

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

Notas Sectoriales

El mercado de la panadería, pastelería y ga- lletería en Paí- ses Bajos

ICEX

El mercado de la panadería, pastelería y ga- lletería en Paí- ses Bajos

Esta nota ha sido elaborada por Carmen Escobar Neira bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en La Haya. No se genera responsabilidad alguna por errores u omisiones. No liability is accepted for any error or omission.

Marzo 2010

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICIÓN DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	7
II. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	12
3. Importaciones	14
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	19
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	22
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	28
VI. DISTRIBUCIÓN	29
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	33
VIII. ANEXOS	34
1. Ferias	34
2. Publicaciones del sector	35
3. Asociaciones	37

CONCLUSIONES

El objetivo de esta nota sectorial es presentar un análisis del mercado de la panadería, la galletería y la pastelería en Países Bajos.

Países Bajos es un mercado mediano para estos productos, que son de consumo frecuente por parte de la mayoría de la población. El 5,9% del total de alimentos consumidos por los neerlandeses corresponde a productos de panadería, en España este porcentaje es del 2,3%.

El consumo de productos de panadería, galletería y pastelería ha aumentado de forma progresiva durante los últimos años. El pan empaquetado industrial, las galletas con cobertura de chocolate y los pastelillos individuales rellenos son los productos más populares dentro de cada grupo.

El mercado de los productos horneados está claramente dominado por los productos artesanales y de marca blanca. Por el contrario, el mercado de las galletas es liderado por las grandes empresas multinacionales del sector.

Países Bajos importó en 2008 cerca de 630 millones de euros en productos de panadería, de los que más de la mitad provinieron de Alemania y Bélgica. Países Bajos exportó en el periodo 2004-2008 más de lo que importó en términos de valor, pero no en términos de volumen. En 2008 Países Bajos exportó más productos de panadería al mercado español de los que importó del mismo, por tanto, la balanza comercial entre estos dos países fue favorable a Países Bajos.

En cuanto al análisis cualitativo de la demanda de panadería y pastelería, es destacable la preocupación de los neerlandeses por la salud y su creciente preferencia por productos cada vez más sofisticados. Además, los neerlandeses pasan cada vez más tiempo fuera de casa y eso hace que valoren los productos individualmente envasados. Las preferencias de los neerlandeses en cuanto a galletas reflejan su deseo de combinar salud y disfrute. Las galletas rellenas de frutas son muy populares en este mercado.

Del análisis de precios se puede destacar el efecto de la marca blanca. En este sector muchos de los productos que se ofrecen en los supermercados son de marca blanca y de menor precio que los productos de los grandes fabricantes. Asimismo, es interesante saber que en los supermercados de gama media-alta el surtido de productos de panadería y pastelería es considerablemente más amplio que el que ofrecen los supermercados de descuento.

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTERERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

Los productos españoles de panadería, pastelería y galletería no son ampliamente conocidos en Países Bajos, aunque pueden encontrarse algunos productos del sector de origen español en supermercados y en tiendas delicatessen.

En cuanto a la distribución, los supermercados son el principal canal de venta del pan, las galletas y los pasteles. Cada vez más los neerlandeses prefieren realizar toda su compra en el mismo establecimiento.

Por último, para la comercialización de panadería, pastelería y galletería en Países Bajos ha de tenerse en cuenta la normativa europea al respecto. El etiquetado de todos los productos debe estar, al menos, en idioma neerlandés.

The image shows a large, light gray rectangular frame containing the word "ICEX" in a bold, sans-serif font. The text is centered within the frame.

I ■ DEFINICIÓN DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Esta nota sectorial analiza el mercado de la panadería, pastelería y galletería en Países Bajos.

Para delimitar el sector atenderemos a la clasificación recogida en el siguiente apartado. Por un lado, se recogen los productos de pastelería (bizcochos, pasteles y tartas) y por otro, los horneados y tostados (incluye pan, bollería y galletas).

Por otro lado, se hace una distinción entre productos frescos y no frescos. Los primeros (panes, pasteles y bollería) se caracterizan por tener un periodo de conservación de apenas unos días, mientras que para los segundos (panes envasados y galletas) el periodo de preservación es más largo.

El Centro de Estudios de Snacks y Confeitería (Studiecentrum Snacks en Zoetwaren), del que se han extraído datos de consumo, ventas y distribución, realiza la siguiente clasificación de productos:

- Galletas estándar: En esta categoría se englobarían las galletas tradicionales, tipo María.
- Otras galletas y barquillos (overige biskwie, wafeltjes): En este apartado están las galletas con coberturas de distintos tipos y con sabores.
- Barritas de cereales y otros aperitivos dulces nutricionales (tussendoortjes nutritionals): Las barritas normalmente tienen diferentes sabores y pueden estar rellenas.
- Pastas y cookies (koeken, koekjes)
- Pastelería rellena individual (stuksartikelen banket gevuld): Aquí encontramos pasteles de pequeño tamaño rellenos, los rellenos más habituales en Países Bajos son el relleno de manzana, el de pasta de almendras, el de chocolate y el de fresa.
- Magdalenas y similares (kleine cakejes): En esta categoría están las magdalenas y otros pastelillos de pequeño tamaño sin relleno.
- Bizcochos de harina de centeno (snijkoek): Se trata de bizcochos, normalmente industriales, elaborados, entre otros ingredientes, con harina de centeno.

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

- Pasteles y bizcochos (cake): Engloba bizcochos (hechos a partir de huevos, harina, mantequilla, etc.) y pasteles en general.
- Pasteles de temporada (seizoen banket): Este tipo de pastelería es muy popular en Países Bajos, se ofrece a los consumidores en momentos señalados como Navidad, San Nicolás o Pascua.

Euromonitor, por su parte, distingue entre los bizcochos, panes y pastas empaquetados y sin empaquetar, industriales y artesanales.

En cuanto a las galletas, Euromonitor hace una distinción entre:

- Galletas dulces
 - o Galletas sencillas
 - o Cookies
 - o Galletas con cobertura de chocolate
 - o Galletas tipo sándwich
 - o Galletas rellenas
- Galletas saladas y crackers

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las partidas arancelarias del sistema armonizado (HS) que se tendrán en cuenta para realizar esta nota son las siguientes:

19.05: Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares.

19.05.10: Pan crujiente.

19.05.20: Pan de especias.

19.05.30: Galletas dulces.

19.05.40: Pan tostado y productos similares tostados.

19.05.90: Los demás productos de panadería y pastelería (pan ázimo “mazoth”, hostias/oblas, pastas secas de harina, almidón, pan sin miel, huevos, queso/frutos, barquillos, rellenos, galletas (sin adición de edulcorante), productos de panadería extendidos, saldados, tortas, bizcochos, medias lunas y otros productos de panadería.

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

El consumo de productos de panadería, pastelería y galletería industrial no puede entenderse de forma conjunta como variable estadística. Incluye productos muy diversos y por ello en este estudio se analizarán por separado los datos de consumo de pan y sus derivados, los de galletería y, por último, los de pastelería.

Según los datos de Europanel extraídos del estudio Holland Bakery de 2009, del total de alimentos que consumen los neerlandeses, un 5,9% es pan u otros productos de panadería o pastelería. En España este porcentaje es del 2,3%, lo que indica que estos productos son más populares en Países Bajos que en España.

1.1. Consumo de pan

VENTAS DE PAN Y DERIVADOS EN VOLUMEN (1000 TONELADAS)					
	2005	2006	2007	2008	2009*
Pan empaquetado/industrial	561,50	552,50	547,80	534,00	526,30
Pan sin empaquetar/artesanal	405,10	412,40	418,20	431,00	438,20
Sustitutos del pan	14,80	14,70	14,60	14,80	14,90
Total	981,40	979,60	980,60	979,80	979,40

Fuente: Euromonitor Internacional, Baked Goods Netherlands. Noviembre 2009. (*) Previsión

VENTAS DE PAN Y DERIVADOS EN VALOR (EN MILLONES DE EUROS)					
	2005	2006	2007	2008	2009*
Pan empaquetado/industrial	844,50	825,00	815,10	843,00	856,10
Pan sin empaquetar/artesanal	791,30	821,40	839,40	906,10	925,10
Sustitutos del pan	93,10	89,90	88,80	93,80	96,80
Total	1.728,90	1.736,30	1.743,30	1.842,90	1.878,00

Fuente: Euromonitor Internacional, Baked Goods Netherlands. Noviembre 2009. (*) Previsión

Las ventas de pan y otros productos derivados en los Países Bajos en términos de valor han aumentado progresiva aunque discretamente durante los últimos años, mientras que en volumen se han mantenido constantes e incluso han disminuido durante los años 2008 y 2009.

Se espera que el valor de las ventas de pan empaquetado o industrial se mantenga en 856 millones de euros aproximadamente en 2009, como puede apreciarse en la tabla anterior, un aumento de un 2% respecto a la cifra alcanzada en 2008. Por otro lado, en términos de volu-

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

men, las ventas de pan empaquetado artesanal se han estado estimulando mediante la oferta de productos más adecuados. Los supermercados, por ejemplo, ofrecen productos artesanales empaquetados, diferenciando éstos últimos de otros sustitutivos de menor precio a través de un empaquetado más atractivo. Es el caso de la cadena de supermercados neerlandesa Albert Heijn que ofrece al consumidor una línea de panes artesanales de estilo francés en distintas variedades: pan blanco, multigrano e integral. A continuación se muestra un ejemplo de pan artesanal empaquetado, de venta en Albert Heijn. El pan está envuelto en papel de alta calidad, que además de conservar el producto fresco, sugiere calidad.



