y ha aumentado un 0,8 % su cuota de mercado. Se trata de la principal empresa importadora de vinos tranquilos del grupo Fenaco, el cual domina la distribución detallista en la Suiza rural a través de sus cadenas de supermercados Landi y Volg. A su vez, la empresa Volg Weinkellerein, productora de vino y perteneciente al mismo grupo, dispone de venta detallista *online* a través de la marca DiVino.

4. **Bataillard (4,4 % y 5,9 ML):** El mayorista Bataillard ha disminuido ligeramente su volumen de importación de vinos tranquilos con respecto a 2023, aunque sigue manteniendo su cuota, por lo que se consolida como cuarto mayor importador.
5. **Aldi Suiza (4,3 % y 5,7 ML):** A diferencia de Lidl, que, hasta 2019, únicamente ofrecía vinos importados directamente por ellos, Aldi se proveía a su vez de otros importadores, tales como Weinwelt Schweiz, Vini Bée o Schenk. Sin embargo, la política del grupo alemán parece haber cambiado en los últimos años, centrándose cada vez más en la importación directa. A diferencia de Lidl, el volumen de vinos tranquilos importado por Aldi ha aumentado en un millón de litros en comparación con 2023, es decir, un 0,9 % más de cuota. Así, el rango de precios de los vinos comercializados en Aldi se sitúa por debajo de los 20 CHF.
6. **Lidl Suiza (3,6 % y 4,7 ML):** Las importaciones directas de vino de Lidl en Suiza presentan 722.711 L menos que en 2023 (-13 %). Esto le ha supuesto perder una posición en el *ranking* de mayores importadores. Lidl cuenta con una cartera de unas 120 referencias *online*, con una horquilla de precios que oscila entre los 1,49 y los 29,9 CHF.
7. **Weinkellerei Aarau (1,5 % y 1,9 ML):** Se trata de uno de los importadores-mayoristas con mayor tradición e importancia en Suiza, con un posicionamiento estable entre los diez principales importadores suizos. En 2024 la empresa ha importado un 7,3 % menos de vino que en 2023, si bien esto no ha supuesto una pérdida de cuota. Es posible que parte de la importación sea ahora operada por Zürcher, Mächler & Cie, perteneciente a este grupo.
8. **South Wines (1,4 % y 1,8 ML):** Fundada en 2009 por antiguos profesionales de Escher y Uvavins, solo importan vinos embotellados en origen y no provee ni a particulares ni a canal HORECA. Entre las marcas estrella de su cartera se encuentran Martín Codax, Protos y Bodegas Valdemar, así como las marcas italianas Pasqua, Fantini y Feudo Arancio. Tanto sus importaciones como su cuota se mantienen estables entre 2023 y 2024.
9. **Mövenpick Wein (1,4 % y 1,8 ML):** Actúa como importador, mayorista y minorista. Cuenta con una cadena de vinotecas con 28 puntos de venta y la propiedad de la bodega suiza Staatskellerei Zürich. Entre las más de 1.200 referencias que comercializa, se encuentran Vega Sicilia y Mondavi, entre otras muchas. En 2024 su cuota ha caído en un 0,1 %, sin apenas variaciones en su peso en el mercado.
10. **Zürcher, Mächler & Cie (1,3 % y 1,7 ML):** el grupo Zürcher, Mächler & Cie, perteneciente a Weinkellerei Aarau, ha incrementado su volumen de importaciones en 26.828 litros en un año, subiendo tres puestos en el *ranking* de mayores importadores.
11. **Escher (1,2 % y 1,6 ML):** Tras diez años registrando unas cifras de importación relativamente discretas, en 2018 estas incrementaron un 155 %. En 2024, importó 548.441 litros menos que en 2023, lo cual ha disminuido su cuota en 0,4 %.
12. **Bindella (1,2 % y 1,6 ML):** Bindella fue el primer importador de Chianti en Suiza, así como el importador en exclusividad del grupo español Torres, que actualmente colabora con

Globalwine. En la actualidad posee diferentes bodegas suizas, así como una potente red de restaurantes. El volumen de sus importaciones se ha mantenido.

