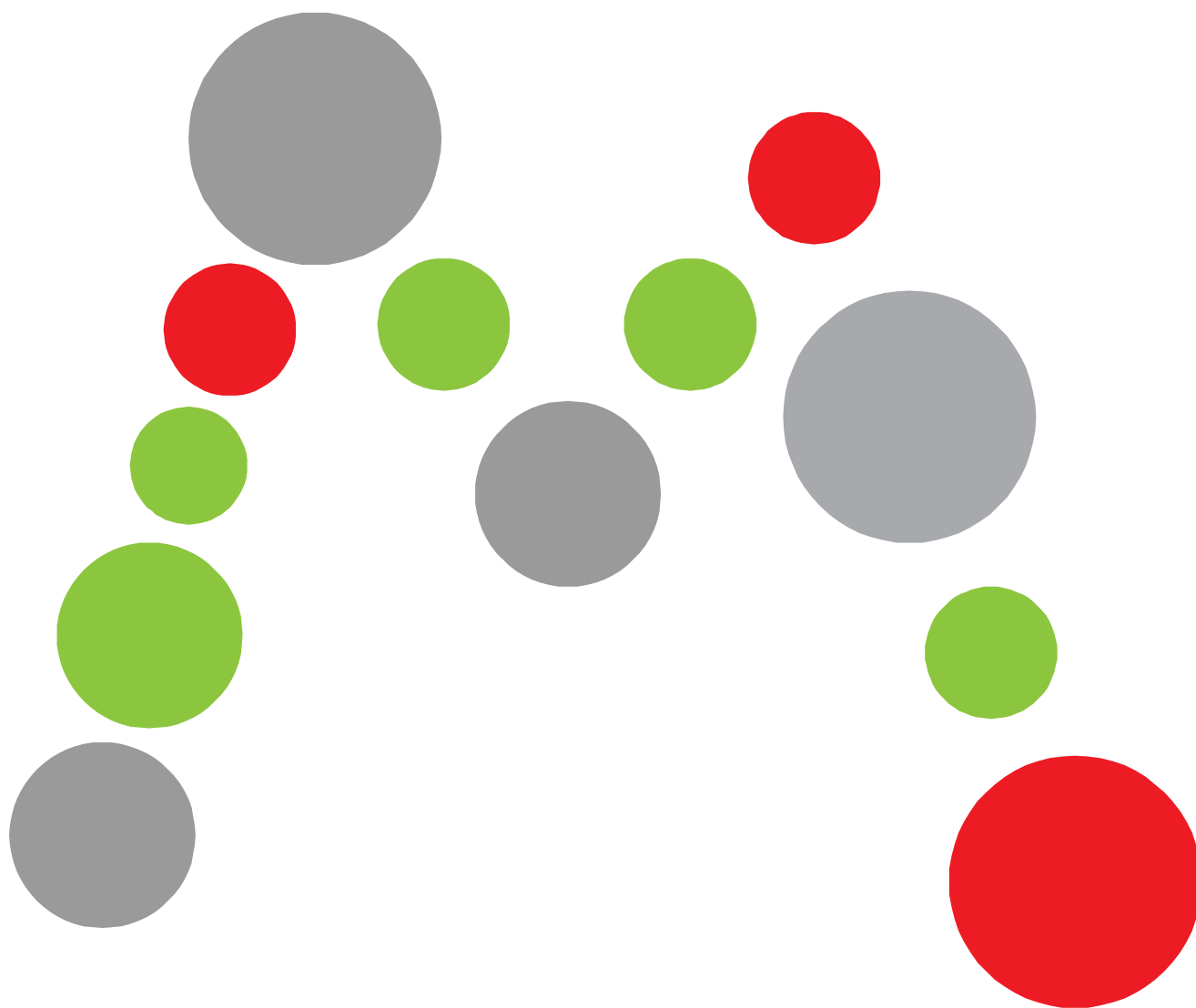


Mercados

informação sectorial



Alemanha

Vinhos – Análise sectorial

Atualização pelo CN Berlim: Março de 2017



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	9
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	18
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	19
4.2.3. Atividades de promoção de vinhos portugueses no mercado alemão	23
5. Análise SWOT do posicionamento dos vinhos portugueses	24
6. Lista das maiores empresas importadoras de vinhos	25
7. Lista das maiores cadeias retalhistas de vinhos	27
8. Lista das principais revistas sectoriais	29
9. Principais feiras de vinhos na Alemanha	31
10. Principais concursos internacionais de vinhos na Alemanha	32

1. Mercado alemão de vinhos – algumas tendências

Com um volume de consumo de 20,5 milhões de hectolitros (hl) em 2015, ou seja de 24,1 litros (l) *per capita* (dos quais 8,6 l da produção alemã; 11,9 l vinhos importados; 3,6 l espumantes), a Alemanha situa-se no quarto lugar do *ranking* mundial dos maiores mercados consumidores de vinho, a seguir aos EUA, à França, e à Itália e, em termos do volume, continua a representar o maior mercado mundial de importação (14,5 milhões de hl), apesar do recuo da importação verificado em 2015 e 2016 (-3,3 % em volume; -0,8 % em valor em 2016).

A produção alemã de vinho (8,9 milhões de hl em 2015; 9,2 milhões de hl em 2014; 9,1 milhões de hl em 2013) há muito que não é suficiente para satisfazer as necessidades do consumidor.

No período de 2010-2014, a importação alemã de vinhos cresceu, com taxas maiores que o consumo interno. Em 2015 e 2016 nota-se um recuo da importação. Não obstante, a reexportação das grandes cadeias alemãs do comércio a retalho, algumas das quais com unidades próprias de engarrafamento na Alemanha (importação a granel e reexportação em garrafas) continua a representar um fenómeno muito importante. Ao mesmo tempo, verifica-se atualmente uma tendência de subida dos preços dos vinhos comercializados no mercado alemão.

Em 2015/2016 e em comparação com o período homólogo do ano anterior, as vendas totais de vinho no comércio a retalho alimentar no mercado alemão baixaram 1 % em valor e volume. Por outro lado, o preço médio de vinhos comercializados no comércio a retalho alimentar aumentou 2%.

- 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 de vinhos estrangeiros, na sua grande maioria importados a granel, através das atividades das grandes cadeias alemãs de comércio a retalho no estrangeiro, ganha cada vez mais importância e dinâmica.
- A quota de vinhos rosé no total dos vinhos comercializados atinge 10%, uma quota muito elevada em comparação com outros mercados.
- Em 2016, as importações alemãs de vinhos atingiram um volume de 14,5 milhões de hl (-3,3% em comparação com 2015) e um valor de 2,39 mil milhões de Euros (-0,8%); (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.
- Entre os 10 maiores países fornecedores, a França, Áustria e Portugal são os que em 2016 conseguiram aumentar a sua quota. **Portugal** distingue-se pela primeira vez nos últimos anos pela **maior taxa de crescimento** entre os maiores países fornecedores (16,4% em valor; 21,2% em volume).

- A quota dos vinhos brancos alemães no comércio a retalho alimentar atinge 42 %, a dos tintos 48 % e a dos rosés 10% (2015).
- Tendência 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 (*GfK Consumer Scan 2015/2016*), 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.

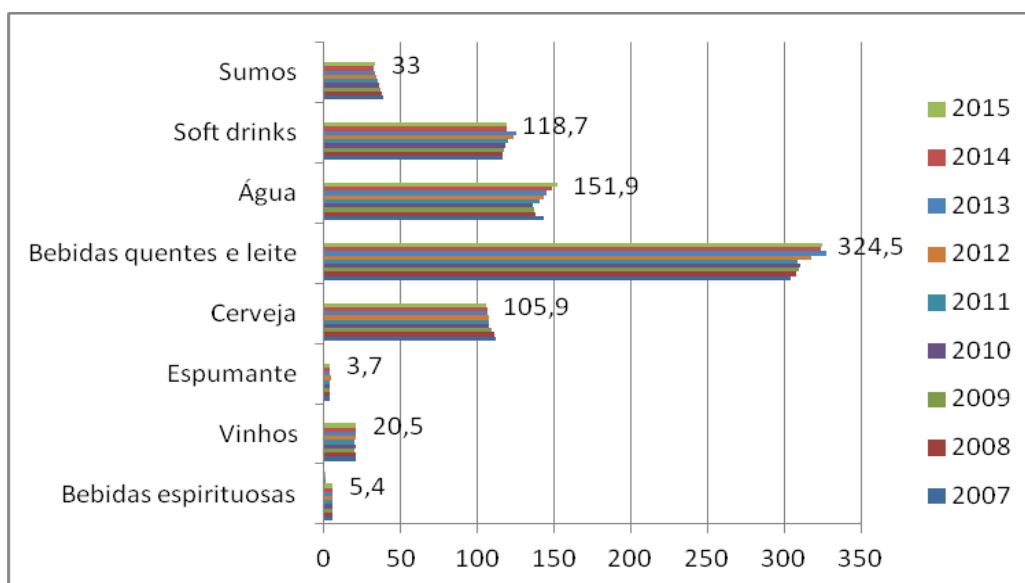
Em 2015/2016, as vendas de vinho no mercado alemão diminuíram 1% em volume e 1% em valor (fonte *GfK Consumer Scan*). O consumo de vinho e de espumante *per capita* atingiu 24,1 l (2014/2015: 24,4 l; consumo *per capita* em Portugal: 46 l).