1.2. Consumo de galletas

VENTAS DE GALLETAS DULCES EN VOLUMEN (1000 TONELADAS)					
	2005	2006	2007	2008	2009*
Galletas sencillas	38.531,80	37.994,80	37.521,10	36.920,80	35.974,90
Cookies	5.838,30	5.727,40	5.714,10	5.674,10	5.555,60
Galletas cubiertas de chocolate	49.319,50	51.045,70	52.165,00	53.114,40	54.924,80
Galletas tipo sándwich	34.547,70	35.169,60	35.727,40	36.127,60	36.908,50
Galletas rellenas	25.184,80	25.965,60	26.590,90	27.335,50	28.347,80
Total	153.422,10	155.903,10	157.718,50	159.172,40	161.711,60

Fuente: Euromonitor Internacional, Biscuits Netherlands. Noviembre 2009. (*) Previsión

VENTAS DE GALLETAS DULCES EN VALOR (MILLONES DE EUROS)					
	2005	2006	2007	2008	2009*
Galletas sencillas	123,30	122,00	120,70	119,70	125,80
Cookies	21,00	20,50	20,30	20,10	19,60
Galletas cubiertas de chocolate	180,00	187,60	193,20	200,20	222,30
Galletas tipo sándwich	113,00	114,80	116,20	118,70	127,60
Galletas rellenas	135,10	140,20	144,30	147,30	156,10
Total	572,40	585,10	594,70	606,00	651,40

Fuente: Euromonitor Internacional, Biscuits Netherlands. Noviembre 2009. (*) Previsión

En términos de valor las ventas de galletas dulces en Países Bajos han aumentado más de un 7%, mientras que el aumento en términos de volumen ha sido menor que un 2%. Esta diferencia puede deberse a que el consumidor adquiere productos de mayor valor unitario.

Se estima que las ventas realizadas en 2009 han sido positivas a pesar de la crisis financiera, aunque sí se aprecia un aumento menor en términos de volumen al experimentado para el periodo anterior. Los precios unitarios aumentaron durante los últimos meses del año 2008 como resultado del aumento generalizado de precios de los "commodities". Esto no afectó a la demanda de galletas, ya que los consumidores han seguido comprando productos de valor añadido, incluyendo galletas de alto precio e innovadoras.

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

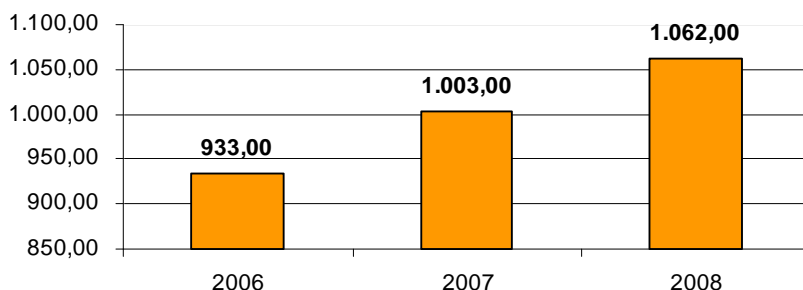
Las galletas rellenas son las que han presentado una mejor evolución durante el año 2009, con un aumento de valor del 5% en 2008 que precede al aumento del 1% que ha tenido lugar este año. Este crecimiento sostenido en el consumo de galletas rellenas se atribuye a las campañas promocionales que han llevado a cabo grandes fabricantes como United Biscuits y General Biscuits, para lanzar nuevos productos como los enriquecidos con vitaminas y minerales. Por ejemplo, la empresa United Biscuits promocionó Sultana Fruit & Fit, una galleta rellena de fruta y yogur, basándose no sólo en el sabor de la misma, sino también en los beneficios de ésta para la salud, lo que demuestra que éste último es un valor muy importante para el consumidor neerlandés.

En comparación con el periodo estudiado, se espera que el sector de la galletería tenga un crecimiento cada vez menor. Las principales razones de que esto ocurra son la madurez y la saturación que caracterizan al sector.

El consumo además decrecerá ligeramente a corto plazo como consecuencia de la crisis económica. Esto se apreciará especialmente entre grupos de consumidores como las familias, que consumirán productos de menor precio, de marca blanca y que aprovecharán las ofertas de los supermercados de descuento.

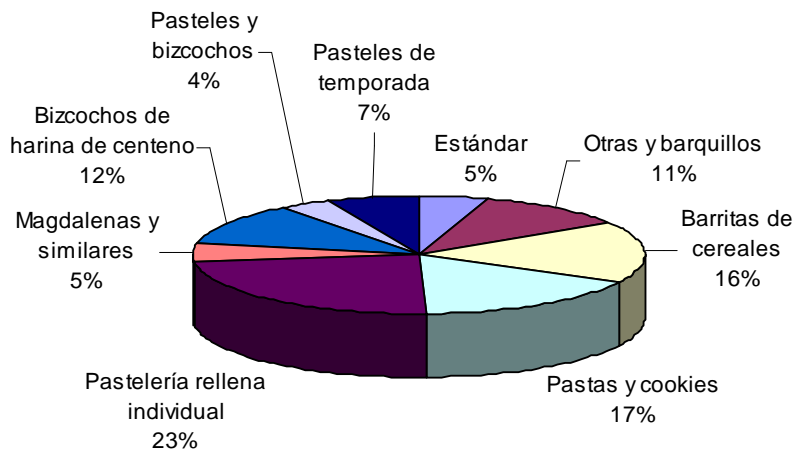
1.3. Consumo de pastelería

Ventas de productos de pastelería (en millones de Euros)



Fuente: Studiecentrum Snacks en Zoetwaren Benelux

Reparto de las ventas por productos (%)



Fuente: Studiecentrum Snacks en Zoetwaren Benelux

VENTAS DE PASTERERÍA (EN MILLONES DE EUROS)			
	2006	2007	2008
Galletas estándar	52	50	52
Otras galletas y barquillos	112	107	115
Barritas de cereales	156	181	183
Pastas y cookies	156	168	175
Pastelería rellena individual	220	232	252
Magdalenas y similares	47	49	53
Bizcochos de harina de centeno	97	114	123
Pasteles y bizcochos	37	37	39
Pasteles de temporada	56	65	70
Total	933	1003	1062

Fuente: Studiecentrum Snacks en Zoetwaren Benelux

Según el Centro de Estudios de Snacks y Dulces de Benelux (Studiecentrum Snacks en Zoetwaren Benelux), las ventas en términos de valor de productos de pastelería aumentaron un 7,5% de 2006 a 2007. Para el siguiente periodo el aumento de las ventas ha sido del 5,8%.

En cuanto al reparto de ventas por productos, lo que más se consumió en Países Bajos en 2008 fueron los pasteles rellenos individuales, seguidos de las pastas y cookies y las barritas de cereales. Es destacable el significativo porcentaje que representaron los pasteles de temporada. Hay que destacar que los pasteles de hojaldre rellenos de pasta de almendras están ganando terreno, así como los buñuelos de manzana.

Las ventas de pastelería rellena individual han sido, además, las que más han aumentado en términos relativos del año 2007 al 2008 (un 8,6%). Por su parte, el consumo de barritas de cereales es el que menos ha aumentado este periodo (un 1,1%), aunque sin embargo expe-

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTERERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

rimentó un aumento muy significativo durante el periodo anterior (un 16%). En general, para la mayoría de categorías de productos de pastelería, el valor de las ventas aumentó de forma más positiva en el periodo 2006/2007 que en el 2007/2008.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Durante las últimas décadas el número de empresas panaderas (incluyendo las panaderías artesanales) ha disminuido. En 1960 había más de 10.000 empresas, en 2009 apenas quedan 2.500. Sin embargo, el tamaño de las que permanecen en el mercado es cada vez mayor. Se prevé que esta tendencia se acentúe con el paso de los años.¹

2.3. ALIMENTOS HORNEADOS

CUOTA DE MERCADO EN TÉRMINOS DE VALOR POR COMPAÑÍAS (%)					
	2004	2005	2006	2007	2008
Lieken AG	-	-	-	-	4.3
Bakkersland BV	5.1	4.5	4.4	4.3	4.1
Bake-Five BV	2.4	2.5	2.5	2.5	2.5
Peijnenburg BV	2.0	2.0	1.9	2.0	2.3
Bolletje BV	1.7	1.7	1.7	1.7	2.1
De Gulden Krakeling	1.5	1.5	1.5	1.7	1.8
Merba BV	1.5	1.4	1.4	1.5	1.4
Oetker BV	1.0	0.9	0.9	1.0	1.0
Oosterhoutse Zoetwarefab.	0.7	0.8	0.8	0.9	0.8
Unilever Nederland BV	0.1	0.4	0.6	0.6	0.6
General Biscuits Ned. BV	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
Wasabröd Nederland	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Hollandia Matzes BV	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Maître Paul BV	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Kamps AG	4.0	4.0	4.1	4.1	-
Artesanal	45.7	47.0	47.5	47.9	47.6
Marca blanca	6.1	6.3	6.3	6.4	6.4
Otros	26.8	25.8	25.0	23.8	23.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Euromonitor-Baked goods in The Netherlands

El mercado de alimentos horneados está claramente dominado por los productos artesanales y de marca blanca. La mayoría de las tiendas medianas de ultramarinos cuenta con instalaciones para producir panadería y pastelería, lo que les permite ofrecer estos productos a los consumidores neerlandeses. Estas tiendas además son competitivas en términos de calidad si se las compara con las panaderías tradicionales. Los consumidores neerlandeses no están acostumbrados por lo general a comprar alimentos horneados de marca, ya que los supermercados venden mayoritariamente productos de marca blanca. Los supermercados tienen algunos contratos con fabricantes de productos de marca, pero éstos suelen ser de exclusividad, por lo que es muy difícil que un fabricante de productos de marca consiga posicionarse en estas superficies.

