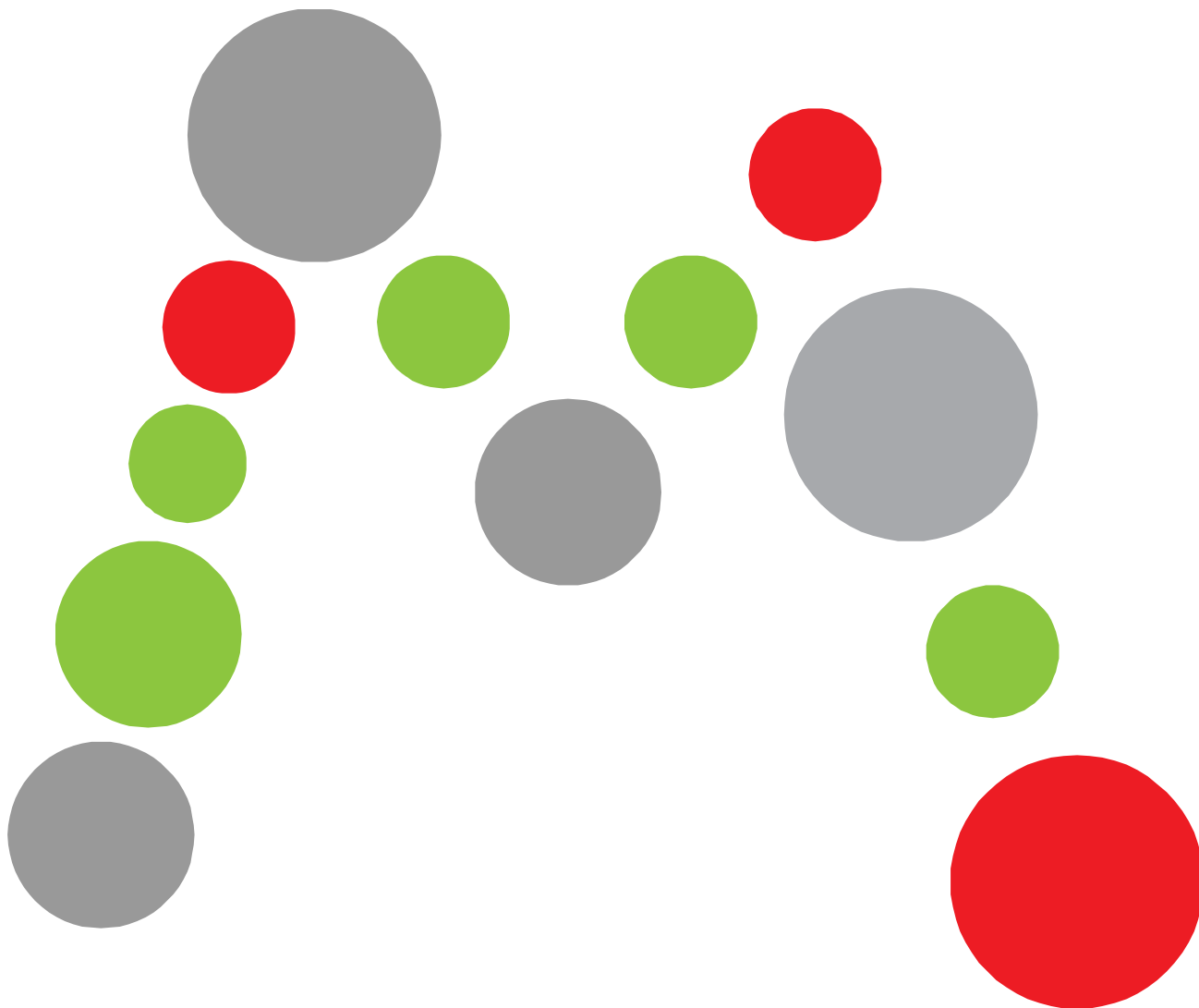


Mercados

informação setorial



Finlândia

Vinhos - Breve Apontamento

Julho 2017



aicep Portugal Global

Índice

1. Características do mercado e da distribuição	3
2. O consumo de bebidas alcoólicas	3
3. O <i>Alko</i>	4
3.1. Processo de compras da <i>Alko</i>	4
3.2. Categorias grupos de produtos na <i>Alko</i>	5
3.3. As três gamas de produtos	8
3.4. Os tipos de loja	8
3.5. Código de conduta na <i>Alko</i>	9
4. Impostos e taxas a que estão sujeitos os vinhos na <i>Alko</i>	10
5. Vendas na <i>Alko</i>	12
5.1. Vendas de vinhos tintos	12
5.2. Vendas de vinhos brancos	12
5.3. Vendas de vinhos biológicos e eticamente certificados (<i>ethically certified</i>)	13
5.4. Vendas de bebidas sem álcool, incluindo vinhos, (<i>alcohol-free</i>)	14
6. Maiores fornecedores de vinhos e vendas em 2016	14
6.1. Vendas vinho tinto por país	15
6.2. Vendas vinho branco por país	16
7. Marcas de vinhos mais vendidas na <i>Alko</i> em 2016	17
7.1. As 15 marcas de vinho tinto com maiores vendas	17
7.2. As 15 marcas de vinho branco com maiores vendas	18
7.3. As 15 marcas de vinhos generosos com maiores vendas	18
8. Relações bilaterais entre a Finlândia e Portugal	19
9. Principais importadores	20
10. Tendências do mercado	21

1. Características do mercado e da distribuição

Entre 1919 e 1932, a distribuição e o consumo de bebidas alcoólicas foi proibido na Finlândia. Em 1932, o governo finlandês realizou um referendo, na sequência do qual se levantou esta proibição. Nesse mesmo ano foi criada a *Oy Alkoholiliike Ab*, uma empresa estatal com o monopólio das bebidas alcólicas, com o objetivo de controlar o nível de consumo, ao limitar a sua distribuição e disponibilidade.