- 13. Real Casa Portuguesa (1,0 % y 1,3 ML):** Se trata de un agente relativamente nuevo en el mercado (operan desde 2012) y se encuentran especializados en la importación tanto de vinos como de alimentos procedentes de Portugal. La fuerte presencia en Suiza de emigrantes portugueses (2,9 % del total) ha propiciado el rápido auge de esta firma. Su oferta se centra en vino tinto (73 %) y cuenta con en torno a 240 referencias con precios entre 3 y 45 CHF. Entre 2023 y 2024 ha importado un 31,5 % menos, con un 0,4 % menos en su cuota de mercado.
- 14. Vini Bée (0,9% y 1,2 ML):** Su actividad se remonta a 1950, siendo uno de los importadores más destacados de Suiza. Importan tanto vino a granel, que posteriormente embotellan, como vino envasado en origen, especialmente procedente de Italia. Su clientela se concentra en la gran distribución minorista y los *cash & carry*. En 2024 importó 281.000 litros menos que un año antes.
- 15. Les Grands Chais (0,8 % y 1,1 ML):** Fundada en 2006, tradicionalmente sus volúmenes de importación habían presentado una tendencia creciente estable, apoyándose principalmente en vino tinto. En 2024 la compañía importó un 2,1 % más que en 2023, manteniendo la cuota.
- 16. OTTO'S (0,8 % y 1,0 ML):** Se trata de un *discounter* que engloba productos tanto alimentarios como no alimentarios. Su irrupción en el mercado suizo fue muy rápida, y en 2024 ha importado un 8,6 % más que en 2023, con una subida de 0,1 puntos porcentuales en su cuota. Su penetración en el mercado sigue una política de *marketing* muy agresiva, publicando en su página *online* el precio de venta de sus competidores. En su oferta resulta posible encontrar desde vinos de segmento muy bajo (2 CHF/botella) hasta marcas de reconocido prestigio (200 CHF/botella), cuyos representantes en Suiza suelen ser importadores especializados en productos nicho.
- 17. Scherer & Bühler (0,7 % y 0,9 ML):** Dispone de una larga tradición en el mercado suizo como importador mayorista y productor. Entre sus clientes se encuentran tanto gran distribución como detallistas independientes. Entre 2023 y 2024 importó un 3,75 % más en volumen, al recuperarse de pasados años con tendencia decreciente.
- 18. Casa del Vino (0,7 % y 0,9 ML):** Desde 2020 y bajo la denominación Casa del Vino, se agrupan 3 destacadas empresas importadoras-distribuidoras suizas de vino de calidad que fueron absorbidas por el grupo Coop (Transgourmet) en 2017: Casa del Vino, especializada en vino español del segmento alto, Zanini Vinattieri, especialista en Merlot del Tesino y espumosos italianos, y el proveedor de gama completa Weinkellerei Riegger. Su volumen de importación ha disminuido un 15 % con respecto a 2023, conservando su cuota de mercado.
- 19. St. Jakobsellerei Schuler (0,7 % y 0,9 ML):** Actúa como importador-minorista y es uno de los principales actores de venta *online* en el país. Posee una cadena de venta minorista con 14 puntos de venta, así como restaurantes. Su vino español de distintas procedencias se distribuye, principalmente, con su marca propia Don Pascual.

20. Schenk Suisse S.A (0,6 % y 0,8 ML): Uno de los principales importadores y distribuidores de vinos en Suiza, con una sólida trayectoria en el mercado. La empresa se especializa en la importación de vinos de alta calidad, especialmente de Francia, Italia y España.

6.3. Grandes almacenes con supermercado

TABLA 6.2. GRANDES ALMACENES CON SUPERMERCADO EN SUIZA

Nombre	Grupo	Puntos de venta	Segmento	Importación
Globus	Central Group & Signa	13	Muy alto	Importación directa y a través de importadores mayoristas y detallistas de distinto tamaño. Tienda de vino <i>online</i> con en torno a 125 referencias españolas.
Manor	Manor	59	Alto y medio-alto	Importación directa y a través de importadores mayoristas y detallistas de distinto tamaño. Cuenta con un total de 27 supermercados. Tienda de vino <i>online</i> con en torno a 150 referencias españolas.
Loeb	Loeb	3	Medio-alto	Sin venta <i>online</i>
Jelmoli		1	Muy alto	Sector vitivinícola asumido por Mövenpick (<i>shop in shop</i>). Desparecerá en 2024.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la consultora GfK.

6.4. Cadena de *convenience stores*

El término *convenience stores* se refiere a todos aquellos puntos de venta ubicados en lugares de gran tránsito de personas, las cuales proporcionan al consumidor la posibilidad de realizar sus compras fuera del horario comercial (incluyendo sábados y domingos)³⁷, tales como tiendas en estaciones de trenes, aeropuertos, quioscos o gasolineras.

Esta modalidad de compra está al alza. Su éxito se debe principalmente a la amplitud de sus horarios, la posibilidad de *pick up* (es decir, de recoger la compra en el establecimiento sin necesidad de esperar colas) y su conveniente ubicación.

Suiza es el país del mundo en el que sus habitantes utilizan más el tren, con alrededor de 2.400 km por persona al año³⁸. Este hecho añadido a que las estaciones de tren se encuentran en el centro de las ciudades, hacen del canal *convenience* un servicio muy utilizado por el consumidor suizo.

³⁷ El horario comercial en Suiza resulta bastante limitado. En la mayoría de puntos de venta, el horario es de lunes a viernes de 8:00-8:30 a 18:30-19:00 y sábados hasta las 16:00-17:00 h.

³⁸ Departamento Federal de Asuntos Exteriores. 2023. Transport – Facts and figures. Disponible en: [Transport – Facts and Figures](#)

Tanto es así que, según la consultora GFK, el 11 % de la facturación alimentaria se realiza a través de este canal de venta. En los últimos años, la venta *convenience* y vía *online* están siendo los dos grandes motores de crecimiento de los grandes grupos de distribución (Coop y Migros).

TABLA 6.3. CADENAS DE CONVENIENCE STORES EN SUIZA, 2023

Cadena	Grupo	Puntos de venta	Observaciones
Volg-Gruppe	Fenaco	586	
Migros Convenience Stores	Migros	367	Ofrecen servicio <i>pick up</i> desde enero de 2015 para compras realizadas vía <i>online</i> del Grupo Migros
Coop Pronto	Coop	319	
Valora Convenience Stores	Valora	164	
BP	BP	156	
Agrola	Fenaco	132	
Eni Suisse	Eni Suisse	126	
Socar	Socar	114	
Avia	Avia	107	
Tamoil	OilInvest	104	
Shell	Shell	92	
Ruedi Rüsel	Moveri	30	
Spar Express	Spar	28	
Jubin	Jubin Frères	26	
City	-	20	Tiendas independientes y colaboración con gasolineras
Coop to go	Coop	15	
Otros		13	
Villars Holding	Villars Holding	10	
Manora Fresh to go	Manora	2	Tiendas independientes y colaboración con gasolineras
Spurt		2	
Top Shop			
Denner Express	Migros		
TOTAL		2.413	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la consultora GFK.