A seguir, indicam-se mais detalhadamente algumas 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 2015/2016 (fontes: *GfK Consumer Tracking*, *IRI*, *Instituto de Análises de Mercado e de Gestão Empresarial da Escola Superior de Geisenheim*; *Nielsen*).

2.1. Consumo e despesa do agregado familiar com vinhos

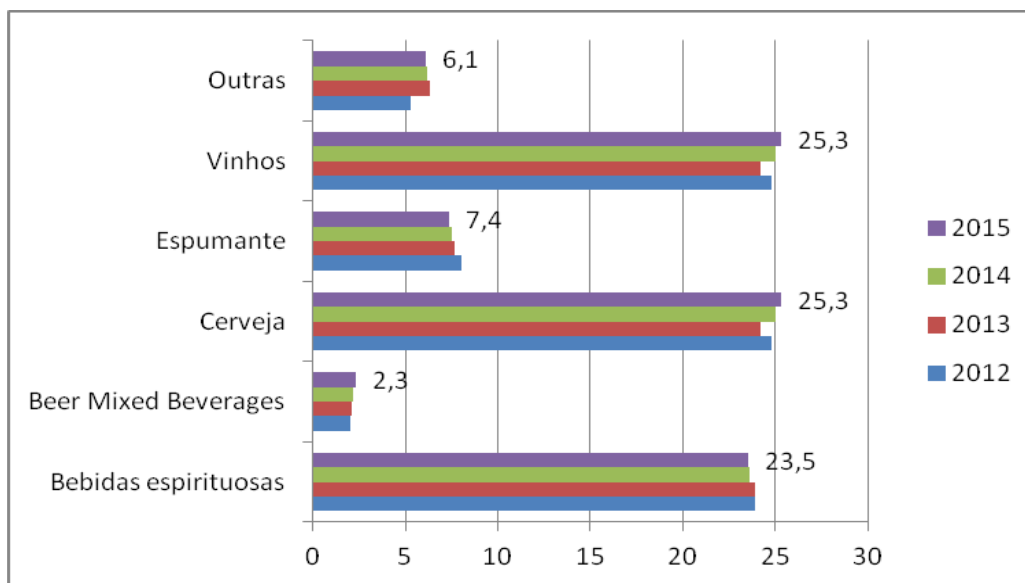
Em 2015, 42,8% do total da despesa do agregado familiar com bebidas alcoólicas, dirigiram-se para vinhos e espumantes, e 27,6% para a cerveja (invertendo em parte a tendência de diminuição dos últimos anos). No total, em 2015 os alemães coconsumiram, *per capita*, 133,5 l de bebidas alcoólicas.

Consumo per capita de bebidas na Alemanha de 2007 a 2015 (em l/ano)



Fonte: *Deutscher Wein, Statistik 2016/2017, Agosto 2016*

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

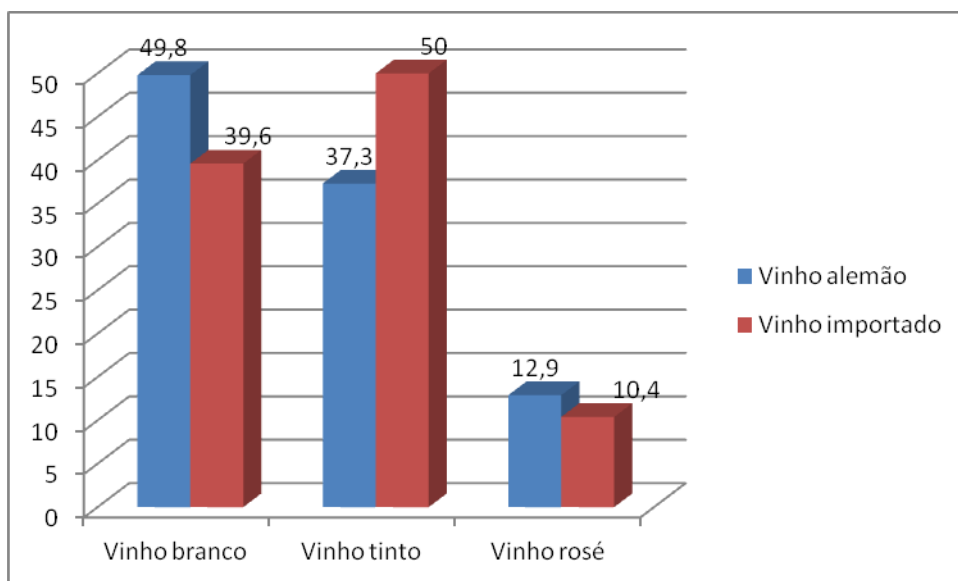


Fonte: *GfK ConsumerScan, Statistik Deutscher Wein 2016/2017 (Agosto 2016)*

Estima-se um crescimento relevante, em 2019, do consumo per capita com um aumento previsto do vinho na ordem dos 2%, em relação ao 2014, e da cerveja em cerca de 4% (fonte: Data Monitor).

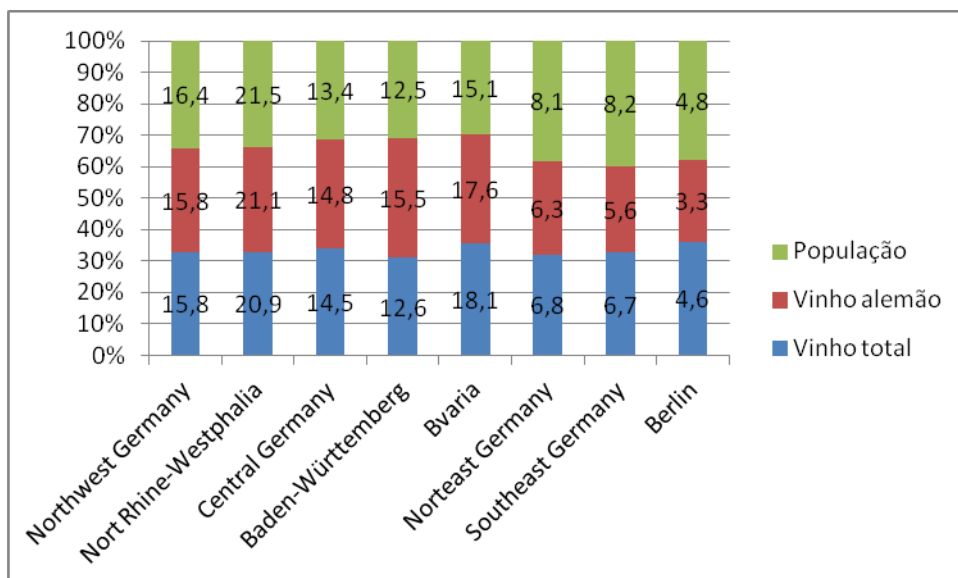
A tabela a seguir indica a quota de diferentes tipos de vinhos na compras feitas pelo agregado familiar no mercado alemão (fonte: GfK Consumer Scan, Deutscher Wein Statistik 2015/2016):

Quota de tipos de vinho nas compras dos agregados familiares (2015)



Fonte: *Deutscher Wein, Statistik 2016/2017, Agosto 2016*

Consumo de vinho por regiões (em %, volume)