Em 1995, com a adesão à União Europeia, a empresa foi separada em *Alko* (distribuição), *Primalco* (produção) e *Havistra* (vendas). Apenas a *Alko* manteve uma situação de monopólio. Contudo, em 2011, os impostos sobre o álcool foram aumentados para voltar a ter um melhor controlo e reduzir o consumo médio.

Tal como na Noruega e na Suécia, na Finlândia existe monopólio estatal na distribuição das bebidas alcoólicas. Nestes países nórdicos têm-se observado nestes últimos anos uma tendência em comum: um pequeno decréscimo no consumo de bebidas brancas enquanto as cervejas e os vinhos ligeiros tem aumentado.

2. O consumo de bebidas alcoólicas

Na Finlândia, a idade mínima legal para consumir bebidas alcoólicas é 18 anos. Com esta idade já se podem comprar bebidas alcoólicas na *Alko* com um máximo de 22% ABV (alcohol by volume). Bebidas com uma percentagem superior só podem ser adquiridas com mais de 20 anos de idade. Os restaurantes não se regem por estas regras e, desde que se seja maior de idade é permitido consumir qualquer tipo de bebida, independentemente do teor alcoólico.

Com uma população de apenas 5,5 milhões, a Finlândia é um mercado relativamente pequeno para o vinho. A cultura do vinho não é tão refinada como os países do sul e do centro da Europa. Segundo as estatísticas da *Alko*, os finlandeses bebem mais durante o fim de semana, concentrando-se na sexta e no sábado 50% das vendas da semana. Estes hábitos de consumo contrastam com os dos europeus do sul e centro, que costumam beber vinho quase todos os dias durante as refeições.

O consumo diário de bebidas alcoólicas ainda é raro na Finlândia. Os finlandeses raramente bebem álcool durante as refeições. No entanto, beber mais do que uma vez por semana já se está a tornar mais comum comparado com as gerações anteriores.

A frequência de consumo aumentou mais entre os homens e mulheres de meia idade. Tornou-se mais comum beber em locais públicos e em vários eventos desportivos e culturais, mas as bebidas alcoólicas ainda são consumidas principalmente nas noites de fim de semana.

Especialmente os homens tendem a beber mais e isto ocorre mais durante a noite. Os 10% dos homens que mais bebem representam cerca de 45% de todo o álcool consumido pelos homens, observando assim que o consumo de álcool é mais por excesso do que para saborear.

3. *Alko*

Alko é o monopólio estatal finlandês de comercialização a retalho de bebidas alcoólicas com teor alcoólico superior a 4,7 por cento de ABV (alcohol by volume). A única exceção são as bebidas produzidas localmente que podem ser vendidas, pelo agricultor, mas apenas com teor de álcool máximo de 13% alc. Vol.

A *Alko* possui uma rede de distribuição de 353 lojas e 111 agentes espalhados por toda a Finlândia. E as lojas estão abertas de segunda a sexta-feira das nove às vinte horas e aos sábados das nove às dezoito. A empresa criou um novo meio de vendas em Novembro de 2016, a webshop <https://www.alko.fi/en/products> que permite realizar compras *online*.

A gama de produtos da *Alko* incluiu bebidas de 69 países, adquiridos a 197 importadores ou fabricantes nacionais e a 276 fornecedores estrangeiros. Um total de 6 451 produtos diferentes foram vendidos pela *Alko* durante 2016. A empresa lista novos produtos para venda em uma base semanal e, em 2016, contou com 1 090 produtos novos na seleção padrão e 765 na seleção de venda-à-order. As vendas incluem, também, 94 bebidas sem álcool e uma gama de acessórios.

3.1. Processo de compras do *Alko*

O processo de compras da *Alko* é um procedimento lento e complexo. O plano de compra é anunciado de seis em seis meses, geralmente em Maio e Novembro. Este plano informa sobre os pedidos específicos que a *Alko* procura bem como sobre os prazos de apresentação das propostas e dos potenciais lançamentos de produtos.

A participação no concurso obriga ao preenchimento de dois formulários, o do concurso e o de autorização e o vinho precisa obedecer a todos os critérios indicados na descrição, como por exemplo: região, tipo de engarrafamento, variedades de uva, entre outros. Isto, apesar de o vinho ser escolhido em base na sua relação qualidade e preço.

Terminado o prazo de submissão da oferta escrita, a *Alko* analisará as ofertas e solicitará amostras de cerca de 20 vinhos para prova. É realizada uma prova cega com todos os vinhos selecionados que apresentarem as amostras a tempo. Nessa degustação, com a participação mínima de entre cinco a dez pessoas, os vinhos são provados e marcados individualmente. Os

especialistas avaliam cada oferta com uma pontuação de 1 a 5, onde 5 é a classificação mais alta. O melhor vinho, tendo em conta primeiro o gosto e estilo e depois a qualidade, é o vencedor e será comprado.

Todo este processo pode demorar entre 28 a 32 semanas.

3.2. Categorias e grupos de produtos na *Alko*

A gama de produtos da *Alko* encontra-se dividida em 3 grupos: bebidas fortes (strong beverages), produtos de cervejaria (brewery products) e vinhos (wines). Estes grupos dividem-se em categorias, subcategorias e segmentos:

Produtos de cervejaria	Não alcoólicos incluindo vinho sem álcool RTD (Ready to drink) Cerveja Sidra
Vinhos	Tintos Branco Rosés Espumantes e espumosos Licorosos e fortificados Bag-in-box e outros não engarrafados Outros
Bebidas alcoólicas destiladas	Vodka e espirituosas Gins e espirituosas Rum Cognac Armagnac & Calvados Whisky Brandy Licores

Nos vinhos, destacam-se as seguintes subcategorias e segmentos:

Vinhos tintos

<= 0,5 bottle Berried & fresh	Berried & fresh < 8 €	Smooth & fruity < 8 €	Luscious & jammy < 7 €	Nuanced & developed < 8 €	Robust & powerful < 10 €
<= 0,5 bottle Smooth & fruity	Berried & fresh 8 – 9,99 €	Smooth & fruity 8 – 9,99 €	Luscious & jammy 7 – 7,99 €	Nuanced & developed 8 – 9,99 €	Robust & powerful 10 – 12,99 €
<= 0,5 bottle Luscious & jammy	Berried & fresh 10 – 12,99 €	Smooth & fruity >= 10 €	Luscious & jammy 8 – 8,99 €	Nuanced & developed 10 – 12,99 €	Robust & powerful 13 – 14,99 €
<= 0,5 bottle Nuanced & developed	Berried & fresh 13 – 14,99 €		Luscious & jammy 9 – 9,99 €	Nuanced & developed 13 – 14,99 €	Robust & powerful 15 – 17,49 €
<= 0,5 bottle Robust & powerful	Berried & fresh >= 15 €		Luscious & jammy 10 – 10,99 €	Nuanced & developed 15 – 17,49 €	Robust & powerful 17,50 – 19,99 €
			Luscious & jammy 11 – 12,99 €	Nuanced & developed 17,50 – 19,99 €	Robust & powerful >= 20 €
			Luscious & jammy 13 – 14,99 €	Nuanced & developed >= 20 €	
			Luscious & jammy 15 – 19,99 €		
			Luscious & jammy >= 20 €		

Vinhos brancos

<= 0,5 bottle Smooth & light	Smooth & light < 8 €	Mellow & sweet < 8 €	Crisp & fruity < 7 €	Nuanced & structured < 8 €	Generous & toasty < 10 €
<= 0,5 bottle Mellow & sweet	Smooth & light 8 – 9,99 €	Mellow & sweet 8 – 9,99 €	Crisp & fruity 7 – 7,99 €	Nuanced & structured 8 – 8,99 €	Generous & toasty 10 – 14,99 €
<= 0,5 bottle Crisp & fruity	Smooth & light >= 10 €	Mellow & sweet >= 10 €	Crisp & fruity 8 – 8,99 €	Nuanced & structured 9 – 9,99 €	Generous & toasty 15 – 19,99 €
<= 0,5 bottle Nuanced & structured			Crisp & fruity 9 – 9,99 €	Nuanced & structured 10 – 12,99 €	Generous & toasty >= 20 €
<= 0,5 bottle Generous & toasty			Crisp & fruity 10 – 12,99 €	Nuanced & structured 13 – 14,99 €	
			Crisp & fruity 13 – 19,99 €	Nuanced & structured 15 – 17,49 €	
			Crisp & fruity >= 20 €	Nuanced & structured 17,50 – 19,99 €	
				Nuanced & structured >= 20 €	

Vinhos rosé

<= 0,5 bottle Dry	Dry	Medium dry	Medium sweet	Sweet
<= 0,5 bottle Other				

Espumantes e espumosos

<= 0,5 bottle Sparkling wine / Extra brut	Sparkling wine Extra brut / < 8 €	Sparkling wine Extra sec & sec / < 8 €	Sparkling wine Demi-sec / < 10 €	Sparkling wine Sweet / < 10 €	Champagne Extra brut < 29,99 €	Aromatised sparkling wine
<= 0,5 bottle Sparkling wine / Extra sec & sec	Sparkling wine Extra brut / 8 – 9,99 €	Sparkling wine Extra sec & sec / 8 – 9,99 €	Sparkling wine Demi-sec / >= 10 €	Sparkling wine Sweet / >= 10 €	Champagne Extra brut / 30 – 39,99 €	Fruit sparkling wine
<= 0,5 bottle Sparkling wine / Demi-sec	Sparkling wine Extra brut / 10 – 14,99 €	Sparkling wine Extra sec & sec / >= 10 €			Champagne Extra brut / 40 – 49,99 €	
<= 0,5 bottle Sparkling wine / sweet	Sparkling wine Extra brut / >= 15 €				Champagne Extra brut / 50 – 99,99 €	
<= 0,5 bottle Champagne / Extra brut					Champagne >= 100 €	
<= 0,5 bottle Other					Champagne Other	

Vinhos licorosos e fortificados

Dessert wine	Madeira	Porto	Sherry	Vermouth	Other fortified wines < 8 €
					Other fortified wines 8 € - 9,99€
					Other fortified wines >= 10€

Vinhos bag-in-box e outros não engarrafados

Red wine < 20 €	White wine < 20 €	Other
Red wine 20 – 24,99 €	White wine 20 – 24,99 €	
Red wine 25 – 26,99 €	White wine 25 – 26,99 €	
Red wine 27 – 29,99 €	White wine 27 – 29,99 €	
Red wine >= 30 €	White wine >= 30 €	

Outros vinhos: Vinhos frutados e aromatizados, Sake, Vinho quente com especiarias suave e Vinho quente com especiarias fortificado

Fonte: <https://www.alko.fi/en/>

3.3. As três gamas de produtos

Na *Alko*, os produtos estão classificados em 3 gamas: fixa, disponível por encomenda e temporária.

- Gama fixa: os produtos da gama fixa satisfazem as exigências da maior parte dos consumidores finlandeses, por isso são bebidas que tem continuidade no *stock* da *Alko* devido à sua procura.
- Gama disponível por encomenda: composta por produtos fornecidos por produtores nacionais e importadores que a *Alko* não mantém em stock mas que os clientes podem encomendar através da loja online. Normalmente são produtos destinados a pequenos grupos target .
- Gama temporária: são produtos sazonais adquiridos para um período de vendas limitado, como por exemplo para a Páscoa, Verão ou Natal.

