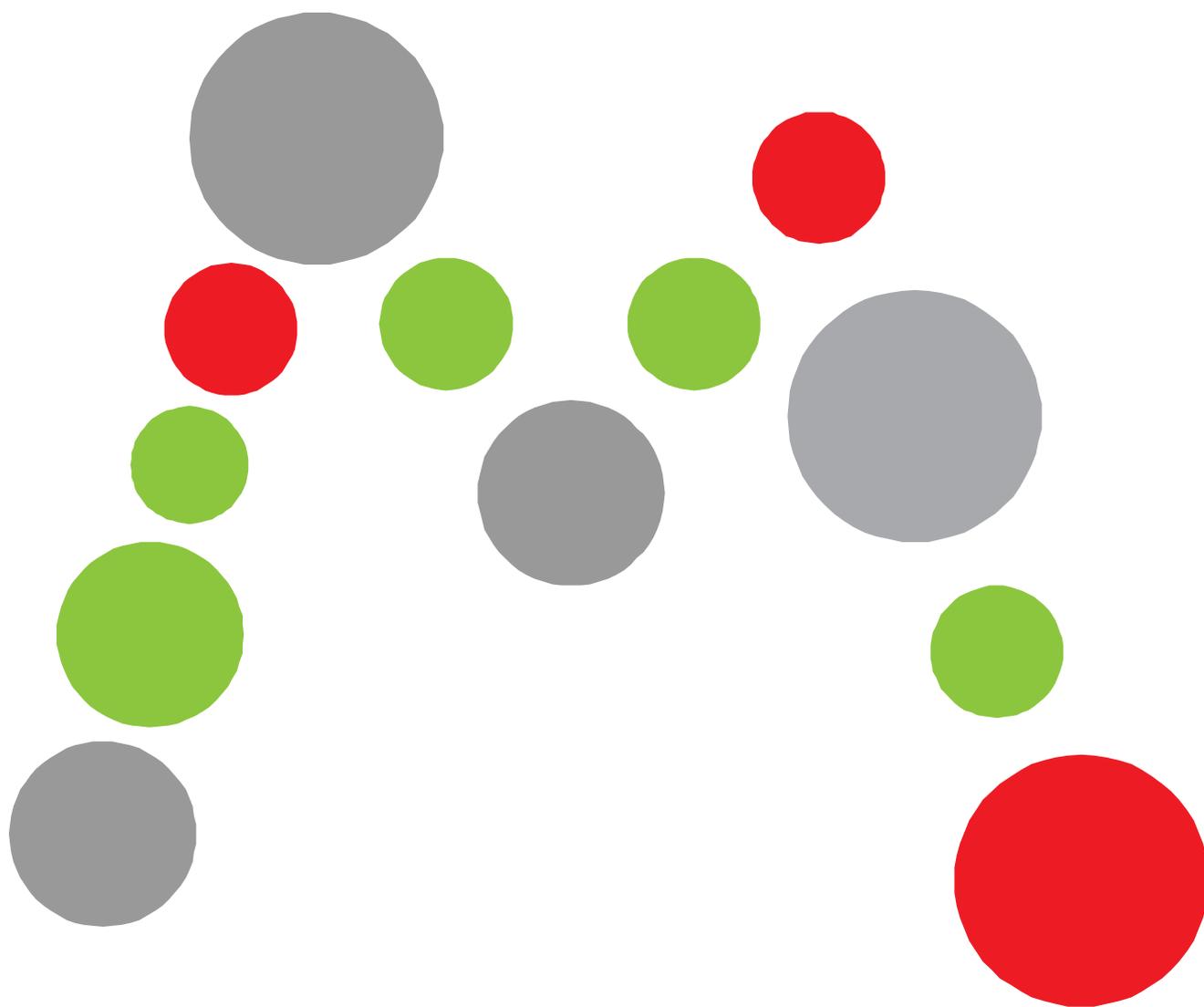


Mercados

informação sectorial



Alemanha

Vinhos – Análise sectorial

Abril 2014



aicep Portugal Global

Índice

1. Mercado alemão de vinhos – algumas tendências	3
2. Evolução do consumo de vinho no mercado alemão	4
2.1. Consumo e despesa do agregado familiar com vinhos	5
2.2. Poder de compra de vinhos da população alemã por comarcas	6
2.3. Níveis de Preços	8
2.4. Marcas mais vendidas na Alemanha	8
2.5. Canais de distribuição, locais de compra	9
2.6. Exemplo de cálculo de preços e impostos	14
2.7. Rotulagem	15
3. Vinhos biológicos	16
4. Importações Alemãs	17
4.1. Principais fornecedores	17
4.2. Posicionamento de Portugal	
4.2.1. Divergência entre os dados alemães e os do INE/IVV	19
4.2.2. Estrutura da importação alemã de vinhos portugueses	20
4.2.3. Atividades de promoção de vinhos portugueses no mercado alemão	21
5. Análise SWOT do posicionamento dos vinhos portugueses	22
6. Lista das maiores empresas importadoras de vinhos	23
7. Lista das maiores cadeias retalhistas de vinhos	25
8. Lista das principais revistas sectoriais	27
9. Principais feiras de vinhos na Alemanha	29
10. Principais concursos internacionais de vinhos na Alemanha	30

1. Mercado alemão de vinhos – algumas tendências

Com um volume de consumo de 20,8 milhões de hectolitros (hl) em 2012, ou seja de 24,3 litros (l) *per capita*, a Alemanha situa-se no quarto lugar do *ranking* mundial dos maiores mercados consumidores de vinho, a seguir à França, aos EUA e à Itália e, em termos do volume, representa o maior mercado mundial de importação (14,8 milhões de hl em 2013).

A produção alemã de vinho (9,0 milhões de hl em 2012; 9,1 milhões de hl em 2011; 7 milhões de hl em 2010; 9,5 milhões de hl em 2009) há muito que não é suficiente para satisfazer as necessidades do consumidor. O crescimento, tanto da exportação como da importação alemã de vinhos, testemunha a internacionalização crescente deste setor. O aumento significativo das reexportações alemãs de vinhos sublinha o papel cada vez mais importante deste mercado para o setor, até em termos mundiais. Nos últimos anos, a importação alemã de vinhos tem crescido, com taxas maiores que o consumo interno. A reexportação das grandes cadeias alemãs do comércio a retalho, muitas das quais com unidades próprias de engarrafamento na Alemanha (importação a granel e reexportação em garrafas) representa a razão principal deste fenómeno. Ao mesmo tempo, verifica-se atualmente uma tendência de subida dos preços dos vinhos comercializados no mercado alemão.

De uma forma geral, as vendas totais de vinhos no comércio a retalho alimentar no mercado alemão, aumentaram 2,5% em valor em 2013, em comparação com o ano anterior, e diminuíram 0,6% em volume, atingindo um total de 1.233 mil milhões de garrafas (fonte: *Nielsen*). A imprensa alemã especializada interpreta este desenvolvimento como um sinal de recuperação do mercado.

Em volume, as vendas do vinho tinto no mercado baixaram 2,3% em 2013 (quota atual dos tintos no mercado: 49%), as de vinho branco aumentaram 1,6% (quota no mercado: 41%) e, pela primeira vez nos últimos anos, as vendas de vinho rosé registaram uma diminuição (-1,2%), atingindo uma quota de 10% (fonte: *Nielsen, Weinwirtschaft 5/2014*).

Em valor, no mesmo período as vendas de vinho tinto no comércio de retalho alimentar baixaram 0,5%, as de vinho branco aumentaram 7,4%, bem como as de vinho rosé 1,8% (fonte: *Weinwirtschaft 5/2014*, com base nos dados da *Nielsen*).

- Em termos gerais, o mercado alemão distingue-se dos outros mercados pelos seguintes critérios:
 - É o único grande mercado produtor com escala que, ao mesmo tempo, oferece vastas possibilidades para a venda de vinhos estrangeiros.
 - Como nenhum outro, divide-se em dois segmentos de distribuição: o de grandes volumes (incluindo o *discount*) e o do comércio especializado/garrafeiras.
 - A reexportação, através das atividades das grandes cadeias alemãs de comércio a retalho no estrangeiro, ganham cada vez mais importância e dinâmica.

- Em 2013, as importações alemãs de vinhos atingiram um volume de 14,8 milhões de hl (+0,2% em comparação com 2012) e um valor de 2,45 mil milhões de Euros (+6,0%); (dados provisórios, fonte: *Destatis*).
- A Itália, a França e a Espanha são responsáveis por 79% da importação alemã de vinhos, continuando a dominar claramente o segmento dos vinhos importados e reforçando este posicionamento (em valor) também em 2013.
- A África do Sul aumentou significativamente a sua quota, em volume (21,2%) e em valor (9,8%).
- A Áustria perdeu quota em volume (5,9%) e valor (-3,5%), consequência de uma diminuição da produção local.
- A quota dos vinhos alemães no consumo doméstico total (em volume) atinge 41% (+5,1% em comparação com 2012). Seguem-se os vinhos italianos (quota:12,9%; -9,2% em comparação com 2012), franceses (quota: 12,7,6%; -2%) e espanhóis (10,8%; +3%).
- Tendência clara de aumento de importação de vinhos simples e a granel (efeito da reexportação alemã).
- Tendência de aumento do preço do vinho no mercado
- Voltou a crescer a procura de vinhos ecológicos, por parte de importadores não especializados neste tipo de vinho.
- Com o objetivo de chegar aos jovens consumidores, continua a verificar-se uma tendência para a introdução e promoção de vinhos leves (tintos e brancos), com menor teor de álcool.

2. Evolução do consumo de vinho no mercado alemão

Para uma análise mais detalhada da evolução do consumo na Alemanha, recorreu-se aos dados disponibilizados pelo *GfK* (Instituto alemão das análises do comportamento do consumidor final), baseados nos levantamentos feitos sobre as compras de vinhos de 30.000 agregados familiares nos anos de 2012/2013 (*GfK Consumer Scan 2013*), e em parte, nos estudos efetuados pela empresa *Nielsen* e pela agência *IR* (sobre as vendas no comércio a retalho alimentar). No entanto, estes dados servem apenas para avaliar o consumo doméstico, que representa cerca de 80% do consumo total de vinhos. Os dados da Nielsen incluem as vendas do comércio a retalho alimentar e das drogeries (Rossmann, DM, etc.).

De uma forma geral, a informação disponível evidencia algumas alterações importantes, comprovando a dinâmica do mercado.