Fonte: *Deutscher Wein, Statistik 2016/2017, Agosto 2016*

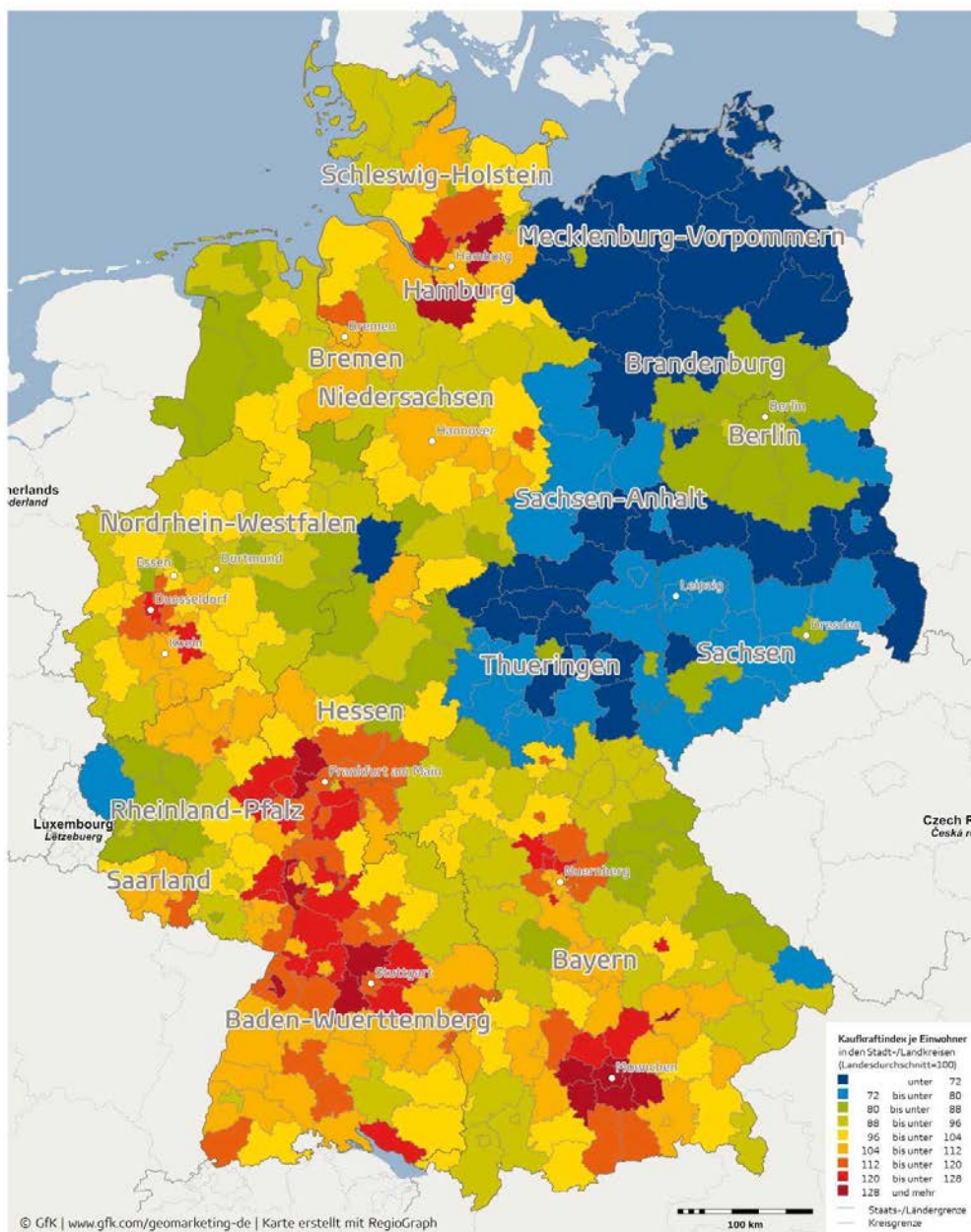
2.2. Poder de compra de vinhos da população alemã por comarcas

Em 2014, o *GfK* publicou um estudo 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, Estugarda, 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):

GfK Kaufkraft Deutschland 2014
 für Wein



Legenda:

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

2.3. Níveis de preço

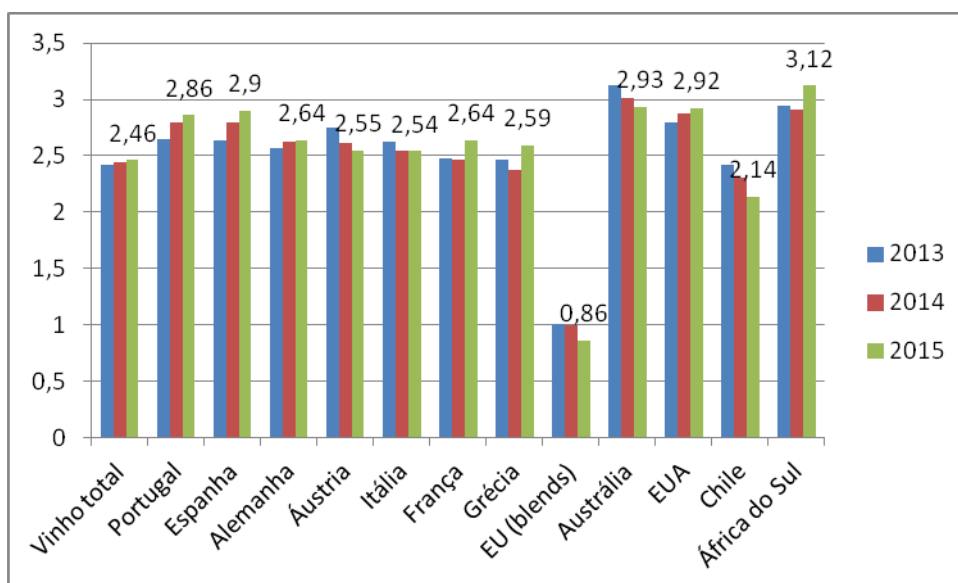
O Instituto de Análises de Mercado e de Gestão Empresarial da Escola Superior de Geisenheim publicou dados sobre os preços médios de vinhos adquiridos pelo consumidor alemão nos diferentes tipos de estabelecimentos comerciais em 2012 (fonte: *Weinwirtschaft* 5/2014) e em 2014 (fonte: www.statista.com, Fevereiro de 2016):

Tipo de estabelecimento comercial	Preço médio em €/l 2012 (fonte: <i>Weinwirtschaft</i>)	Preço médio em €/l 2014 (fonte: <i>Statista.com</i>)
<i>Hard Discount</i>	2,60	2,80
Supermercado	3,80	3,78
Comércio a retalho especializado	10,00	7,65
Compra direta no produtor	6,00	7,37

Parece muito notável o aumento dos preços no *hard discount* e o recuo nos supermercados e no comércio a retalho especializado. Em 2015, o preço médio de 1 l de vinho no comércio a retalho alimentar alemão (incl. as cadeias de “discount”) atingiu 2,97 € (2014: 2,89 €, fonte: *Deutscher Wein Statistik* 2016/2017, com base nos dados da GfK).

A seguir indica-se a evolução dos preços médios de uma garrafa de vinho de diferentes origens, registados no comércio de retalho alimentar alemão (preço consumidor) nos últimos anos, conforme os dados da Nielsen. Nota-se uma clara tendência de aumento do preço na grande distribuição.

Evolução do preço médio de uma garrafa de vinho por países de origem no comércio a retalho alimentar (em €)



Fonte: Nielsen, *Weinwirtschaft* 4/2016

2.4. Marcas mais vendidas na Alemanha

A revista alemã *Weinwirtschaft* publicou os dados seguintes sobre as vendas de vinhos por marcas no comércio de retalho alimentar e nas drogerias (20 marcas mais relevantes):

Marca	Garrafas vendidas (em milhões, 2015)
Grand Sud (LGCF)	18,0
Le Filou	11,8
Freixenet	11,6
Württemberg	10,3
Blanchet	10,2
Erben	9,0
Rotkäppchen	8,2
Medinet	6,4
F. Dulac (LGCF)	5,2
Tavernello	6,3
Gallo Familiy	5,5
Deutsches Weintor	4,6
J.P. Chinet	4,2
Michel Schneider	3,4
F. Dulac	3,2
D'Amati	3,1
Lenz Moser	2,0
Viala	1,9
HXM	1,8

Fonte: *Weinwirtschaft* 12/2016 com base nos dados da Nielsen

Em 2015 e conforme dados da Nielsen, estas 20 marcas mais vendidas na Alemanha aumentaram as suas vendas em 5%, atingindo uma quota de 11,5% do total das vendas de vinhos no comércio a retalho alimentar e nas drogerias.

Embora não se mencione nenhuma marca portuguesa nesta listagem, deve referir-se com orgulho que o vinho “Fabelhaft” da Niepoort Vinhos foi considerado pela referida revista como o melhor vinho tinto no comércio de retalho alemão em 2015 (como também já nos anos 2009 e 2011; a revista analisou, com diferentes critérios, vinhos cujas vendas no comércio alemão ultrapassam as 10 mil garrafas). Em 2015, o vinho tinto “Messias Unoaked, DOC Douro” da Vinhos Messias foi declarado pela editora Meininger “best buy” no comércio a retalho especializado.

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)

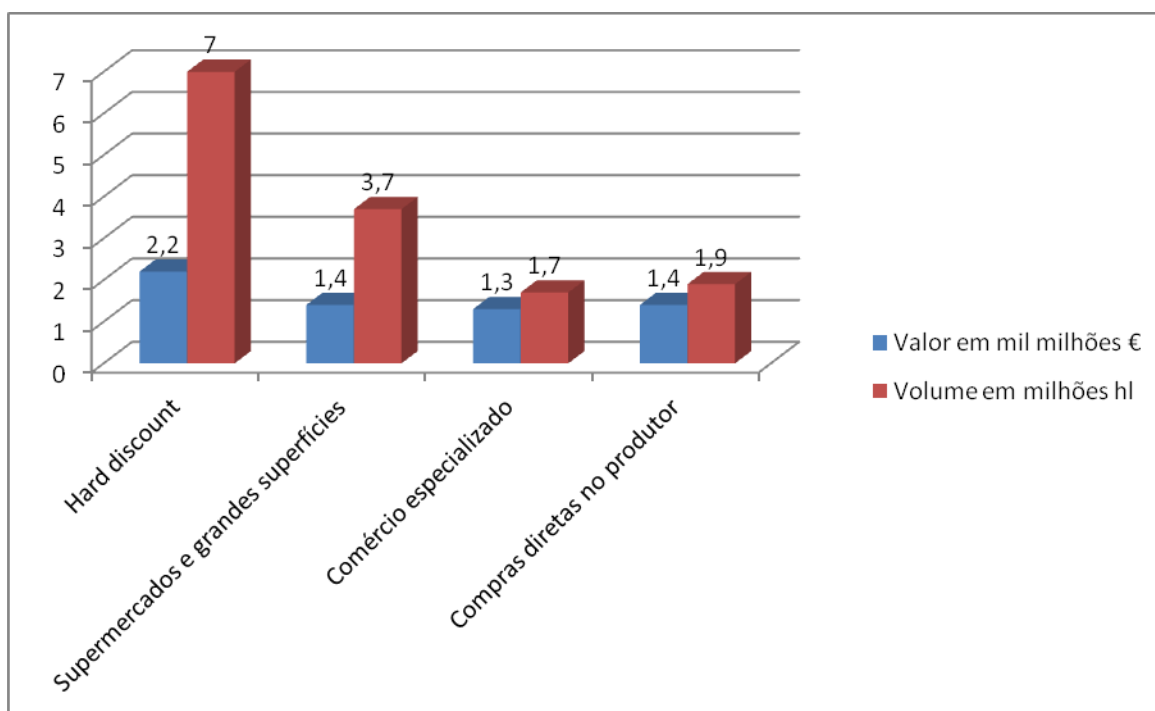
- Comércio a retalho especializado
- Compra direta do consumidor no produtor

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.

