

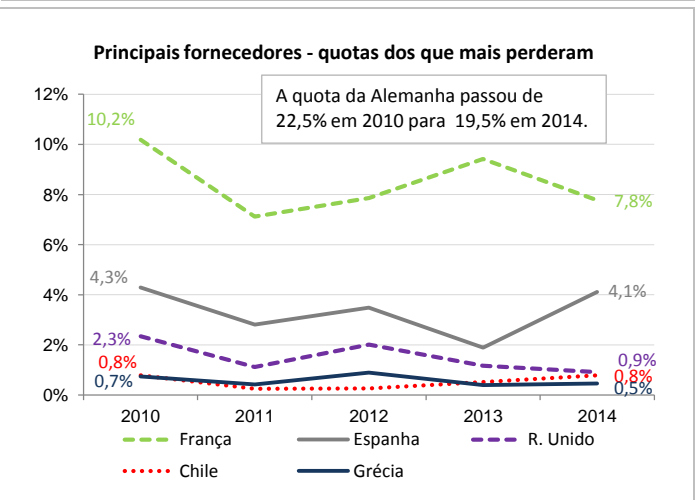
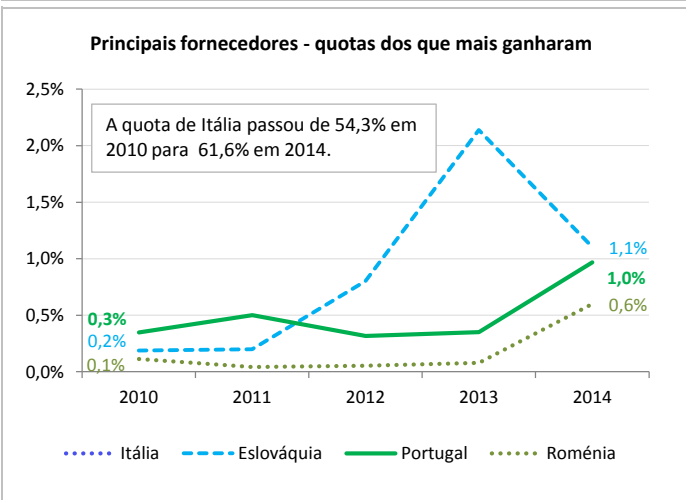
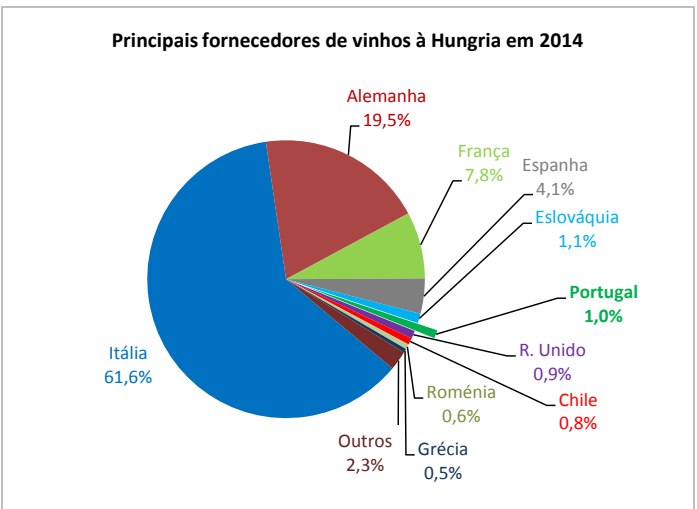
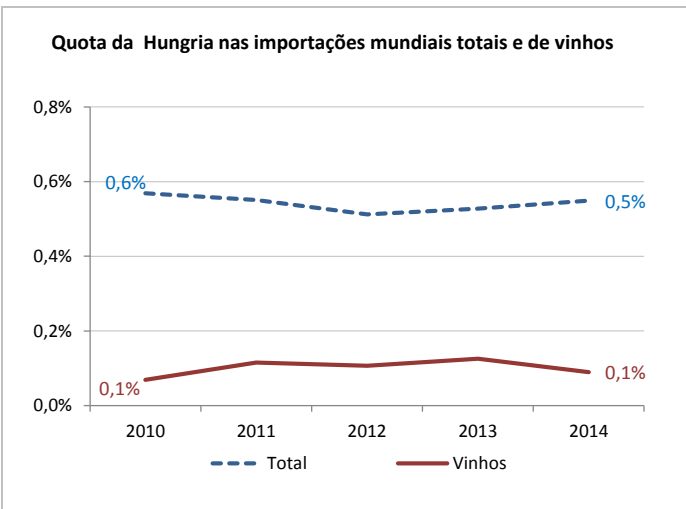
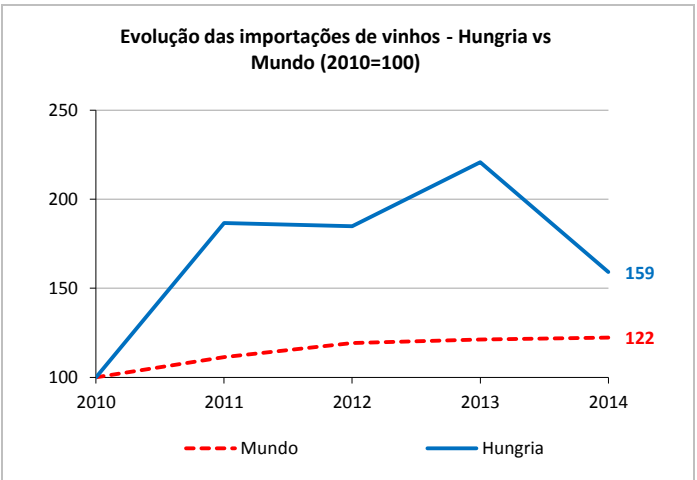
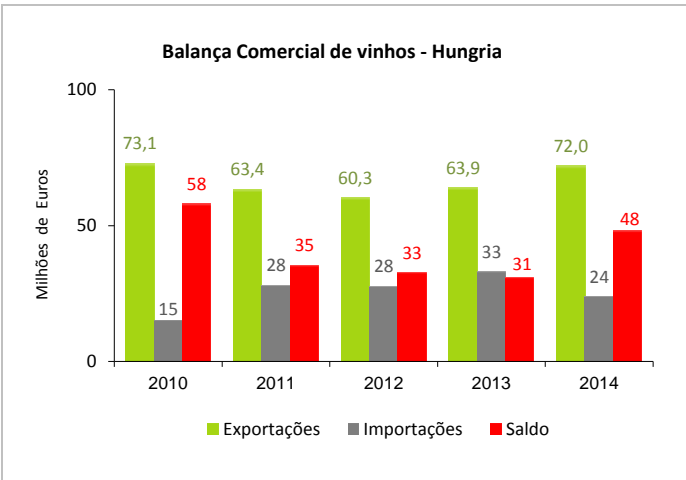