3.4. Os tipos de loja

As lojas físicas da *Alko*, obedecem a diversas tipologias como se observa na tabela seguinte:

Size class		Sales profile		
		Basic	Normal	Plus
S	average # of skus 600-	Basic-S	Normal-S	Plus-S
M	average # of skus 920-	Basic-M	Normal-M	Plus-M
L	average # of skus 1300-	Basic-L	Normal-L	Plus-L
XL	average # of skus 1670-	Basic-XL	Normal-XL	Plus-XL
XXL	average # of skus 2000 -	Basic-XXL	Normal-XXL	Plus-XXL
JOKER				

Fonte: *Alko*

As categorias das lojas são uma combinação do perfil de vendas (Normal, Basic, Plus) e da dimensão da loja (5 classes de superfície de vendas: S - XXL). As lojas Plus dão ênfase especialmente ao vinho, cerveja e produtos com preços mais altos. Nas lojas de tipo Básico, as vendas, concentram-se mais em bebidas fortes e em certos produtos de cervejaria.

Além destas, existem lojas de tipo Joker, com condições excepcionais, como uma superfície pequena ou uma procura que varia muito dependendo da época. Como resultado, não há alocação central para o tipo de loja Joker.

A loja online da *Alko* abriu para as empresas em Agosto de 2016 e para o público em Novembro desse mesmo ano.

3.5. Código de conduta na *Alko*

A *Alko* pretende ter uma influência responsável e ativa na comunidade, e está a par dos desenvolvimentos mais recentes na área do ambiente e da responsabilidade social, da criação e adoção de tendências pioneiras.

Para garantir que os fornecedores têm em linha de conta questões ambientais, estes tem de assinar o Código de Conduta BSCI (*Business for Social Compliance Initiatives*), procedimento que garante o respeito pelo meio ambiente, pelas condições de trabalho, pelos direitos humanos, questões de anticorrupção e igualdade de oportunidades.

No outono de 2015, a *Alko* reestruturou alguns elementos da sua estratégia para os anos seguintes de modo a garantir que os consumidores finlandeses reconheçam que a promessa de qualidade cobre de forma igual e transparente uma ampla gama de perspetivas - segurança dos produtos, responsabilidade social da cadeia de fornecimento e respeito ambiental - e que confie na marca.

Além das vendas responsáveis, as áreas da estratégia de responsabilidade passaram a incluir:

- Assunção da responsabilidade e maximização do impacto como comprador, envolvendo cooperação internacional para estar a par de todas as etapas da cadeia de fornecimento e de todo o processo de aquisição responsável.
- Procura ativa de produtos certificados produzidos com métodos socialmente responsáveis e amigos do ambiente, para ajudar os consumidores a tomar decisões de compra e aumentar sua confiança na *Alko*.
- Desenvolvimento contínuo de métodos operacionais internos relacionado com a responsabilidade política de álcool, com aquisições socialmente responsáveis e operações ambientalmente amigáveis.

Para melhorar a visibilidade e o reconhecimento da estratégia de responsabilidade, a *Alko* pretende introduzir novos métodos operacionais e canais de comunicação para aumentar progressivamente a transparência da empresa e manter os *skateholders* informados sobre todas as atividades e operações.

4. Impostos e taxas a que estão sujeitos os vinhos na Alko

Para limitar o consumo, todas as bebidas alcoólicas estão sujeitas a pesadas taxas e impostos.

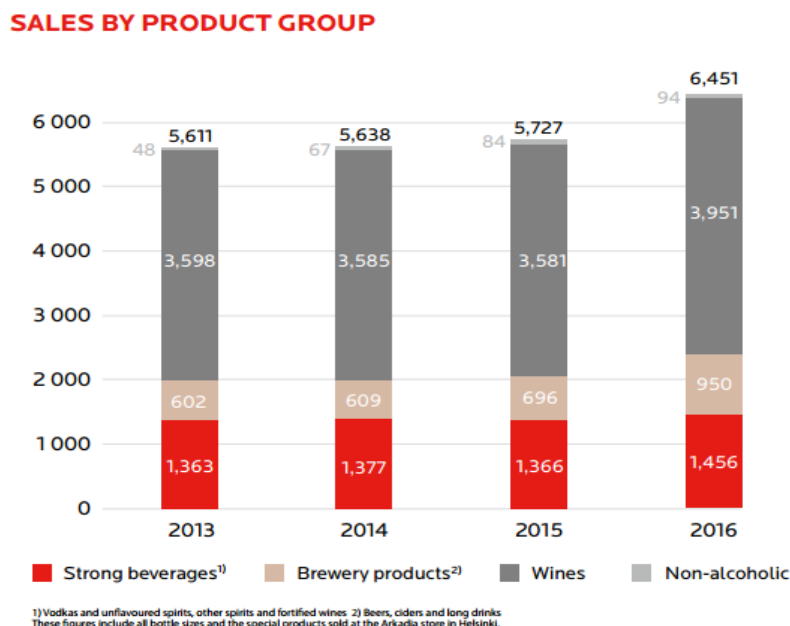
O imposto é progressivo, sendo diretamente proporcional ao teor alcoólico por litro:

- Bebidas e vinhos 1,2% a 2,8% = 22,00 cêntimos/litro
- Bebidas e vinhos 2,8% a 5,5% = 169,00 cêntimos/litro
- Bebidas e vinhos 5,5% a 8% = 241,00 cêntimos/litro
- Bebidas e vinhos 8% a 15% = 339,00 cêntimos/litro
- Vinhos 15% a 18% = 339,00 cêntimos/litro
- Produtos intermédios:
 - 1,2% a 15% = 411,00 cêntimos/litro
 - 15% a 22% = 670,00 cêntimos/litro
- Bebidas espirituosas:
 - 1,2% a 2,8% = 8,00 cêntimos/centilitro de álcool puro
 - Mais de 2,8% = 45,55 cêntimos/centilitro de álcool puro