6.5. Vinotecas independientes

Dentro del segmento *premium* o alto, de entre todos los importadores aquí presentes (fundamentalmente con volúmenes de importación situados entre los 100.000 y el millón de litros) cabe destacar cadenas independientes como [Mövenpick](#) y [Schuler](#), ambos importadores directos. Otras cadenas relevantes son [Zweifel 1898](#) y la cadena española [Lavinia](#), la cual abrió hace algunos años una vinoteca con restaurante en Ginebra.

TABLA 6.4. CADENAS DETALLISTAS CON PRESENCIA EN SUIZA.

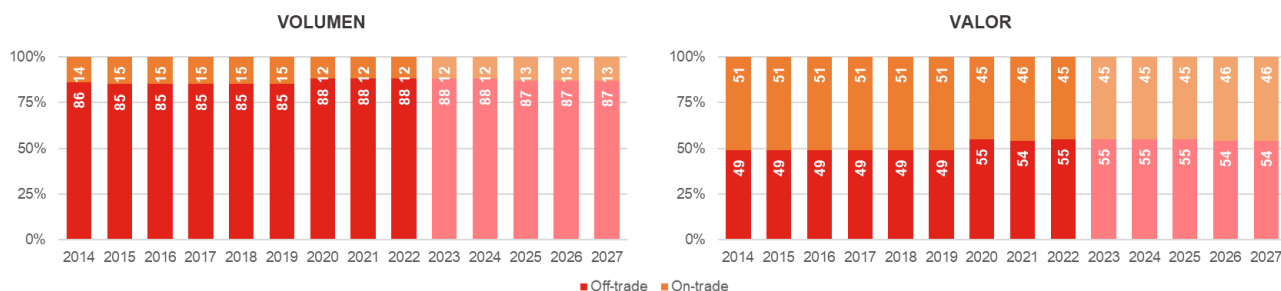
Empresa matriz	Puntos de venta	Observaciones
Mövenpick	26	Importador, minorista.
Schuler	15	Importador, minorista y dirigido a restaurantes. Marca propia en vinos españoles: «Don Pascual».
Zweifel 1898	3	Importador, mayorista (restauración Zúrich) y minorista. Pertenece al Grupo Zweifel, el cual domina el mercado del <i>snack</i> (fundamentalmente patatas <i>chips</i>) con el 65 % de cuota de mercado.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la consultora GfK.

6.6. Canal HORECA

En los últimos años, resulta apreciable un estancamiento en las ventas en el canal HORECA, como consecuencia de la reducción del consumo en restauración. Resulta interesante señalar que, tal y como se observa en el Gráfico 6.3, las ventas de vino en el canal HORECA (*on-trade*) han perdido cuota de mercado en los últimos años, coincidiendo con la crisis sanitaria del covid-19. Cabe destacar que, como resultado de los altos márgenes para el vino dentro del canal *on-trade*, las ventas de vino *off-trade* o venta minorista en volumen alcancen una cuota del 88 %, mientras que en términos monetarios tan solo se traduzcan en un 55 %.

GRÁFICO 6.3. CONSUMO DE VINO EN SUIZA POR CANAL DE VENTA



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de Statista Market Insights.

El suministro destinado a este canal está dominado por las cadenas *Cash&Carry*, especialmente para la restauración del segmento medio y bajo. La empresa líder es Transgourmet, perteneciente al Grupo Coop, seguida a gran distancia por Saviva. Esta última fue vendida en 2021 por el Grupo Migros en su proceso de reconversión (regreso al modelo de negocio detallista originario) y ahora pertenece al *holding* suizo Heba Food Holding AG.

Aun así, las grandes cadenas de restaurantes gestionan su oferta de vinos a través de importación directa y/o de grandes importadores y mayoristas. En el caso del segmento medio-alto las compras de vinos suelen realizarse por medio de importadores, mayoristas y minoristas especializados, los cuales suelen tener unos volúmenes de ventas de entre 100.000 y 1.000.000 L.

TABLA 6.5. CADENAS CASH&CARRY CON PRESENCIA EN SUIZA.

Empresa matriz	Grupo	Puntos de venta	M ²	Facturación (Mill. CHF)
Transgourmet	Coop	31	123.420	1.598
Saviva	Heba Food Holding AG	14	75.000	378
Spar	Spar	11	44.250	290

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos de la consultora GfK.

7. Acceso al mercado – Barreras

7.1. Régimen de importación y gravámenes

En Suiza, la importación de vinos se encuentra gravada tanto por aranceles e IVA como por tasa de monopolio y de tara, en ciertos casos.

En lo que a importación de vino respecta, pese a la ya mencionada existencia de aranceles, existe un alto grado de liberalización en comparación con la mayoría de los productos agroalimentarios. Esto se debe a la existencia de un contingente anual para vinos naturales tintos, blancos y rosados, que permite a los importadores autorizados la importación de vino a un arancel inferior.

7.2. Contingente para los vinos tintos, blancos y rosados

Así, el contingente únicamente se aplica a los vinos tintos, blancos y rosados, pero no a los espumosos, dulces o industriales. En 2024, el contingente anual, distribuido según la modalidad *first in, first served*, se fijó en 170 ML y, al igual que desde hace más de una década, este no se agotó (véase [este](#) enlace). Por tanto, resulta evidente que esta medida tiene un carácter preventivo.

El organismo encargado de la gestión del contingente es la propia aduana suiza, la cual publica diariamente actualizaciones sobre el estado de este (disponibles en [este](#) enlace).