¹ Fuente: Asociación Interprofesional de Productos Agrarios.

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

Las empresas pequeñas son capaces de mantener su cuota gracias a su posicionamiento y a una buena red de distribución. Bolletje y Peijnenburg son dos compañías neerlandesas que tienen una sólida presencia en el mercado de las tartas industriales/empaquetadas.

Como puede apreciarse en la tabla, el mercado está dominado por fabricantes locales. Sin embargo, algunas multinacionales también están presentes en el mismo, es el caso de Unilever y Kamps.

2.4. GALLETAS

CUOTA DE MERCADO EN TÉRMINOS DE VALOR POR COMPAÑÍAS (%)					
	2004	2005	2006	2007	2008
General Biscuits Nederlands	17.0	17.1	17.7	18.8	19.7
Verkade Banketbakkerij BV	15.2	13.2	13.1	13.1	13.3
Bolletje BV	5.3	5.2	5.4	5.4	6.2
De Gulden Krakeling	5.1	5.2	5.3	5.3	5.4
United Biscuits	3.8	3.7	3.6	3.9	4.0
Brink BV	1.9	1.9	2.0	2.0	1.9
Masterfoods Veghel BV	2.2	2.4	2.4	2.4	1.8
Hellema Hallum BV	1.7	1.7	1.7	1.8	1.8
Nabisco Holdings	0.6	0.7	0.7	0.7	1.1
Haust BV	0.7	0.6	0.6	0.8	0.9
Nestlé Nederland BV	0.6	0.5	0.6	0.6	0.7
Merba BV	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7
Lotus Bakeries NV	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
Pally Holland BV	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Irish Biscuits Ltd	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Marca blanca	23.6	24.1	24.6	24.6	24.3
Otros	20.3	21.5	20.2	18.5	16.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Euromonitor-Baked goods in The Netherlands

El entorno competitivo del mercado de las galletas es opuesto al de los alimentos horneados. En este caso, el mismo es dominado por grandes multinacionales como General Biscuits (del grupo Danone) y United Biscuits. General Biscuits es el fabricante líder, con una cuota de mercado cercana al 20% en 2008, conseguida gracias a su marca LU. United Biscuits es la segunda, debido a que adquirió la compañía neerlandesa Verkade, muy popular entre los consumidores de Países Bajos.

La marca blanca también es muy importante en este sector.

3. IMPORTACIONES

Las siguientes tablas muestran las importaciones neerlandesas, tanto en valor como en volumen para el periodo comprendido entre los años 2004 y 2008 y para aquellas partidas arancelarias, de las comprendidas en la nota, que tengan más relevancia.

A continuación, se muestran las importaciones en valor y volumen de panadería (partida 19.05). Como puede apreciarse en la primera tabla, Alemania y Bélgica son los principales proveedores de productos de panadería del mercado neerlandés en términos de valor. España ocupó durante este periodo de tiempo, el noveno lugar en el ranking. La segunda tabla muestra las importaciones en términos de volumen. En este caso, la posición de España en el ranking es la octava.

IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 19.05 EN VALOR (MILES DE EUROS)						
	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Alemania	165.482,97	164.265,42	195.005,13	258.804,64	247.612,17	1.031.170,33
Bélgica	140.793,85	142.688,94	141.653,19	168.577,68	199.426,32	793.139,98
Francia	29.179,66	27.088,90	31.724,04	38.569,85	50.115,93	176.678,38
Reino Unido	31.658,01	24.553,42	22.254,46	25.134,82	31.023,88	134.624,59
Italia	18.160,70	17.926,46	20.711,63	24.681,82	29.420,14	110.900,75
China	9.976,08	10.309,99	10.587,19	13.653,30	16.292,07	60.818,63
Austria	11.388,01	7.036,29	11.065,58	11.367,71	7.389,28	48.246,87
Indonesia	8.114,87	7.410,24	7.236,71	7.069,83	8.111,24	37.942,89
España	8.577,26	6.673,00	5.714,63	4.902,89	5.549,42	31.417,20
Tailandia	3.113,65	3.895,45	4.238,37	5.553,33	5.618,21	22.419,01
Total Top 10	426.445,06	411.848,11	450.190,93	558.315,87	600.558,66	2.447.358,63
Resto de países	34.346,35	29.420,21	31.327,23	28.334,16	29.317,84	152.745,79
Total países	460.791,41	441.268,32	481.518,16	586.650,03	629.876,50	2.600.104,42

Fuente: Eurostat

IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 19.05 EN VOLUMEN (TONELADAS)						
	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Alemania	107.252,90	107.842,90	121.882,80	132.326,90	132.145,60	601.451,10
Bélgica	71.078,30	73.020,10	84.604,30	146.773,50	120.227,70	495.703,90
Francia	15.002,50	13.377,00	24.535,20	34.858,40	35.803,30	123.576,40
Reino Unido	16.977,60	15.375,80	13.012,30	13.274,30	17.915,10	76.555,10
Italia	8.112,80	8.907,90	10.538,50	10.642,10	11.236,00	49.437,30
China	7.662,40	7.913,70	7.406,60	9.984,70	11.864,30	44.831,70
Indonesia	5.955,70	5.491,40	5.105,90	5.412,60	6.210,90	28.176,50
España	4.764,90	3.746,20	3.228,80	2.863,20	3.076,10	17.679,20
Austria	3.128,90	2.260,60	2.487,50	1.919,20	1.330,10	11.126,30
Tailandia	1.254,40	1.640,30	2.161,90	2.754,90	2.631,60	10.443,10
Total Top 10	241.190,40	239.575,90	274.963,80	360.809,80	342.440,70	1.458.980,60
Resto de países	15.620,00	14.059,00	13.893,20	13.269,40	12.282,20	69.123,80
Total países	256.810,40	253.634,90	288.857,00	374.079,20	354.722,90	1.528.104,40

Fuente: Eurostat

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

A continuación se muestran las importaciones neerlandesas de galletas dulces (partida 19.05.30). Al igual que en el total de productos de panadería, Alemania y Bélgica son los principales proveedores de estos productos en términos de valor. La posición de España en el ranking es la quinta. Las importaciones de productos españoles se redujeron considerablemente de 2004 a 2005, sin embargo, se ha producido una subida considerable de 2007 a 2008. En términos de volumen, las importaciones de galletas dulces han seguido las mismas tendencias que en términos de valor.

IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 19.05.30 EN VALOR (MILES DE EUROS)						
	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Alemania	23.967,41	29.564,98	70.093,48	101.208,24	106.021,36	330.855,47
Bélgica	49.221,26	53.635,03	55.818,23	53.109,25	65.671,86	277.455,63
Reino Unido	7.850,58	7.805,87	6.332,39	4.942,05	6.880,44	33.811,33
Francia	2.642,90	3.427,34	3.108,25	1.947,65	2.910,18	14.036,32
España	3.825,95	1.751,41	1.673,26	1.746,90	2.314,13	11.311,65
Polonia	4.616,37	1.548,51	244,57	116,80	3.301,05	9.827,30
Austria	2.142,46	3.570,78	3.235,90	67,25	38,33	9.054,72
Dinamarca	1.852,05	1.509,01	1.752,94	1.703,18	1.264,95	8.082,13
Italia	658,32	804,05	786,64	1.476,54	2.881,22	6.606,77
Turquía	802,78	516,62	522,12	447,30	601,00	2.889,82
Total Top 10	97.580,08	104.133,60	143.567,78	166.765,16	191.884,52	703.931,14
Resto de países	1.792,47	2.242,14	2.749,82	2.412,17	2.142,65	11.339,25
Total países	99.372,55	106.375,74	146.317,60	169.177,33	194.027,17	715.270,39

Fuente: Eurostat

IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 19.05.30 EN VOLUMEN (TONELADAS)						
	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Alemania	7.176,80	10.653,40	31.468,10	41.278,70	41.887,60	132.464,60
Bélgica	16.440,00	18.634,40	18.930,40	20.107,10	26.560,20	100.672,10
Reino Unido	3.849,50	4.743,20	3.578,90	2.624,70	3.463,90	18.260,20
Francia	723,70	975,80	4.864,20	584,20	795,30	7.943,20
España	1.996,00	735,10	593,00	650,60	915,70	4.890,40
Dinamarca	527,70	497,50	715,60	923,90	444,80	3.109,50
Polonia	1.670,80	588,20	91,70	68,00	529,70	2.948,40
Austria	642,10	1.108,10	1.067,40	21,20	17,10	2.855,90
Italia	177,80	227,80	296,20	654,80	958,30	2.314,90
Emir.Árabes Un.		322,70	459,90	622,70	264,50	1.669,80
Total Top 10	33.204,40	38.486,20	62.065,40	67.535,90	75.837,10	277.129,00
Resto de países	1.066,50	1.055,00	1.079,00	1.045,40	1.107,20	5.353,10
Total países	34.270,90	39.541,20	63.144,40	68.581,30	76.944,30	282.482,10

Fuente: Eurostat

Los principales exportadores al mercado neerlandés de pan tostado y otros productos similares tostados (código taric 19.05.40) son Bélgica e Italia, seguidos de Alemania. España es el cuarto exportador más importante de estos productos en términos de valor, aunque se encuentra a cierta distancia de los tres primeros proveedores. Aunque hay que destacar que las exportaciones españolas de pan tostado a Países Bajos han caído considerablemente desde 2005, más acusadamente en términos de valor que en términos de volumen.