Fonte: <https://www.alko.fi/en/>

5. Vendas na Alko

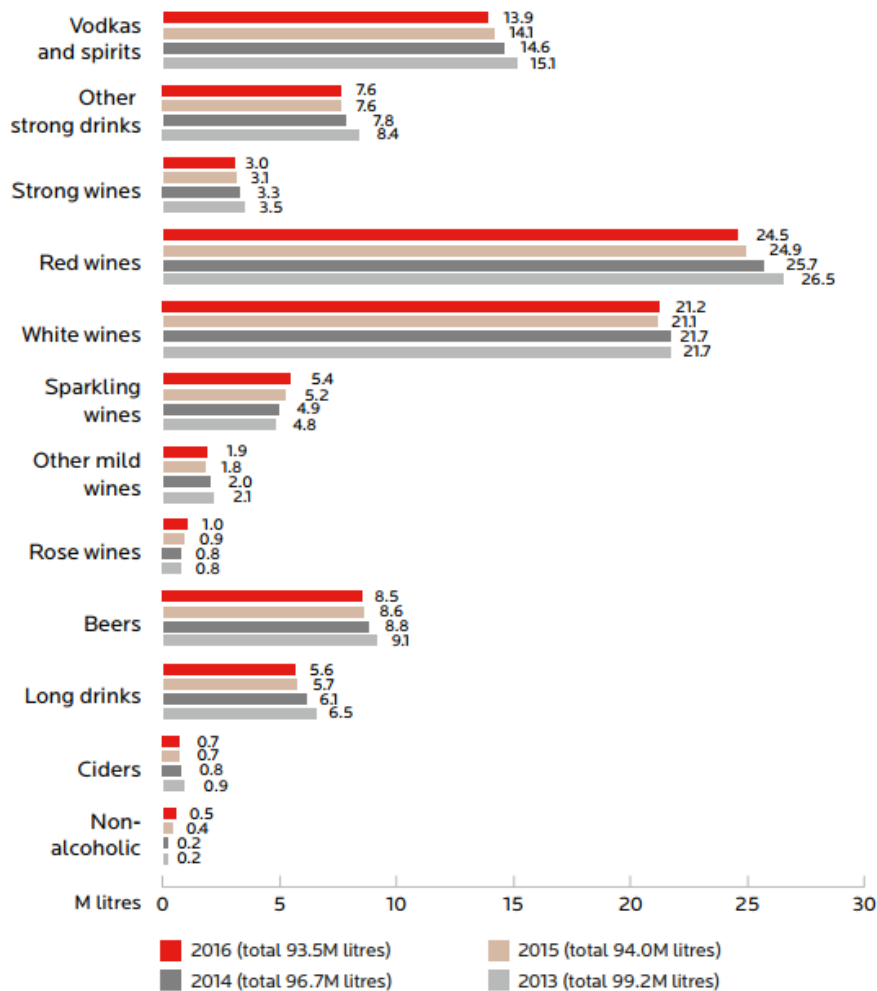
A oferta de bebidas alcoólicas é cada vez mais diversificada, como podemos observar no gráfico que se segue e que ilustra a evolução do número de referências disponíveis na Alko para cada uma das categorias de bebidas.



Fonte: Alko

As vendas têm vindo a aumentar nos últimos anos, com destaque para os vinhos brancos e rosés, bem como para os espumantes e espumosos.

ALKO SALES BY PRODUCT CATEGORY



Fonte: Alko

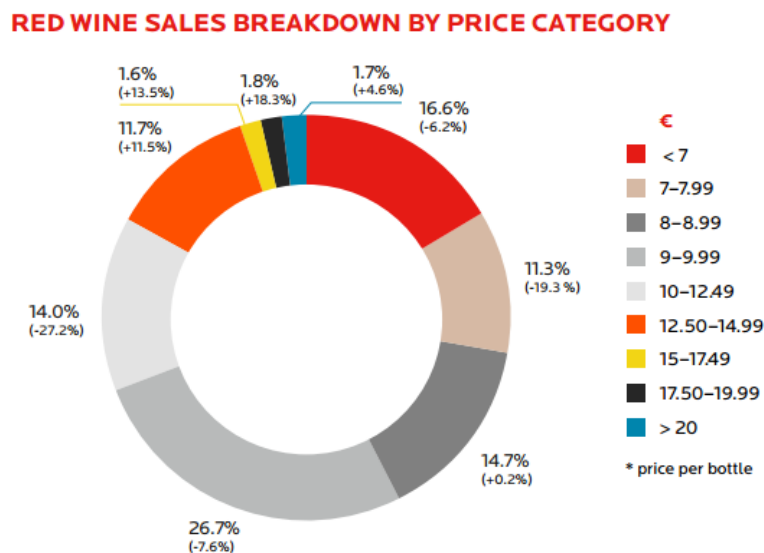
Os vinhos suaves (tintos, brancos e espumantes) foram os que tiveram mais popularidade entre os consumidores da Alko. Em volume, as vendas destas bebidas representam 57,6% de todas as bebidas alcoólicas em 2016.

A queda nas vendas de bebidas espirituosas estabilizou em comparação com a tendência acentuada dos anos anteriores. As vendas em volume de vodkas e bebidas espirituosas diminuíram 1,7% (13,9 milhões de litros), enquanto as de outras bebidas espirituosas permaneceram no mesmo nível do ano anterior (7,6 milhões de litros). As bebidas fortes com maior aumento nas vendas foram os gins (com 11,5%) e bebidas espirituosas com sabor (8,7%). O rum também teve um aumento nas vendas em volume. Os runs escuros em particular venderam bem, com um crescimento anual de 7,7%.

Em relação aos produtos de cervejaria, a Alko vendeu 8,5 milhões de litros de cerveja, menos 1,6% do que em 2015. A cerveja representa cerca de 9% das vendas de bebidas alcoólicas. As mais populares são as cervejas lagers e lagers fortes, que representaram cerca de 72% de todas as vendas de cerveja. No entanto, o crescente interesse pelas microcervejarias pode ser visto na popularidade das cervejas especializadas. Tem-se observado um grande interesse por cervejas artesanais e produtos de cervejaria finlandesa. As vendas de sidras permaneceram no mesmo nível do ano anterior, enquanto as vendas de bebidas longas (*long drinks*) continuaram a descer.

5.1. Vendas de vinhos tintos

Os vinhos tintos representam a maioria das vendas de vinho (24,5 milhões de litros) e 45,4% de todos os vinhos suaves. No entanto, diminuiram 1,6% face a 2015.