Para poder beneficiarse del arancel reducido dentro de contingente, resulta necesario obtener la pertinente autorización expedida por la sección de Importación y Exportaciones de la Oficina Federal de Agricultura. Cualquier empresa con sede en Suiza, que se encuentre inscrita en el registro de la [Comisión Federal del Control del Comercio de Vinos](#) y tenga un «permiso de importación general» (*Generaleinfuhrbewilligung*) puede ser beneficiaria de dicha autorización³⁹. Con más de 2.000 empresas beneficiarias, resulta evidente que, hoy en día, la obtención de esta autorización no resulta demasiado complicada.

7.3. Aranceles

Existen distintos factores que influyen en el arancel aplicable: tipo de vino, envase, derecho a contingente, destino final o graduación alcohólica son los más relevantes. Los aranceles son específicos, es decir, se calculan sobre el peso de la mercancía y, por ende, perjudican a los vinos de bajo precio. A continuación, se desglosan las principales posiciones arancelarias:

³⁹ Para más información al respecto, no dude en ponerse en contacto con la Oficina Económica y Comercial de España en Berna.

TABLA 7.1. POSICIONES ARANCELARIAS TARES PARA VINOS

Expresado en francos suizos (CHF) por cada 100 kilogramos brutos.

Tipo de vino	Envase	Graduación alcohólica / capacidad del envase	Dentro de contingente	Fuera de contingente
Vino tinto	Envase ≤ 2L	Botella/envase ≤ 1L	50 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.2141)	2,45 CHF/L (p.a. 2204.2149)
		Botella/envase 1L < X ≤ 2L	34 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.2131)	2,42 CHF/L (p.a. 2204.2139)
	2L < Envase ≤ 10L	Alcohol > 13 %	42 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.2231)	1,08 CHF/L (p.a. 2204.2239)
		Alcohol ≤ 13 %	34 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.2232)	
	Granel o envase > 10L	Alcohol > 13 %	42 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.2933)	1,08 CHF/L (p.a. 2204.2938)
		Alcohol ≤ 13 %	34 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.2934)	
Vino blanco	Envase ≤ 2L		50 CHF/100kg bruto UE: 0 CHF/100kg bruto ⁴⁰ (p.a. 2204.2121)	3 CHF/L (p.a. 2204.2129)
	2L > Envase ≤ 10L	Alcohol > 13 %	46 CHF/100kg bruto UE: 0 CHF/100kg bruto ⁴¹ (p.a. 2204.2221)	3,27 CHF/L (p.a. 2204.2229)
		Alcohol ≤ 13 %	34 CHF/100kg bruto UE: 0 CHF/100kg bruto ⁴² (p.a. 2204.2222)	
	Granel o envase > 10L	Alcohol > 13 %	46 CHF/100kg bruto UE: 0 CHF/100kg bruto ⁴³ (p.a. 2204.2923)	3,27 CHF/L (p.a. 2204.2928)
		Alcohol ≤ 13 %	34 CHF/100kg bruto UE: 0 CHF/100kg bruto ⁴⁴ (p.a. 2204.2924)	
Vino espumoso			91 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.1000)	
Vino dulce, especialidades y mistelas para consumo	Envase ≤ 2L		25 CHF/100kg bruto UE: 8,5 CHF/100kg bruto ⁴⁵ (p.a. 2204.2150)	
	Granel o envase > 10L		25,5 CHF/100kg bruto UE: 8,5 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.2960)	

⁴⁰ 0 CHF/100kg bruto para el Retsina, dentro de los límites del [contingente arancelario preferencial nº116](#). 50.000L libres de arancel.

⁴¹ 0 CHF/100kg bruto para el Retsina, dentro de los límites del [contingente arancelario preferencial nº116](#). 50.000L libres de arancel.

⁴² 0 CHF/100kg bruto para el Retsina, dentro de los límites del [contingente arancelario preferencial nº116](#). 50.000L libres de arancel.

⁴³ 0 CHF/100kg bruto para el Retsina, dentro de los límites del [contingente arancelario preferencial nº116](#). 50.000L libres de arancel.

⁴⁴ 0 CHF/100kg bruto para el Retsina, dentro de los límites del [contingente arancelario preferencial nº116](#). 50.000L libres de arancel.

⁴⁵ 0 CHF/100kg bruto para el DOP Porto, dentro de los límites del [contingente arancelario preferencial nº115](#). 100.000L libres de arancel.

Tipo de vino	Envase	Graduación alcohólica / capacidad del envase	Dentro de contingente	Fuera de contingente
Vino industrial ⁴⁶	Destinado a la fabricación de bebidas alcohólicas	Tinto	29 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.2944 / 2204.2242)	
		Blanco	29 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.2943 / 2204.2241)	
	Destinado a uso industrial distinto de bebidas alcohólicas	Tinto	4 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.2944 / 2204.2242)	
		Blanco	4 CHF/100kg bruto (p.a. 2204.2943 / 2204.2241)	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del sistema Tares de la Aduana suiza.

7.4. Otros gravámenes e impuestos

Tasa de monopolio: se trata de una tasa sobre el alcohol que, en virtud de la Ley sobre el Alcohol, grava determinados productos alcohólicos.

Exenciones:

- Productos alcohólicos obtenidos exclusivamente por fermentación, siempre y cuando el contenido alcohólico no contenga alcohol etílico y no supere:
 - El 15 % del volumen en el caso de los vinos naturales.
 - El 18 % del volumen en el caso de algunos vinos dulces.
- Aquellos vinos dulces que, no conteniendo alcohol etílico, su volumen alcohólico se sitúe entre el 15 % y el 18 % y tengan un contenido de azúcar de mínimo 45g/l.

El resto de las mercancías de la partida arancelaria 2204 se encuentran gravados por la tasa de alcohol normal (si el volumen de alcohol supera el 22 %) o reducida (si no superase dicho 22 %):

- Tasa de alcohol normal: 29 CHF/litro de 100 % alcohol.
- Tasa de alcohol reducida: 14,5 CHF/litro de 100 % alcohol.