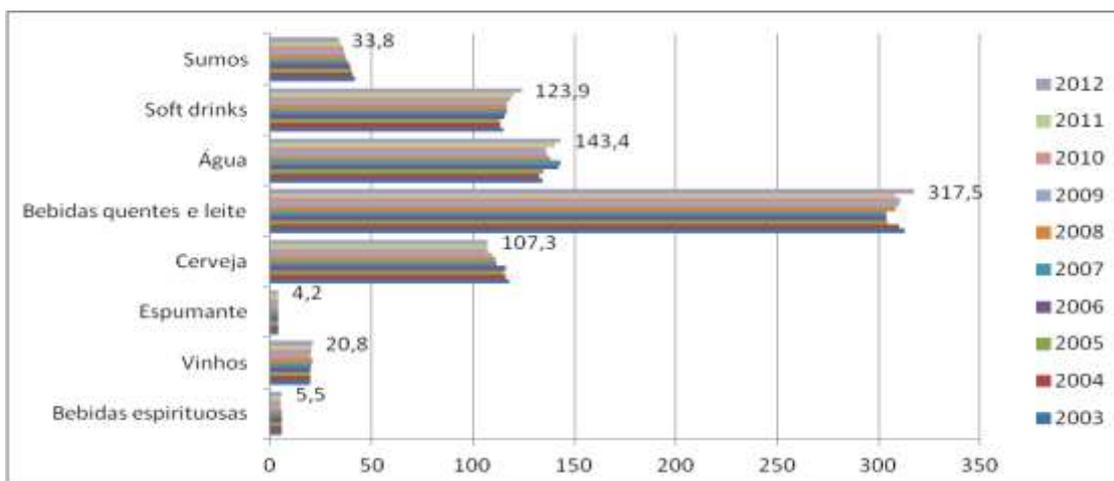
Na Alemanha, o consumo de vinho e de espumante *per capita* atingiu 25 l (consumo *per capita* em Portugal: 46 l).

A seguir, indicam-se mais detalhadamente as tendências registadas na aquisição de vinho, por tipo de vinho, despesas do agregado familiar com vinhos, países de origem, níveis de preço e locais de compra, com base em dados disponíveis para os anos de 2011/2012 (fontes: *GfK Consumer Tracking*, *IRI*, *Instituto de Análises de Mercado e de Gestão Empresarial da Escola Superior de Geisenheim*).

2.1. Consumo e despesa do agregado familiar com vinhos

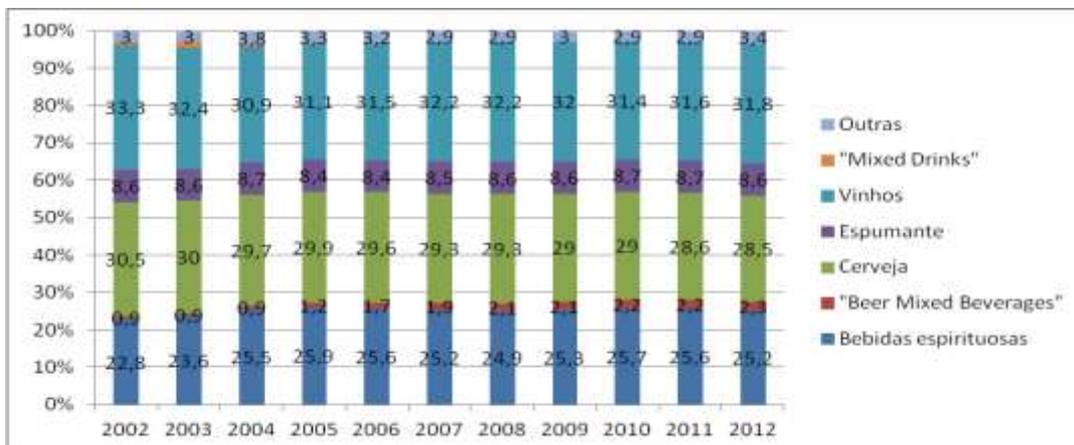
Em 2012, 40,3% do total da despesa do agregado familiar com bebidas alcoólicas, dirigiram-se para vinhos e espumantes, e 28,6% para a cerveja (com tendência de diminuição nos últimos anos). No total, em 2012 os alemães compraram, *per capita*, 137,8 l de bebidas alcoólicas. Nota-se, como em anos passados, uma tendência para um aumento ligeiro da quota de vinho (2010-2012) e do recuo da quota de cerveja durante todo o período em análise.

Consumo *per capita* de bebidas na Alemanha de 2003 a 2012 (em l/ano)



Fonte: *Deutscher Wein, Statistik 2013/2014*

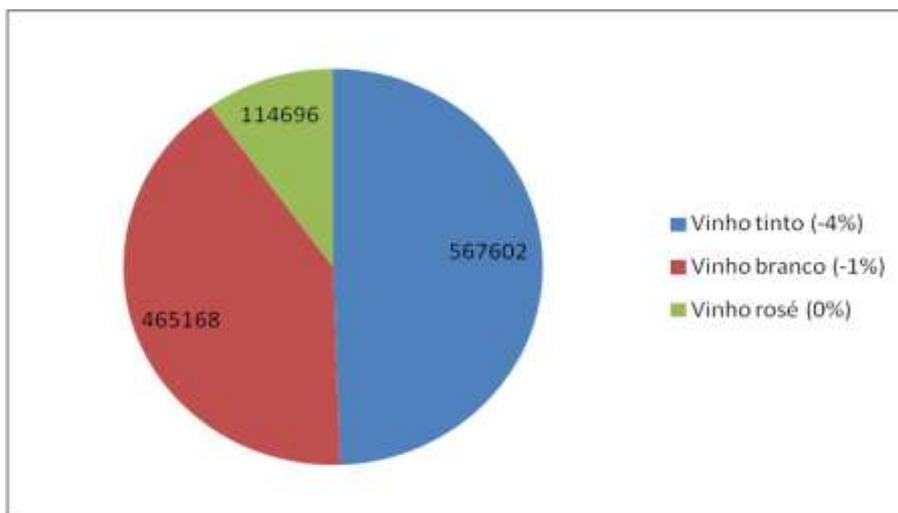
Despesas do agregado familiar com bebidas alcoólicas no mercado alemão em %



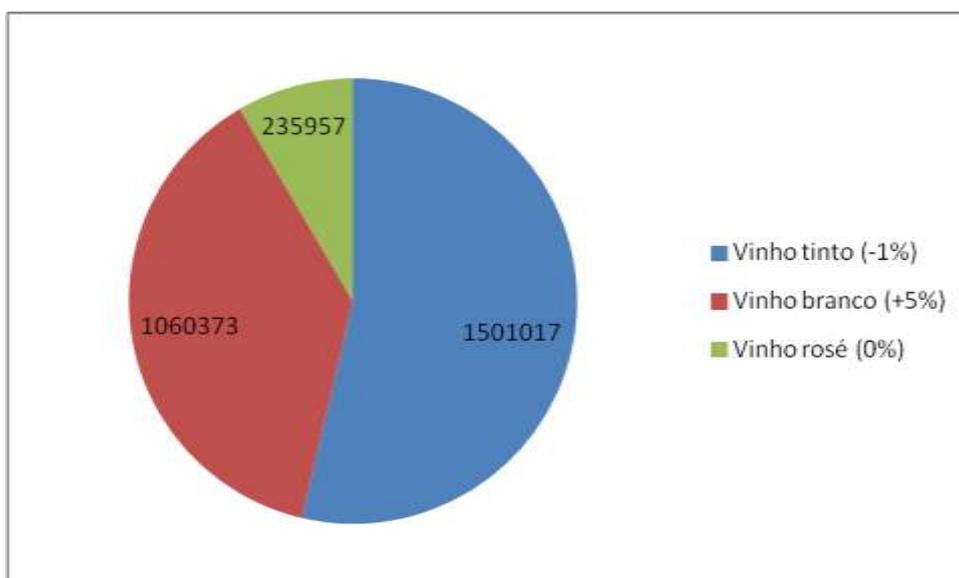
Fonte: *GfK ConsumerScan, Statistik Deutscher Wein 2013/2014 (agosto 2013)*

As tabelas seguintes indicam o volume e o valor das compras feitas pelo agregado familiar no mercado alemão, por tipo de vinho (fonte: *IRI; Weinwirtschaft 5/2014*):

Tipos de vinho nas compras dos agregados familiares (mil garrafas; variação 2012/11)



Tipos de vinho nas compras do agregado familiar (mil €, variação 2012/11)

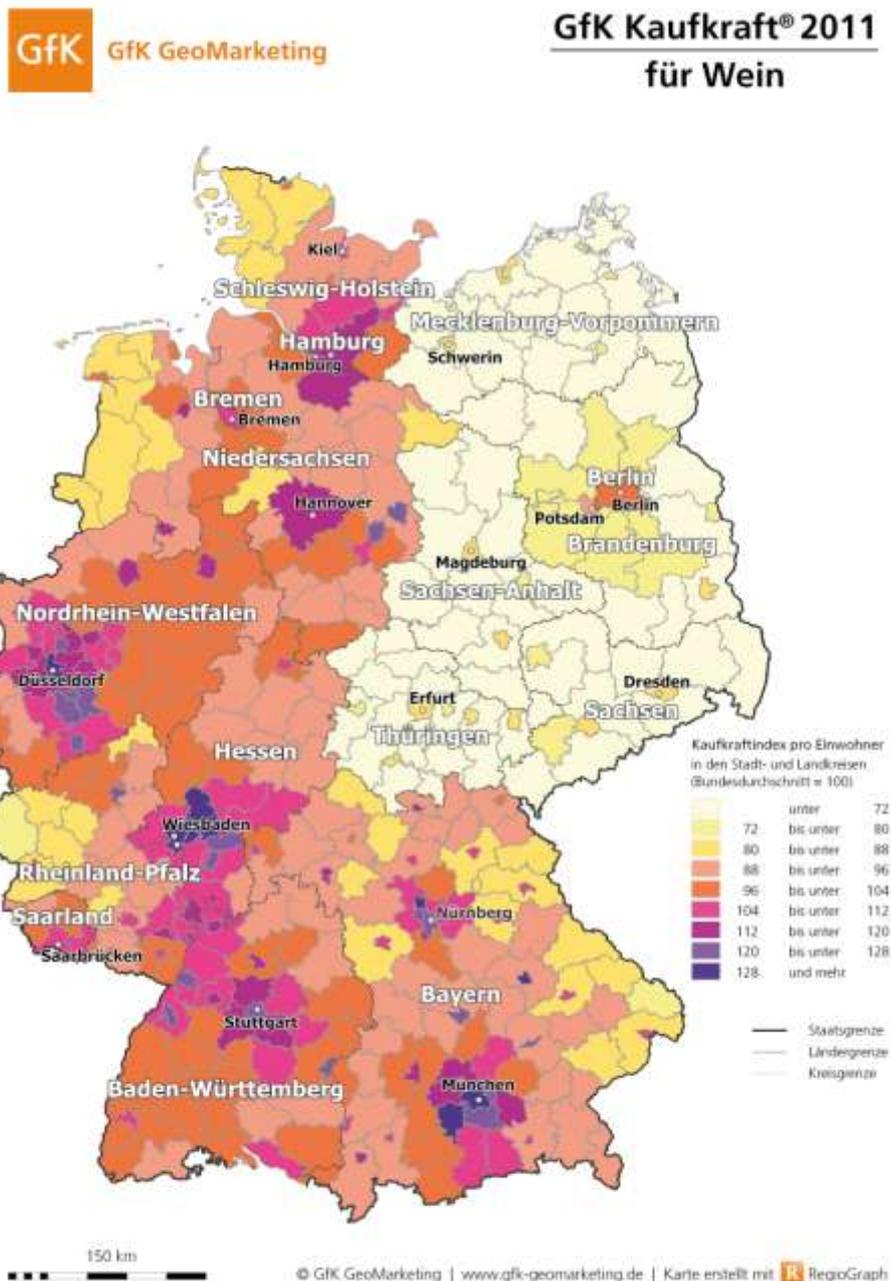


2.2. Poder de compra de vinhos da população alemã por comarcas

Em 2011, o *GfK* publicou um estudo atualizado sobre o poder de compra da população alemã por diferentes produtos e regiões. Entre outros, foi analisado o poder de compra de vinhos da população por distritos/comarcas. De acordo com estes dados, os centros urbanos com o maior poder de compra de vinhos são Munique, Frankfurt, Dusseldorf e Hamburgo.