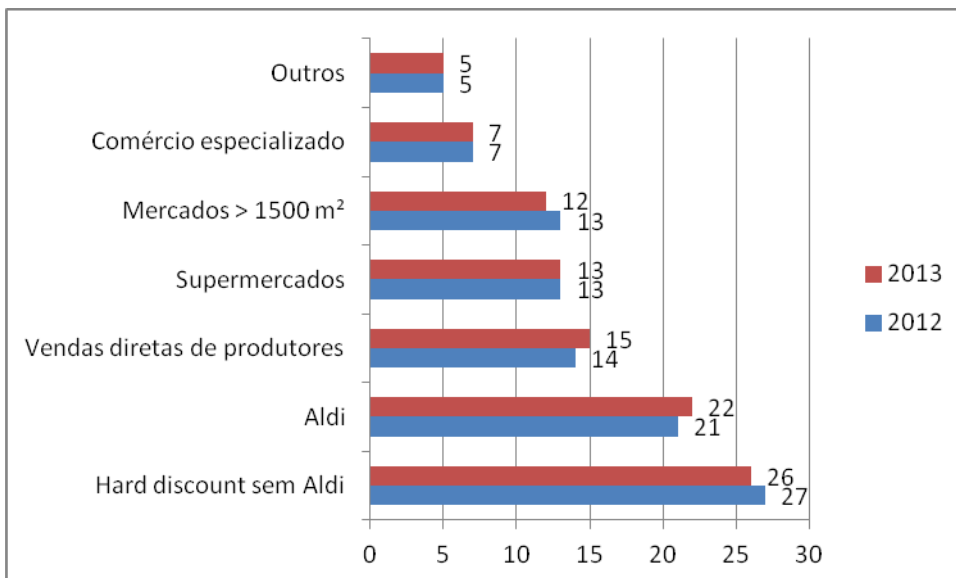
Recentemente foram publicados dados por agências “tradicionais” de estudos de mercado (*GfK, IRI*), e foi elaborada uma análise (menos formal e mais pragmática) pelo Instituto de Análises de Mercado e de Gestão Empresarial da Escola Superior de Geisenheim (autor: Prof. Dr. Dieter Hoffmann), que apontam 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, 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 2015/2016* 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 2014):

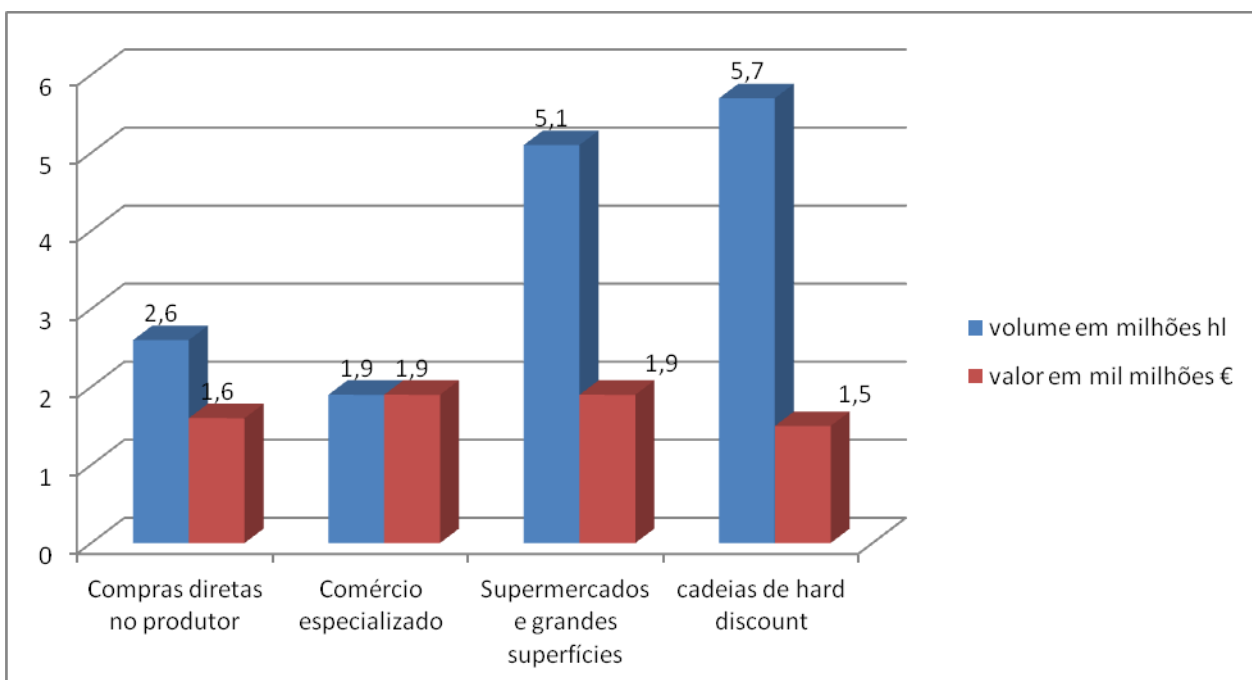


Fonte: Deutscher Wein Statistik 2016/2017

Quotas dos diferentes canais de distribuição no total das vendas de vinhos no mercado alemão (volume, em%)



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)



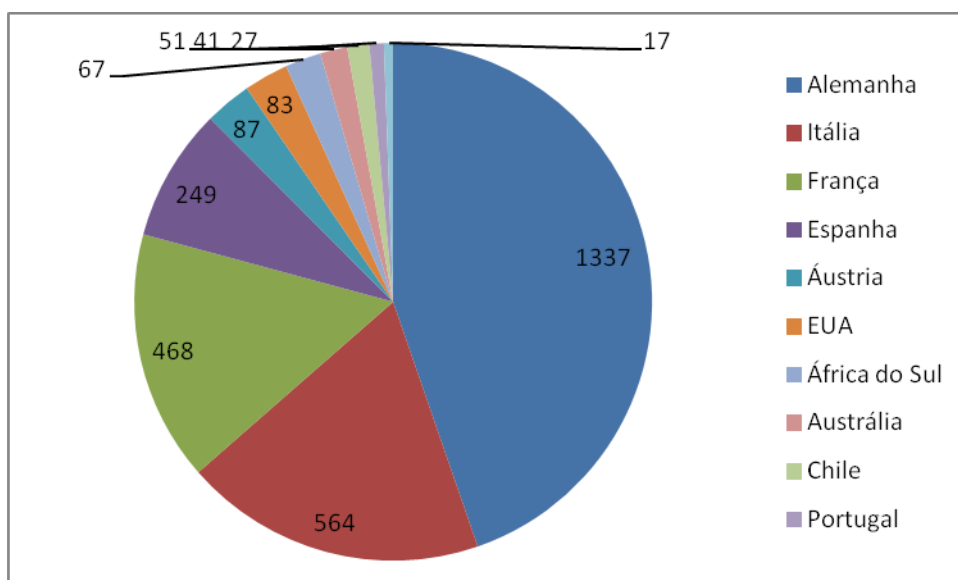
Neste estudo, o valor e o volume das compras no comércio a retalho especializado em vinhos ultrapassa claramente os dados indicados no documento da GfK, embora os anos de referência sejam diferentes.