Fonte: Alko (2016)

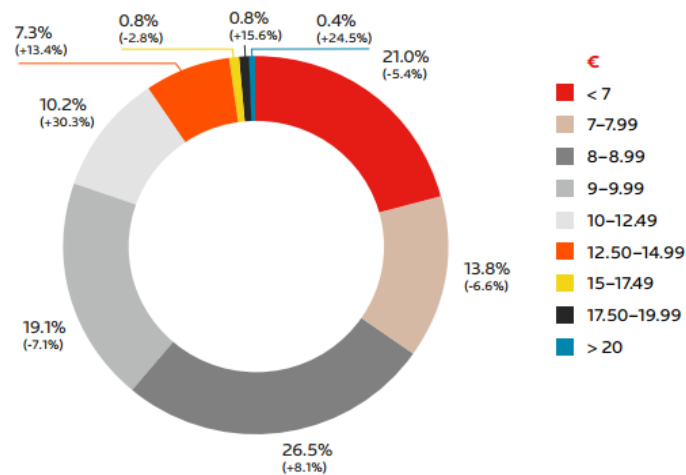
O comércio de vinhos engarrafados com preço inferior a 10 euros representou cerca de 69,3% das vendas de vinho tinto. Os clientes da Alko compram mais vinhos desta categoria sobretudo entre 9 a 9,99 euros por garrafa. Como podemos ver no gráfico que se segue, em 2016, 26,7% das compras de tinto são de produtos entre esses valores.

Verificou-se um aumento anual de 5% nas vendas de vinhos engarrafados com preço superior a 10 euros. Mas observamos também, com as baixas percentagens visíveis no gráfico, que os finlandeses não estão tão dispostos a pagar mais de 15 euros para obter um vinho tinto.

5.2. Vendas de vinhos brancos

As vendas de vinhos brancos totalizaram 21,2 milhões de litros em 2016, cerca de 100 mil litros a mais do que em 2015. De todos os vinhos suaves, os brancos representaram 39,2% das vendas do ano passado.

WHITE WINE SALES BREAKDOWN BY PRICE CATEGORY



In addition to white wines, the figures also include rosé and other mild wines.

Fonte: Alko (2016)

Os vinhos engarrafados vendidos a menos de 10 euros representaram cerca de 80,4% das vendas de vinho branco. Os mais vendidos custam entre 8 a 8,99 euros por garrafa. Como se pode observar no gráfico que se segue, 26,5% das compras de vinho branco são de produtos entre esses valores.

Os clientes da *Alko* não estão tão dispostos a pagar mais de 12,5 euros para obter um vinho desta categoria.

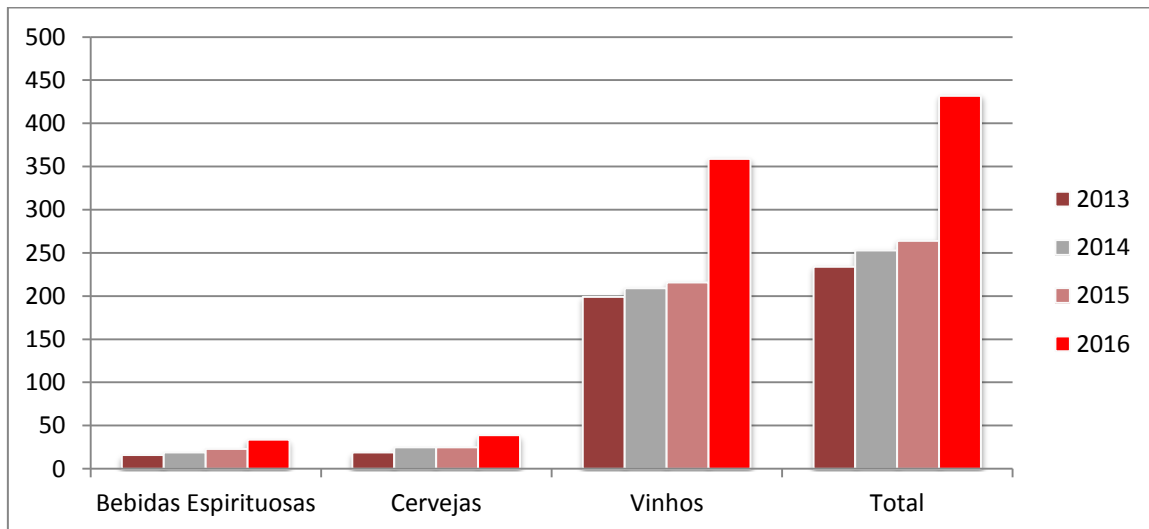
5.3. Vendas de vinhos biológicos e eticamente certificados (ethically certified)

A *Alko* tem trabalhado com produtos orgânicos desde 1994. As bebidas alcoólicas orgânicas são produzidas a partir de ingredientes cultivados organicamente de acordo com o Regulamento da União Europeia sobre Produção Orgânica. Estes produtos vendidos na *Alko* são certificados por organizações e autoridades locais.

Esta empresa do Estado finlandês vendeu 5,6 milhões de litros de produtos orgânicos em 2016, representando um aumento significativo em relação ao ano anterior (mais de 18,5%). A maioria desses produtos eram vinhos suaves. Graças a um aumento das vendas por volume, a proporção das vendas totais de produtos orgânicos aumentou de um ponto percentual para 6%.

As vendas de produtos eticamente certificados totalizaram 1,3 milhões de litros (mais 6,2%). A *Alko* tem vindo a comercializar este tipo de produtos desde 2007. O comércio ético é baseado no princípio de que os agricultores e trabalhadores devem receber uma compensação justa pelo seu trabalho e que este deve ser feito nas condições adequadas.

Crescimento do número de produtos orgânicos desde 2013



Fonte: Alko

5.4. Vendas de bebidas sem álcool, incluindo vinhos, (Alcohol-free)

O repentino aumento nas vendas de bebidas sem álcool, que duplicou em 2015, estabilizou-se em 2016. Contudo, o crescimento constante indica que ainda há procura de produtos sem álcool. As vendas destas bebidas aumentaram 26,9% em 2016.