### 1. CARACTERIZAÇÃO GERAL DO MERCADO

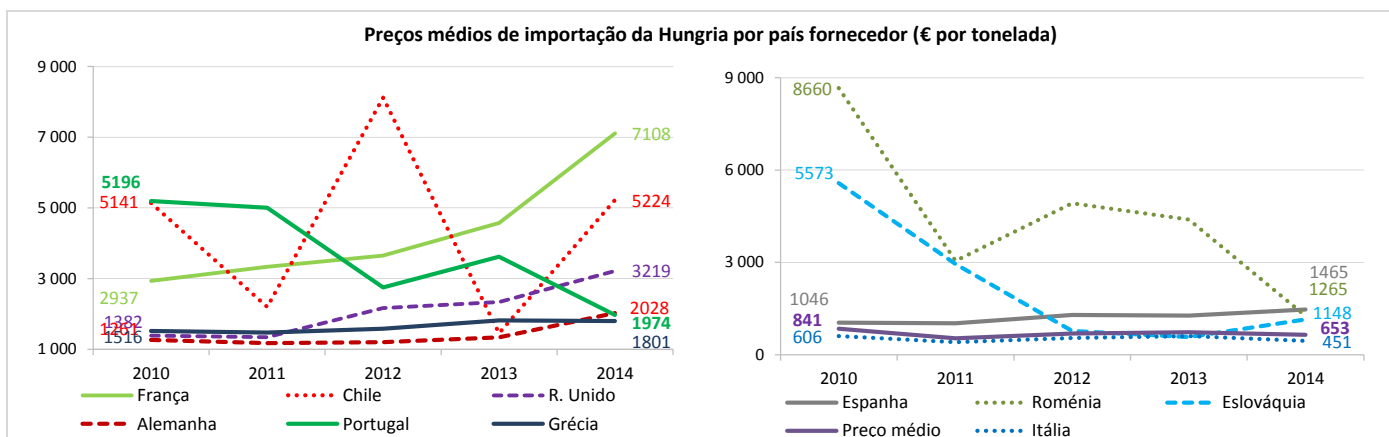
Posição da Hungria no comércio mundial de vinhos (NC 2204) em 2014:

Importações: 58º importador mundial (0,09% do total em valor)

Exportações: 25º exportador mundial (0,28% do total em valor)



Fonte: International Trade Centre (dados 2014 - provisórios)



Fonte: ITC - International Trade Centre (dados 2014 - provisórios)

### Principais aspetos a salientar:

De acordo com o International Trade Centre, em 2014, a Hungria foi o 33º maior importador de bens com uma quota de 0,5%. Nos vinhos ocupou o 58º lugar, com uma quota de 0,1%. Entre 2010 e 2014 as importações húngaras de bens cresceram abaixo da média mundial (4,3% versus 5,3%), mas as de vinhos aumentaram a um ritmo muito superior (19,3% versus 5,3%).

A balança comercial húngara de vinhos é superavitária, mas as importações estão a aumentar a um ritmo mais rápido do que o das exportações.

As entradas de vinho não engarrafado cresceram, sistematicamente, entre 2010 e 2013 (de 3M€ para 16,5M€); em 2014 baixaram 47,5% face ao ano anterior, fixando-se em 8,7M€. Estes vinhos que, em 2012, respondiam por 53,2% das importações do setor representavam, em 2014, 36,3% do total.

A evolução das compras externas de espumantes e espumosos foi idêntica à do vinho não engarrafado: as importações passaram de 4,8M€ em 2010, para 6,8M€ em 2013 e, em 2014, diminuíram para 5,3M€ (22,1% do total importado).

No vinho engarrafado, não obstante um recuo pontual das importações em 2012, estas cresceram 12,8% em média ao ano entre 2010 e 2014 (de 6,7 para 9,3M€). Em 2014, o vinho engarrafado respondia por 38,8% das importações do setor.

**Itália** lidera o ranking de fornecedores de vinhos à Hungria, com uma quota de mercado 61,6% em 2014 (54,3% em 2010). As importações aumentaram 29,9% em média ao ano entre 2010 e 2013 (para 23M€), mas recuaram 36,2% em 2014, para 14,7M€. Ainda assim, no último ano a Hungria importou de Itália mais 6,6M€ em vinho do que em 2010.

Esta evolução resultou, em larga medida, do comportamento das importações de vinho não engarrafado de que Itália é o 1º fornecedor, com 8,6 M€ em 2014 e uma quota de 98,5% (15M€ em 2013). Itália é, também, a principal origem de espumantes e espumosos, com 62,2% do mercado em 2014 (ou 3,3M€). Nos vinhos engarrafados, Itália é o 2º fornecedor, com 25,9% de quota e um valor de 2,4M€ (2,6M€ em 2010).