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, 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 51% do total e em volume 45%, 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 de vinhos do comércio a retalho alimentar por países de origem em 2015 (em mil €):



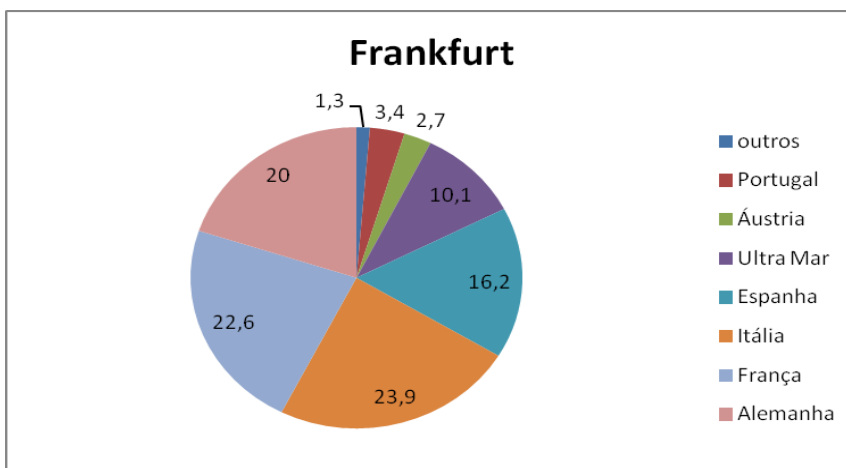
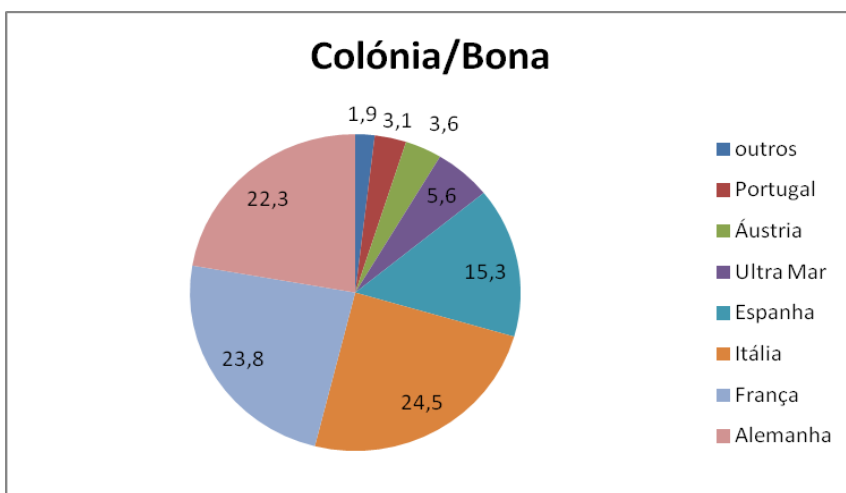
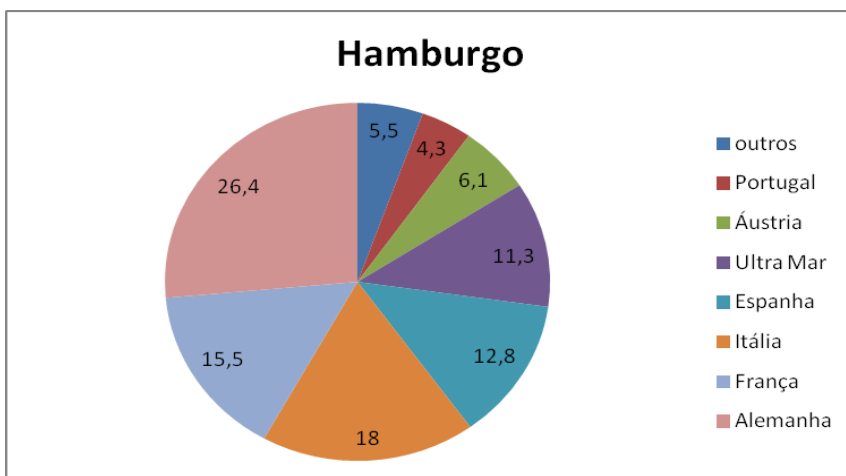
Fonte: Nielsen; *Weinwirtschaft*4/2016

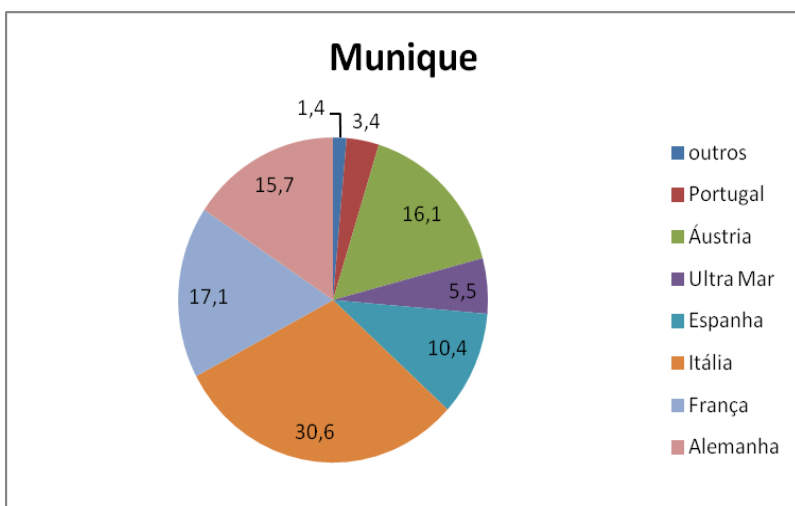
A quota dos vinhos portugueses nas vendas do comércio a retalho alimentar alemão atinge 0,8% em valor e 0,7% em volume (fonte: Nielsen, *Weinwirtschaft* 4/2016). Ao analisar estes dados, deve ter-se presente que os vinhos portugueses são maioritariamente comercializados no comércio a retalho especializado 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.

Continuamos a constatar uma penetração ainda 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, Kaiser's Tengelmann, Edeka e, esporadicamente, na cadeia Lidl – vendas online - e também já com uma presença mais vasta na Karstadt e Kaufhof).

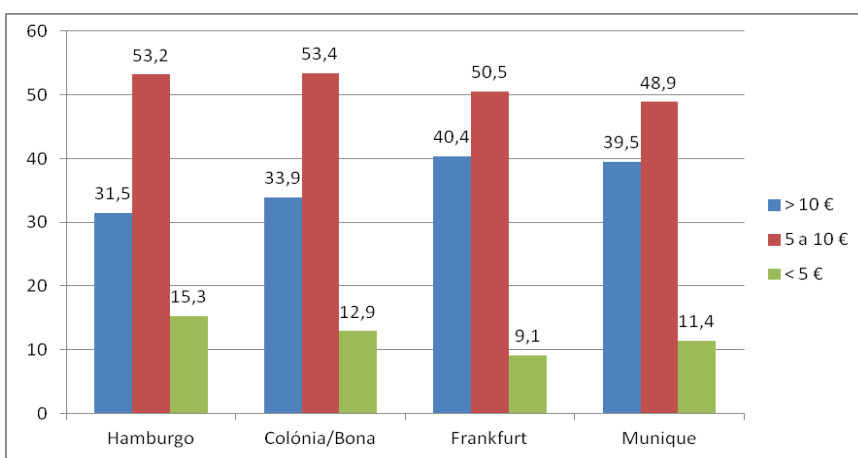
A *Weinwirtschaft* publicou na sua edição 4/2013 resultados muito interessantes de um estudo sobre o comércio a retalho especializado em vinhos, relativo à localização geográfica (centros urbanos mais importantes consumidores de vinho) dos respetivos estabelecimentos comerciais. A seguir, indica-se o 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 anual de crescimento de 5 % destes produtos, (valor total de vendas de produtos alimentares bio no mercado alemão: 9 mil milhões €), acompanhada por um crescimento significativo do número de estabelecimentos comerciais especializados em produtos alimentares *bio*. As cadeias alemãs especializadas em produtos alimentares biológicos conseguiram aumentar a sua quota, atingindo em 2015 33% nas vendas totais deste tipo de produtos.

Existem atualmente na Alemanha cerca de 2.500 estabelecimentos comerciais especializados em produtos alimentares *bio*, dos quais cerca de 550 são supermercados. Estabeleceram-se na Alemanha 12 cadeias de supermercados *bio*, com tendência de expansão (p.ex. Basic Bio – 32 outlets; BioCompany – 45; Denn’s – 193; Alnatura 99; Ebl – Naturkost – 25; Super BioMarkt – 23; dados referentes ao ano de 2015).

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*, mas até agora “menos prestigiada” em comparação com outros tipos de 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 35 milhões de Euros (14 milhões de garrafas), que atualmente é o 10º maior importador/distribuidor de vinhos no mercado. Outras empresas importantes são a VivoLoVin (volume de faturação: 4,5 milhões de Euros) e a Naturian (1,3 milhões de garrafas, volume de faturação: 3,5 milhões de Euros).

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.

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. Em 2017, a Biofach, em colaboração com a editora Meininger, organizou, pela 8ª vez consecutiva, um concurso de vinhos biológicos, ao qual se candidataram cerca de 500 vinhos de 20 países, dos quais 202 foram premiados.

4. Importações alemãs

Com um recuo de 0,8% em valor e de 3,3% em volume, a Alemanha, em 2016, importou 14,461 milhões de hl de todo o tipo de vinhos, o que correspondeu a um valor de 2,393 mil milhões de Euros.

Na tabela seguinte indicam-se dados sobre o desenvolvimento da estrutura da importação alemã de vinhos no período de 2009 a 2016:

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
2014	50	50	19	81	36	64	162
2015	51	49	19	81	35	65	161
2016	51	49	19	81	35	66	165

Fonte: Destatis 2010 a 2017, 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 valor e em comparação com o ano anterior (2015), verifica-se um decréscimo de importação em quase todas as categorias importantes de vinhos tranquilos:

- Vinhos DOP – 2,9%
- Outros vinhos (não DOP) – 1,0%

Os fortificados aumentaram muito significativamente (em valor: +22,8%).