Tara adicional: la base imponible de los gravámenes arancelarios engloba tanto el peso neto del producto como el de su embalaje, envase y el soporte utilizado durante su transporte.

Pese a ello, si la mercancía no estuviera embalada (o lo estuviese insuficientemente) para evitar daños durante el transporte, la Aduana suiza se reserva la potestad para aplicarle al peso bruto la denominada tara adicional, la cual supone un 10 % del peso neto.

⁴⁶ Los vinos para uso industrial no pueden ser comercializados como vinos de mesa, debiendo el importador justificar el destino.

IVA: el IVA de importación aplicable al vino a partir del 1 de enero de 2024 es del 8,1 %⁴⁷. La base imponible incluye el valor de la mercancía, el transporte, el seguro y los gravámenes aduaneros.

7.5. Legislación básica y normativa aplicable

Desde el año 2006, se ha producido un proceso de armonización de la normativa de Suiza con la de la UE. A continuación, se adjuntan algunas de las páginas web más relevantes al respecto:

- Reglamento del 14 de noviembre de 2007, sobre la viticultura y la importación de vino: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2007/833/fr>
- Ley Federal del 29 de abril de 1998 sobre la agricultura (LAgr): https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1998/3033_3033_3033/fr
- Reglamento sobre bebidas alcohólicas, que desarrolla el Reglamento de productos alimentarios del 23 de noviembre de 2005: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2013/839/fr>
- Acuerdo del 21 de junio de 1999 entre Suiza y la Unión Europea relativo al comercio de productos agrícolas: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2002/323/fr>
- Reglamento del DFI sobre el etiquetado y la publicidad de los productos alimentarios (OEDAI): <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2005/805/fr>
- Reglamento del DFI sobre las sustancias extrañas y los componentes de los productos alimentarios (OSEC): <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2017/151/fr>
- Reglamento sobre los aditivos admitidos en los productos alimentarios (OAdd): <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2013/842/fr>
- Acuerdo del 3 de abril de 2001 que establece la creación de la Organización Internacional de la viña y el vino: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2004/584/fr>

7.6. Envase y etiquetado

En Suiza no existe normativa alguna que regule los envases de vino, a excepción de la prohibición de comercialización de botellas de vino con cápsulas de plomo. El reglamento sobre envases y embalajes de 5 de julio del 2000 establece el devengo de una tasa de eliminación anticipada de los envases de vidrio para bebidas. Dicha tasa resulta proporcional al volumen de la botella y se carga al importador suizo de la mercancía. Pese a ello, si el volumen de importación resulta inferior a las 1.000 botellas por semestre, el importador en cuestión no deberá abonar ninguna tasa.

⁴⁷ Antes del 1 de enero de 2024, el tipo aplicable era del 7,7 %. Para más información al respecto, véase: www.estv.admin.ch/



TABLA 7.2. TASAS POR ENVASE DE VIDRIO PARA BEBIDAS

Volumen máximo de la botella	Tasas a partir de 1.000 botellas/semestre
< 0,09 litros	Exento
0,09 hasta 0,33 litros	0,02 CHF/Botella
0,34 hasta 0,60 litros	0,04 CHF/Botella
> 0,60 litros	0,06 CHF/Botella

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de [Vetroswiss](#), a fecha 14 de diciembre de 2023.

Finalmente, en relación con el etiquetado, desde el 1 de enero de 2006 resulta de aplicación la normativa de la UE. Para más información, véase la Sección 3ª del [Reglamento 817.022.110](#).

icex

8. Perspectivas y oportunidades del sector

A continuación, se analiza la situación del mercado vinícola suizo en relación tanto con las perspectivas esperadas del sector como con las oportunidades existentes en el mismo para la empresa española. Para ello, se hace uso del siguiente **análisis DAFO**:

Debilidades

Mercado pequeño dividido en cuatro regiones idiomáticas: salvo en el caso de las grandes empresas importadoras, mayoristas y/o detallistas, los importadores se concentran exclusivamente en alguna de las zonas idiomáticas.

Arraigada y fuerte presencia de los principales competidores de la oferta española, Francia e Italia, países limítrofes con Suiza

Fuerte oligopolio en la distribución, cuyas decisiones determinan las cuotas de mercado de importación, y, que, ante la ausencia de una competencia más fuerte, tienden a perpetuar su oferta.

Alto número de bodegas españolas presentes en el mercado, por lo que la media del volumen exportado es muy reducida.

Amenazas

Fortalecimiento de la oferta nacional: según SwissWine, la presencia de los vinos suizos en la gran distribución (Coop, Denner, Manor, Globus, Spar, Volg y Landi) se mantiene estable con un 27,8 % de cuota⁴⁸, con un aumento de un 0,6% en valor y una disminución de un 11,9 % en volumen, mientras que los vinos extranjeros disminuyeron un 11,7 % en volumen y un 1,9 % en valor. Aun así, evidentemente la oferta nacional resulta insuficiente para satisfacer la demanda del mercado.

Cambios en los hábitos de consumo: a pesar de la tendencia decreciente en el consumo de vino a nivel internacional, en el mercado suizo esta resulta menos acusada. Las variaciones en los hábitos de consumo obligan al sector a adaptarse. Una muestra de ello es el creciente interés por vinos con una menor graduación alcohólica o, directamente, sin alcohol.

Compras transfronterizas: como consecuencia de los elevados precios suizos, los habitantes de las regiones suizas limítrofes con Francia, Alemania, Italia o Austria aprovechan esta cercanía geográfica para realizar compras a precios asequibles y con un tipo de cambio EUR/CHF favorable.