O mapa seguinte permite ainda concluir quanto ao planeamento de ações de promoção e à estrutura necessária para uma rede eficiente de distribuição de vinhos na Alemanha.

Poder de compra de vinho por habitante nas comarcas (poder de compra médio na Alemanha – 100):



Legenda:

Poder de compra < 72	Poder de compra de 104 a 112
Poder de compra de 72 a 80	Poder de compra de 112 a 120
Poder de compra de 80 a 88	Poder de compra de 120 a 128
Poder de compra de 88 a 96	Poder de compra > 128
Poder de compra de 96 a 104	

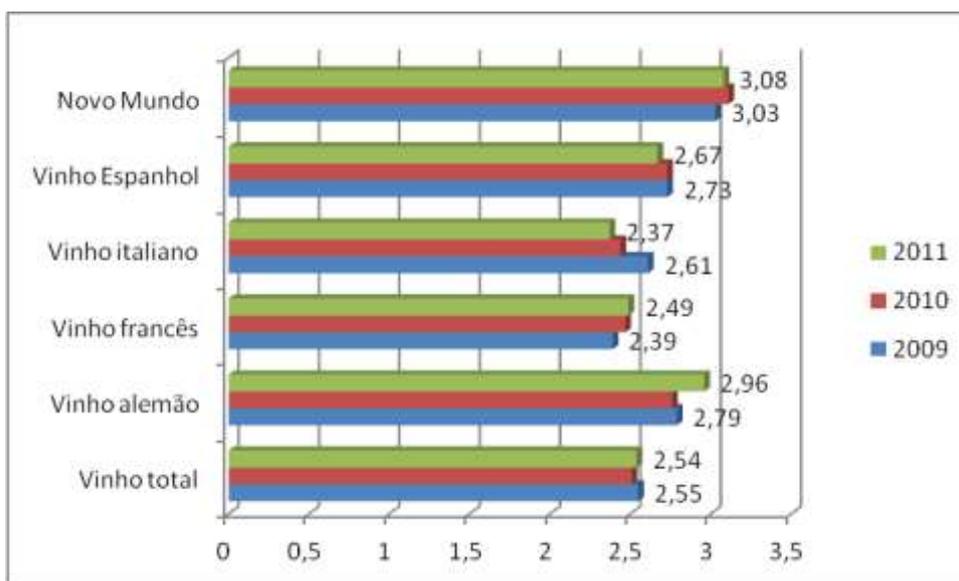
2.3. Níveis de preço

O Instituto de Análises de Mercado e de Gestão Empresarial da Escola Superior de Geisenheim publicou a tabela seguinte relativa aos preços médios de vinhos adquiridos pelo consumidor alemão nos diferentes tipos de estabelecimentos comerciais em 2012 (fonte: *Weinwirtschaft* 5/2014):

Tipo de estabelecimento comercial	Preço médio em €/l
<i>Hard Discount</i>	2,60
Supermercado	3,80
Comércio a retalho especializado	10,00
Compra direta no produtor	6,00

A seguir indica-se a evolução dos preços médios do vinho de diferentes origens, registados no comércio de retalho alimentar alemão (preço consumidor) nos últimos anos (período Janeiro-Junho):

Preço médio de um l de vinho por países de origem (1º semestre dos anos de 2009, 2010 e 2011)



Fonte: GfK 2011/2012, *Mafo-Infobrief* 2/2012

2.4. Marcas mais vendidas na Alemanha

A revista alemã *Weinwirtschaft* publicou a seguinte estimativa das vendas de vinhos por marcas no comércio de retalho alimentar e nas drogarias (*top seller*; fonte: *Nielsen*):

Marca	Garrafas (milhões 2010)	Valor de vendas (milhões de Euros, 2010)
Grand Sud (LGCF)	16,9	35,0
Langguth-Erben	10,9	33,2
Württemberg	10,4	29,9
Blanchet (RMS)	7,8	22,2
Le Filou (BSU)	6,6	14,8
JP Chinet	6,1	17,2
Mederano (Freixenet)	5,8	22,0
Deutsches Weintor	5,2	18,6
F. Dulac (LGCF)	5,2	7,9
Medinet (Langguth)	5,2	10,6
Rotkäppchen	4,9	18,2
Gallo FV	4,5	19,8
Michel Schneider	3,1	11,1
D'Amati	2,8	.
Lenz Moser	2,8	6,8
Rosiere	2,3	6,5
Viala	2,3	6,6
Himmliches Tröpfchen	2,1	.
Amselkeller	1,8	.

Nenhuma marca portuguesa conseguiu posicionar-se entre as marcas mais fortes; no entanto, deve referir-se com orgulho que o Fabelhaft da Niepoort Vinhos foi considerado pela referida revista como o melhor vinho tinto no comércio de retalho alemão em 2009, 2011 e 2013, e o 3º melhor em 2012 (a revista analisou, com diferentes critérios, vinhos cujas vendas no comércio alemão ultrapassam as 10 mil garrafas)

2.5. Canais de distribuição, locais de compra

Quanto à comercialização de vinho, destacam-se na Alemanha os seguintes tipos de estabelecimentos comerciais ou pontos de aquisição de vinhos:

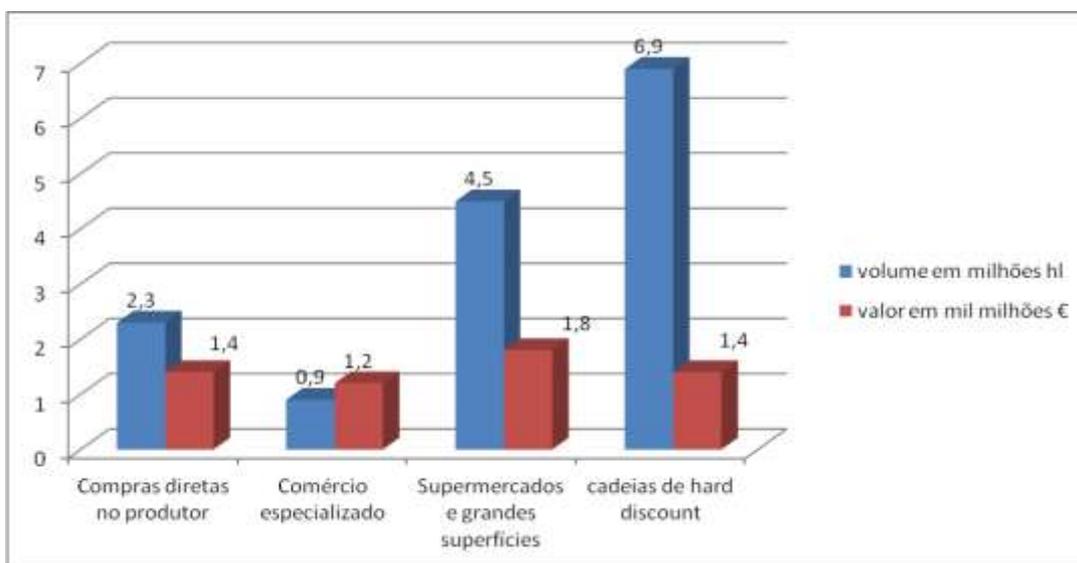
- Cadeias de *hard discount*
- Cadeias de supermercados (incl. hipermercados)
- Comércio a retalho especializado
- Compra direta do consumidor no produtor

Grandes quantidades de vinho continuam a ser vendidas nas cadeias *hard discount* e nas grandes cadeias do comércio a retalho alimentar. Destacam-se, neste segmento, as duas cadeias *discount* da Aldi (Aldi Nord e Aldi Süd). Por outro lado, a quota e a agressividade da cadeia Lidl também tem vindo a aumentar consideravelmente nos últimos anos.

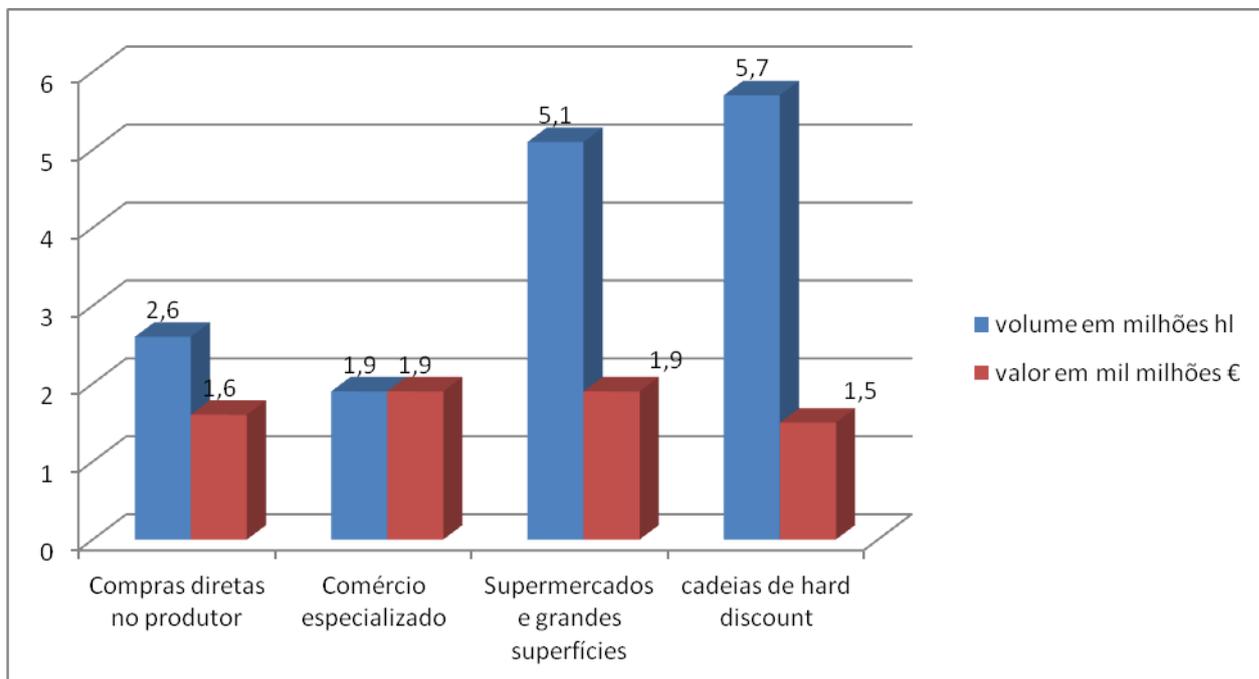
Nota-se igualmente uma tendência para *uptrading* por parte das cadeias *discount*, ou seja, a introdução de vinhos de maior qualidade (mais caros, em poucos casos até 10 a 15 Euros), de vinhos de engarrafadoras e/ou de quintas reputadas (com as segundas ou terceiras marcas destas empresas), lançando para tal ações promocionais especiais.