Nos espumantes nota-se um aumento de 6,6 %.

Em volume, somente aumentaram as importações de

- Vinhos fortificados (+ 20,0 %).

- Vinhos brancos DOP (+ 3,9%).

Todas as outras categorias tiveram que enfrentar decrescimos tambem em volume.

4.1. Principais fornecedores

A análise das importações alemãs em 2016 (dados oficiais disponíveis em Março de 2017 e ainda preliminares), por países de origem, demonstra que crescimentos significativos foram obtidos, em valor, por Portugal (16,4%), e pela Àustria (11,8%).

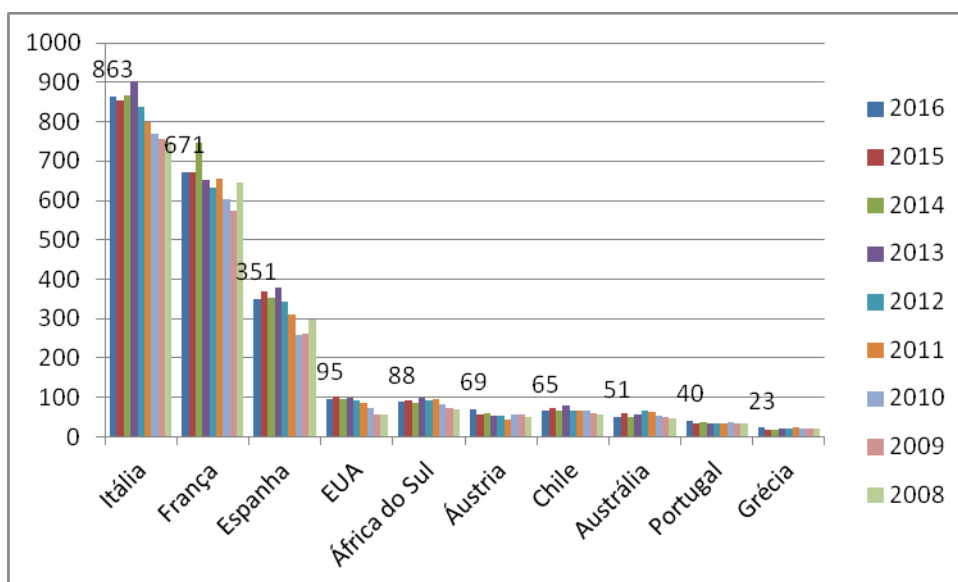
A Itália, a França e Espanha continuam claramente a dominar o mercado, representando, no seu conjunto, 78,7 % (2014: 80,1%) do valor total das importações alemãs de vinhos.

Em volume, a quota destes países é ligeiramente inferior (76,8%).

A Àustria, pela primeira vez nos últimos anos, subiu para a posição nº 6 na lista dos fornecedores, ultrapassando o Chile e a Austrália.

Conforme os dados do Instituto Alemão de Estatística (www.destatis.de), **Portugal** continua a manter a 9ª posição no *ranking* dos países fornecedores da Alemanha (quota de mercado 1,7%), mas **com um crescimento muito notável de 16,4 % em valor e de 21,2 % em volume**.

Importação alemã de vinhos em valor, 2008 a 2016 (países fornecedores mais relevantes, milhões de Euros)



Fonte: Destatis 2017, compilação: aicep Portugal Global, CN de Berlim

Importações Alemãs de Vinhos (quotas em %)								
	Valor				Volume			
	2016	2015	2014	2013	2016	2015	2014	2013
Itália	36,0	35,4	35,4	36,8	37,8	36,6	36,8	38,5
França	28	27,9	30,3	26,6	14,8	15,0	17,1	17,1
Espanha	14,7	15,4	14,3	15,5	24,2	25,6	23,2	19,2
África do Sul	3,7	3,9	3,5	4,1	5,7	5,6	3,3	6,5
EUA	4	4,2	3,8	4	3,2	3,3	5,5	3,6
Chile	2,7	3	2,7	3,2	3,4	3,6	3,3	4,3
Austrália	2,1	2,4	2,1	2,4	2,9	3,0	2,6	2,8
Áustria	2,9	2,5	2,4	2,1	2,0	2,1	1,9	1,6
Portugal	1,7	1,4	1,5	1,4	1,3	1,0	1,1	1,0
Grécia	0,7	0,8	0,7	0,8	0,7	0,7	0,7	0,8

Fonte: Destatis 2017; compilação aicep Portugal Global, CN Berlim

Analisando os três principais fornecedores, constata-se, no caso da Itália - de longe o principal fornecedor de vinhos (em volume) - um crescimento de 1 % em valor e um recuo ligeiro em volume (- 0,2%); no caso da França - o segundo maior fornecedor - um decréscimo em valor (-0,2%) e em volume (-4,6%).

No que se refere a Espanha nota-se um recuo tanto em valor (-5,2%) como em volume (-8,6%).

4.2. Posicionamento de Portugal

4.2.1 Divergências entre os dados alemães e os do INE/IVV

Nos anos passados, existiram divergências entre os dados publicados pelo INE e pela Agência Alemã Federal de Estatística DESTATS (www.destatis.de) quanto ao valor e volume da importação alemã de vinhos portugueses ou respetivamente quanto à exportação portuguesa de vinhos para o mercado alemão. 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 diferem dos valores indicados pela estatística oficial alemã. A título de exemplo 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

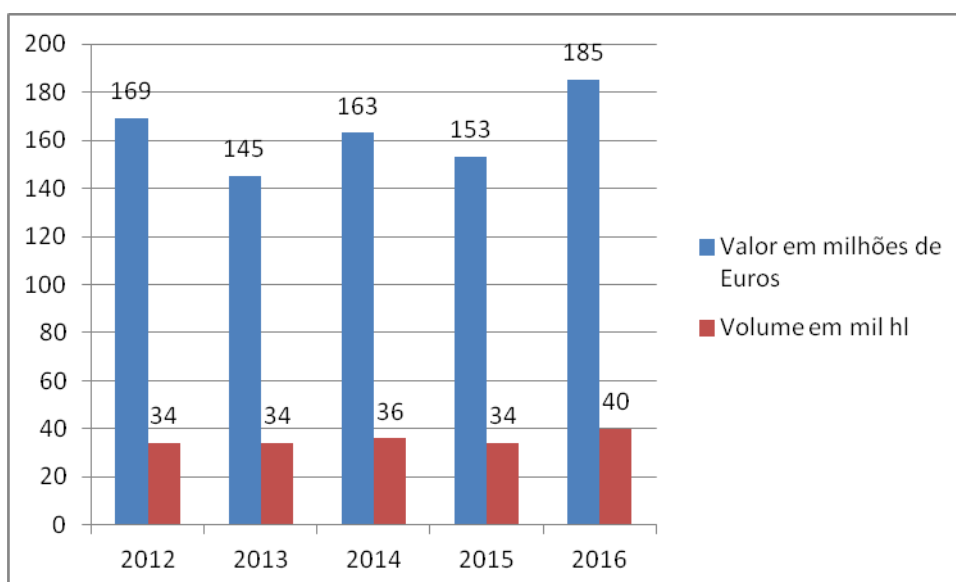
Compilação dos dados: aicep Portugal Global, CN Berlim

4.2.2. Estrutura da importação alemã de vinhos portugueses

No contexto concorrencial alemão, Portugal continua a ocupar a posição nº 9 no ranking dos países fornecedores da Alemanha.

A Alemanha importou, em 2016, de Portugal (conforme os dados preliminares publicados pelo Instituto Alemão de Estatística - Destatis) 185 mil hl de vinhos (2015: 153 mil hl; 2014: 163 mil hl; 2013: 145 mil hl; 2012: 169 mil hl), com um valor de 40 milhões de Euros (2015: 34 milhões; 2014: 36 milhões de Euros; 2013: 34 milhões de Euros; 2012: 34 milhões).

Importação alemã de vinhos portugueses (2012 a 2016) em valor e volume:



Fonte: "Deutscher Weinbauverband e.V." com base nos dados da Agência Federal de Estatística Destatis;

A seguir indica-se uma tabela referente à importação alemã de vinhos portugueses em 2016 compilada pela Associação Alemã do Vinho (DWI) com base nos dados publicados em Fevereiro de 2017 pela agência alemã Destatis.