Apesar do crescimento das importações entre 2010 e 2014, **Alemanha, Espanha e França** perderam quota. Em 2014, respondiam por 19,5%, 7,8% e 4,1% do mercado (4,6M€, 1,9M€ e 1M€). Desde 2010, as importações húngaras de vinhos alemães cresceram 12,1% em média ao ano, o que se traduziu num acréscimo de 1,3M€ entre os valores do final e do início do período. No caso dos vinhos franceses o aumento médio anual foi de 10,6% e de 16,7% nos espanhóis, sendo os acréscimos pouco superiores a 300 mil euros em cada caso.

Qualquer destes mercados tem pouca expressão no vinho não engarrafado. A Alemanha é o 1º fornecedor de vinho engarrafado ao mercado, com 42,9% de quota em 2014, França e Espanha, com quotas de 8,6% e 8,3% são o 3º e 4º. Nos espumantes e espumosos, França, Alemanha e Espanha posicionam-se, respetivamente, como 2º, 3º e 4º fornecedores com parcelas de mercado de 19,7%, 12,6% e 2,3%.

A **Eslováquia** é o 5º fornecedor de vinhos à Hungria: é o 8º nos vinhos engarrafados, com uma quota de 1,6% em 2014 e o 2º nos outros mostos de uva (logo a seguir a Itália).

Em 2014 **Portugal** posicionou-se como 6º fornecedor; com vendas de 52 mil euros em 2010 e de 231 mil em 2014, a quota portuguesa passou de 0,3% para 1%. Como a quase totalidade dos vinhos que a Hungria importa de Portugal são engarrafados, a quota sobe para **2,5% no mercado dos engarrafados** importados (0,8% em 2010) e a posição como **fornecedor**, para **5º**.

O preço médio do vinho importado pela Hungria, a flutuar entre os 529€/tn. e os 841€/tn no período 2010-2014, é reduzido se comparado com outros mercados. No quadro dos principais fornecedores, apenas Itália pratica preços abaixo da média. A este facto não será alheia a importância relativa do vinho não engarrafado nas vendas de Itália à Hungria.

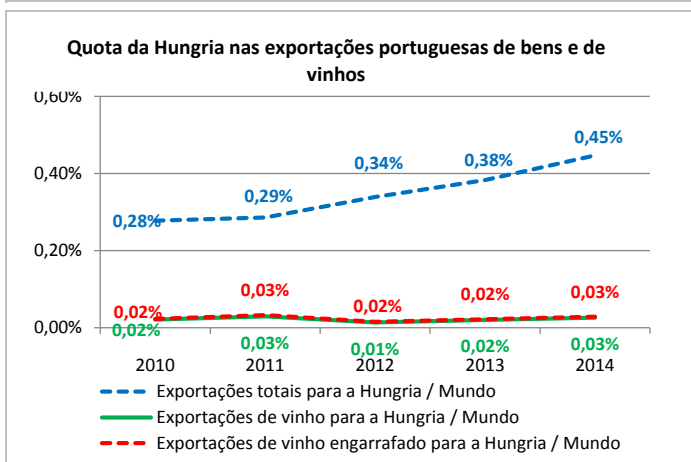
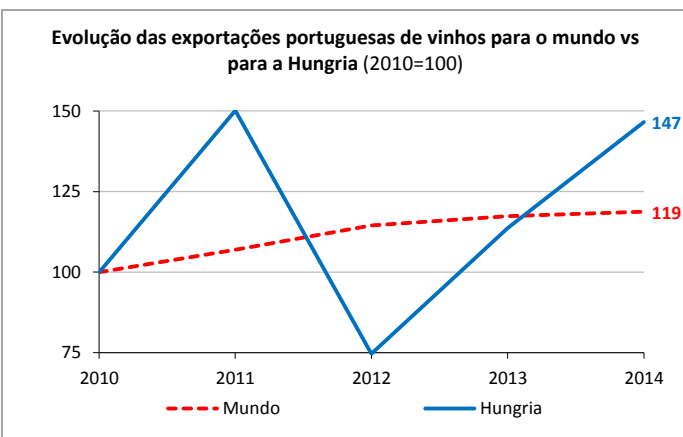
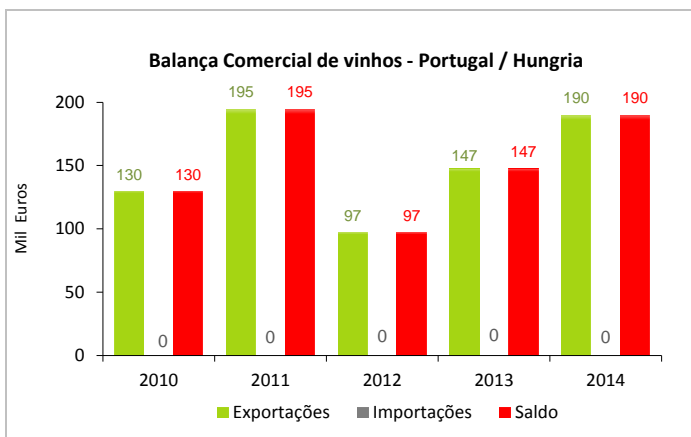
Com preços acima da média em 2014, destacam-se França (7 180€/tn), o país que mais aumentou o preço médio nos últimos cinco anos (2 937€/tn em 2010). Seguem-se o Chile (5 224€/tn), o Reino Unido (3 219€/tn), a Alemanha (2 028€/tn), **Portugal (1 974€/tn)**, Grécia (1 801€/tn.) e Espanha (1 465€/tn.). No quadro dos primeiros sete fornecedores, só Portugal reduziu o preço o período 2010-2014 (de 5 196€/tn para 1 974€/tn).

