



**Cámara**

Sevilla

**PLAN IMPULSO**  *plus*

**HERRAMIENTAS EMPRESARIALES FRENTE A LA CRISIS**

# INFORMES TÉCNICOS BE GLOBAL



## El mercado de productos gourmet en Rusia

---

2020



# El mercado de productos *gourmet* en Rusia

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Moscú

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



ESTUDIO  
DE MERCADO

23 de marzo de 2020  
Moscú

Este estudio ha sido realizado por  
David Feijoo Escudero

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

<http://rusia.oficinascomerciales.es>

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

NIPO: 114-20-020-9



El ruso es considerado por muchas empresas occidentales uno de los mercados más importantes del mundo para el segmento de bienes y servicios de gama alta, donde se ubican los productos de alimentación “gourmet”.

Sin embargo, esta opinión tan generalizada dista de ser enteramente cierta y ha de ser matizada, pues, en realidad, el mercado ruso del lujo es bastante más pequeño de lo que todo el mundo cree, y sus canales de distribución son estrechos y poco profundos.

La cifra de individuos con un poder adquisitivo elevado real no supera en ningún caso los 2 millones, y aunque la mayor parte de ellos son demandantes y consumidores de productos de alta gama, su número no es lo suficientemente elevado para considerar a Rusia un mercado importante para los alimentos de gama *premium*.

Los tres factores que han convertido a Rusia, a ojos occidentales, en un importante mercado para estos productos son:

1. La fortaleza del rublo respecto al euro y al dólar entre 2003 y 2014, que permitió a los rusos de clase media viajar y gastar en el extranjero una parte importante de sus ingresos anuales en la compra de bienes que en rublos resultaban mucho más costosos.
2. La fuerte concentración del mercado del lujo en Moscú, ciudad en la que vive aproximadamente la mitad de los individuos de rentas altas, y que al visitante le ofrece una imagen sesgada de lo que es la realidad rusa (restaurantes de lujo, parque automovilístico ultramoderno, etc.).
3. Un cierto esnobismo y actitud sibarita de muchos rusos de rentas medias que, estirando su poder de compra, muestran pautas de consumo de individuos de poder adquisitivo alto, por ejemplo, a la hora de adquirir ropa o automóviles, aunque ello sea a costa de eliminar la palabra “ahorro” de su vocabulario.

Realizada esta precisión, es necesario definir qué significa “gama alta” cuando hablamos de alimentación, pues es este un concepto muy relativo, aunque podemos ponerlo así: “*gourmet es un producto de calidad intrínseca y precio superior a la media de su categoría, de marca, que se comercializa en presentaciones muy cuidadas y en establecimientos o secciones exclusivas para un colectivo de poder adquisitivo elevado*”.

Por tanto, un producto es *gourmet* en términos relativos a la alternativa estándar, y sus elementos de diferenciación respecto a este, son:

- El canal de comercialización
- La calidad del producto
- Un precio elevado
- La marca



- La presentación, cuidada y/o personalizada<sup>1</sup>

Los productos de alimentación que España puede exportar a Rusia en el momento de realización de este estudio son:

- Aceite de oliva
- Aceitunas y encurtidos
- Conservas vegetales
- Productos de confitería y galletería
- Bebidas no alcohólicas (agua mineral)
- Especias (pimentón, azafrán) y condimentos (vinagre)

Las categorías de productos de origen comunitario europeo cuya exportación a Rusia está total o parcialmente prohibida también se tratarán en este estudio, en particular:

- Los quesos
- Productos curados de carne como el jamón o la cecina, embutidos y conservas de carne (patés)
- Las conservas de pescado

El presente estudio analiza la situación actual del mercado para la categoría *gourmet* de estos productos.

El sector *gourmet* en Rusia sufrió una caída severísima en 2014, de la que aún no se ha recuperado totalmente, tanto en lo que respecta a la oferta como a la demanda. Las dos causas principales de esta caída fueron:

- La devaluación del rublo, que limitó el poder de compra de los consumidores.
- Las sanciones rusas a los productos occidentales, quedando sin acceso al mercado muchos productos de los considerados *gourmet*, como los embutidos o los quesos de Francia, España o Italia.

El efecto fue devastador en el canal de distribución y muchas empresas especializadas en el producto *gourmet* procedente de Europa tuvieron que cerrar. Tales fueron los casos de Moncasa, o de Gourmet Club, dos empresas especializadas en productos españoles. En la actualidad, con las excepciones de La Maree, AIE Premium o Bona y alguna otra, no existen apenas importadores especializados en productos *gourmet*.

<sup>1</sup> Presentación no es exactamente lo mismo que envase. Por ejemplo, el jamón ibérico cortado a mano en un supermercado no se presenta en un envase más atractivo que un sobre de loncheado de serrano, más bien al contrario. Sin embargo, su presentación y el servicio están más personalizados.