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 19.05.40 EN VALOR (MILES DE EUROS)						
	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Bélgica	3.641,42	5.538,92	5.917,74	7.233,64	8.323,00	30.654,72
Italia	6.618,04	6.990,24	5.059,99	4.758,21	5.144,69	28.571,17
Alemania	2.845,15	2.541,31	2.288,62	2.453,32	2.998,12	13.126,52
España	1.027,44	1.080,36	928,25	316,42	242,18	3.594,65
Francia	133,24	241,56	341,91	1.313,65	1.438,69	3.469,05
Reino Unido	728,73	908,20	291,86	534,37	370,24	2.833,40
Austria	466,43	366,86	360,34	252,31	431,38	1.877,32
Japón	45,71	132,50	227,16	238,24	290,54	934,15
Suecia		2,19	9,92	58,24	325,41	395,76
Tailandia	32,71	52,33	53,69	96,29	79,52	314,54
Total Top 10	15.538,87	17.854,47	15.479,48	17.254,69	19.643,77	85.771,28
Resto de países	667,69	174,93	127,35	101,06	309,91	1.380,94
Total países	16.206,56	18.029,40	15.606,83	17.355,75	19.953,68	87.152,22

Fuente: Eurostat

IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 19.05.40 EN VOLUMEN (TONELADAS)						
	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Italia	3.865,40	4.020,80	2.854,50	2.612,60	2.403,00	15.756,30
Bélgica	2.134,40	2.787,90	3.027,20	3.335,70	3.415,30	14.700,50
Alemania	1.666,20	1.342,20	1.367,40	1.404,10	1.812,60	7.592,50
Francia	160,40	217,70	270,00	1.962,50	1.663,30	4.273,90
Reino Unido	822,10	1.225,10	235,20	330,50	265,50	2.878,40
España	406,50	403,60	503,00	236,30	219,10	1.768,50
Austria	216,20	176,90	174,90	124,70	211,60	904,30
Japón	11,80	62,90	122,90	138,10	130,40	466,10
Tailandia	17,60	28,40	28,30	64,80	48,30	187,40
Suecia		3,00	5,00	12,30	114,00	134,30
Total Top 10	9.300,60	10.268,50	8.588,40	10.221,60	10.283,10	48.662,20
Resto de países	189,30	103,70	77,70	63,20	138,40	572,30
Total países	9.489,90	10.372,20	8.666,10	10.284,80	10.421,50	49.234,50

Fuente: Eurostat

Las tablas que aparecen a continuación muestran las importaciones neerlandesas de la partida 19.05.90: Los demás productos de panadería y pastelería (pan ázimo “mazoth”, hostias/obleas, pastas secas de harina, almidón, pan sin miel, huevos, queso/frutos, barquillos, rellenos, galletas (sin adición de edulcorante), productos de panadería extendidos, saldados, tortas, bizcochos, medias lunas y otros productos de panadería.

En este caso los principales proveedores, en términos de valor y de volumen, del mercado neerlandés son Alemania y Bélgica, seguidos de Francia. España no aparece en el ranking de los 10 países que más exportan estos productos de panadería y pastelería al mercado neerlandés.

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 19.05.90 EN VALOR (MILES DE EUROS)						
	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Alemania	104.882,07	101.068,59	95.614,24	120.167,56	109.675,69	531.408,15
Bélgica	73.586,81	69.967,60	65.806,58	95.005,84	108.707,46	413.074,29
Francia	24.258,50	20.754,90	24.999,54	29.738,17	40.069,21	139.820,32
Reino Unido	18.476,24	11.792,07	11.395,25	13.671,88	18.703,86	74.039,30
Italia	10.040,34	9.003,32	13.491,90	15.732,80	16.669,43	64.937,79
China	9.681,34	10.017,38	10.160,14	13.351,40	15.902,61	59.112,87
Indonesia	8.107,89	7.370,90	7.115,04	6.862,88	7.834,66	37.291,37
Tailandia	3.076,20	3.837,50	4.133,87	5.453,58	5.512,42	22.013,57
Estados Unidos	5.101,28	4.307,21	2.923,75	3.407,12	3.567,00	19.306,36
Suecia	3.411,94	4.189,58	4.118,02	2.700,73	820,36	15.240,63
Total Top 10	260.622,61	242.309,05	239.758,33	306.091,96	327.462,70	1.376.244,65
Resto de países	17.967,31	12.957,84	13.630,05	12.457,01	14.885,24	71.897,45
Total países	278.589,92	255.266,89	253.388,38	318.548,97	342.347,94	1.448.142,10

Fuente: Eurostat

IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 19.05.90 EN VOLUMEN (TONELADAS)						
	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Bélgica	45.774,90	43.832,50	56.084,30	117.022,30	83.447,30	346.161,30
Alemania	61.472,30	57.946,10	63.899,40	74.523,40	78.128,30	335.969,50
Francia	13.278,40	11.099,20	18.045,90	30.130,80	31.320,00	103.874,30
Reino Unido	10.516,40	7.770,80	7.543,00	8.176,20	12.347,30	46.353,70
China	7.588,40	7.795,70	7.296,10	9.861,10	11.732,80	44.274,10
Indonesia	5.953,70	5.478,20	5.053,70	5.305,70	6.090,00	27.881,30
Italia	3.500,60	3.895,10	6.495,90	6.699,10	6.967,40	27.558,10
Tailandia	1.235,50	1.610,50	2.119,70	2.689,10	2.577,90	10.232,70
Singapur	1.892,90	1.901,20	1.681,00	1.676,70	1.774,40	8.926,20
Estados Unidos	1.903,10	1.491,80	974,20	1.082,50	1.132,60	6.584,20
Total Top 10	153.116,20	142.821,10	169.193,20	257.166,90	235.518,00	957.815,40
Resto de países	8.590,60	7.089,50	6.619,10	5.584,90	6.189,20	34.073,30
Total países	161.706,80	149.910,60	175.812,30	262.751,80	241.707,20	991.888,70

Fuente: Eurostat

Por último se muestran las exportaciones de Países Bajos de panadería en general (partida arancelaria 19.05). Las cifras de exportación en términos de valor muestran que Países Bajos exporta más productos de panadería de los que importa, por tanto, la balanza comercial para esta partida es favorable a dicho país. Concretamente, la balanza entre España y Países Bajos se inclina también a favor del último para el periodo de referencia. Por el contrario, en términos de volumen, Países Bajos importa más de lo que exporta, aunque, en el caso de la balanza entre España y Países Bajos, ésta sigue siendo favorable al segundo país, la cifra de exportación de productos de panadería de Países Bajos a España crece cada año. Por otro lado, los principales destinos de las exportaciones neerlandesas durante los años de referencia han sido Alemania, Reino Unido, Francia y Bélgica.