Devido a esta tendência, a *Alko* continua a apostar na gama de produtos sem álcool. Só no ano passado, contaram com 94 produtos diferentes de bebidas deste género.

6. Maiores fornecedores de vinhos em 2016

Nos últimos anos, o vinho importado tem vindo a aumentar significativamente na Finlândia. Podemos observar na tabela seguinte que em 2012 o valor de vinhos importados foi de 185 574 mil euros, enquanto em 2016 foi 208 244 mil, o que significa um crescimento de 11% nas importações em apenas 5 anos, colocando a Finlândia na 24ª posição enquanto importador mundial em 2016.

Em 2016, os quatro maiores países fornecedores responderam, juntos, por uma quota de mercado de 61,3% em volume: França (19,5%), Itália (15,1%), Chile (14,3%) e Espanha (12,4%). Portugal que, desde 2012 até 2016, registou um aumento significativo de 30,65%, encontra-se na 12ª posição na tabela dos maiores fornecedores de vinhos de 2016 deste país nórdico.

15 Maiores fornecedores de vinhos vendidos na Alko de 2012 até 2016

Unidade: mil euros

	Exporters	Imported value in 2012	Imported value in 2013	Imported value in 2014	Imported value in 2015	Imported value in 2016
-	World	185574	187781	196965	200538	208244
1	France	33824	38265	36217	38310	40701
2	Italy	23451	24017	25423	25892	31448
3	Chile	30041	28949	31911	30057	29851
4	Spain	20963	22222	25618	24527	25921
5	Germany	11780	12547	14194	15430	16745
6	Australia	9555	7167	10331	11521	11840
7	South Africa	11125	9668	9652	9446	8987
8	United States of America	2431	2374	7758	9685	8034
9	Sweden	3353	3930	4000	5201	6813
10	Argentina	7409	6602	7220	6417	6382
11	United Kingdom	7239	6688	5911	5856	5825
12	Portugal	2936	2742	2469	3573	3836
13	Denmark	13423	14753	7590	5156	3450
14	Austria	1776	2449	1937	2035	2159
15	New Zealand	1340	1165	1650	1896	1529

Fonte: Cálculos do ITC com base nas estatísticas da ONU, COMTRADE e ITC

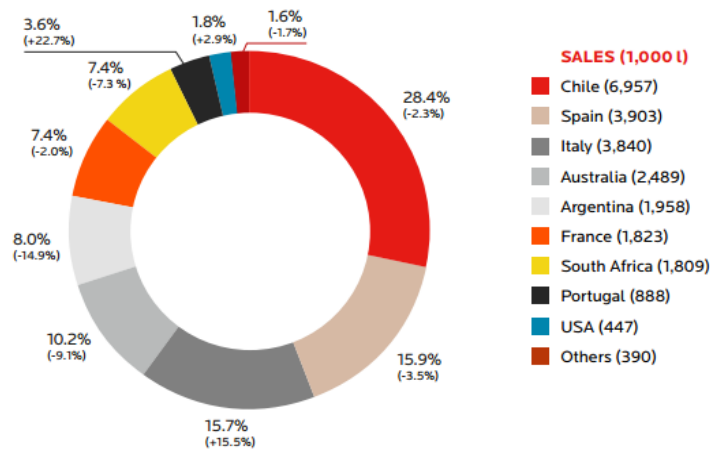
Em 2016 a Finlândia importou de Portugal 1 177 toneladas de vinho, no valor de 3 835 mil euros. Dos vinhos importados, 1 128 toneladas eram engarrafados, 14 não engarrafados e 5 espumantes ou espumosos.

6.1. Vendas vinho tinto por país

Em relação às vendas de vinho tinto, 30% eram vinhos chilenos. Além do Chile, os principais fornecedores de vinho tinto à Finlândia foram Espanha (com 15,9%), Itália (com 15,7%) e Austrália (com 10,2%). Portugal posicionou-se em oitavo lugar com 3,6% das vendas da Alko deste tipo de vinho.

O gráfico seguinte ilustra as vendas de vinho tinto por país de origem, no ano de 2016.

RED WINE SALES BY COUNTRY OF ORIGIN

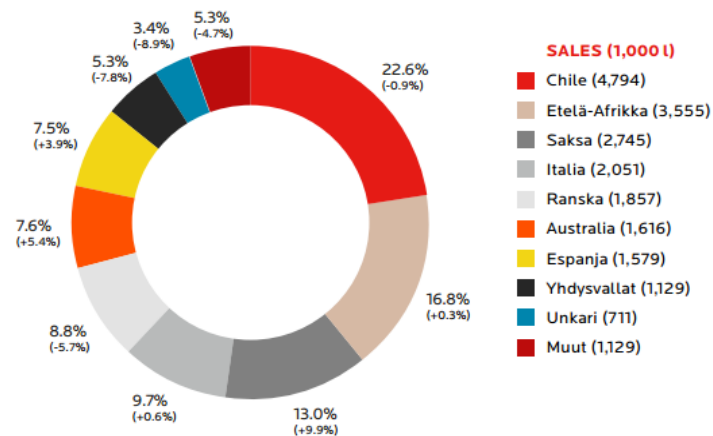


Fonte: Alko (2016)

6.2. Vendas vinho branco por país

Os vinhos brancos mais populares são os do Chile, com 4 794 mil litros em 2016 (22,6% do total das vendas desta categoria). Seguem-se a África do Sul (com 3 555 mil litros), a Alemanha (com 2 745 mil litros) e a Itália (2 051 mil litros). Estes quatro países, representam, juntos, 62,1% dos vinhos brancos vendidos no ano passado.

WHITE WINE SALES BY COUNTRY OF ORIGIN



Fonte: Alko (2016)

Nos vinhos brancos, Portugal não está entre os principais fornecedores do mercado, como se pode observar no gráfico seguinte que ilustra as vendas de vinho branco por país de origem na Alko, no ano de 2016.

