



La promoción de los productos suele correr a cargo del importador o del agente, y prefieren que sea local.

para las tortillas y paellas precocinadas. Las cenas suelen ser bocadillos de fiambre o queso. La presentación de estos productos precortada y empaquetada es la que tiene éxito.

VINO MONOPOLIZADO

Desde 1996 la importación y distribución de vinos está liberalizada en Noruega, pero la venta al por menor sigue bajo el mono-

Si un vino de una denominación española quiere vender, debe esperar a que el monopolio solicite muestras

polio estatal, denominado Vinmonopolet. La distribución cuenta con una fuerte concentración, puesto que hay 18 empresas pero sólo tres concentran el 99,6% de las ventas al Vinmonopolet. El resto vende principalmente en el canal horeca.

Si un vino de una denominación de origen española quiere vender, debe esperar a que el monopolio solicite muestras. Los importadores presentan las muestras de sus proveedores y el monopolio realiza una cata ciega. Los precios son altos. A estos costes, hay que añadir las comisiones del importador o agente, del distribuidor y del monopolio.

En definitiva, un vino que el bodeguero vende por dos euros al importador, se vende en las tiendas a 12 euros. España es el tercer proveedor, por detrás de Francia e Italia. El gran rival que ha surgido en los últimos años para las botellas de vino es el bag-in-box, envase formado por una bolsa de plástico dentro de una caja, que supone el 40% de las ventas del monopolio, ya que ofrece una buena relación calidad-precio.

ARANCELES VARIABLES

Noruega forma parte del Espacio Económico Europeo (EEE), pero los productos agroalimentarios y sus transformados están sometidos a aranceles. Las propias características físicas del país y la dispersión de la población suponen también un coste. La distancia entre el norte y el sur es muy grande, el país es bastante montañoso y hay nieve durante varios meses. Sólo hay cinco ciudades que superen los 100.000 habitantes.

Este factor ha sido uno de los motivos que más ha impulsado la concentración en el sector de la distribución agroalimentaria, ya que las cantidades que hay que transportar son pequeñas en muchos casos. Por lo general, los distribuidores cuentan con transportistas propios.

Los precios finales de los productos agroalimentarios son elevados debido a los aranceles, costes de transporte, impuestos especiales, comisiones de importadores y distribuidores, que oscilan entre un 10% y un 15% para cada uno, más un IVA que se redujo a la mitad (del 24% general al 12%).