⁴⁸ SwissWine. 2023. Les parts de marché des vins suisses en grande distribution sont stables et augmentent dans les autres canaux. Disponible en: [swisswine.ch](https://www.swisswine.ch)

Fuerte presión sobre márgenes y precios. El incremento de la transparencia de precios (venta *online*), el creciente turismo de compras en países limítrofes, el aumento de cuota de los grandes grupos, el creciente recurso a campañas de promoción o la incursión de cadenas *discounter* alemanas, son algunas de las razones que motivan la creciente presión sobre márgenes y precios, que transformará la dinámica del mercado en los próximos años.

Cambios regulatorios: propuestas como la nueva Ley de Salud Pública 2023 de Irlanda, que obliga a informar sobre los perjuicios del consumo de alcohol en la etiqueta de las botellas comercializadas en el país⁴⁹; las de la fundación suiza de adicciones (*Stiftung Sucht Schweiz*) a favor del establecimiento de un precio mínimo que encarezca su consumo o una prohibición nacional de venta nocturna de alcohol, son algunas de las amenazas en forma de cambios normativos que afronta el sector. Estas han encontrado apoyos en partidos como *die Grünen* (los Verdes), mientras que otros como el FDP, más liberal, tilda estas medidas de «sobreprotectoras y paternalistas»⁵⁰.

Fortalezas

Suiza se presenta al exportador español de vinos como un mercado de gran atractivo: el consumo de vino es todavía elevado (aunque se encuentre en descenso); la importación representa una parte importante del consumo total; los precios medios se posicionan entre los más altos dentro de los mercados de destino y los vinos españoles están relativamente bien situados.

Oferta nacional insuficiente: el mercado suizo es muy atractivo para las bodegas exportadoras españolas. Como ya se ha analizado anteriormente, esto se debe, entre otros factores, a que el consumo de vino en el país helvético continúa siendo elevado (pese al descenso generalizado en el sector), los precios de venta aseguran un margen comercial alto y la demanda suiza se cubre en gran parte con producto de importación. Sin embargo, el mercado presenta cierta complejidad, ya que dichas características atraen el interés de la inmensa mayoría de países productores.

Oportunidades

Tendencias actuales y otros nichos: es el caso especialmente de los vinos ecológicos, espumosos (frescos y afrutados), blancos (con cierta acidez, moderados en alcohol y afrutados), rosados y sin alcohol. La ya mencionada «nueva ola de la ley seca», pese a suponer un escollo importante para todo el sector, abre una nueva ventana de oportunidad hacia la comercialización de variedades de vino con menor graduación alcohólica o, incluso, sin alcohol. Cabe destacar la aparición de otros nichos, como los vinos veganos, naturales y «orange wines», si bien estos últimos quedan circunscritos a un reducido grupo de consumidores.

Cuidado del segmento joven: el segmento de consumidores más joven conoce y valora los vinos procedentes de España. Así, se presenta como una oportunidad para las bodegas españolas el saber acompañar a dichos consumidores en su proceso de madurez, para evitar que la elección del vino español solamente se deba a una menor capacidad económica.

⁴⁹ Vinetur. 12 de junio de 2023. Así es la polémica etiqueta irlandesa que genera indignación. Disponible en: vinetur.com

⁵⁰ 20 Minuten. 27 de junio de 2023. Warnhinweise: Alkohol bald so out wie Tabak? Pág. 2 Versión digital disponible en: [20 Minuten](https://www.20minuten.ch)

9. Información práctica

9.1. Ferias del sector

Al contrario que en sus países vecinos, en Suiza no existe ninguna feria dirigida exclusivamente a búsqueda de distribución. Por tanto, normalmente los profesionales suizos del sector suelen acudir a otras ferias europeas como [ProWein](#) (Alemania), [Vinexpo](#) (Francia), [VinItaly](#) (Italia), [Fenavin](#) (España), [Barcelona Wine Week](#) (España) o [Millésime Bio](#) (Francia). La única feria de carácter profesional en Suiza donde el vino está presente es [IGEHO](#), dirigida a gastronomía, celebrada cada dos años. La representación del vino es exigua y básicamente a través de distribuidor o productor suizo.

Pese a todo, en Suiza son habituales las ferias dirigidas al consumidor final, las cuales funcionan a modo de puntos de venta. Destaca por su importancia, dentro de este tipo de ferias, **Expovina**. Esta feria nacional se celebra en Zúrich anualmente en el mes de noviembre y participan alrededor de 120 expositores con 4.000 referencias. Para participar es necesario ser empresa suiza y tener venta directa al consumidor. Además de la ya mencionada Expovina, también cabe destacar a su vez las ferias [Bernar Weinmesse](#), [Weinfestival Basel](#) y [Arvinis](#), esta última dirigida a la industria del vino.

Nombre:	EXPOVINA
Próxima edición:	Primavera: abril / Weinschiff: noviembre
Periodicidad:	Bianual
Ubicación:	Zúrich, Suiza – Bürkliplatz & PULS 5
Web / contacto:	https://www.expovina.ch/
Descripción:	Orientada al consumidor particular y, en menor medida, al canal HORECA suizo. Expovina celebra tres eventos anuales: Weinschiff (70ª Edición. Noviembre), Primavera (19ª Edición. Abril) y el concurso Wine Trophy (desde 1983. Julio)



9.2. Asociaciones profesionales

- L'Association Suisse des Sommeliers Professionnels ([ASSP](#)).
- Union Suisse des Oenologues ([USOE](#)).
- L'Association Nationale des Amis du Vin ([ANAV](#)).
- L'Association Suisse du Commerce des Vins ([ASCV-VSW](#)).
- SwissWine ([enlace a su página web](#)).
- Vinea ([enlace a su página web](#)).