Recentemente foram publicados dados por agências tradicionais de estudos de mercado (*GfK, IRI*), e foi elaborada uma análise (menos formal e mais pragmática) pelo Instituto de Análises de Mercado e de Gestão Empresarial da Escola Superior de Geisenheim (autor: Prof. Dr. Dieter Hoffmann), que apontam para uma quota menos significativa para os canais de comércio a retalho alimentar (*hard discount* e cadeias de supermercados) e para uma quota muito mais significativa para o comércio especializado de vinhos. Indicam-se, a seguir, dois gráficos sobre a importância de diferentes locais de compra no total do comércio de retalho de vinhos na Alemanha em volume e valor, fontes: *Deutscher Wein Statistik 2013/2014* com base nos dados do *GfK* e Instituto de Análises de Mercado e de Gestão Empresarial da Escola Superior de Geisenheim).

Importância dos diferentes locais de compra no total das compras de vinho, efetuadas pelo consumidor final alemão (volume e valor), conforme o estudo da GfK (ano de 2011):



Importância dos diferentes locais de compra no total das compras de vinho, efetuadas pelo consumidor final alemão (volume e valor), conforme o estudo do Instituto de Análises de Mercado e de Gestão Empresarial da Escola Superior de Geisenheim (ano de 2012)

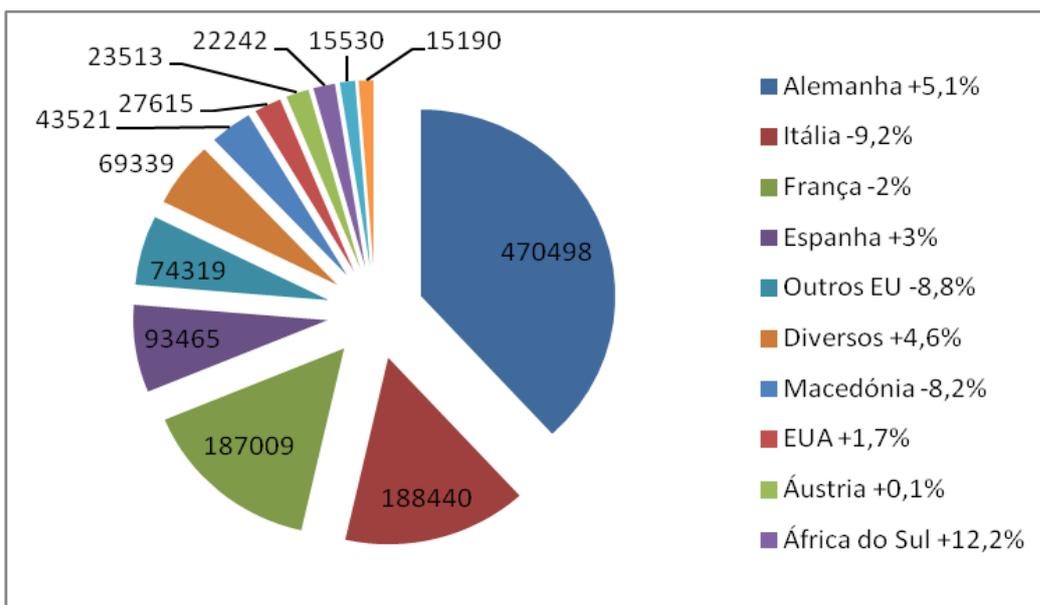


Neste estudo, o valor e o volume das compras no comércio a retalho especializado em vinhos ultrapassa claramente os dados indicados no documento da GfK, embora os anos de referência sejam diferentes. Isto parece muito importante, dado que os vinhos portugueses estão bem posicionados neste canal de distribuição.

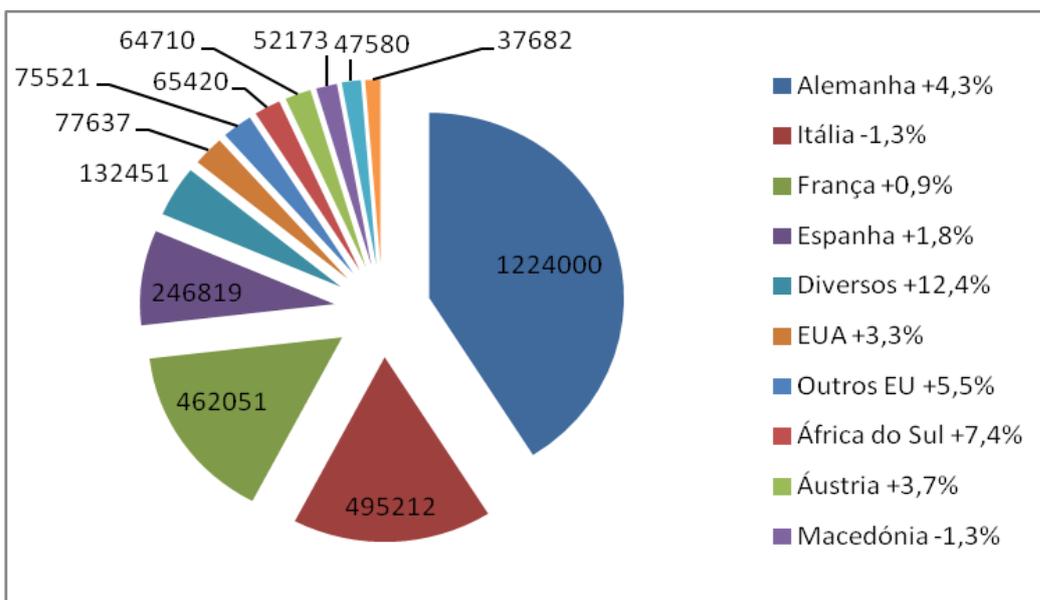
Outras informações publicadas na imprensa alemã especializada apontam para uma recuperação da quota dos supermercados em 2011/2012, ou seja dos estabelecimentos comerciais com uma área superior a 800 m² e para uma diminuição da quota das cadeias ALDI, Lidl, Netto e Norma (cadeias de *hard discount*).

A quota dos vinhos alemães no total das compras do consumidor alemão representa atualmente em valor 41% do total e em volume 38,5%, com tendência para crescer. Os vinhos franceses e italianos continuam a manter quotas bastante elevadas. Especialistas do setor sublinham que o aumento da quota dos vinhos alemães no comércio a retalho alimentar provocou um recuo nas compras diretas do consumidor junto dos produtores locais.

Vendas do comércio a retalho alimentar por países de origem em 2013 (em mil garrafas e com a taxa de variação em comparação com 2012):



Vendas do comércio a retalho alimentar por países de origem em 2013 (em mil € e com a taxa de variação em comparação com 2012):

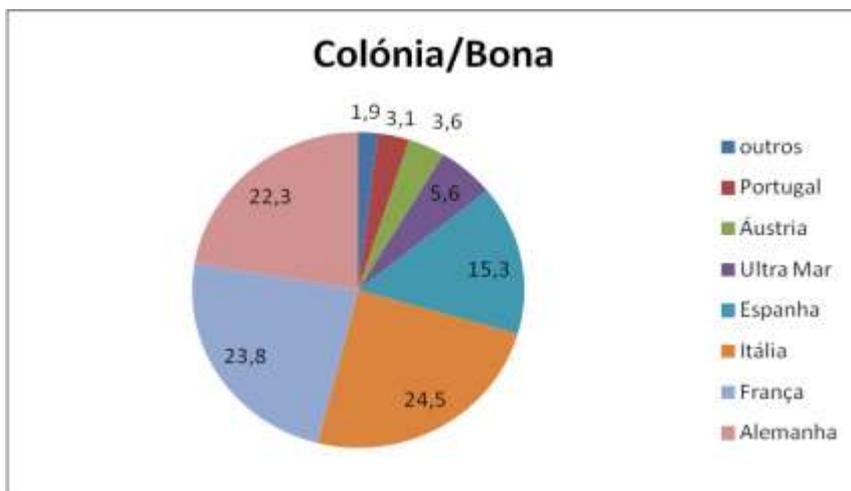
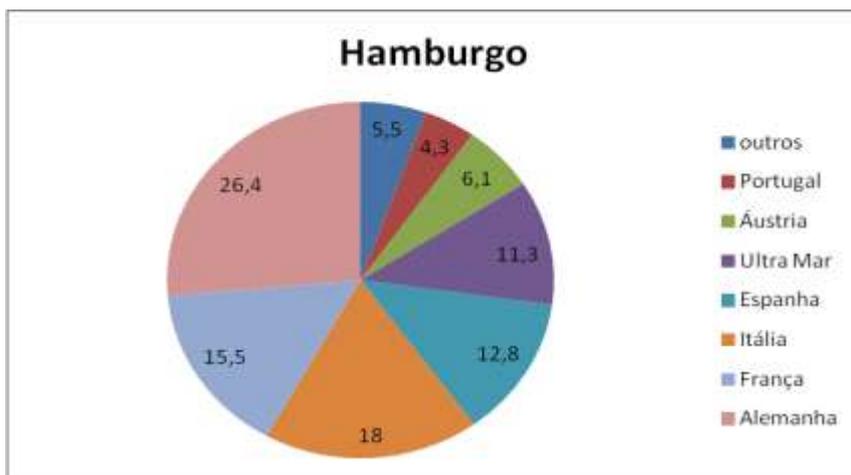


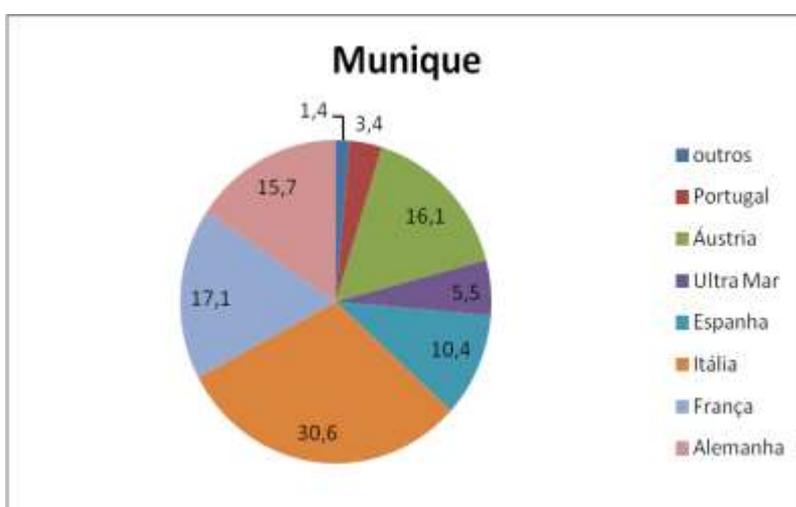
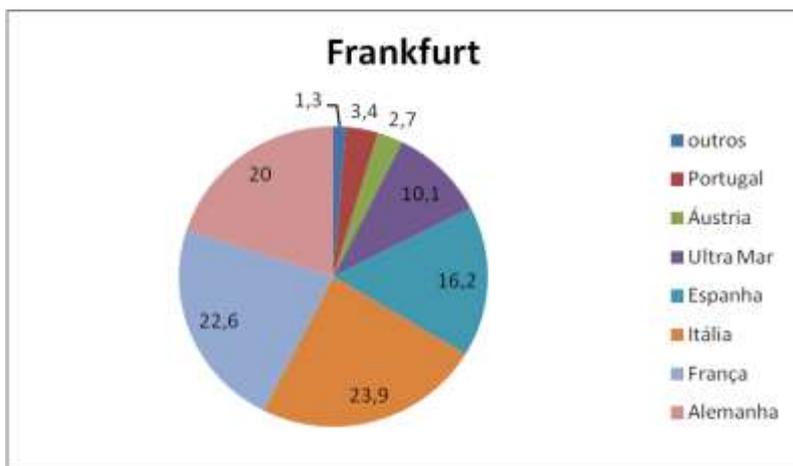
Fonte: Nielsen; Weinwirtschaft 5/2014