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETTERÍA EN PAÍSES BAJOS

EXPORTACIONES DE LA PARTIDA 19.05 EN VALOR (MILES DE EUROS)						
	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Alemania	132.858,84	134.273,72	158.962,59	158.186,73	164.448,88	748.730,76
Reino Unido	98.049,36	81.757,75	114.901,97	106.101,04	107.756,66	508.566,78
Francia	73.373,14	63.307,61	93.746,03	118.046,00	130.628,69	479.101,47
Bélgica	72.754,36	68.038,64	84.814,09	88.393,57	84.777,22	398.777,88
Estados Unidos	22.888,08	19.443,10	23.541,33	25.706,46	21.143,79	112.722,76
España	16.938,35	17.727,33	21.392,19	21.147,47	24.461,58	101.666,92
Suecia	16.868,59	14.493,19	17.836,18	21.930,88	18.766,47	89.895,31
Italia	12.358,02	15.543,95	18.246,21	15.973,36	20.054,45	82.175,99
Dinamarca	13.172,31	11.252,59	17.768,65	17.214,51	15.839,74	75.247,80
Arabia Saudí	5.115,70	5.141,09	16.439,95	17.037,41	19.991,12	63.725,27
Total Top 10	464.376,75	430.978,97	567.649,19	589.737,43	607.868,60	2.660.610,94
Resto de países	117.752,69	120.181,61	139.449,71	145.784,15	165.855,01	689.023,17
Total países	582.129,44	551.160,58	707.098,90	735.521,58	773.723,61	3.349.634,11

Fuente: Eurostat

EXPORTACIONES DE LA PARTIDA 19.05 EN VOLUMEN (TONELADAS)						
	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Alemania	70.395,80	72.063,10	84.262,70	82.228,40	74.882,80	383.832,80
Reino Unido	45.616,20	39.192,50	44.287,40	39.607,50	41.470,70	210.174,30
Bélgica	36.848,60	34.470,70	45.030,40	41.856,20	41.017,50	199.223,40
Francia	27.456,80	25.684,80	35.830,90	48.424,20	49.220,90	186.617,60
Suecia	8.006,00	9.641,10	8.450,20	12.489,00	10.908,00	49.494,30
España	6.364,90	7.097,10	8.234,30	8.100,00	10.099,20	39.895,50
Italia	5.325,90	6.858,60	7.718,10	6.720,90	7.988,60	34.612,10
Dinamarca	6.947,00	5.581,60	6.575,90	7.489,10	6.450,10	33.043,70
Estados Unidos	7.084,00	5.789,00	7.151,50	6.602,30	5.690,40	32.317,20
Arabia Saudí	2.129,10	2.170,00	6.289,80	6.170,80	7.318,10	24.077,80
Total Top 10	216.174,30	208.548,50	253.831,20	259.688,40	255.046,30	1.193.288,70
Resto de países	48.606,70	49.178,50	57.109,70	60.831,80	63.409,20	279.135,90
Total países	264.781,00	257.727,00	310.940,90	320.520,20	318.455,50	1.472.424,60

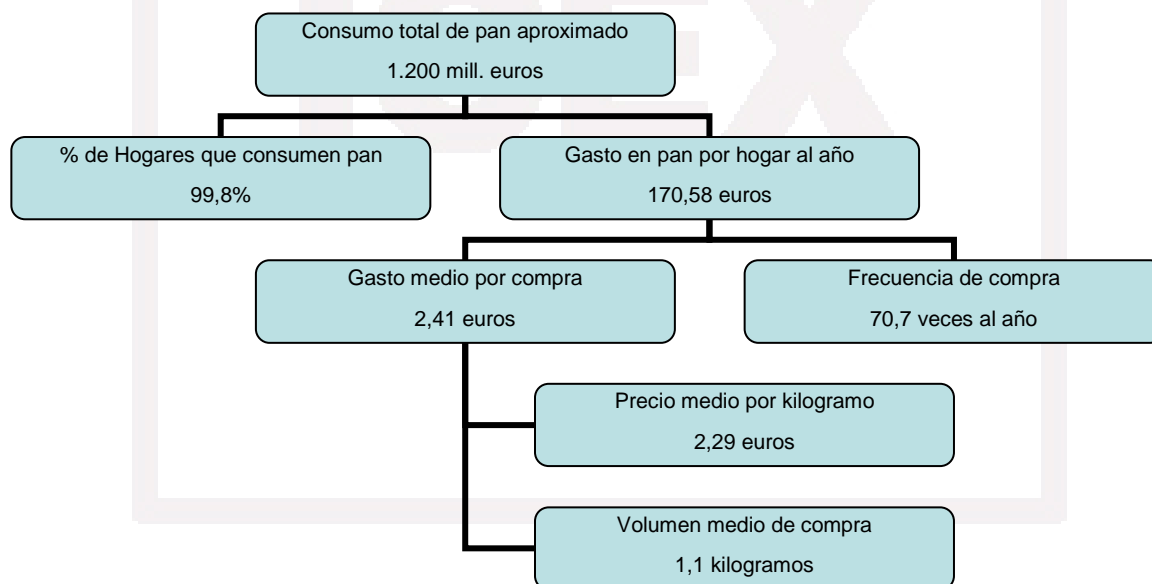
Fuente: Eurostat

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

PANADERÍA Y PASTELERÍA

El pan es un producto muy común en la dieta local. Un típico desayuno neerlandés, así como el lunch (pequeña comida que se hace sobre las 12,00 del mediodía) suele acompañarse de pan, esto explica el alto valor del consumo per cápita.

En el siguiente diagrama se muestran algunos datos que reflejan las pautas de consumo de pan de los neerlandeses. Del mismo se extrae que el consumo total de pan al año es de unos 1.200 millones de euros y que la gran mayoría de los hogares neerlandeses consumen pan.



Fuente: GfK ConsumerScan, extraído de Holland Bakery. Datos de 2009

Los neerlandeses están muy preocupados por la salud y esto se refleja en el tipo de alimentación que toman. Los neerlandeses reconocen el valor nutricional del pan y del resto de alimentos horneados, consideran que son sanos y que suponen una fuente de energía.

Los productos lujosos y de calidad son cada vez más comunes entre los consumidores neerlandeses, tan solo las familias con niños y bajo presupuesto están más interesadas por los

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTERERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

productos de marca blanca o de supermercados de descuento. Por otro lado, los neerlandeses valoran muy positivamente el pan artesanal.

El pan integral es el más popular en este mercado, de hecho, el 30% del pan que se consumió en Países Bajos en 2009 fue integral. El pan blanco, en cambio, sigue perdiendo cuota, debido a que cada vez más consumidores prefieren las propiedades saludables del pan oscuro.

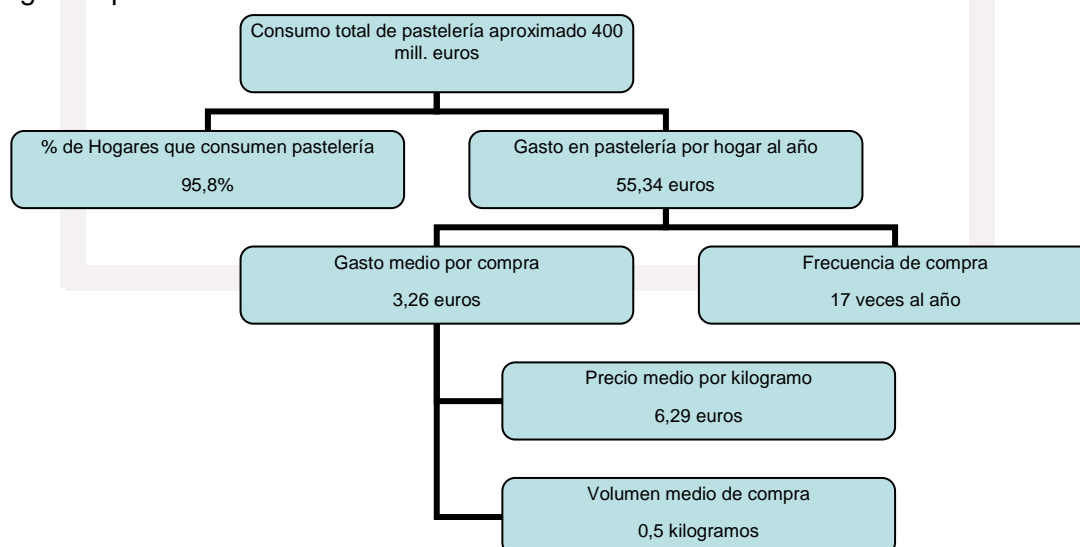
Los neerlandeses tienen cada vez menos tiempo libre y están muy interesados en los productos de “conveniencia”, por ello son populares los productos pre-empaquetados, precocinados, etc. Esto también se refleja en que normalmente suelen elegir los supermercados para adquirir los productos de panadería.

Los consumidores jóvenes están interesados en las variedades de pan y pastelería internacionales, diferentes y auténticas.

El pan pre-cocinado es también muy popular entre los neerlandeses, de hecho el 93,2% de las familias de Países Bajos ha consumido dichos productos durante el año 2009². Este tipo de pan se adquiere preferentemente en supermercados. Según la asociación Holland Bakery el 13,7% del pan que se consume en el mercado neerlandés es pre-cocinado.

Según un estudio de Holland Bakery será importante invertir e innovar en lanzar productos extranjeros bien posicionados.

En cuanto a la pastelería, la búsqueda de “conveniencia” está cambiando el tipo de envase que se utiliza para empaquetar las tartas y los pasteles. Muchos pasteles están disponibles en envoltorios sencillos. De esta forma, no sólo sirven como desayuno, sino también como snack. Las ventas de pasteles individuales crecieron en 2009, tanto para las empresas de marcas A como para los fabricantes de productos de marca blanca. En el siguiente diagrama se puede apreciar que el consumo de pastelería es aproximadamente tres veces menor que el de pan. Asimismo, son menores la frecuencia de compra de estos productos y el porcentaje de hogares que los consumen.



Fuente: GfK ConsumerScan, extraído de Holland Bakery. Datos de 2009

² Fuente: Revista Bakkerswereld, diciembre de 2009

Según la revista neerlandesa *Bakkerswereld*, el 32% del gasto total de los neerlandeses en pastelería se dedica a los llamados “eierkoeken” (bizcochos elaborados a base de huevo). Este tipo de dulces es más común en la zona del sur del país (Noord Brabant, Zeeland y en Limburgo). Según dicha revista, los pasteles de hojaldre rellenos de pasta de almendra así como los buñuelos de manzana, están ganando popularidad en el mercado neerlandés.