## 2. RELACIONAMENTO BILATERAL

Posição da Hungria no comércio externo português de vinhos em 2014:

Exportações: 59º cliente (0,03% do total em valor)

Importações: Não se registaram importações



- Maiores exportadoras portuguesas de vinhos para a Hungria em 2014 (ordem alfabética):**
- Adega Cooperativa de Cantanhede, CRL
  - Casa Santos Lima - Companhia das Vinhas, SA
  - Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, SA
  - Quinta da Pellada, Unipessoal, Lda
  - Quinta do Noval - Vinhos, SA
  - Sociedade Agrícola Quinta de Porrais
  - Sociedade dos Vinhos Borges, SA
  - Sogevinus Fine Wines, SA
  - Sogrape Vinhos, SA
  - Symington Family Estates - Vinhos, Lda
- Observação: Esta informação considera apenas pessoas coletivas (sociedades) e exclui as empresas não identificadas e as que pediram confidencialidade. Fonte: INE

Fonte: Instituto Nacional de Estatística

### Principais aspetos a salientar:

Segundo o INE, em 2014, a Hungria foi o 26º destino das saídas de bens de Portugal, com 0,45% do total. No mesmo ano, ocupou o 59º lugar no ranking dos clientes de vinho português e o 57º no de vinho engarrafado, sendo em cada caso, o destino de 0,03% do total das exportações destes produtos.

Entre 2010 e 2014, o crescimento médio anual das exportações portuguesas de vinhos para a Hungria foi muito semelhante ao do conjunto das saídas de bens para o mercado e situou-se, ligeiramente, acima dos 20% ao ano. Enquanto as vendas de bens de Portugal à Hungria aumentaram sucessivamente ao longo do período, as de vinhos sofreram uma queda em torno de 50% em 2012, seguida de aumentos de, respetivamente, 52,3% e 28,9% em 2013 e em 2014.

As importações de vinho com origem na Hungria não têm significado ao longo do período em análise. Deste modo, o saldo da balança comercial bilateral do setor tem sido favorável a Portugal no período 2010-2014, embora com excedentes comerciais reduzidos, situados entre 97 mil e os 195 mil euros (190 mil euros em 2014).

Os vinhos engarrafados constituem a quase totalidade das exportações portuguesas de vinho para o mercado. Ainda assim, os vinhos espumantes e espumosos, responderam por 3,8% das saídas em 2013 mas, em 2014, voltaram a perder expressão.

### 3. DESTAQUES DO MERCADO

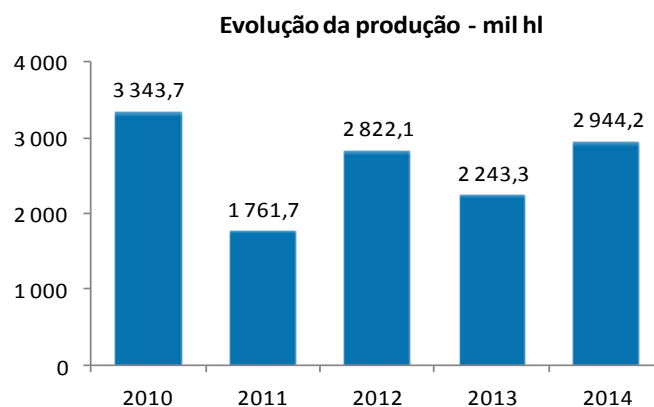
A Hungria, apesar de ter apenas 10 milhões de habitantes, não deixa de ser, em termos europeus, um mercado importante e a ter em conta quanto ao consumo de vinho, estando situado entre os 10 maiores consumidores da União Europeia. De destacar que a Hungria é também um importante produtor vinícola.

Anteriormente, o consumo dos vinhos brancos era bastante superior ao dos vinhos tintos, mas essa tendência tem vindo a mudar e, atualmente, os vinhos tintos estão ao nível dos brancos na disputa pela liderança do consumo. Os vinhos rosés, tem visto a sua quota aumentar, mas continuam a ter uma expressão pouco significativa.

Nos últimos anos, tendencialmente, as importações de vinhos (cc.10% do consumo) quer tintos quer brancos, tem crescido (em volume e valor), ainda que irregularmente. No entanto, a grande percentagem do consumo continua a ser produção nacional.

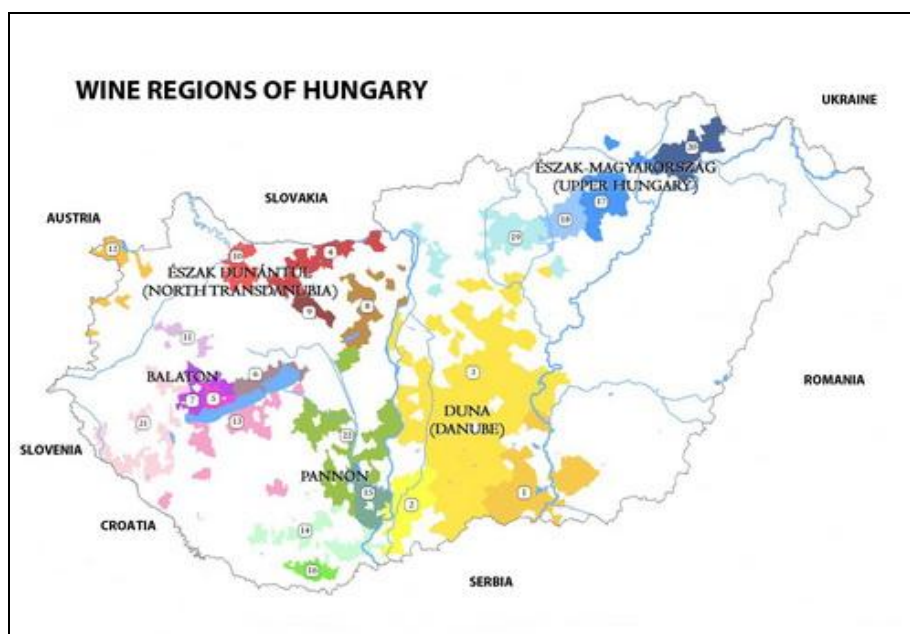
#### Produção

A produção local de vinhos atingiu, em 2014, os 2,9 milhões de hectolitros, um acréscimo de 31% face ao ano anterior, mas cerca de 400 hectolitros a menos do que o volume registado em 2010.



Fonte: KSH – Hungarian Central Statistical Office

As principais regiões vinícolas são Balaton-felvidék, Eger, Kunság, Sopron, Szekszárd, Tokaj e Villány.