A quota dos vinhos portugueses nas vendas do comércio a retalho alimentar alemão atinge somente 0,5% em valor e 0,3% em volume (fonte: IRI Group, Wein + Markt 9/2013). Ao analisar estes dados, deve ter-se presente que os vinhos portugueses são maioritariamente comercializados no comércio a retalho especializado e, por conseguinte, não abrangidos por estes dados. Seria, por isso, desejável continuar a realizar e a apoiar ações de promoção de vinhos portugueses, tanto no comércio de retalho alimentar bem como nas cadeias de lojas especializadas e/ou garrafeiras, em colaboração com os respetivos importadores/distribuidores

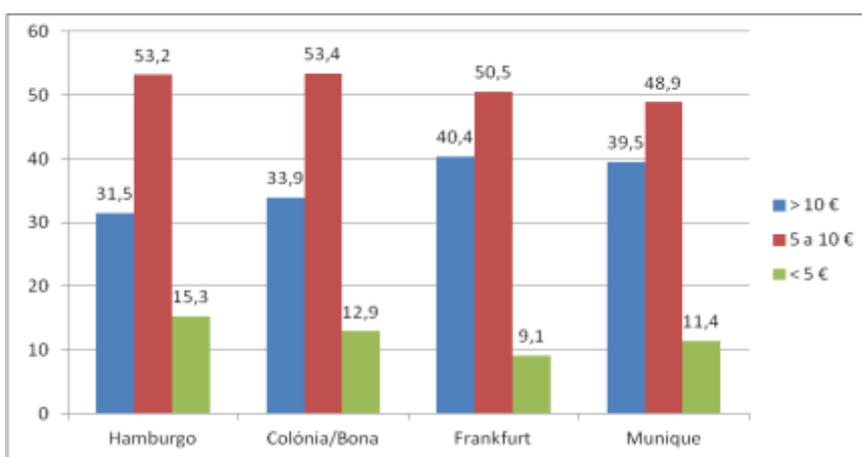
A *Weinwirtschaft* publicou na sua edição 4/2013 resultados muito interessantes de um estudo sobre o comércio a retalho especializado em vinhos, relativo à localização geográfica (centros urbanos mais importantes consumidores de vinho) dos respetivos estabelecimentos comerciais. A seguir, indica-se o resultado deste estudo referente aos países de origem dos vinhos comercializados e às categorias de preços destes vinhos (em 4 centros urbanos- Hamburgo, Colónia, Frankfurt, Munique).

Posicionamento dos diferentes países de origem nas vendas de vinhos no comércio a retalho especializado por centros urbanos (em %) em 2012:





Vendas de vinho no comércio a retalho especializado por categorias de preços (em %)



Fonte: *Weinwirtschaft* 4/2013

2.6. Exemplo do cálculo de preços e impostos

Todos os dados a seguir indicados, representam valores estatísticos. Apresenta-se um exemplo de cálculo do preço, no mercado alemão, de uma garrafa de vinho (0,75 l):

Exemplo de cálculo	%	Euros
Preço ex-cellar (exemplo)		3,63
Transporte (estimativa)		0,49
Embalagem (estimativa)		0,06
Margem do importador 30-50%	30%	1,19
Preço de venda ao retalhista/restaurante		5,14
Comércio a retalho		
Preço de compra		5,14
Margem 25-40%	40%	2,06
		7,20
IVA 19%	19%	1,37
Preço para consumidor final		8,57
HORECA		
Preço de compra		5,14
Margem 150-400%	400%	20,58
		25,72
IVA 19%	19%	4,89
Preço no restaurante		30,84

Outros impostos sobre o consumo a considerar no mercado alemão:

- Bebidas espirituosas: 13,03 Euros/l de álcool puro
- Espumante: 1,36 Euros/l ou 1,02 Euros/garrafa 0,75 l
- Vinhos licorosos: 1,53 Euros/l ou 1,15 Euros/garrafa 0,75 l

2.7. Rotulagem

Em termos da rotulagem, a Alemanha aplica os regulamentos em vigor na UE. Desde 2006 que é obrigatório constar nos rótulos, **em língua alemã**, a indicação *Enthält Sulfite* (contém sulfitos). Aparecem cada vez mais garrafas com rótulos com códigos QR, através das quais o cliente facilmente consegue obter mais informações (fotos, vídeos, fichas técnicas) sobre o vinho.

Desde 1 de julho de 2010 que todos os produtos biológicos devem ter o novo logotipo *bio* da UE, o qual se aplica também para a produção de uvas *bio*. Existe no mercado alemão a indicação oficial “**vinho produzido a partir de vinhas cultivadas de acordo com os métodos da agricultura biológica**” que sempre deve ser mencionada no rótulo. Em paralelo, podem ser utilizados logotipos nacionais e/ou de algumas das associações dos produtores *bio* com regulamentos internos mais rigorosos quanto à vinificação biológica (p.ex. a Ecovin).

3. Vinhos biológicos

Continua a verificar-se uma forte tendência de aumento da oferta de produtos alimentares biológicos, registando-se uma taxa de crescimento de cerca de 9,5 % destes produtos, acompanhada por um crescimento significativo do número de estabelecimentos comerciais especializados em produtos alimentares *bio*. Ao contrário de anos anteriores, o comércio de retalho alimentar tradicional, incluindo o segmento *hard discount*, aumentou ainda mais as vendas de produtos biológicos: 11,5% (dados de 2011).

Existem atualmente na Alemanha cerca de 2.500 estabelecimentos comerciais especializados em produtos alimentares *bio*, dos quais 510 são supermercados. Estabeleceram-se na Alemanha 12 cadeias de supermercados *bio*, com tendência de expansão (p.ex. Basic Bio – 22 outlets; BioCompany – 23; Denn's – 93; Alnatura 68; Ebl – Naturkost – 19; Super BioMarkt – 16; Alnatura - 71)

O vinho biológico representa uma parte relativamente importante no contexto da oferta geral de vinhos no comércio de retalho alimentar da Alemanha bem como dos estabelecimentos comerciais especializadas em produtos alimentares *bio*.

O maior importador e distribuidor de vinhos biológicos no mercado alemão é a empresa Peter Riegel, com um valor de faturação de 28 milhões de Euros (10 milhões de garrafas). Outras empresas importantes são a VivoLoVin (volume de faturação: 4,2 milhões de Euros em 2010) e a Naturian (1,3 milhões de garrafas, volume de faturação: 3,5 milhões de Euros – 2010).

Alguns distribuidores (importadores) e representantes prestigiados do comércio especializado aumentaram igualmente o seu *portfólio* de vinhos biológicos, entre os quais empresas com contactos com produtores portugueses (p.ex. VIF; Peter Mertes; Kössler & Ulbricht; Rindchen's).

Nota-se atualmente um crescimento da oferta de vinhos biológicos de origem alemã, mas também de Itália, França, Espanha, Áustria, Grécia, Argentina e Chile, no segmento de preço de 4 a 7 Euros/garrafa. Os vinhos portugueses ainda não têm grande notoriedade neste segmento do mercado.

O Instituto de Análises de Mercado e de Gestão Empresarial da Escola Superior de Geisenheim estima que o vinho biológico poderá alcançar uma quota de cerca 4% do total das vendas de vinhos no mercado alemão (cerca de 50 a 60 milhões de l). São comercializados atualmente na Alemanha cerca de 25-28 milhões de l de vinho biológico (*Weinwirtschaft 18/2011; 20/2012 e Wein + Markt 2/2011*).

A categoria de preços mais importante para vinhos biológicos é o segmento entre € 3,50 e 4,99€, tendo em conta que o preço médio para vinhos biológicos é cerca de mais 1 € em comparação com os vinhos convencionais.

A Biofach, organizada anualmente na cidade de Nuremberga, é a maior feira mundial de produtos alimentares biológicos. Este ano, a Biofach, em colaboração com a editora Meininger, organizou, pela 5ª vez consecutiva, um concurso de vinhos biológicos, ao qual se candidataram cerca de 650 vinhos de 23 países.

4. Importações alemãs

Com um crescimento de 6% em valor e um recuo de 0,2% em volume, a Alemanha, em 2013, importou 14,833 milhões de hl de todo o tipo de vinhos, o que correspondeu a um valor de 2,445 mil milhões de Euros.

Na tabela seguinte indicam-se dados sobre o desenvolvimento da importação alemã de vinhos no período de 2009 a 2013:

Ano	Tipo de vinho (em %)		Categorias (em %)		Engarrafado/Granel (em %)		Preço médio (€/hl)
	Tintos e rosés	Branco	DOP/IGP	Vinhos de mesa	Engarrafado	Granel	
2009	55	45	24	76	42	58	140
2010	63	37	23	77	38	62	142
2011	64	36	21	79	35	65	149
2012	64	36	21	79	35	65	155
2013	52	48	20	80	35	65	146

Fonte: Destatis 2010 a 2014, compilação aicep Portugal Global, CN em Berlim

Em termos do volume, a Alemanha continua a liderar o *ranking* mundial dos países importadores de vinhos.

Em comparação com o ano anterior (2012), verificam-se as seguintes alterações na estrutura da importação alemã: continuação do crescimento significativo (18% em valor) nos brancos, continuação do recuo nos espumantes (-6,5% em valor) e um crescimento ligeiro na importação dos fortificados (0,7% em valor), aumento da quota de vinhos importados a granel (65%).