Importação alemã de vinhos de
PORTUGAL

Jan 16

Dec 16

	Jan 15			Jan 16			Variação	
	- Dec 15			- Dec 16			em % II / I	
	I.) Valor *) 1.000 EURO	Vol. *) hl	EURO/hl	II.) Valor *) 1.000 EURO	Vol. *) hl	EURO/hl	Valor	Vol.
Vinho branco	9.000	46.000	191	9.000	50.000	186	5,4	8,4
- Vinho DOP	8.000	42.000	191	8.000	45.000	187	3,5	5,8
- Outros vinhos	1.000	4.000	195	1.000	5.000	178	25,9	37,5
Vinho tinto	11.000	71.000	161	14.000	96.000	147	24,4	36,1
- Vinho DOP	6.000	22.000	295	8.000	28.000	279	22,7	30,1
- Outros vinhos	5.000	49.000	100	6.000	68.000	92	26,6	38,8
Vinho tinto e branco	20.000	117.000	173	23.000	146.000	160	16,1	25,1
- Vinho DOP	15.000	64.000	226	16.000	73.000	222	12,0	14,0
- Outros vinhos	6.000	53.000	107	7.000	73.000	98	26,5	38,7
Vinhos licorosos	13.000	31.000	424	16.000	38.000	435	25,4	22,3
- Vinho do Porto	13.000	30.000	426	16.000	37.000	438	25,5	22,1
- Outros vinhos licorosos	-	1.000	289	-	1.000	249	15,9	34,5
Vinhos aromatizados	-	-	462	-	1.000	241	916,7	1.850,0
Vinhos espumantes	-	-	190	-	-	306	144,4	51,5
- Champagner	-	-	-	-	-	-	-	-
- Espumantes outros	-	-	161	-	-	571	63,6	89,8
- Vinho com pressão	-	-	375	-	-	290	716,7	956,3
Vinho frisante	1.000	5.000	242	-	-	299	-	-
Vinho p/consumo total	34.000	153.000	226	40.000	185.000	217	16,4	21,2
Total	34.000	153.000	226	40.000	185.000	217	16,4	21,2

*) sempre arredondado em 1.000

Nomenclatura nova: até 12/2009 "Vinho de qualidade"; a partir de 1/2010 "DOP"

Compilação: Associação "Deutscher Weinbauverband e.V." com base nos dados da Agência Federal de Estatística Destatis; 26/2/2017

Conforme estes dados, a importação alemã de vinhos portugueses em 2016 aumentou 16,4% em valor e 21,2% em volume, o que representa um dos crescimentos mais significativos nos últimos 15 anos, atingindo um valor de 40 milhões de Euros e um volume de 185 mil hl. É um resultado excelente dos esforços dos produtores, exportadores, de todas os organismos envolvidos.

Os vinhos brancos portugueses aumentaram 5,4% em valor e 8,4% em volume, os tintos 24,4% em valor e 36,1% em volume.

Relativamente aos tipos de vinhos tranquilos, dominam os tintos, responsáveis por 61 % da importação alemã de vinhos tranquilos portugueses (2015: 55%; 2014: 67%; 2013: 65%; 2012: 70%; 2011: 66%).

Os vinhos das regiões DOC Dão, Bairrada e Douro abrangem atualmente, em conjunto, 18% da importação alemã de vinhos tranquilos portugueses, enquanto os Vinhos Verdes representam 32% (fonte: Instituto Alemão de Estatística, 2017). As estatísticas oficiais alemães não contêm, infelizmente, dados relativos a outras regiões portuguesas produtoras de vinhos não fortificados. Os vinhos do Alentejo têm igualmente, conforme estimativas de peritos, uma presença muito significativa e cada vez mais relevante no mercado alemão.

Os fortificados, segmento com grande importância para o setor nacional de vinhos, representam 40% do total da importação alemã de vinhos portugueses, tendo aumentado em 2016 significativamente tanto em valor como em volume, atingindo 16 milhões de Euros e 38 mil hl, respetivamente (2015: 13 milhões de Euros; 31 mil hl). O preço médio dos vinhos fortificados portugueses importados na Alemanha alcançou 435 Euros/hl (2015: 424 Euros/hl; 2014: 425 Euros/hl; 2013: 386 Euros/hl).

Em 2016, o preço médio total dos vinhos portugueses importados pela Alemanha (incluindo os fortificados) atingiu 217 Euros/hl (2015: 226 Euros/hl; 2014: 220 Euros/hl; 2013: 234 Euros/hl; 2012: 202 Euros/hl; 2011: 195 Euros/hl). Este valor corresponde à 3ª posição no *ranking* dos maiores países fornecedores da Alemanha, a seguir à França (313 Euros/hl) e à Áustria (235 Euros/hl) e à frente dos EUA (202 Euros/hl).

No que diz respeito às categorias dos vinhos portugueses tranquilos importados no mercado, 70% são vinhos de qualidade e 30% vinhos de mesa (2015: 71% / 29%; 2014: 62% / 28%; 2013: 55% / 45%; 2012: 50% / 50%).

4.2.3. Atividades de promoção de vinhos portugueses no mercado alemão

No ano de 2016, foi desencadeada uma série de atividades inovadoras para promover os vinhos portugueses no mercado alemão, muito em especial pela Wines of Portugal/ViniPortuga..

Em fevereiro/março de 2016, a Wines of Portugal/ViniPortugal promoveu a participação de Portugal na qualidade de país parceiro no prestigiado “Rheingau Gourmet Festival”, um dos eventos culinários mais icónicos e uma oportunidade excelente para os vinhos nacionais evidenciarem a sua capacidade de harmonização com pratos requintados de diferentes origens. 22 produtores nacionais apresentaram neste evento a qualidade e excelência dos vinhos portugueses.

Em novembro de 2016, a ViniPortugal organizou pela primeira vez no mercado alemão, na cidade de Hamburgo, e com grande sucesso o “Wines of Portugal Campus”, que incluiu workshops, master classes, orientados por prestigiados oradores, a formação “Train the Trainer”, a Academia de Vinhos do Portugal (nível III) e uma prova aberta de 15 produtores. O certame, exclusivamente concebido para profissionais de primeira linha, on e off trade, multipliers, permitiu trocar impressões e aprofundar conhecimentos dos vinhos portugueses, divulgar os projetos das empresas presentes e das CVR’s de Lisboa, do Tejo e do Alentejo. Logo a seguir, a ViniPortugal organizou o certame “Wines of Portugal Weekend” em Munique (18 a 22/11/2016: Começando com um jantar aberto a consumidores, seguido por uma ação promocional de vinhos nacionais num roteiro de 9 garrafeiras na cidade de Munique (no âmbito do festival “Weininseln”) e finalizando por uma prova clássica para profissionais conseguiu-se aumentar a notoriedade de vinhos portugueses nesta região alemã.

Também é de sublinhar que a Wines of Portugal/ViniPortugal conseguiu, através de um concurso especial (“*Expert of the Year*”), identificar e premiar o melhor conhecedor de vinhos portugueses no mercado, o melhor importador alemão bem como o melhor artigo na imprensa alemã sobre vinhos portugueses. Estas atividades contribuíram de uma maneira significativa para uma melhor visibilidade dos vinhos portugueses no mercado bem como para uma presença mais alargada nos média do setor.

Para além disto, foram realizadas no mercado provas e ações coletivas da CVRVV, da CVR Alentejana (em colaboração com a Casa do Azeite), da CVR do Tejo, atividades promocionais do IVDP (em colaboração com especialistas alemães) e de outras entidades, para além de diferentes provas/ações para consumidores em colaboração com importadores de vinhos portugueses. Convém neste contexto mencionar a qualidade excelente de todas estas atividades. Por ocasião destes eventos foram concebidos, produzidos e divulgados documentos promocionais em língua alemã.

A imprensa alemã especializada publicou suplementos, artigos e reportagens sobre os vinhos portugueses, foram realizadas diversas visitas de importadores alemães. Procedeu-se à divulgação de material promocional (em inglês e alemão) sobre vinhos portugueses junto dos importadores, distribuidores, retalhistas, restaurantes e também consumidores finais.

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 2016 como nos anos anteriores, foram premiados muitos vinhos portugueses no mercado alemão. A título de exemplo, indicam-se os concursos MundusVini 2016 e Berliner Weintrophy 2016, com um total de 240 vinhos portugueses premiados com medalhas.

5. 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 ainda relativamente modesta 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 e de outras entidades: Provas, presença melhorada nos media e em eventos importantes • Aumento significativo do número de turistas alemães em Portugal 	<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

Hawesko Holding AG

Große Elbstr. 145 d

D-22767 Hamburg

Tel.: 0049-40-303921 00 ; Fax: 0049-40-303921 05

www.hawesko-holding.com

info@hawesko.com; ir@hawesko-holding.com

CEO: Thorsten Hermelink, Diretora de compras: Madeleine Jendrysek (m.jendrysek@hawesko.de)

Faturação: 481 (2015: 477) milhões de Euros; Empregados: 940

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; Wein & Vinos; Grand Cru Select; Principais países de importação: França (27%), Itália (29%) e Espanha (19%); Alemanha (9%); poucos vinhos portugueses

WIV Wein International AG

D-55452 Burg Layen

Tel.: 0049-6721-9650; Fax: 0049-6721-965 300

www.wiv-ag.com

info@wiv-ag.com

Gerente: Dieter Freissler; Meike Schmitz-Kern, director de compras

Faturação: 415 (2015: 466) 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; venda direta, 3500 empregados

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/CEO: Christoph Mack; Diretor de compras: Jens Bade

Faturação: 275 (2015: 264 milhões) de Euros; Empregados: 200

Estrutura vendas: Comércio a retalho de alimentares (95%), restauração (5); principais países de importação: Novo Mundo (40%), Itália (30%), França + Espanha + Portugal (16%)

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

Afiladas: Ruyter & Ast, Reidemeister & Ulrichs, Eggers & Franke, J. EggersSohn; Ludwig van Kapff

Gerente: J. Christoph Meier; Diretora de compras: Anette Franz

Faturação: 155 (2015:138) milhões de Euros

Estrutura vendas: 50% comércio alimentar, 25% comércio especializado, restauração 25%; principais países de importação: África do Sul 10%, Espanha 18%, Itália 21%, França 20%, algumas marcas portuguesas