Fonte: <http://www.hungarianwinehouse.co.uk/media//regions2.jpg>

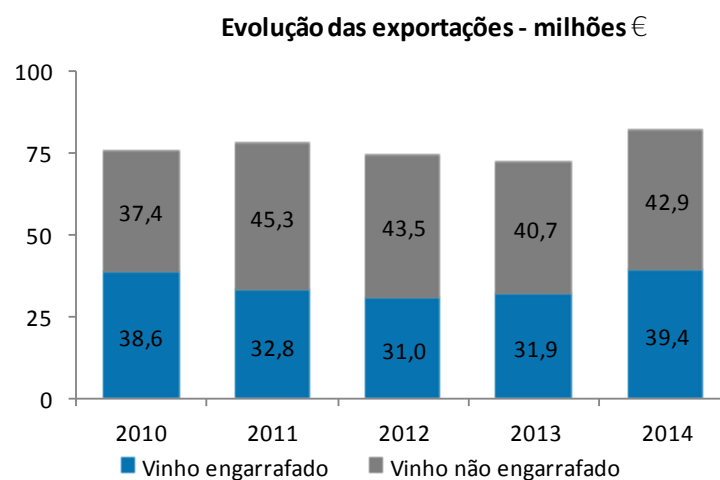
De acordo com dados do HNT – National Council of Wine Communities, em 2013, o vinho branco respondeu por 65,8% da produção, seguido dos tintos com 28,5% e dos rosés com, apenas, 5,7%.

As principais castas utilizadas em Tokaj para a elaboração do Tokaji (vinho mais conhecido e prestigiado da Hungria no mercado internacional), são fundamentalmente as Furmint, Hárslevelű e Muscat.

As castas mais cultivadas são originárias de França (Chardonnay, Sauvignon Blanc, Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc, Pinot Noir) e da Alemanha (Olaszrizling, Rizling, Kékfrankos), sendo ainda escassa a utilização de castas próprias (Cserszegi fűszeres, Irsai Olivér, Juhfark, Kéknyelű, Leányka e Kadarka).

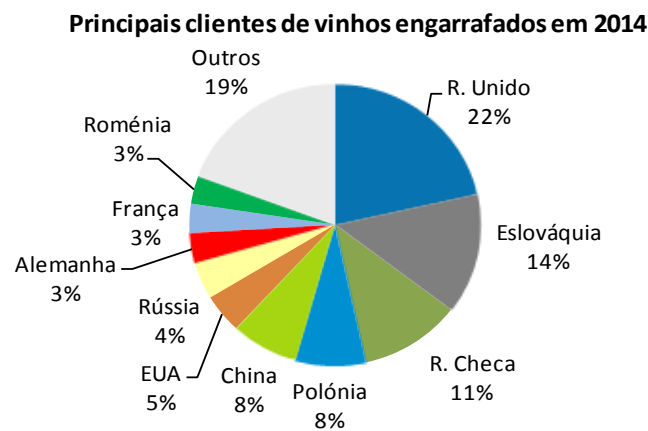
### Exportações

Os valores de exportação de vinhos húngaros publicados pelo KSH – Hungarian Central Statistical Office, são superiores aos divulgados pelo ITC. Segundo aquela fonte, as vendas da Hungria de vinho ao exterior atingiram 82,3 milhões de euros em 2014 e um crescimento de 13,2% face ao ano anterior (72 milhões de euros e 12,7% de acordo com o ITC).



Fonte: KSH – Hungarian Central Statistical Office

Apesar de, no último ano, as saídas de vinho engarrafado terem aumentado a um ritmo mais rápido do que as de vinho não engarrafado (23,2% *versus* 5,4%), o facto é que este último continua a ser predominante na estrutura das exportações.



Fonte: KSH – Hungarian Central Statistical Office

Os vinhos engarrafados têm como destinos preferenciais, o Reino Unido (8,6 milhões de euros em 2014), a Eslováquia (5,4 milhões de euros), a R. Checa (4,4 milhões), a Polónia e a China (respetivamente, 3,1 e 2,9 milhões de euros).

## **Distribuição**

Na Hungria, o canal mais comum de importação de vinhos é através dos importadores-distribuidores, que importam para abastecer as grandes cadeias de supermercados, grossistas, comércio retalhista e o setor HORECA.

Também existe importação direta por parte das grandes cadeias de distribuição (hipermercados, supermercados e “hard discount”), que o fazem através das suas centrais de compras, normalmente situadas na Alemanha ou Áustria.

Os canais de distribuição estão identificados e funcionam bem na Hungria. O principal “player” continua a ser o importador-distribuidor, decisivo para quem quer entrar no mercado.

De destacar que, nos últimos anos, se assistiu a um importante processo de concentração da importação de vinhos. Existem importadores especializados, que só importam de um país (França, Itália, Espanha, Chile, África do Sul, entre outros) ou especializados na importação de vinhos, por exemplo, do chamado Novo Mundo.

No que diz respeito à estrutura da distribuição, e com a evolução dos últimos anos, pode-se afirmar que a separação rígida do importador-distribuidor e grossista-retalhista tem vindo a desaparecer. Assim é natural encontrar um importador que também vende diretamente ao consumidor através de lojas suas especializadas, (assim como, se viu anteriormente, a importação direta por parte das grandes cadeias de distribuição).

De referir que, ao contrário de outros países, na Hungria, a figura do agente comercial (quase) não existe.

Os canais/locais mais importantes e nos quais se encontram vinho importado, são os Hipermercados e Grandes Superfícies, o Canal Horeca e as Lojas especializadas (vinotecas).

## **Consumo**

O consumo de álcool na Hungria é tradicionalmente alto, cerca de 115 litros per capita/ano, dos quais em 2013, 66% foi consumo de cerveja, 25% vinho e 9%, outras bebidas alcoólicas (champanhes e outras bebidas espirituosas).