4.1. Principais fornecedores

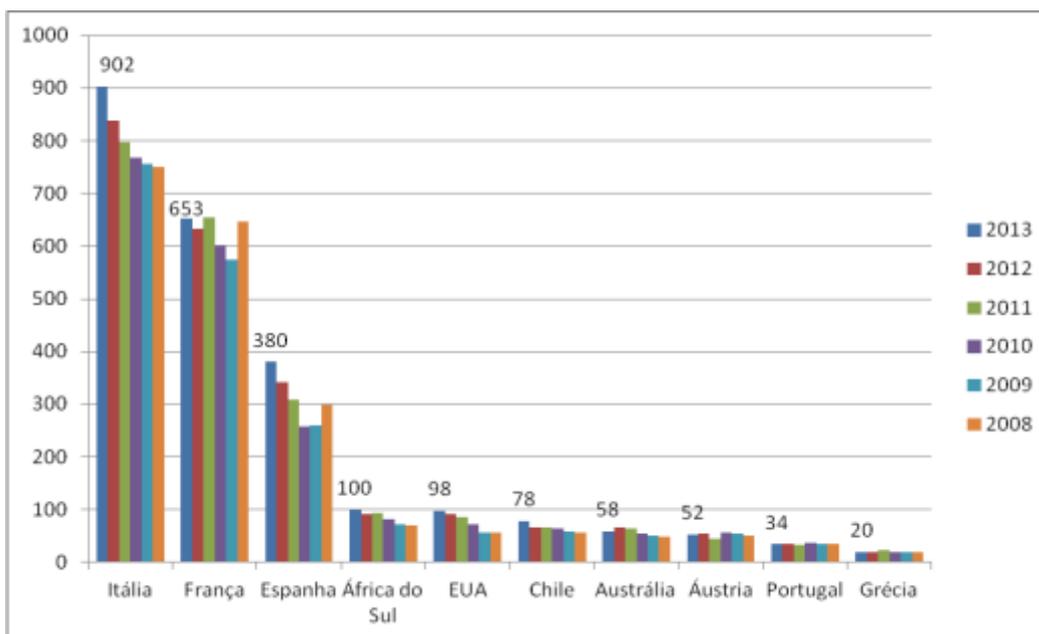
A análise das importações alemãs em 2013 (dados oficiais disponíveis e ainda provisórios), por países de origem, demonstra que os crescimentos mais significativos foram obtidos, em valor, pelo Chile (+16,7%), África do Sul (+9,8%); Espanha (+10,9%), Itália (+7,7%).

A Itália, a França e a Espanha continuam claramente a dominar o mercado, representando, no seu conjunto, 78,9% do valor total das importações alemãs de vinhos.

Em volume, a quota destes países é ligeiramente inferior (74,8%). A África do Sul conseguiu recuperar a 4ª posição no *ranking* de fornecedores, ultrapassando de novo os EUA.

Conforme os dados do Instituto Alemão de Estatística (www.destatis.de), Portugal mantém a 9ª posição no *ranking* dos fornecedores, com um recuo de 0,6 % em valor e de 14,3 % em volume em 2013. Estes dados não correspondem aos valores publicados pelo INE e pelo IVV quanto à exportação portuguesa de vinhos para o mercado alemão que testemunham um crescimento da exportação para de 3% em valor. (No parágrafo “Posicionamento de Portugal” tenta-se explicar a eventual razão destas diferenças).

Importação alemã de vinhos em valor, 2008 a 2013 (10 maiores países fornecedores, milhões de Euros)



Fonte: Destatis 2014, compilação: aicep Portugal Global, CN de Berlim

Importações Alemãs de Vinhos (quotas em %)								
	Valor				Volume			
	2013	2012	2011	2010	2013	2012	2011	2010
Itália	36,8	36,2	35,8	37,0	38,5	38,7	41,9	43,5
França	26,6	27,3	29,3	29	17,1	16,9	16,6	16,7
Espanha	15,5	14,8	13,3	12,4	19,2	20,4	17,3	15,4
África do Sul	4,1	3,9	4,2	3,9	6,5	5,3	5,7	5,0
EUA	4	4	3,9	3,5	3,6	3,6	3,7	3,2
Chile	3,2	2,9	3	3,1	4,3	2,9	3,3	3,8
Austrália	2,4	2,9	2,8	2,6	2,8	3,1	3,3	2,9
Áustria	2,1	2,3	2,1	2,8	1,6	1,7	1,5	2,7
Portugal	1,4	1,5	1,6	1,7	1,0	1,1	1,2	1,3
Grécia	0,8	0,8	1	1	0,8	0,8	0,9	0,8

Fonte: Destatis 2014; compilação aicep Portugal Global, Berlim

Analisando os três principais fornecedores, constata-se, no caso da Itália - de longe o principal fornecedor de vinhos (em volume) - um crescimento de 7,7% em valor, mas um ligeiro decréscimo de 0,6% em volume; no caso da França - o segundo maior fornecedor - um crescimento ligeiro em volume (1,7%) e em valor (3,3%).

No que se refere a Espanha nota-se um crescimento muito significativo em valor (10,9%) e um recuo em volume (-5,9%).

4.2. Posicionamento de Portugal

4.2.1. Divergência entre os dados alemães e os do INE/IVV

Os dados das entidades alemãs não correspondem aos dados de exportação portuguesa de vinhos para a Alemanha, publicados pelo INE e pelo IVV para o ano de 2013. Estas fontes nacionais indicam uma exportação total portuguesa de vinhos para o mercado alemão na ordem de 40,3 milhões de Euros e de 201.289 hl, ou seja, consideravelmente maior que os dados indicados pelas fontes alemãs (34 milhões de Euros, 145 mil hl), conforme a tabela a seguir (dados do IVV/INE):

ra + Extra UE	HL		Estrutura (%)		1.000 €		Estrutura (%)	
	jan-dez		jan-dez		jan-dez		jan-dez	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
FRANCA	607.755	505.712	18,0%	16,5%	115.218	113.731	16,3%	15,7%
ANGOLA	686.960	637.362	20,3%	20,8%	86.507	93.922	12,2%	13,0%
REINO UNIDO	217.171	204.136	6,4%	6,7%	72.406	72.896	10,2%	10,1%
E.U.AMERICA	137.592	143.198	4,1%	4,7%	51.361	56.118	7,3%	7,7%
PAISES BAIXOS	165.770	150.175	4,9%	4,9%	50.645	49.528	7,2%	6,8%
BELGICA	151.331	147.674	4,5%	4,8%	47.315	46.948	6,7%	6,5%
ALEMANHA	229.860	201.289	6,8%	6,6%	39.121	40.293	5,5%	5,6%
CANADA	84.419	90.045	2,5%	2,9%	37.061	38.709	5,2%	5,3%
BRASIL	96.043	94.857	2,8%	3,1%	28.622	28.215	4,0%	3,9%
SUICA	80.542	84.288	2,4%	2,8%	22.009	24.258	3,1%	3,3%
ESPAÑA	248.142	181.851	7,3%	5,9%	21.048	19.736	3,0%	2,7%
SUECIA	60.705	59.266	1,8%	1,9%	15.027	15.314	2,1%	2,1%
POLONIA	56.760	70.007	1,7%	2,3%	11.268	14.155	1,6%	2,0%
CHINA	60.855	44.356	1,8%	1,4%	10.721	11.245	1,5%	1,6%
DINAMARCA	26.088	28.630	0,8%	0,9%	9.780	11.096	1,4%	1,5%
LUXEMBURGO	46.808	49.953	1,4%	1,6%	9.053	9.495	1,3%	1,3%
NORUEGA	28.530	28.637	0,8%	0,9%	6.811	7.008	1,0%	1,0%
MOCAMBIQUE	77.868	52.092	2,3%	1,7%	7.113	6.439	1,0%	0,9%
ITALIA	41.319	18.872	1,2%	0,6%	7.087	5.899	1,0%	0,8%
JAPAO	14.474	15.286	0,4%	0,5%	5.813	5.337	0,8%	0,7%
MACAU	18.791	15.515	0,6%	0,5%	6.863	5.258	1,0%	0,7%
GUINE BISSAU	67.635	64.259	2,0%	2,1%	3.930	4.263	0,6%	0,6%
PAISES PT N/ DETERM.	1.534	2.000	0,0%	0,1%	3.282	4.255	0,5%	0,6%
S.TOME PRINCIPE	37.468	32.826	1,1%	1,1%	3.206	3.390	0,5%	0,5%
FINLANDIA	12.927	12.891	0,4%	0,4%	3.335	3.054	0,5%	0,4%
OUTROS DESTINOS	128.370	124.786	3,8%	4,1%	32.856	34.175	4,6%	4,7%
TOTAL	3.385.714	3.059.963	100,0%	100,0%	707.458	724.738	100,0%	100,0%

Estas divergências podem, eventualmente, ser explicadas pelo regulamento específico da declaração das respetivas importações no mercado alemão: Na Alemanha, e conforme publicações na imprensa especializada do setor de vinhos, apenas empresas com um valor de importação que ultrapasse os 500 mil Euros têm a obrigação de declarar as suas importações junto das respetivas entidades. Dado que muitas empresas importadoras de vinhos portuguesas não atingem este patamar, pode acontecer que as importações abaixo deste valor não façam parte da estatística alemã, o que não contribui para uma estatística fidedigna.

Não obstante, mas com o objetivo de tentar analisar a *performance* dos vinhos portugueses no mercado alemão, optou-se pela continuação da análise do mercado com base nos dados oficiais alemães, sabendo, ao mesmo tempo, que os dados portugueses em quase todas as categorias/tipos e segmentos analisados ultrapassam os valores indicados pela estatística oficial alemã. Apresenta-se a seguir a tabela de comparação de dados para o ano de 2013:

Categoria de Vinhos	Dados INE/IVV		Dados Destatis	
	Valor em milhões de €	Volume mil hl	Valor em milhões de €	Volume mil hl
Vinho total	40,3	201	34	145
DOP + IGP	17,3	69	11,5	44
Outro vinho	9,5	94	8,5	64
Espumantes	0,1	4	n.i.	n.i.
Vinhos licorosos	13,5	34	14	37

Compilação dos dados: aicep Portugal Global, CN Berlim

4.2.2. Estrutura da importação alemã de vinhos portugueses

No contexto concorrencial alemão, Portugal continua a ocupar uma posição considerável. A Alemanha importou, em 2013, de Portugal (conforme os dados provisórios publicados pelo Instituto Alemão de Estatística - Destatis) 145 mil hl de vinhos (2012: 169 mil hl), com um valor de 34 milhões de Euros (em 2011: 33 milhões de Euros; em 2012: 34 milhões), posicionando-se no 9º lugar dos países fornecedores.

Pela primeira vez nos últimos anos, os vinhos fortificados registaram um crescimento de 2,5 % em valor e de 3,2% em volume. Em 2013, os brancos portugueses aumentaram 11,3% em valor e 20,3% em volume. Nos tintos, ao contrário do verificado nos anos anteriores, registou-se um recuo significativo das importações alemãs: -8,8% em valor e -29,4% em volume, com a importação alemã total de vinhos tranquilos portugueses a cair 2,8% em valor e 19,1% em volume. Aumentou, contudo, a importação alemã de vinhos de qualidade: +8,9% em valor e +13,4% em volume, correspondendo em termos absolutos a um valor de 11 milhões de Euros e a um volume de 44 mil hl.

Relativamente aos tipos de vinhos tranquilos, dominam os tintos, responsáveis por 65% da importação alemã de vinhos tranquilos portugueses (2012: 70%; 2011: 66%).

Os importadores alemães de vinhos portugueses que, por sua vez, colaboram maioritariamente com o comércio de retalho especializado, mostraram-se relativamente satisfeitos com os resultados obtidos, referindo haver possibilidade de um aumento das quotas. Contudo, continuamos a constatar uma penetração relativamente fraca dos nossos vinhos na grande distribuição alemã, mas com uma presença reforçada em algumas cadeias, incluindo o segmento *discount* (p.ex. Globus, Kaufland, HIT e, esporadicamente, na cadeia Lidl e também na Karstadt e Kaufhof).