GALLETAS

Las ventas de galletas en Países Bajos se ven influenciadas por el deseo de los neerlandeses de combinar salud y bienestar con disfrute. Los productos dirigidos a los nichos que han generado un mayor crecimiento de ventas han sido aquellos que combinan ingredientes funcionales con sabor.

Los neerlandeses ven las galletas como un alimento para el disfrute, para compartir momentos con amigos y familiares acompañando el café. Sin embargo, los hábitos de los consumidores están cambiando, cada vez se pasa más tiempo fuera de casa, lo que significa que las galletas se ven también como snack. Los productos envueltos individualmente se valorarán cada vez más

Los consumidores neerlandeses están interesados en comprar productos que incorporen innovaciones, aunque esto suponga que su precio sea más elevado.

Las galletas rellenas de frutas han sido las que mejor se han vendido en 2009, gracias a la promoción que se ha hecho de sus propiedades y de su contenido en minerales y vitaminas. Además, estos productos son muy populares ya que suelen estar envueltos individualmente y por ello, son una alternativa de snack saludable, sobre todo para aquellos consumidores que pasan más tiempo fuera de casa.

Las galletas cubiertas de chocolate también han registrado un aumento de ventas. Esto se debe a que los neerlandeses, como ya se ha comentado, también quieren concederse algún “capricho”, por eso se sienten menos culpables al tomar chocolate o azúcar. Esta tendencia hará que empeoren los resultados de las galletas normales.

Hay que destacar que los consumidores neerlandeses están empezando a consumir cada vez más galletas sofisticadas.

IV . PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Para la realización de esta nota sectorial se ha acudido a varios establecimientos para comprobar los precios de los productos de panadería, galletería y pastelería en Países Bajos. En primer lugar, se muestran los datos recogidos en un establecimiento de la cadena neerlandesa de supermercados Albert Heijn, la más importante del país, cuya cuota de mercado en 2008 fue de un 31,3%. En segundo lugar, aparece una tabla con los precios de un establecimiento de la cadena de supermercados de descuento Aldi. Además, se ha visitado un supermercado de la cadena Super de Boer.

Del análisis de precios se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- El efecto de la marca blanca se refleja también en este sector. En la cadena Albert Heijn existen cuatro marcas de establecimiento, la clásica, Albert Heijn o AH (calidad y precio medios), Albert Heijn Excellent (la marca dirigida al segmento alto, de mayor calidad y precio y con un envase más cuidado), Albert Heijn Puur&Eerlijk (marca de productos ecológicos, orgánicos o de comercio justo) y Euroshopper (marca dirigida al segmento más bajo y de menor precio). En el sector que nos ocupa, Albert Heijn cuenta con más de 525 referencias, de las que unas 170 corresponden a productos de marca blanca. Los productos de marca del distribuidor son, por lo general, de menor precio que el resto.
- El pan integral es más común que el pan blanco y generalmente, de mayor precio.
- El pan precocinado es popular en los Países Bajos
- El surtido de pan, galletas y pasteles es mayor en los supermercados de gama media-alta como los de Albert Heijn y Super de Boer, que en los de descuento, como Aldi.

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTERERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

LISTA DE PRECIOS DE LA CADENA DE SUPERMERCADOS ALBERT HEIJN

Imagen	Tipo	Marca	Envase	Cantidad	Precio	€/KG-€/L
	Pan de molde blanco fresco	AH	Plástico	800 gramos	1,03	1,29
	Pan de molde blanco fresco	AH Excellent	Plástico y papel	800 gramos	1,99	2,49
	Pan de molde integral con sésamo fresco	AH	Plástico	400 gramos	0,63	1,58
	Panecillos integrales blandos	AH	Plástico	6 piezas	0,99	-
	Panecillos integrales precocinados	AH	Plástico	4 piezas	0,91	-
	Pan tipo ciabatta precocinado	AH	Plástico	250 gramos	1,19	4,76
	Pan tipo baguette precocinado	AH	Plástico	2 piezas	0,9	-
	Panecillos ecológicos precocinados	AH Puur & Eerlijk	Plástico	4 piezas	1	-
	Barquillo tipo Waffel	AH	Plástico	390 gramos	1,7	4,36
	Pastelillos individuales	AH	Plástico	240 gramos	0,96	4,00
	Bizcocho	AH	Plástico	400 gramos	1,4	3,50
	Pastelillos individuales con cobertura de fresa	AH	Plástico	240 gramos	1,1	4,58

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

Imagen	Tipo	Marca	Envase	Cantidad	Precio	€/KG-€/L
	Gofres	AH	Plástico	275 gramos	0,8	2,91
	Palmeras	AH	Plástico	200 gramos	1,35	6,75
	Mix de pastelillos de mantequilla	AH	Plástico	210 gramos	1,5	7,14
	Pastelillos individuales	Bonne Maman	Plástico	200 gramos	2,49	12,45
	Pastelillos con cobertura de chocolate	Brink	Plástico	250 gramos	1,03	4,12
	Pastelillos individuales con chocolate	LU	Caja de cartón y envoltorio individual de plástico	150 gramos	1,67	11,13
	Galletas de chocolate	Verkade	Caja de cartón	170 gramos	1,37	8,15
	Cookies	AH	Plástico	200 gramos	1,06	5,3
	Galletas con cobertura de chocolate	AH	Cartón	125 gramos	0,59	4,72
	Galletas de chocolate	Oreo	Caja de cartón y envoltorio individual de plástico	176 gramos	1,31	7,44
	Galletas con cobertura de chocolate	LU	Cartón	150 gramos	1,25	8,33
	Galletas con cobertura de chocolate	Verkade	Plástico	400 gramos	1,24	3,1
	Galletas con sabor a coco	Verkade	Cartón	240 gramos	0,89	3,71

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

Imagen	Tipo	Marca	Envase	Cantidad	Precio	€/KG-€/L
	Crackers rellenos de frutas	AH	Plástico	218 gramos	1,12	5,14
	Galletas con frutas	Euroshopper	Plástico	218 gramos	0,89	4,08
	Galletas con frutas	Liga	Caja de cartón	200 gramos	1,41	7,05
	Galletas con frutas	Sultana	Plástico	5 piezas	1,43	6,56

Fuente: Elaboración propia

LISTA DE PRECIOS DE LA CADENA DE SUPERMERCADOS DE DESCUENTO ALDI

Tipo	Marca	Envase	Cantidad	Precio	€/KG-€/L
Galleta cracker con frutas	Bridge	Cartón	280 gramos	0,89	3,18
Galleta cracker con frutas	Goldhaven	Cartón	300 gramos	1,49	4,97
Bizcocho	No disponible	Plástico	450 gramos	0,49	1,09
Barquillo waffels	No disponible	Plástico	100 gramos	0,24	2,40
Panecillos	No disponible	Bolsa de plástico	520 gramos	1,29	2,48
Pan precocinado	No disponible	Bolsa de plástico	350 gramos	0,69	1,97
Cruasanes	No disponible	Bolsa de plástico	300 gramos	0,59	1,97
Magdalenas	Heerlijk Banlent	Plástico	330 gramos	1,69	5,12
Galletas	No disponible	Plástico	400 gramos	1,29	3,23
Galletas tipo Digestive	Sprenkeltjes	Plástico	300 gramos	1,29	4,30
Cookies	No disponible	Plástico	225 gramos	0,75	3,33

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

Tipo	Marca	Envase	Cantidad	Precio	€/KG-€/L
Galletas con cobertura de chocolate	Chocoduo	Plástico	125 gramos	0,59	4,72
Galletas tipo María	Tea Biscuits	Plástico	300 gramos	0,39	1,30
Pastas	No disponible	Plástico	600 gramos	0,95	1,58

Fuente: Elaboración propia

LISTA DE PRECIOS DE LA CADENA DE SUPERMERCADOS SUPER DE BOER

Tipo	Marca	Envase	Cantidad	Precio	€/KG-€/L
Galleta con canela	Pally	Plástico	240 gramos	0,79	3,29
Galleta con coco	Pally	Plástico	240 gramos	0,69	2,88
Galleta clásica	Pally	Plástico	290 gramos	0,49	1,69
Galleta María	Pally	Plástico	400 gramos	0,63	1,58
Galletas en sticks crujientes	Verkade	Cartón	125 gramos	1,75	14,00
Galletas con avellana	Verkade	Cartón	125 gramos	1,75	14,00
Galletas con cobertura de chocolate	Super de Boer	Cartón	150 gramos	0,99	6,60
Galletas rellenas de fruta	Sultana	Plástico	218 gramos	1,49	6,83
Cookies	Super de Boer	Plástico	200 gramos	0,89	4,45
Galletas rellenas de chocolate	LU	Plástico	150 gamos	1,35	9,00
Galletas con cobertura de chocolate	LU	Cartón	150 gramos	1,35	9,00
Galletas integrales	Super de Boer	Plástico	300 gramos	1,05	3,50
Pastelitos individuales de mantquilla	Super de Boer	Plástico	350 gramos	1,79	5,11
Pastelitos con coco	Super de Boer	Plástico	300 gramos	1,05	3,50
Pastelitos con fresa	Super de Boer	Plástico	300 gramos	1,99	6,63
Barquillo con caramelo	Super de Boer	Plástico	350 gramos	1,39	3,97