De referir que o consumo de cerveja cresceu nos últimos anos, devido ao forte marketing de promoção e distribuição realizado pelas empresas cervejeiras.

O consumo médio de vinho por pessoa/ano tem sido cerca de 29 litros, que coloca a Hungria no “top ten” entre os países da UE.

Principais segmentos de consumidores:

- a elite;
- classe média superior;
- juventude emergente;
- classe média;
- as camadas mais amplas do povo húngaro (trabalhadores, reformados).

Comportamento do consumidor:

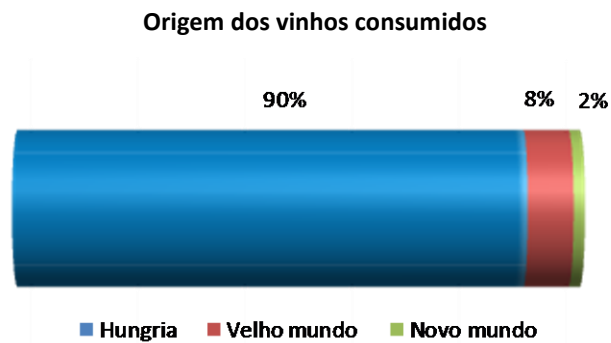
Segundo a revista “Bor és Piac”, em 2014, 21% dos consumidores de vinho na Hungria, beberam vinho diariamente enquanto ¼ do total o fizeram duas vezes por semana. Declararam consumir vinho com uma frequência semanal 37% e, apenas 17% referiram consumos realizados uma vez por mês.

O vinho é consumido, fundamentalmente em casa (62%) ou em visitas a amigos (18%). Os restaurantes são locais de consumo em 11% das situações e os bares, em apenas 3%.

De referir que, 6 em cada 10 agregados familiares bebem vinho e que cada um compra, em média, 32 litros por ano.

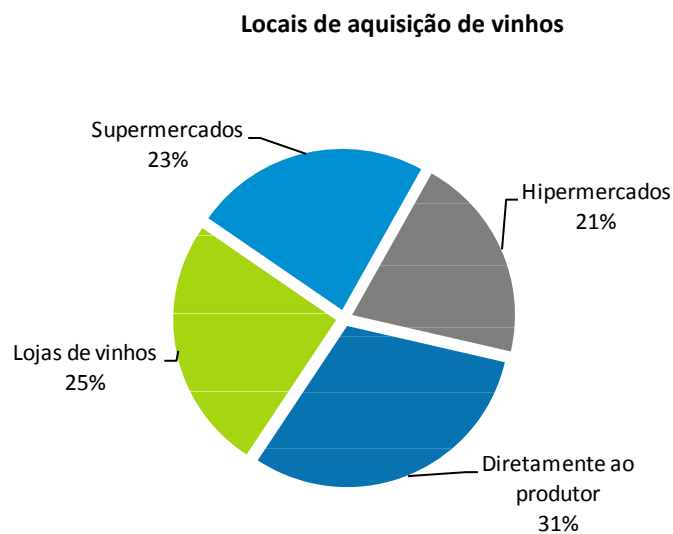
A preferência do consumo cabe aos tintos (50% do total), seguidos dos brancos (30%) e dos rosés (20%).

A grande maioria dos vinhos consumidos é de origem húngara; em 2014, só 8% tiveram origem no Velho Mundo.



Fonte: AICEP Budapeste com base na GfK e na Editora de Bor és Piac

Em 2014, dois terços das garrafas de vinho adquiridas custaram entre 3,3 e 16,6€, em 28% dos casos o preço esteve acima dos 16,6€ por garrafa e só 6% custaram menos de 3,3 euros.



Fonte: AICEP Budapeste com base na GfK e na Editora de Bor és Piac

As compras de vinhos diretamente ao produtor têm, no mercado, uma expressão assinalável. Todavia, as lojas de vinhos respondem por ¼ das aquisições.

### Perceção do vinho português

Apesar do conhecimento sobre vinhos portugueses ser ainda reduzido no mercado, a imagem generalizada que existe, é que estes são de excelente qualidade, normalmente mais caros que os vinhos concorrentes, mas “quem bebe português, bebe bom”. Os blogues e a imprensa especializada têm contribuído em muito para esta imagem tão positiva dos vinhos nacionais no mercado húngaro.

Nos últimos anos a oferta de vinho português tem aumentado e, atualmente, podem encontrar-se na Hungria, vinhos de diversas regiões portuguesas.

No entanto, apesar dos esforços realizados e da forte presença dos nossos vinhos nos “media” especializados, há ainda grande desconhecimento sobre as regiões vinícolas, as características específicas, a qualidade e os tipos de vinhos produzidos em Portugal.

De sublinhar que alguns dos “sommeliers” mais prestigiados e outras personalidades húngaras do setor, conhecem e são grandes apreciadores dos vinhos portugueses.

Portugal foi em 2013, o País Convidado do Festival Internacional de Vinhos em Budapeste, principal evento setorial que se realiza anualmente na Hungria.

No Concurso Internacional de Vinhos VinAgora, foram premiados diversos vinhos portugueses, nomeadamente o Vinho do Porto „Casa Santa Eufémia 20 Anos”, produzido por José Viseu Carvalho & Filhos Lda., galardoado com Medalha de Ouro em 2010 e o vinho „Condessa de Santar 2011”, produzido pela Sociedade Agrícola de Santar, Sociedade Vinícola, Lda. com Medalha de Prata na edição de 2013.

### Formação do Preços

Para cálculo do preço final, deve-se ter em conta uma multiplicidade de parcelas:

- o custo do frete, do transporte de camião até a Hungria, 0, 50 euros/garrafa;
- o rótulo, 50 HUF, cc de 0,15 + 0,17 euros/garrafa;
- o armazenamento, 50 HUF, cc de 0,15-0,17 euros/garrafa;
- o transporte, distribuição na Hungria, 50 HUF, cc de 0,15-0,17 euros/garrafa;
- as margens do distribuidor e do retalhista, cc 4,50-4,75 euros/garrafa.