Os tintos das regiões DOC Dão, Bairrada e Douro representam atualmente, em conjunto, quase 12% da importação alemã de vinhos portugueses (fonte: Instituto Alemão de Estatística, 2013), enquanto os Vinhos Verdes são responsáveis por cerca de 11%. As estatísticas oficiais não contêm, infelizmente, dados relativos a outras regiões portuguesas. Os Vinhos do Alentejo têm igualmente, conforme estimativas de peritos, uma presença muito significativa e cada vez mais relevante no mercado alemão.

Em 2013, o preço médio total dos vinhos portugueses importados na Alemanha (incluindo os fortificados) atingiu 234 Euros/hl (2012: 202 Euros/hl; 2011: 195 Euros/hl). Este valor corresponde à 2ª posição no *ranking* dos maiores países fornecedores da Alemanha, a seguir à França (255 Euros/hl) e à frente da Áustria (220 Euros/hl).

No que diz respeito às categorias dos vinhos portugueses tranquilos importados no mercado alemão, 55% corresponde a vinhos de qualidade e 45% a vinhos de mesa (2012. 50% / 50%). Nos fortificados, segmento com grande importância para o setor nacional de vinhos, o ano de 2013 (após a quebra dramática em 2006, a relativa estabilização em 2007, o aumento em 2008 e outro recuo entre 2009 e 2012) caracterizou-se por um crescimento das importações alemãs. As importações de vinhos fortificados portugueses, segundo as estatísticas alemãs, alcançaram um volume de 37 mil hl e um valor de 14 milhões de Euros, com uma taxa de crescimento de 2,5 % em valor e de 3,2 % em volume. Cerca de 12% do total dos fortificados portugueses importados são Vinhos da Madeira e Moscatéis e 78% são Vinhos do Porto. O preço médio dos vinhos fortificados portugueses importados na Alemanha em 2013 atingiu 386 Euros/hl. Continua a verificar-se uma tendência de decréscimo da importação de vinhos fortificados em volume (-7,2%) e um ligeiro aumento em valor (0,7%).

4.2.3. Atividades de promoção de vinhos portugueses no mercado alemão

Foi desencadeada uma série de atividades para promover os vinhos portugueses no mercado alemão, muito em especial pela Wines of Portugal/ViniPortugal e, em parte, com o apoio logístico da aicep Portugal Global. O evento emblemático *Wines of Portugal Experience*, que decorreu em outubro de 2013 no salão da BMW em Munique (grande prova aberta com apresentações temáticas, entrevistas públicas a produtores e importadores) contou com a presença de cerca de 450 profissionais e consumidores qualificados, participação na ProWein 2013 (com um programa vasto de seminários e sessões informativas), organização de *round tables* e de seminários em diferentes cidades alemãs, convites a jornalistas e *multipliers* para visitas a Portugal.

Para além disto, foram organizadas no mercado provas coletivas da CVRVV e de outras regiões vitivinícolas, para além de diferentes provas/ações para consumidores em colaboração com empresas importadoras de vinhos portugueses.

Foram ainda publicados suplementos especiais e muitos artigos sobre os vinhos portugueses na imprensa alemã especializada, foram realizadas diversas visitas a importadores alemães e endereçados convites a *sommeliers*, jornalistas e importadores alemães para visitarem Portugal. Procedeu-se à divulgação de material promocional (em inglês e alemão) sobre vinhos portugueses junto dos importadores, distribuidores, retalhistas, restaurantes e também consumidores finais.

Para facilitar a atuação no mercado, a Wines of Portugal/ViniPortugal desde o início do ano de 2013 colabora com grande sucesso com a agência alemã especializada “Organize”.

Continua a ser implementada uma, cada vez mais estreita, coordenação das ações de promoção de vinhos portugueses no mercado, tomando em conta os interesses de todas as instituições e agentes económicos envolvidos, muito em especial num período com recursos limitados.

É de salientar que, em 2013, foram premiados muitos vinhos portugueses no mercado alemão. A título de exemplo, indicam-se os concursos MundusVini 2013 e Berliner Weintrophy, com um total de cerca de 230 vinhos portugueses premiados.

Análise SWOT do posicionamento dos vinhos portugueses

<p>Pontos Fortes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individualidade – castas únicas • Variedade • Aumento da qualidade • Forte oferta de vinhos tintos • Oferta única de vinhos fortificados (Vinho do Porto, Vinho da Madeira, Moscatel) • Bons contactos com empresas importadoras • Atividades e ações promocionais qualificadas da ViniPortugal e de outras entidades no mercado • Presença relativamente frequente na imprensa especializada 	<p>Pontos Fracos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notoriedade relativamente baixa no mercado • Falta de conhecimentos do <i>trade</i> alemão sobre regiões e castas portuguesas • Falta de conhecimentos do consumidor final sobre vinhos portugueses • Modesta presença na grande distribuição e nas cadeias <i>discount</i> • Relativamente poucas ações de promoção junto do consumidor final (qualificado) • Pouca notoriedade na restauração alemã
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta por descobrir / novidade • Procura de vinhos tintos no mercado • Aumento da oferta de vinhos de estilo moderno • Boa relação preço/qualidade • Atividades da ViniPortugal: Provas, presença melhorada nos media e em eventos importantes 	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forte concorrência por parte dos países do Novo Mundo e dos fornecedores tradicionais no mercado • Tendência para aumento de preços • Quota elevada de vinhos comercializados no mercado alemão no segmento <i>discount</i> • Tendência de diminuição da quota do comércio a retalho especializado de vinhos • Penetração relativamente modesta de vinhos portugueses nas grandes cadeias de distribuição

6. Lista das maiores empresas importadoras/distribuidoras de vinhos

WIV Wein International AG

D-55452 Burg Layen

Tel.: 0049-6721-9650

Fax: 0049-6721-965 274

www.wiv-ag.com

info@wiv-ag.com

Gerente: Andreas Pieroth

Faturação: 525 (2012: 541) milhões de Euros

Principais origens/ países de importação/fornecedores: Alemanha (30%), França (29%), Itália (27%) e Espanha (11%), África do Sul (9%), algumas referências de Portugal; empresa de venda direta, 5320 empregados

Hawesko Holding AG

Plan 5

D-20095 Hamburg

Tel.: 0049-40-303921 00

Fax: 0049-40-303921 05

www.hawesko.com

info@hawesko.com

Administrador: Alexander Margaritoff

Diretora de compras: Madeleine Jendrysek (m.jendrysek@hawesko.de)

Faturação: 465 (2012: 449) milhões de Euros

Empregados: 935

Estrutura vendas: Vendas por cat. 32%; comércio grossista 33%, comércio a retalho 34%

Empresas afiliadas: Hanseatisches Wein- und Sektkontor; Jacques Wein-Depot; Wein-Wolf, CWD, Weinland Ariane Abayan

Principais países de importação: França (35%), Itália (29%) e Espanha (12%); infelizmente poucos vinhos portugueses

Mack & Schühle AG

Neue Straße 45

D-73277 Owen/Teck

Tel.: 0049-07021-5701-0

Fax: 0049-07021-5701-200

www.mack-schuehle.de; www.weinwelt.de

dialog@weinwelt.de; willkommen@weinwelt.de

Presidente: Christoph Mack

Responsável de compras: Hartmut Otter (hartmut.otter@weinwelt.de)

Faturação: 222 (2012: 238 milhões) de Euros

Estrutura vendas: Comércio a retalho de alimentares (95%), restauração (5)

Principais países de importação: Novo Mundo (40%), Itália (30%), França + Espanha + Portugal (16%)

Schenk GmbH

Ludwig-Wilhelm-Platz 4

D-76530 Baden-Baden

Tel.: 0049-7221-3540

Fax: 0049-7221-354-57

www.schenk-weine.de

schenk@schenk-weine.de

Gerente: Dirk Schneider

Faturação: 134 (2012:123 milhões) de Euros

Estrutura vendas: Comércio a retalho de alimentares (> 90%), comércio especializado (<5%), Restauração (<5%)

Principais países de importação: Itália (29%), França (16%), Espanha (8%), Novo Mundo (5%) e Grécia (5%)

Eggers & Franke Holding GmbH & Co. KG

Konsul-Schmidt-Str. 8 J
D-28217 Bremen
Tel.: 0049-421-3053-0
Fax: 0049-421-3053-110

office@egfra.de
www.ef-gruppe.de

Empresas afiliadas: Ruyter & Ast, Reidemeister & Ulrichs, Eggers & Franke (fusão com a Racke em 2008), J. EggersSohn; Ludwig van Kapff

Gerente: Ditmar Schwarz

Diretora de compras: Anette Franz

Faturação: 134 (2012: 127) milhões de Euros

Estrutura vendas: 50% comércio alimentar, 25% comércio especializado, restauração 25%

Principais países de importação: África do Sul 23%, Espanha 22%, Itália 20%, França 20%, EUA 5%; poucas marcas portuguesas

Global Wines GmbH & Co. KG

Widdersdorfer Str. 248
D-50933 Köln

Gerente: Dr. Marc Steiner

Tel.: 0049-221-57776-0

Fax: 0049-221-57776-30

info@global-wines.de

Faturação: 93 (2012: 103 milhões) de Euros

Estrutura vendas: 91% comércio a retalho de alimentares, 9% comércio especializado

Principais países de importação: Itália, Novo Mundo, França e Espanha

Tophi Warenhandels-gesellschaft mbH & Co. KG

Waidmannstr. 35

D-22769 Hamburg

Tel.: 0049-40-853 115 34

Fax: 0049-40-853 1115 85 34

www.infowein.de

info@tophi.de

Diretor de compras: Rolf Kowalski,

Faturação - estimativa: 77 (2012:75 milhões) de Euros

Estrutura vendas: 95% comércio a retalho de alimentares, 5% comércio especializado

Principais países de importação: Todos, exc. França

Schlumberger GmbH & Co. KG

Buschstr. 20

D-53340 Meckenheim

Tel.: 0049-2225-9250

Fax: 0049-2225-925 151

www.schlumberger-onwine.de

Empresas afiliadas: FUB; Segnitz

Gerente: François Schöpfer

Faturação: 59 (2012: 64 milhões) de Euros

Estrutura vendas: 40% comércio especializado, 40 restauração, 20% comércio alimentar

Principais países de importação: Itália, França, Espanha e Áustria; também importa vinhos portugueses

Bernard-Massard Sektkellerei GmbH

Jakobstr. 8

D-54290 Trier

Tel.: 0049-651-71960

Fax: 0049-651-7196 310

www.bernard-massard.de

info@bernard-massard.de

Empresas afiliadas: Langenbach & Co., EMG Eimann Marken Getränke, Butzelmann Spirituosen, Chateau Fontesteu

Faturação: 47 (2012: 47 milhões) de Euros

Estrutura vendas: 70% comércio especializado, 20% restauração, 10 comércio alimentar

Principais países de importação: Europa 40% e Novo Mundo 20%; importa vinhos portugueses