9.3. Publicaciones del sector

Revistas	Público objetivo	Periodicidad	Edición en	Observaciones
<u>Schweizerische Weinzeitung</u>	Comerciantes del sector del vino	Mensual	Alemán	
<u>Schweizerische Zeitschrift für Obst und Weinbau</u>	Productores de fruta y vino	Mensual	Alemán	Revista del Instituto Federal de Investigación de Wädenswil
<u>Hotellerie Gastronomie Verlag</u>	Hostelería y gastronomía en Suiza. Segmento medio-alto y alto	Semanal	Alemán y francés	
<u>HTR</u>	Sector del turismo, hostelería y restauración	Bisemanal	Alemán y francés	
<u>Salz und Pfeffer</u>	Gastronomía y consumidor último	Bimensual	Alemán	
<u>Vinum Schweiz</u>	Consumidor especializado en vinos	Mensual	Alemán y francés	
<u>Weinwisser Konradin Selection GmbH</u>	Consumidor muy especializado (80%) y profesionales	Mensual		Descripciones de vinos y puntuaciones

Además de las revistas ya mencionadas, el vino también ocupa un apartado importante en las revistas suizas dirigidas al consumidor último sobre gastronomía y viajes, como [Falstaff](#), [La Tavola](#) (segmento alto) o [Marmite](#).

9.4. Recomendaciones para el exportador

Fase previa al contacto:

En primer lugar, se ha de recabar toda la información necesaria sobre el mercado suizo, tal como principales actores, idiosincrasia del mismo, posicionamiento de la competencia y *storecheck* o estudio de precios *online*. Para ello, se recomienda el uso de las siguientes herramientas:

- **Identificación de importadores:** resulta posible detectar a los importadores más interesantes para cada bodega a través de la publicación anual de reparto de contingente. De esta manera, no solo se puede conocer quiénes son, sino también las cantidades que han importado. Con respecto a la información de contacto, esta puede encontrarse en la web de [l'Association Suisse du Commerce des Vins](#) o directamente en Google.
- **Análisis del mercado:** con el objetivo de conocer qué otras bodegas españolas tienen presencia en el mercado suizo, así como sus precios y su posicionamiento, resulta conveniente ver el [catálogo de la exposición anual de vinos españoles en Suiza](#) que organiza la Oficina Económica y Comercial de Berna.

Otra herramienta con la que poder realizar ese análisis es el *marketplace* de [Flaschenpost](#), el cual ofrece una gran variedad de filtros y criterios de búsqueda con los que poder comparar.

En esta plataforma se referencian más de 3.700 vinos españoles. A diferencia de otros *marketplaces*, no se da a conocer la empresa suiza que importa el vino.

- **Conocimiento del idioma:** resulta conveniente conocer el idioma del importador, ya sea francés, alemán o italiano, en función del cantón. En las grandes empresas suizas el inglés también es una opción.

Por último, también resulta conveniente interesarse por los costes de transporte, aduanas y otras tasas, ya descritas parcialmente en los [apartados 5 «Precios»](#) y [8 «Acceso al mercado y barreras»](#) de este mismo estudio.

Fase de toma de contacto:

En primer lugar, con respecto al trato en Suiza, en el ámbito de los negocios, el tuteo está totalmente desaconsejado. **Siempre de usted** y nunca por el nombre de pila.

La fase de contacto es un **proceso largo y complejo**. Como consecuencia del gran interés a nivel mundial en el mercado suizo, los importadores y distribuidores suizos reciben ofertas procedentes de todo el mundo, lo que complica la coordinación de agendas. A esto ha de añadirse sus continuas visitas a ferias o proveedores en los países de producción.

Todo ello, añadido a que en Suiza los *marketplaces* B2B (como [Global Wines](#)) no tienen un especial arraigo, se recomienda al exportador:

- Tratar de **agendar reuniones en ferias internacionales** de renombre a las que vayan a asistir a través de *mailings* previos⁵¹. Las más relevantes a nivel mundial son: [ProWein](#) (Alemania), [Vinexpo](#) (Francia) y [VinItaly](#) (Italia). En los últimos años, [Fenavin](#) y la [Barcelona Wine Week](#) (España) está cobrando cada vez más importancia. En el caso de los vinos ecológicos, [Millèsime Bio](#) es una de las más visitadas.
- Participar en la **feria de búsqueda de distribuidor organizada por la Oficina Económica y Comercial de España en Suiza**. Para más información al respecto, se recomienda ponerse en contacto con la propia Oficina o a través del buscador de [Food & Wines from Spain](#).
- En todos estos eventos, se recomienda **remarcar el posicionamiento de marca en España y otros mercados internacionales** (especialmente Reino Unido y EE. UU.). Si se tiene presencia en tiendas o restaurantes de prestigio, resulta conveniente hacer alusión a ello, ya que el importador suizo está acostumbrado a viajar a España y, por lo tanto, conoce perfectamente dichas referencias.
- **Hacer alusión a:**

⁵¹ Resulta conveniente que las presentaciones vía telemática sean escuetas y profesionales. La tasa de respuesta no es demasiado elevada, por lo que en muchas ocasiones se deberá insistir.

- Resaltar las cualidades más buscadas por el consumidor suizo: vinos autóctonos, modernos, identificables con el *terroir* y uvas específicas, con cierta crianza, pero sin exceso de madera.
- Certificaciones, premios y puntuaciones recibidos (por ejemplo, Peñín, Parker o Tanzer).
- Experiencias previas en comercio exterior.
- Controles de calidad.
- Trazabilidad.