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

Tipo	Marca	Envase	Cantidad	Precio	€/KG-€/L
Magdalenas	Super de Boer	Plástico	240 gramos	1,65	6,88
Snijkoek	Super de Boer	Plástico	500 gramos	1,89	3,78
Snijkoek	Vast	Plástico	800 gramos	1,89	2,36
Krakelingen (tipo palmeras)	Super de Boer	Plástico	200 gramos	1,19	5,95
Pan de leche	Super de Boer	Plástico	320 gramos	2,29	7,16
Pan precocinado	Super de Boer	Plástico	2 barras	0,89	-
Pan precocinado integral	Super de Boer	Plástico	2 barras	0,99	-
Pan precocinado baguette	Super de Boer	Plástico	220 gramos	0,79	3,59
Pan precocinado baguette	Super de Boer	Plástico	2 baguettes	0,99	-
Cruasanes precocinados	Super de Boer	Plástico	4 piezas	0,59	-
Pan de molde fresco	Super de Boer	Plástico	Medio paquete	0,9	-
Pan de molde integral fresco	Super de Boer	Plástico	Paquete entero	1,55	-
Pan de molde blanco fresco	Super de Boer	Plástico	Medio paquete	0,7	-
Pan de molde blanco fresco	Super de Boer	Plástico	Paquete entero	1,49	-

Fuente: Elaboración propia

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Los productos de alimentación españoles gozan de una imagen positiva en Países Bajos, donde España se relaciona principalmente con la producción de aceite de oliva, jamón y vinos.

En el caso de la panadería, la galletería y la pastelería los productos españoles son poco conocidos en el mercado neerlandés. A pesar de que las estadísticas de importación de estos productos sitúan a España en una situación relativamente buena, los panes, pasteles y galletas españoles no son muy populares en Países Bajos.

De cualquier forma, es destacable que es posible encontrar productos españoles del sector objeto de estudio en los principales supermercados neerlandeses y en tiendas delicatessen. Es el caso del pan gallego, el pan tostado con ajo o las tortas de aceite andaluzas.

VI. DISTRIBUCIÓN

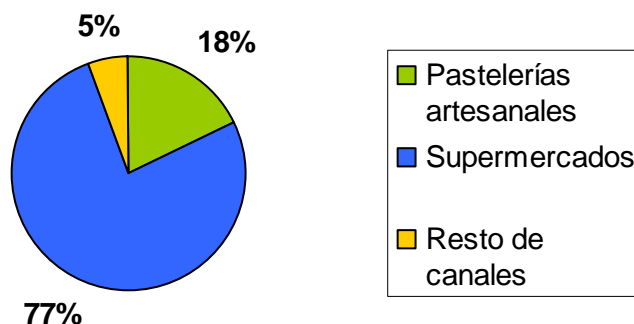
Para los dos grupos de productos los supermercados son los principales compradores, lo que hace que tenga un fuerte poder de negociación, especialmente si son grandes cadenas.

1. PANADERÍA

El pan se distribuye a través de tres canales principales: supermercados, panaderías artesanales y por último, el resto de canales.

Como puede observarse en el siguiente gráfico, los supermercados abarcan un 77% de la cuota total de mercado, lo que puede explicarse si tenemos en cuenta los que el consumidor neerlandés cada vez tiene menos tiempo libre y prefiere comprar todos los productos al mismo tiempo. Aún así, las pastelerías artesanales aún mantienen una cuota de mercado considerable.

CUOTA DE MERCADO POR CANALES DE DISTRIBUCIÓN (%)



Fuente: Gfk ConsumerScan 2009, Extraído de Holland Bakery.

Existen en Países Bajos aproximadamente unas 2.000 panaderías tradicionales, que desarrollan fórmulas de marketing eficaces conjuntamente con centrales de compra como Echte Bakker, Bakker Bart, 't Stoepje, Ambachtsbakker, Heerlijk & Heerlijk, Le Marché y Delifrance. Además, aprovechando fórmulas regionales, mantienen una sólida relación con los consumi-

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTERERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

dores locales. En cuanto a este canal cabría destacar que está aumentando el porcentaje de panaderías étnicas en este mercado.

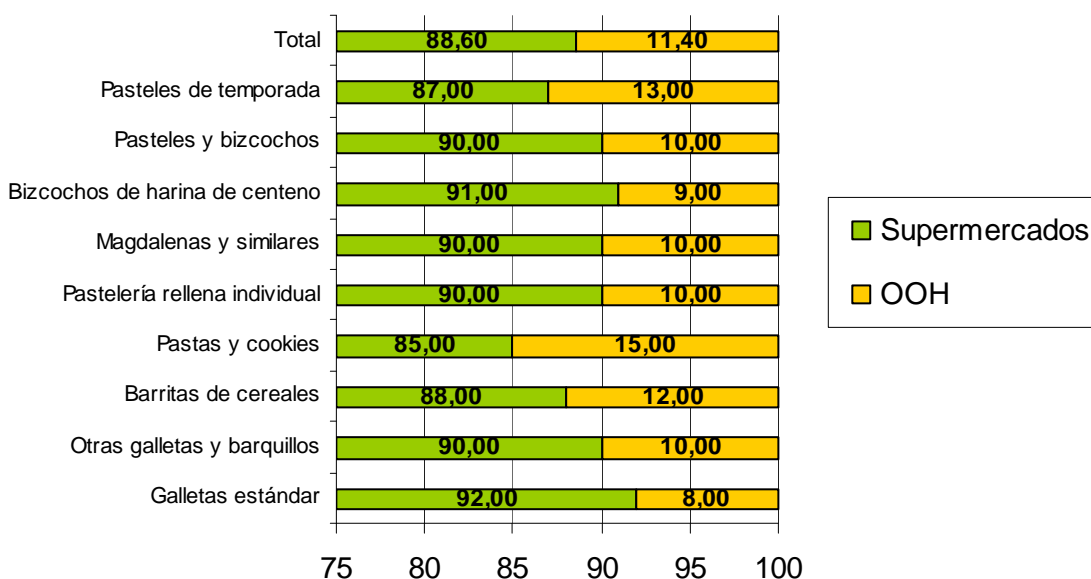
En cuanto a los supermercados, existen unos 4.000 en Países Bajos a los que suplen también grandes centrales de compra como Bakkersland o Bake Five. En este canal tienen gran importancia los productos del distribuidor (marca blanca). En general, los productos que se distribuyen a través de este canal, cuyos surtidos son muy amplios, son de buena calidad. Hay que destacar que muchos de los supermercados tienen una panadería tradicional dentro del establecimiento, en la que además de vender productos frescos, se venden productos precocinados o “bake-off” (principalmente barras de pan que hay que meter en el horno antes de consumir).

2. GALLETERÍA Y PASTERERÍA

Existen dos grupos principales de canales de distribución: los supermercados y los establecimientos OOH. Los establecimientos OOH (Out-Of-home) o fuera de casa, son por todos los puntos de venta distintos de los supermercados, como son: kioscos, tabaquerías, droguerías, panaderías, grandes almacenes, mercadillos, gasolineras, horeca, confiterías, puntos de venta de recreo, etc.

Como puede apreciarse en el siguiente gráfico, para el total de productos de galletería y pastelería los supermercados abarcan el 88,60% de la cuota de mercado el año 2008. Los productos que menos se adquirieron en canales OOH durante ese año fueron los bizcochos de harina de centeno y las galletas estándar.

CUOTA DE MERCADO POR CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN 2008



Fuente: Gfk ConsumerScan 2009, Extraído de Holland Bakery.

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

Teniendo en cuenta la evolución desde el año 2006 se observa que, en general, los supermercados han ganado cuota de mercado frente a los canales “Out of home”. Esta evolución ha sido de esta forma para todos los productos excepto para otras galletas y barquillos.

EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO POR CANALES DE DISTRIBUCIÓN (%)						
	2006		2007		2008	
	Supermercado	OOH	Supermercado	OOH	Supermercado	OOH
Galletas estándar	92	8	92	8	92	8
Otras galletas y barquillos	92	8	91	9	90	10
Barritas de cereales	87	13	87	13	88	12
Pastas y cookies	83	17	84	16	85	15
Pastelería rellena individual	89	11	89	11	90	10
Magdalenas y similares	89	11	90	10	91	9
Bizcochos de harina de centeno	90	10	90	10	90	10
Pasteles y bizcochos	86	14	86	14	87	13
Pasteles de temporada	84	16	83	17	84	16
Total	87,8	12,2	87,9	12,1	88,6	11,4

Fuente: Gfk ConsumerScan 2009, Extraído de Holland Bakery.

En el siguiente gráfico se pueden analizar las **ventas de galletería y pastelería en los supermercados** de Países Bajos en el periodo 2006-2008. Como se puede observar, las ventas a través de este canal crecieron un 7,69% en 2007 y un 6,68% en 2008.

Las ventas de galletas estándar se han mantenido relativamente estables en términos de valor, aunque se han producido ciertas fluctuaciones durante el periodo estudiado. Las ventas en supermercados de productos englobados en la categoría “otras galletas y barquillos” cayeron casi un 6% durante el periodo 2006/2007 para volver a aumentar más de un 7% durante el periodo 2007/2008.