Heinz Eggert GmbH & Co. KG

Dahlenburger Str. 21/23
D-29549 Bad Bevensen
Tel.: 0049-5821-98 760
Fax: 0049-5821 98 76 32
marketing@heb-ra.de
www.heb-ra.de

Empresas afiliadas: N. Napoléon & Cie. SA, Patriarche Weinhandel, Pistorius GmbH
Gerente: Ralf Herzberger
Faturação: 33 (2012: 33 milhões) de Euros
Estrutura vendas: Comércio especializado 50%, marcas brancas
Principais países de importação: França 75%, Itália 20%, outros 5%

7. Lista das maiores cadeias retalhistas de vinho

Jacques' Weindepot GmbH

Bilker Allee 49
D-40219 Düsseldorf
Tel.: 0049-211-390020
Fax: 0049-211-3900269
Faturação: 131 milhões de Euros
Diretora de compras: Kathy Féron
Nº de lojas/filiais: 281 na Alemanha, 4 na Áustria
www.jacques.de
Volume de vendas: 22 milhões de gar., 114 milhões de Euros

Wein & Vinos GmbH

Knesebeckstr. 86
D-10623 Berlin
Tel.: 0049-30-31506080
Fax: 0049-30-31506081
Faturação: 35 milhões de Euros
Nº de lojas/filiais: 7
Diretor compras: Wolf Wilder
www.vinos.de
Somente vinhos espanhóis

Mövenpick Wein GmbH

Martener Str. 525
D-44379 Dortmund
Tel.: 0049-231-9651560
Fax: 0049-231-965 15699
Faturação: 17 milhões de Euros
Nº de lojas/filiais: 11
Gerente: Gernot Haak
www.moevenpick-wein.de
25% França, 20% Alemanha, 35% Itália

Vino Weine und Ideen GmbH

Burg Layen 1
D-55452 Rummelsheim
Tel.: 0049-6712 40 81 77
Fax: 0049-67 12 40 81 75
Faturação: 15 milhões de Euros
Nº de filiais: 16
Diretor de compras: John-Philip Kautsch
www.vino24.de

Rindchen´s Weinkontor GmbH & Co. KG

Ellerhorst 1
D-25474 Bönningstedt
Tel.: 0049-40-5562 020
Fax: 0049-40-55620220
Faturação: 18,9 milhões de Euros, 6 milhões de garrafas
Nº de filiais/lojas: 10, mais 8 parceiros
Gerente: Gerd Rindchen
Diretor de compras: Vitus Steinhorst
www.rindchen.de

Lobenergs Gute Weine GmbH & Co. KG

Tiefer 10
D-28195 Bremen
Tel.: 0049-421-705666
Faturação: 11 milhões de Euros
2 filiais
Gerente: Heiner Lobenberg
www.gute-weine.de

Pinard de Picard GmbH & Co. KG

Alfred-Nobel-Allee 28
D-66793 Saarwellingen
Tel.: 0049-6838-97 95 00
Fax: 0049-6838-97 95 30
Faturação: 6,9 milhões de Euros
Nº de filiais: 1
Gerente: Tino Seiwert
www.pinard-de-picard.de

H.F. von Melle GmbH

Beckergrube 86
D-23552 Lübeck
Tel.: 0049-451 71050
Fax: 0049-451 77 462
Faturação: 6 milhões de Euros
Nº de filiais/lojas: 3
www.von-melle.de

Weinkellerei der BASF SE

Anilinstr. 12
D-67063 Ludwigshafen
Tel.: 0049-621-6042744
Faturação: 5 milhões de Euros
Nº de filiais/lojas: 2
Gerente: Bernhard Wolff
www.wirtschaftsbetriebe.basf.de

Kölner Weinkeller

Stolberger Str. 29
D-50933 Köln
Tel.: 0049-221-13 97 28 0
www.koelner-weinkeller.de
Faturação: 5,6 milhões de Euros
1 filial
Gerente: Andreas Brensing

Weinzeche Handels- und Beteiligungsgesellschaft mbH

Rothauser Str. 44
D-45309 Essen
Tel.: 0049-201-5500 24
www.weinzeche.de
Faturação: 4,8 milhões de Euros
Nº de filiais: 1
Diretor compras: Karl Richter

8. Lista das principais revistas sectoriais

Revistas dirigidas ao *trade*:

Weinwirtschaft

Meininger Verlag
Maximilianstr. 7-17
D-67433 Neustadt an der Weinstraße
Tel.: 0049-6321-89080
www.weinwirtschaft.de
(quinzenal)

Wein + Markt

Fachverlag Dr. Fraund
Weberstr. 9
D-55130 Mainz
Tel.: 0049-6131-914650
www.wein-und-markt.de
(mensal)

Revista para *sommeliers* e para a restauração de alto nível:

Sommelier Magazin

Meininger Verlag
Maximilianstr. 7-17
D-67433 Neustadt an der Weinstraße
Tel.: 0049-6321-89080
www.meininger.de
(6 edições/ano)

Revista para o *trade* e consumidor final:

Vinum

Pf. 5961
CH-8050 Zürich
Tel.: 0041-44-268 52 60
Fax: 0048-44-268 52 65
www.vinum.de
[E-mail: redaction@vinum.ch](mailto:redaction@vinum.ch)
(mensal; abrange os mercados da Suíça, Áustria e da Alemanha)

Revistas para o consumidor final:

Weinwelt

Meininger Verlag
Maximilianstr. 7-17
D-67433 Neustadt an der Weinstraße
Tel.: 0049-6321-89080
www.weinwelt.info
(bimensal)

Revistas para *gourmets*:

Feinschmecker

Jahreszeiten Verlag GmbH
Poßmoorweg 2
D-22301 Hamburg
Tel.: 0049-40-21 170
www.der-feinschmecker-club.de
(mensal)

Essen & Trinken

Gruener + Jahr
Am Baumwall 11
D-20459 Hamburg
Tel.: 0049-40-37 030
Fax: 0049-40-37 03 56 77
www.essen-und-trinken.de
(mensal)

Selection – Das Forum für Genießer

Konradin Selection GmbH
Erich-Dombrowski-Str. 2
D-55127 Mainz
Tel.: 0049-6131-48 45 24
Fax: 0049-6131-48 45 25
www.selection-online.de
(trimestral)

Weinwisser

Konradin Selection GmbH
Erich-Dombrowski-Str. 2
D-55127 Mainz
Tel.: 0049-6131-48 45 24
Fax: 0049-6131-48 45 25
www.weinwisser.com
info@weinwisser.com
(mensal)

Der Geniesser

Domsiegel Wein- und Vertriebsgesellschaft mbH
Süsterstr. 3
D-49074 Osnabrück
Tel.: 0049-541-33127 28
Fax: 0049-541-33127 41
(trimestral)

Existe igualmente uma série de publicações online e *web-blogs* sobre o mercado de vinhos na Alemanha, p. ex:

- www.tvino.de
- www.weinamlimit.de
- www.enobooks.de
- www.drinktank.blogg.de
- www.weinschreiber.de
- www.weinwahrheit.de
- www.nikos-weinwelten.de
- www.wein-plus.de
- www.degustation.de
- www.captaincork.com

9. Principais feiras de vinhos na Alemanha

ProWein

Messe Düsseldorf GmbH

Messeplatz

D-40474 Düsseldorf

Tel.: 0049-211-45 60 01

Fax: 0049-211-45 60 900

www.prowein.de

Data 2014: 23 a 25 de março de 2014

Dados da edição 2014: 4000 expositores de 50 países, entre os quais 233 empresas e entidades portuguesas, 39 000 visitantes profissionais

Pavilhão nacional coletivo Wines of Portugal, com cerca de 900 m² organizado pela Wines of Portugal / ViniPortugal, pavilhões coletivos do IVDP e da CRVV (total: 1400 m²).

Forum Vini

MOC München

Lilienthalallee 40

80939 München

Data 2014: 14 a 16 de novembro de 2014 (30ª edição)

www.forum-vini.de

Entidade organizadora:

Albrecht GmbH

Oettingerstr. 25

D-80538 München

Tel.: 0049-89-272948-20

Fax: 0049-89-27 29 48 22

[E-mail: info@forum-vini.de](mailto:info@forum-vini.de)

Dados da edição 2013: 290 expositores, maioritariamente alemães, 9 mil visitantes, dos quais 85% consumidores finais e 15% profissionais; entidade organizadora adquirida em março de 2014 pela editora Meininger.

BioFach

Data 2015: 11 a 14 de fevereiro de 2015

Entidade organizadora:

Nürnberg Messe GmbH

Messezentrum

D-90471 Nürnberg

Tel.: 0049-911-86 06 49 09

www.biofach.de

E-mail: inf@biofach.de
Dados 2013: 2500 expositores de 70 países, 43 mil visitantes profissionais, maior feira mundial para produtos biológicos

ANUGA – Feira Mundial de produtos alimentares

Data: 10 a 14 de outubro de 2014

Entidade organizadora:

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

D-50679 Köln

Tel.: 0049-221-821 2214

Fax: 0049-221-821-3410

anuga@koelnmesse.com

www.anuga.com

Dados da edição de 2013: 6180 expositores de 98 países, entre os quais 27 empresas e entidades portuguesas; 287 mil visitantes profissionais

Obs.: Feira mundial para contactos com as grandes cadeias de comércio a retalho alimentar, poucos produtores de vinhos a participar como expositor

Existem outras feiras de vinhos de carácter regional em diferentes cidades alemãs (p.ex. Berlim, Hamburgo, Dusseldorf, Frankfurt) dirigidas a consumidores finais.

10. Principais concursos internacionais dos vinhos na Alemanha

MundusVini

É o maior concurso alemão de vinhos, organizado desde 2001, contou com mais de 4.000 vinhos de 35-40 países nas edições recentes, uma vez por ano (data de entrega dos vinhos: junho), organizado pela editora Meininger (Weinwirtschaft, Weinwelt, Sommelier Magazin), júri composto por especialistas internacionais. Desde 2010 também com um concurso especial de vinhos biológicos (em parceria com a Feira Biofach Nuremberga), a ser realizado em fevereiro de cada ano.

Contacto:

www.mundusvini.de

MundusVini GmbH

Maximilianstr. 11

67433 Neustadt

Tel.: 0049-6321-89089510

Fax: 0049-6321-89089540

info@mundusvini.de

Custos: 135 Euros por cada marca de vinho; envio das amostras até junho de 2014

MundusVini BioFach

Maior concurso alemão de vinhos biológicos, organizado pela editora “Meininger” por ocasião da Feira “BioFach”, em 2014 realizado pela 5ª vez

Contacto:

www.mundusvini.de

MundusVini GmbH

Maximilianstr. 11

67433 Neustadt

Tel.: 0049-6321-89089510

Fax: 0049-6321-89089540

info@mundusvini.de

www.mundusvini.de

Berliner Wein Trophy

Entidade organizadora:

DWM – Deutsche Weinmarketing GmbH

Am Borsigturm 1

13507 Berlin

Tel.: 0049-30-873 25 60

Fax: 0049-30-4303 60 04

info@berliner-wein-trophy.de

www.berliner-wein-trophy.de

Próxima edição: fevereiro de 2015