Schenk GmbH

Alemannenstr. 33

D-76532 Baden-Baden

Tel.: 0049-7221-3540; Fax: 0049-7221-354-57

www.schenk-weine.de

schenk@schenk-weine.de

Gerente: Dirk Schneider; Jochen Sammüller, diretor de compras

Faturação: 100 (2015:121 milhões) de Euros

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

Restauração (<5%); principais países de importação: Itália (29%), França (10%), Espanha (10%), Novo Mundo (5%) e Grécia (8%)

Global Wines GmbH & Co. KG

Horbeller Str. 11
D-50858 Köln
Gerente: Dr. Marc Steiner
Diretor de compras: Rainer Gill
Tel.: 0049-2234-68870 00
info@global-wines.de
www.globalwines.de

Faturação: 91 (2015: 93 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 Warenhandelsgesellschaft mbH & Co. KG

Haferweg 38
D-22769 Hamburg
Tel.: 0049-40-853 115 34
Fax: 0049-40-853 1115 85 34
www.infowein.de
info@tophi.de

CEO: Maximilian Brandner
Faturação - estimativa: 70 (2015:68 milhões) de Euros
Empregados: 18
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
service@schlumberger.de

Empresas afiliadas: FUB; Segnitz
Gerente: Rudolf Knickenberg; Arno Leppert, diretor compras
Faturação: 52 (2015: 53 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
CEO: Sabine Immelnkemper
Faturação: 45 (2015: 44 milhões) de Euros
Empregados: 70
Estrutura vendas: 70% comércio especializado, 20% restauração, 10% comércio alimentar
Principais países de importação: Europa 40% e Novo Mundo 20%; importa vinhos portugueses

Peter Riegel Weinimport GmbH

Steinäcker 12
D-78359 Orsingen
Tel.: 0049-7774-93 13
Fax: 0049-7774-9313 810
info@riegel.de
www.riegel.de

Faturação: 35 (2015: 32) milhões de Euros

Estrutura vendas: Espanha 33%, Itália 23%, França 16, Alemanha 12%, marcas brancas 6%, outro Europa 3%, novo mundo 3%, outros países 4%
Especialista e líder de mercado de vinhos biológicos

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: 146 milhões de Euros
Diretora de compras: Kathy Féron
Nº de lojas/filiais: 298
www.jacques.de
Volume de vendas: 25 milhões de gar.

Wein & Vinos GmbH

Knesebeckstr. 86
D-10623 Berlin
Tel.: 0049-30-31506080
Fax: 0049-30-31506081
Faturação: 46 milhões de Euros
Nº de lojas/filiais: 7
Gerente: Nikolas von Haugwitz; Diretor compras: Wolf Wilder
www.vinos.de
Somente vinhos espanhóis

Vino Weine und Ideen GmbH

Burg Layen 1
D-55452 Rümmlsheim
Tel.: 0049-6712 40 81 77
Fax: 0049-67 12 40 81 75
Faturação: 17 milhões de Euros
Nº de filiais: 18
Diretor de compras: Jörg Gieseemann
www.vino24.de

Mövenpick Wein GmbH

Martener Str. 525
D-44379 Dortmund
Tel.: 0049-231-9651560
Fax: 0049-231-965 15699
Faturação: 16,5 milhões de Euros
Nº de lojas/filiais: 10
Gerente: Gernot Haak
www.moevenpick-wein.de
25% França, 20% Alemanha, 35% Itália

Rindchen's Weinkontor GmbH & Co. KG

Ellerhorst 1
D-25474 Bönningstedt
Tel.: 0049-40-5562 020
Fax: 0049-40-55620220
Faturação: 19,4 milhões de Euros; 4,1 milhões de garrafas
Nº de filiais/lojas: 12
Gerente: Gerd Rindchen
Diretor de compras: Vitus Steinhorst
www.rindchen.de
info@rindchen.de

Ludwig van Kapff GmbH

Speicher 1, Konsul-Schmidt-Str. 8
28127 Bremen
Tel.: 0049-421-3994-317
Fax: 0049-421-3994-301
www.ludwig-van-kapff.de
Faturação: 11 milhões de Euros
Nº de filiais: 9, 1 winebar
Empregados: 40

Lobenberg's 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: 6,5 milhões de Euros
Nº de filiais: 1
Gerente: Tino Seiwert
www.pinard-de-picard.de

Weinkellerei der BASF SE

Anilinstr. 12
D-67063 Ludwigshafen
Tel.: 0049-621-6042744
Faturação: 6,5 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: 6,6 milhões de Euros
Nº de filiais:
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;
E-Mail: weinwirtschaft@meininger.de
(quinzenal; com uma newsletter semanal), tiragem: 7000 ex.

Wein + Markt

Fachverlag Dr. Fraund
Weberstr. 9
D-55130 Mainz
Tel.: 0049-6131-914650
www.wein-und-markt.de
E-mail: info@wein-und-markt.de
(mensal, com uma newsletter semanal), tiragem: 7100 ex.

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

Sommelier Magazin

Meininger Verlag
Maximilianstr. 7-17
D-67433 Neustadt na der Weinstraße
Tel.: 0049-6321-89080
www.sommelier-magazin.de
E-mail: sommelier@meininger.de
(6 edições/ano), tiragem: 4300 ex.

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; info@vinum.de
(mensal; abrange os mercados da Suíça, Áustria e da Alemanha), tiragem: 44 000 ex.

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)

Revistas para o consumidor final:

Weinwelt

Meininger Verlag
Maximilianstr. 7-17
D-67433 Neustadt an der Weinstraße
Tel.: 0049-6321-89080
www.weinwelt.info
E-Mail: sievers@meininger.de

(bimensal), tiragem: 48 000 ex.

Revistas para *gourmets*:

Feinschmecker (mensal)

Jahreszeiten Verlag GmbH
Poßmoorweg 2
D-22301 Hamburg
Tel.: 0049-40-21 170
www.der-feinschmecker.de
redaktion@der-feinschmecker.de
Tiragem: 120.000 ex.

Essen & Trinken

Gruner + Jahr
Am Baumwall 11
D-20459 Hamburg
Tel.: 0049-40-37 030
Fax: 0049-40-37 03 56 77
www.essen-und-trinken.de
E-Mail: service@essen-und-trinken.de
(mensal), tiragem: 231.000 ex.

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), tiragem: 63.000 ex.

Falstaff

Falstaff Deutschland GmbH
Carlsplatz. 18
D-40213 Düsseldorf
Tel.: 0049-211-966 62 99 0
Fax: 0049-211-966 62 99 9
(8 edições/ano), tiragem: 58.000 ex
www.falstaff.de

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 2017: 19 a 21 de março de 2017 (com 358 expositores portugueses)

Dados da edição 2016: 6000 expositores de 50 países, entre os quais 330 empresas e entidades portuguesas, 40 000 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, CVR Tejo, CVR Alentejo (total: >2200 m²),.

Forum Vini

MOC München

Lilienthalallee 40

80939 München

Data 2017: 10 a 12 de novembro de 2017

www.forum-vini.de

entidade organizadora:

Meininger Verlag GmbH

Maximilianstr. 7-17

D-67433 Neustadt/Weinstraße

Tel.: 0049-6321-8908-196

Fax: 0049-6321-89 08 73

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

Dados da edição 2014: 250 expositores, maioritariamente alemães, 9 mil visitantes, dos quais 85% consumidores finais e 15% profissionais

BioFach

Data 2018: 14 a 17 de fevereiro de 2018

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 2016: 2348 expositores de 68 países, 44 mil visitantes profissionais, maior feira mundial para produtos biológicos

ANUGA – Feira Mundial de produtos alimentares

Data: 7 a 11 de outubro de 2017 (ritmo bienal)

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 2015: 7200 expositores de 108 países, entre os quais 27 empresas e entidades portuguesas; 158 mil visitantes profissionais de 192 países; próxima edição: 7 a 12/10/2017

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, tais como “Wein am Main” (Frankfurt; 6 a 7/5/2017); Weinmesse Berlin (Fevereiro de 2018).

10. Principais concursos internacionais dos vinhos na Alemanha

MundusVini

É o concurso alemão de vinhos mais conceituado, 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: 140 Euros por cada marca de vinho; envio das amostras até junho de 2017

MundusVini BioFach

Maior concurso alemão de vinhos biológicos, organizado pela editora “Meininger” por ocasião da Feira “BioFach”, em 2017 realizado pela 8ª 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: Julho de 2017; fevereiro de 2018

Esta entidade também organiza desde 2014 o concurso internacional “Portugal Wine Trophy” a ter lugar no Porto:

<http://www.dwm.de/trophies/portugal-wine-trophy/>

Obs.: Existem mais concurso de vinhos na Alemanha. O Instituto Alemão de Vinho (DWI) publica na sua página de internet informações sobre mais de cerca 20 concursos de vinhos na Alemanha, na sua grande maioria especializadas em castas, regiões ou outros assuntos temáticos (<http://www.deutscheweine.de/Weinwirtschaft/Weinwettbewerb-in-Deutschland/>).