Para o caso de um vinho de mesa português com preço de 3 euros no produtor, chega ao consumidor final húngaro pelo preço de 8,25 – 8,75 euros.

### Evolução do preço médio dos vinhos importados ( € / l i t r o )

		2011	2012	2013
Vinhos de uvas frescas	Total	0,50	0,70	0,78
	Portugal	3,11	2,33	3,62
Vinho engarrafado	Total	0,80	1,49	1,75
	Portugal	5,04	2,74	2,78
Vinho engarrafado branco	Total	0,84	1,45	1,45
	Portugal	4,72	2,13	2,54
Vinho engarrafado tinto	Total	0,80	1,51	1,85
	Portugal	5,04	3,04	3,68

Fonte: HNT – National Council of Wine Communities

De acordo com dados do National Council of Wine Communities, o preço do vinho de origem portuguesa é largamente superior ao preço médio dos vinhos importados pela Hungria. Tal facto decorre, por um lado, de uma aposta na importação de vinhos portugueses de qualidade e, por outro, de custos de transporte elevados face a alguns dos concorrentes.

Contrariando a tendência de mercado, os preços dos vinhos portugueses verificaram em 2012 uma forte redução. Os valores para 2013 apontam para uma recuperação dos preços dos vinhos portugueses tanto tintos como brancos.



## 4. ASPETOS REGULAMENTARES

### Regime de Importação

#### Tributação aduaneira

##### Direitos Aduaneiros

Não há lugar ao pagamento de direitos aduaneiros; está em funcionamento o [mercado interno](#), onde as [mercadorias circulam livremente](#) sem haver lugar a qualquer controlo alfandegário.

##### Outras Taxas

IVA: A União Europeia (UE) tem um [Sistema Comum do IVA](#); no entanto, os países da UE beneficiam de uma certa flexibilidade, incluindo a determinação das taxas do IVA. Na Hungria, o vinho está sujeito à taxa de 27%.

IEC: A UE dispõe igualmente de uma [“estrutura comum de Impostos Especiais de Consumo”](#) (que inclui o tabaco manufacturado, os óleos minerais e o álcool e as bebidas alcoólicas), os quais, embora definidos nacionalmente em termos de taxas, deverão respeitar os parâmetros e requisitos estabelecidos em termos comunitários. Na Hungria o vinho espumante (e só este) está sujeito a IEC ([Excise Duty Tables European Commission January 2015](#))

Assim, o imposto especial de consumo sobre o vinho (excise tax / „jövédéki adó”) tem os valores seguintes:

- Vinhos tranquilos (still wines): 0 Ft
- Vinho do Porto: (2015) 254 HUF/1 garrafa de 0,75 l (1 euro =300 –310 HUF, Forints húngaros)
- Vinhos espumosos/espumantes: (2015): 123 HUF /1 garrafa de 0,75 litros.

#### Fontes:

[Taxation and Customs Union /VAT](#) (Data de atualização – 01.01.2015);

[EUGO Point of Single Contact Hungary](#)

AICEP Budapeste

#### Formalidades de Importação

Não obstante a liberdade de circulação de mercadorias no território comunitário é necessário cumprir algumas exigências.

Os procedimentos têm início em Portugal onde as empresas portuguesas terão que estar [inscritis](#) obrigatoriamente para o *Exercício de Atividade no Setor Vitícola* [junto do Instituto da Vinha e do Vinho \(IVV\)](#).

Por outro lado, a Fatura Comercial assume uma importância vital no âmbito destas trocas, uma vez que foram suprimidos todos os documentos aduaneiros de controlo na Alfândega, servindo, assim, como único documento comercial onde se encontra a descrição completa das mercadorias transacionadas.

Com a entrada em vigor do Mercado Único, foi publicada legislação sobre o IVA intracomunitário, sendo necessário que todos os Estados-membros atribuísem um número de IVA aos respectivos sujeitos passivos (antecedido das iniciais de cada país). Assim, no contexto das trocas intracomunitárias, as faturas comerciais devem sempre indicar os números de registo em IVA do vendedor e do adquirente, com indicação do país em causa e correspondente expressão codificada. Informação disponibilizada no Portal Europa – [7 ° j](#) – pergunta n.º 11.

Na página da Comissão Europeia os interessados podem consultar o número de identificação fiscal dos operadores de todos os Estados-membros da UE: Sistema de Intercâmbio de Informações sobre o IVA ([VIES](#)) – [Validação n.º IVA](#) / [Perguntas Mais Frequentes sobre o VIES](#)

Para mais esclarecimentos sobre esta matéria os interessados podem contactar: [Autoridade Tributária e Aduaneira \(AT\)](#) / Direção de Serviços do Imposto sobre o Valor Acrescentado (DSIVA), Av. João XXI, 76 – 3.º, Apartado 8290, 1049-065 Lisboa, telefone: 217610351/354, fax: 217936508, e-mail: [dsiva@at.gov.pt](mailto:dsiva@at.gov.pt), CAT.: 707 206 707.

Para além da fatura comercial, é também importante que o vendedor português apresente junto do [Instituto Nacional de Estatística \(INE\)](#) a [Declaração Intrastat](#). O Sistema *Intrastat* é o método de recolha da informação estatística sobre as transações de bens entre os Estados-membros da UE e aplica-se às mercadorias em livre circulação no território comunitário. Assim, todas as pessoas singulares ou colectivas que intervenham numa transação de bens intracomunitários que esteja abrangida pelo IVA e que ultrapasse os [valores \(anuais\) dos limiares estatísticos de assimilação](#) (para o ano de 2015: chegadas de €350 000 a 4 999 999€/ expedições de €250 000 até 6 499 999€) estão legalmente obrigadas a fornecer informação estatística ao INE, através do preenchimento da Declaração *Intrastat*.