Esta circunstancia fue aprovechada por productores rusos o multinacionales establecidas en Rusia para reivindicar productos rusos como los aceites de girasol sin refinar, el cangrejo de Kamchatka o las setas, y lanzar al mercado versiones rusas de productos anteriormente importados: mozzarellas, burratas o camembert de Lactalis, fuet, salchichón, chorizo y el jamón de Atria (comercializado bajo la marca Casademont), así como la carne de vaca Black Angus de las empresas Miratorg y PrimeBeef, etc.

Los canales de comercialización de productos gourmet no son muy numerosos y se limitan a:

- ✓ Las cadenas especializadas en Moscú y San Petersburgo, como **Azбука Vkusa**, **Globus Gourmet**, **Stockmann**, **Miratorg**, **Land** y tiendas como **Eataly**. Algunas de estas cadenas importan directamente y evitan de esta manera los márgenes de los intermediarios.
- ✓ El canal restauración de gama alta, que en algunos casos puede vender productos al detalle.
- ✓ El canal de venta *online*, para pedidos dentro de Rusia, puesto que la introducción en Rusia de productos adquiridos por plataformas digitales no es posible.

Por todo ello, la debilidad de la demanda y una elevada sensibilidad al precio se traducen en una escasa rotación de los productos *gourmet*, hecho que, unido a canales de comercialización estrechos y con pocos operadores, hacen de la importación de productos *gourmet* un negocio poco rentable para muchas empresas rusas.

Las perspectivas para los productos *gourmet* de importación en Rusia no parecen muy halagüeñas. Sin embargo, sí que hay algunos elementos positivos que conviene tomar en consideración:

- ✓ Conocimiento y afinidad cultural: los consumidores rusos conocen y valoran los productos *gourmet* occidentales, en particular los italianos, españoles y franceses. En muchos mercados, al introducir un producto hay que hacer una costosa campaña de comunicación que en Rusia ya estaría hecha. Precisamente por esta razón varias empresas rusas han lanzado variantes locales de productos antes importados.
- ✓ Creciente interés por los productos ecológicos sin aditivos químicos. Aunque el producto ecológico no sea objeto de este estudio, en muchos casos, *gourmet* y ecológico se yuxtaponen, y es necesario concluir que la demanda de un producto ecológico es menos sensible al precio (la motivación de la compra, relacionada con la salud, es diferente) que la del *gourmet*.
- ✓ Interesantes oportunidades para los productos de gama alta producidos en Rusia, ya sean específicamente rusos o alimentos de tradiciones gastronómicas foráneas.

Para un exportador que comercialice una gama *gourmet*, lo más difícil resulta encontrar un importador interesado en comercializar el producto en Rusia. Los foros más adecuados son las ferias Anuga o Sial en Europa, Salón Gourmets o Alimentaria en España y Prodexpo en Rusia, que siempre son visitadas por las empresas rusas interesadas en incorporar productos nuevos.



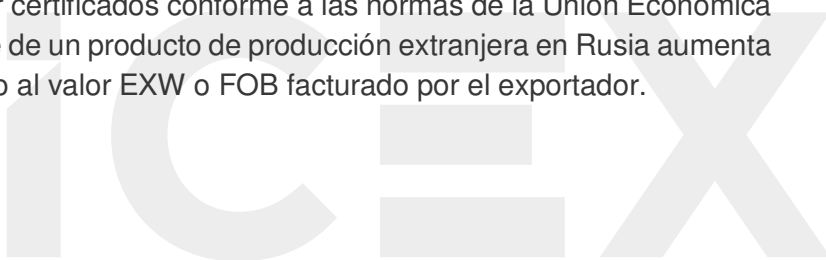


Una vez conseguido un socio comercial, la exportación es sencilla, puesto que el importador ruso se ocuparía de casi todos los trámites relevantes y de la logística.

El exportador español se ocupará únicamente de:

- ✓ Firma del contrato en dos versiones, rusa e inglesa.
- ✓ Autorización a su importador para que este pueda certificar el producto según el esquema EAC vigente en la Unión Económica Euroasiática.
- ✓ Facilitar las fichas técnicas del producto para que el importador pueda diseñar la etiqueta o la pegatina que se aplicaría en el envase con la información obligatoria para el consumidor.
- ✓ Emisión de la factura.
- ✓ Preparación del pedido en los plazos solicitados por el cliente.
- ✓ Tramitación del certificado de origen (aunque no siempre lo piden los importadores rusos).

Los productos importados en Rusia deben pagar el arancel e IVA (del 10 % o el 20 % según las referencias) en la aduana y deben estar certificados conforme a las normas de la Unión Económica Euroasiática. Por regla general, el coste de un producto de producción extranjera en Rusia aumenta entre un 30 % a 40 % su coste respecto al valor EXW o FOB facturado por el exportador.



# ICEX

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

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

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

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