Las ventas en este canal de pastelería rellena individual, bizcochos de harina de centeno y pasteles de temporada han experimentado una evolución muy positiva en el periodo analizado. El grupo de productos que comprenden “Pastelería rellena individual” es el que mejor evoluciona, puesto que es el único cuyo porcentaje de aumento para el periodo 2007/2008 (10,14%) es mayor que para el periodo anterior 6,15%.

VENTAS EN SUPERMERCADOS (EN MILLONES DE EUROS)			
	2006	2007	2008
Galletas estándar	48	46	48
Otras galletas y barquillos	103	97	104
Barritas de cereales	136	158	161
Pastas y cookies	129	141	148
Pastelería rellena individual	195	207	228
Magdalenas y similares	42	44	48
Bizcochos de harina de centeno	87	103	111
Pasteles y bizcochos	32	32	34
Pasteles de temporada	47	54	59
Total	819	882	941

Fuente: Studiecentrum Snacks en Zoetwaren Benelux (Centro de estudio de snacks y dulces en Países Bajos)

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETERÍA EN PAÍSES BAJOS

VARIACIÓN DE LAS VENTAS EN SUPERMERCADOS (EN %)		
	2006/2007	2007/2008
Galletas estándar	-4,17	4,35
Otras galletas y barquillos	-5,83	7,22
Barritas de cereales	16,18	1,90
Pastas y cookies	9,30	4,96
Pastelería rellena individual	6,15	10,14
Magdalenas y similares	4,76	9,09
Bizcochos de harina de centeno	18,39	7,77
Pasteles y bizcochos	0,00	6,25
Pasteles de temporada	14,89	9,26
Total	7,69	6,69

Fuente: Studiecentrum Snacks en Zoetwaren Benelux (Centro de estudio de snacks y dulces en Países Bajos)

En cuanto a las **ventas en el canal OOH** (fuera de casa), las categorías de productos analizadas han evolucionado de forma distinta. Las ventas de galletas estándar, pastas y cookies, magdalenas y similares y pasteles y bizcochos se han mantenido estables. Se ha producido una evolución positiva en la venta de otras galletas y barquillos, bizcochos de harina de centeno y pasteles de temporada.

VENTAS EN EL CANAL OOH (EN MILLONES DE EUROS)			
	2006	2007	2008
Galletas estándar	4	4	4
Otras galletas y barquillos	9	10	11
Barritas de cereales	20	23	22
Pastas y cookies	27	27	27
Pastelería rellena individual	25	25	24
Magdalenas y similares	5	5	5
Bizcochos de harina de centeno	10	11	12
Pasteles y bizcochos	5	5	5
Pasteles de temporada	9	11	11
Total	114	121	121

Fuente: Studiecentrum Snacks en Zoetwaren Benelux (Centro de estudio de snacks y dulces en Países Bajos)

VARIACIÓN DE LAS VENTAS EN EL CANAL OOH (EN %)		
	2006/2007	2007/2008
Galletas estándar	0,00	0,00
Otras galletas y barquillos	11,11	10,00
Barritas de cereales	15,00	-4,35
Pastas y cookies	0,00	0,00
Pastelería rellena individual	0,00	-4,00
Magdalenas y similares	0,00	0,00
Bizcochos de harina de centeno	10,00	9,09
Pasteles y bizcochos	0,00	0,00
Pasteles de temporada	22,22	0,00
Total	6,14	0,00

Fuente: Studiecentrum Snacks en Zoetwaren Benelux (Centro de estudio de snacks y dulces en Países Bajos)

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Para exportar a Países Bajos hay que tener en cuenta la normativa europea al respecto. Hay que cumplir ciertos requisitos en cuanto a legislación, etiquetado y códigos. Dichos requisitos se basan en aspectos relacionados con el medio ambiente y la salud y la seguridad del consumidor.

En cuanto al etiquetado, hay que tener en cuenta que la certificación es cada vez más importante en el mercado europeo, ya que garantiza determinadas cualidades de los productos. Las certificaciones de comercio justo o productos orgánicos dan acceso a nichos de mercado interesantes a los que no pueden llegar el resto de productos. Aunque la certificación puede ser un obstáculo para los pequeños productores por los costes que implica, el retorno de esta inversión puede ser alto. Por otro lado, las etiquetas deben ir, al menos, en el idioma del país en que se vende el producto, en este caso, el neerlandés.

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

PLMA'S WORLD OF PRIVATE LABEL

Feria Internacional de marca blanca.

Lugar: Amsterdam RAI

Frecuencia: anual

Próxima edición: del 18 al 19 de mayo de 2010

Organización: Private Label Manufacturers Association

Word Trade Center

Strawinskylaan 671

1077 XX Amsterdam

Tel: +31 20 5753032

Fax: +31 20 5753093

Contacto: info@plma.nl

Página web: www.plmainternational.com (disponible en español)

HORECAVA

Feria Internacional del sector hostelería.

Lugar: Amsterdam RAI

Frecuencia: Anual

Próxima edición: del 10 al 13 de enero de 2011

Horecava 2010

PO Box 77777

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETTERÍA EN PAÍSES BAJOS

1070 MS Amsterdam

Tel: +31 20 5491212

Fax: +31 20 6464469

Contacto: horecava@rai.nl o bien a través del siguiente formulario de contacto

<http://www.horecava.nl/nl/nl/Pages/contact.aspx>

Web: www.horecava.nl (en inglés y neerlandés)

BAKKERIJ DAGEN

Feria de los sectores panadería, pastelería y heladería

Lugar: Ámsterdam RAI

Frecuencia: Bienal

Próxima edición: Febrero de 2012

Organización: Project Team Bakkerij Dagen

PO Box 77777

1070 MS Ámsterdam

Tel: +31 20 5491212

Fax: +31 20 5491804

E-mail: bakkerijdagen@rai.nl

Página web: www.bakkerijdagen.nl (en neerlandés)

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

DISTRIFOOD

Revista profesional para supermercados

Editor: Reed Business B.V.

Hanzestraat 1, 7006 RH Doetinchem

P.O. Box 4, 7000 BA Doetinchem

Tel.: +31 314 349337

Fax: +31 314 349044

E-mail: distrifood@reedbusiness.nl

Página web: <http://www.reedbusiness.nl> (disponible en neerlandés)

Tirada: 9.828 ejemplares, semanal.

FOOD MAGAZINE

Revista profesional para supermercados

Editor: Reed Business B.V.

Tel.: +31 314 349911

Fax: +31 314343839

Contacto para publicar anuncios: sales.food@reedbusiness.nl

<http://www.reedbusiness.nl> / www.foodmagazine.nl (disponibles en neerlandés)

Tirada: 6.230 ejemplares, mensual.

BAKKERS IN BEDRIJF

Revista dedicada a los sectores de la pastelería y la panadería

Editor: Retail Publishers

De Opgang 2, 9203 GD Drachten

P.O. Box 104, 9200 AC Drachten

Tel: +31 512 584130

Fax: +31 512 584014

E-mail: info@bakkersinbedrijf.nl

Página web: www.bakkersinbedrijf.nl (en neerlandés)

Tirada: 4.667 ejemplares, 11 veces al año

BAKKERSWERELD

Revista dedicada a los sectores de la pastelería y la panadería

Editor: Reed Business B.V.

Hanzestraat 1, 7006 RH Doetinchem

P.O. Box 4, 7000 BA Doetinchem

Tel.: +31 314 349911

Fax: +31 314 343839

E-mail: bakkerswereld@reedbusiness.nl

Página web: www.bakkerswereld.nl (en neerlandés)

Tirada: 4.395 ejemplares, quincenal

3. ASOCIACIONES

NEDERLANDS BAKKERIJ CENTRUM (NBC)

Centro de consultoría e institución educacional del sector panadero neerlandés

AGRO BUSINESSPARK 75-83

6108 PV WAGENINGEN

DIRECCIÓN POSTAL:

POSTBUS 360

6700 AJ WAGENINGEN

TEL: +31 317 471247

FAX: +31 317 423206

E-MAIL: info@nbc.nl

Página web: www.nbc.nl (en neerlandés)

NEDERLANDSE VERENIGING VOOR DE BAKKERIJ (NVB)

Asociación neerlandesa para panaderías grandes y medianas

SIR WINSTON CHURCHILLLAAN 366

2285 SJ RIJSWIJK

DIRECCIÓN POSTAL:

POSTBUS 161

2280 AD RIJSWIJK

TEL: +31 70 3549847

FAX: +31 70 3584679

E-MAIL: nvbinfo@nedverbak.nl

Página web: www.nedverbak.nl (en neerlandés)

NEDERLANDSE BROOD EN BANKETBAKKERS ONDERNEMERS VERENIGING (NBOV)

Organización interprofesional de panaderos y pasteleros artesanales

GERBRANDYWEG 8

2805 BZ GOUDA

DIRECCIÓN POSTAL:

POSTBUS 332

2800 AH GOUDA

EL MERCADO DE LA PANADERÍA, PASTELERÍA Y GALLETTERÍA EN PAÍSES BAJOS

TEL: +31 182 693030

FAX: +31 182 693069

E-MAIL: info@nbov.nl

Página web: www.nbov.nl (en neerlandés)



ICEX