No que se refere aos requisitos legais para a comercialização de produtos alimentares, desde 13 de dezembro de 2014 que é aplicado diretamente no território de todos os Estados-Membros o [Regulamento \(UE\) n.º 1169/2011, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011](#) ([síntese](#)) relativo à prestação de informação aos consumidores sobre os géneros alimentícios em geral (sendo que [existe rotulagem específica para determinados produtos](#), como é o caso do [vinho](#)).

Nos termos do artigo 15.º do Regulamento “a informação obrigatória sobre os géneros alimentícios deve figurar numa língua facilmente compreensível para os consumidores dos Estados-membros em que o género alimentício é comercializado. Por outro lado, “o Estado-Membro em que o género alimentício é comercializado pode impor, no seu território, que as menções figurem em uma ou mais línguas oficiais do Estado-Membro a que as menções possam figurar em várias línguas.

É obrigatório colocar na garrafa rótulos em língua húngara (o que pode ser feito na Hungria ou em Portugal, pelo importador ou pelo produtor).

Por exemplo:

Royal Oporto Tawny édes likőrbor (vinho licoroso doce)

Származási hely: Portugália (País de origem: Portugal)

Forgalmazó: Heinemann Testvérek Kft. (Distribuidor: Heinemann Testvérek Lda.)

Szulfitokat tartalmaz! (contém sulfitos)

**Fontes:**

[Autoridade Tributária e Aduaneira \(AT\);](#)

[Instituto do Vinho e da Vinha – Expedição \(IVV\);](#)

[Instituto Nacional de Estatística \(INE\);](#)

[EUR-Lex\(Direito da União Europeia\);](#)

[Food and Drink Industry \(European Commission\)](#)

[Labelling & Nutrition \(European Commission\)](#)

AICEP Budapeste

**Entraves:**

Não são conhecidos entraves na venda de produtos vinícolas para a Hungria

## 5. OUTRAS INFORMAÇÕES PRÁTICAS SOBRE O MERCADO

### Principais produtores locais de vinhos:

[AKA Kereskedelmi Kft.](#)

[BOCK Borászat Kft.](#)

[BOGNÁR-VIN Kft.](#)

[BORANAL Kft.](#)

[CSÁNYI Pincészet Zrt.](#)

DANUBIANA Kft.

EGRI CSILLAGOK Zrt.

[GRAPE-VINE Kft.](#)

[HILLTOP Neszmély Zrt.](#)

[KISS és Társai Kft.](#)

[KISKUN-VIN Kft.](#)

KUNSÁG-DRINK Kft.

[KUNVIN Borászati Kft.](#)

MÁTRA-BACCHUS Kft.

[NAGYÉDEI Szőlők Kft.](#)

[NYAKAS Pince Zrt.](#)

[OSTOROS-NOVAJ Bor Zrt.](#)

PALÁSTI-Borászat Kft.

[SZENT IMRE Pincészet Kft.](#)

[SZIKRAI Borászati Kft.](#)

[TAKLER Pince Kft.](#)

[TOKAJ Kereskedőház Zrt.](#)

[TÖRLEY Pezsgőpincészet Kft.](#)

[VARGA Kft.](#)

[VARSÁNYI Pincészet Kft.](#)

[VYLYAN Vinum Kft.](#)

[WEINHAUS Kft](#)

### Maiores importadores locais de vinhos:

[Bor és Víz Kft.](#)

[Borok Világa Kft.](#)

[Budapest Bortársaság Kft.](#)

[Heinemann Testvérek Kft.](#)

[IFDT Kft.](#)

[Monarchia Borkereskedelmi Kft.](#)

United Brands Magyarország Kft - pertence ao grupo United Brands International SA (Luxemburgo), a central de compras fica na República Checa (<http://www.unitedbrands.cz/index2.php>)

[Vitexim Kft](#)

[WineAge Kft.](#) (loja online)

[Zwack Borászati Kft.](#)

### Principais portais de venda online de produtos alimentares, incluindo vinhos:

[Abconline](#)

[G'Roby](#)

[Pagonyközért](#)

[Shoptline](#)

[Tesco](#)

[Web-Közért](#)

#### **Principais portais de venda online de bebidas:**

[Berugok](#)

[Drink](#)

[iDrinks](#)

[Italshop](#)

[Italclub](#)

[S.O.S. Night](#)

#### **Principais entidades relacionadas com o setor:**

[Ministério da Agricultura](#) [National Council of Wine Communities](#)

[Hungarian Wine Academy](#)

[Hungarian Sommelier Association](#)

[Association of Hungarian Grape and Wine Producers](#)

[Hungarian Viti- and Viniculture Nonprofit Co.](#)

National Wine Experts Committee

#### **Principais feiras e eventos setoriais no mercado:**

[Festival Internacional de Vinhos em Budapeste](#) – 9 a 13 de setembro de 2015

[VinCE Budapest Wine Show](#) – 4 a 6 de março de 2016

[Festival Gourmet](#)

[Concurso Internacional de Vinhos VinAgora](#)

#### **Fontes complementares de informação**

##### **Imprensa especializada:**

[Bor és Piac](#)

[Borigo](#)

[Boraszportal.hu](#)

[Gusto Magazin](#)

[Pécsi Borozó](#)

[Vince Magazin](#)

[Vinoport.hu](#)

##### **Blogues especializados:**

[A Borrajongó](#)

[A Borcégér](#)

[A bor meg én](#)

[Borgőz](#)

[Borravaló](#)

[Mandiner.Bor](#) [Táncoló Medve](#)

##### **Estudos de mercado do setor:**

[Wine in Hungary](#), Euromonitor, junho 2015, 48 páginas, €825

[Wine Market in Hungary to 2017 - Market Size, Trends, and Forecasts](#), Global Research & Data Services, julho 2013, 22 páginas, €593,64

##### **Outra informação económica sobre o mercado:**

[Hungria – Síntese País e Relacionamento Bilateral](#)

[Hungria – Ficha de Mercado](#)

[Hungria – Guia Prático de Acesso ao Mercado](#)

[Hungria – Oportunidades e Dificuldades de Mercado](#)