Fase de toma de decisiones:

Por último, resulta recomendable **recopilar toda la información oportuna** sobre el posible socio comercial: volumen de ventas, regiones cubiertas, uso o no de redistribuidores, capacidad de soporte en acciones de promoción, así como comprobar *in situ* todos esos factores.

No se aconseja comprometerse de inmediato, aunque sí **mostrar un gran interés por llegar a un acuerdo**. Dicho interés implica el cumplimiento con los plazos acordados para el envío de muestras, con los márgenes comerciales y demás aspectos.

Para ello, la mejor forma de evitar posibles inconvenientes es la **firma de un precontrato**, que fije de manera clara y sencilla los términos de la relación comercial, así como un **seguro**, con alguna empresa como CESCE.

Es conveniente incluir en dicho contrato una serie de **reuniones presenciales periódicas**, para poder comprobar el desempeño del importador en acciones promocionales o al tratar con clientes.

Por último, se ha de **diseñar una buena política de comunicación**, de cara al consumidor final. En muchas ocasiones, se tiende a asumir que el consumidor extranjero dispone del mismo conocimiento del vino español que los propios españoles y, en muchas ocasiones, esto no es así. De no especificarse de una manera clara, se corre el riesgo de que aspectos tan asumidos por los bodegueros españoles como el tipo de uva, la denominación de origen o incluso el período de crianza se confundan entre sí.

Por tanto, se ha de prestar especial atención a los criterios de compra del consumidor suizo y **adaptar, si fuese necesario, el etiquetado** a los mismos.

10. Bibliografía

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación en España:

Obtenido de: <http://aduanas.camaras.org/>

Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas. (2023). El sector en cifras.

Obtenido de: [https://vinosdo.wine/sala-de-prensa/el-sector-en-cifras/#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20de%20vino%20en,geogr%C3%A1fica%20\(27%2C61%20%25\).](https://vinosdo.wine/sala-de-prensa/el-sector-en-cifras/#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20de%20vino%20en,geogr%C3%A1fica%20(27%2C61%20%25).)

Diario de Burgos. (25 de diciembre de 2022). La exportación de vinos sube su valor pero reduce la cantidad. Obtenido de: <https://www.diariodeburgos.es/Noticia/Z7E2D3CB7-A8B1-07A1-04BA857C239F281D/202212/La-exportacion-de-vinos-subes-su-valor-pero-reduce-la-cantidad>

Federación Española del Vino. (2025). El sector en cifras. Obtenido de <https://www.fev.es/sector-cifras/>

ICEX . Estadísticas Españolas de Comercio Exterior. Obtenido de Informes de Análisis de Comercio Exterior Español: <https://www.icex.es/es/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estadisticas>

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2024). Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas de Vinos (DOPs). Obtenido de Campaña 2022/2023: <https://www.oemv.es/dr/3788>

Oficina Federal de Aduanas y Seguridad Fronteriza (2025). Estadísticas. Obtenido de: <https://www.gate.ezv.admin.ch/swissimpex/>

Oficina Federal de Agricultura (2025). Publicación de la asignación de los contingentes arancelarios de 2024. Obtenido de Utilización de contingentes arancelarios: https://www.blw.admin.ch/blw/fr/home/markt/einfuhr-von-agrarprodukten/veroeffentlichung-der-zuteilung-der-kontingentsanteile/archiv_veroeffentlichung_der_zuteilung_der_kontingentsanteile_ab_2003.html

Oficina Federal de Agricultura Suiza (OFAG) (2025). viticole, statistiques vitivinicoles. Obtenido de <https://www.blw.admin.ch/blw/fr/home/nachhaltige-produktion/pflanzliche-produktion/weine-und-spirituosen/weinwirtschaftliche-statistik.html>



Organización Internacional de la Viña y el Vino (2023). Estadísticas de los países. Obtenido de Suiza: [OIV-State of the World Vine-and-Wine-Sector-in-2024.pdf](#)

Revista El Economista (17 de marzo de 2023). **Rioja y Rueda suman excedentes de casi 60 M de L.** Obtenido de <https://revistas.eleconomista.es/agro/2023/marzo/rioja-y-rueda-suman-excedentes-de-casi-60-millones-de-litros-DI13392441#:~:text=Con%20estas%20medidas%2C%20la%20producci%C3%B3n,de%2028%2C11%20millones>

Revista suiza de Viticultura, Arboricultura y Horticultura. Agroscope (2010). Preferencias de los consumidores de vino en Suiza. págs. Vol 42 (5): 278–284. https://www.revuevitiarbohorti.ch/archives/?jahr_heft=2010

Schweizerische Weinzeitung: <https://www.schweizerische-weinzeitung.ch/>

Statista. (2024). Ranking mundial de los principales países productores de vino en 2021. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/511879/produccion-del-vino-en-el-mundo-por-pais/>

Statista. (2025). Market Insights. Obtenido de: <https://www.statista.com/outlook/cmo/alcoholic-drinks/wine/switzerland#revenue>

Statista. (2023). Consumers Insights; Importance of low-priced products by category. Obtenido de: https://es.statista.com/global-consumer-survey/tool/10/gcs_che_202301?bars=1&index=0&absolute=0&missing=0&rows%5B0%5D=v0211_econ_relevanceprice&tgeditor=0

Statista. Ranking de los principales consumidores por persona de vino en todo el mundo en 2024. Obtenido de: <https://es.statista.com/estadisticas/503596/paises-del-mundo-con-mayor-consumo-per-capita-de-vino/>

Swiss Wine. (2025). Vineyard. Obtenido de <https://swisswine.ch/en/vineyard>



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



ICEX España
Exportación
e Inversiones