7. Marcas de vinhos mais vendidas na *Alko*, em 2016

Seguidamente, encontramos as listas das 15 marcas com maior expressão nas vendas das categoria de vinhos tintos, brancos e generosos na *Alko*, durante o ano de 2016. Junto da designação do produto, encontra-se o local de origem de cada bebida.

7.1. As 15 marcas de vinho tinto com maiores vendas

Como verificado anteriormente, o Chile é líder de mercado nos vinhos tintos, o que justifica uma grande presença de vinhos chilenos no top 15. Nas 15 marcas de vinho tinto com maior volume de vendas, o Chile contou com a presença de oito vinhos. O *Gato Negro Cabernet Sauvignon* do Chile é o vinho tinto mais consumido.

Portugal está representado no top 15 com o vinho *Quinta das Setencostas* em sétimo lugar, com 288 962 litros vendidos.

A tabela seguinte ilustra as vendas de vinho tinto em litros na *Alko*, no ano de 2016.

Vendas de vinho tinto, em litros, em 2016

Rank	Marca	Litros/2016
1	Gato Negro Cabernet Sauvignon (Chile)	607 984
2	Viña Maipo Cabernet Sauvignon (Chile)	519 888
3	J.P. Chenet Cabernet Syrah (France)	434 010
4	Espíritu de Chile Cabernet Carmenère (Chile)	428 661
5	Tarapacá Santa Cecilia Merlot Carmenère (Chile)	360 693
6	Piqueras Syrah Monastrell (Espanha)	347 187
7	Quinta das Setencostas (Portugal)	288 962
8	Frontera Cabernet Sauvignon (Chile)	268 823
9	Doppio Passo Primitivo (Itália)	261 704
10	Caballo de Mendoza (Argentina)	245 128
11	Chill Out Smooth & Soft Cabernet Sauvignon (Austrália)	244 317
12	Tarapacá Cabernet Sauvignon Merlot (Chile)	240 137
13	Montalto Syrah (Itália)	228 239
14	Santiago 1541 Syrah Cabernet Malbec (Chile)	227 072
15	Gato Negro Cabernet Sauvignon Shiraz (Chile)	220 502

Fonte: *Alko*

7.2. As 15 marcas de vinho branco com maiores vendas

No vinho branco, tal como no tinto, o Chile é líder de vendas. O *Gato Negro Sauvignon Blanc* é o vinho desta categoria mais procurado pelos consumidores da Alko. Destacam-se, ainda a África do Sul com o *Pearly Bay Dry White* e a Hungria como *Magyar Fehér Bor*. Desta lista, não consta nenhum vinho branco português.

A tabela seguinte ilustra as vendas de vinho branco em litros na *Alko*, no ano de 2016.

Vendas de vinho branco, em litros, em 2016

Rank	Marca	Litros/2016
1	Gato Negro Sauvignon Blanc (Chile)	764 343
2	Pearly Bay Dry White (África do Sul)	717 032
3	Magyar Fehér Bor (Hungria)	545 732
4	St. Elmo Village (EUA)	499 215
5	Viña Maipo Chardonnay (Chile)	445 748
6	Two Oceans Fresh & Fruity Wine (África do Sul)	385 416
7	Frontera Chardonnay (Chile)	377 768
8	Chill Out Fresh & Fruity (Austrália)	372 543
9	Gato Negro Chardonnay (Chile)	361 571
10	Devil's Rock Riesling (Alemanha)	332 149
11	Espíritu de Chile Gewürztraminer Semillon (Chile)	287 670
12	Black Tower Rivaner (Alemanha)	281 468
13	Montalto Pinot Grigio (Itália)	279 443
14	Liisa Sauvignon Blanc Muscat (Chile)	276 952
15	El Tiempo Blanco (Espanha)	268 063

Fonte: *Alko*

7.3. As 15 marcas de vinhos generosos com maiores vendas

Os vinhos generosos ou fortificados mais vendidos na *Alko* são finlandeses. No top 15 dos mais vendidos, só um deles não é finlandês. Os três vinhos mais vendidos são: Valdemar (259 028 litros), Hehkuviini (com 206 690 litros) e Doris (188 228 litros).

A tabela seguinte ilustra as vendas de vinhos fortificados em litros na *Alko*, no ano de 2016.

Vendas de vinho generosos, em litros, em 2016

Rank	Marca	Litros/2016
1	Valdemar (Finlândia)	259 028
2	Hehkuviini (Finlândia)	206 690
3	Doris (Finlândia)	188 228
4	Marabello (Finlândia)	146 963
5	Gambina (Finlândia)	107 664
6	Chymos Ruska Väkevä Puolukkaviini (Finlândia)	103 208
7	Chymos Väkevä Päärynäviini (Finlândia)	90 296
8	Juhla Glögi (Finlândia)	88 835
9	Chymos Vadelma Kimara (Finlândia)	86 540
10	Mustaherukka Väkevä Viini (Finlândia)	84 844
11	Last Pineapple (Finlândia)	75 497
12	Tähti Glögi Luomu (Finlândia)	75 491
13	Blossa 16 (Marca internacional)	73 763
14	Loimu 2016 (Finlândia)	67 644
15	Chymos Mustaherukka Väkevä Marjaviini (Finlândia)	63 850

Fonte: Alko

8. Relações bilaterais entre a Finlândia e Portugal

Apesar da Finlândia estar a perder peso enquanto cliente de Portugal, este país nórdico é um parceiro comercial relativamente importante e com múltiplas oportunidades, ocupando, em 2016, a 29ª posição como cliente e a 37ª posição como fornecedor.

Posição e Quota da Finlândia no Comércio Internacional Português de Bens

		2011	2012	2013	2014	2015	2016 jan/out
Finlândia como cliente de Portugal	Posição	23	25	25	25	25	29
	% Export.	0,58	0,50	0,46	0,50	0,44	0,40
Finlândia como fornecedor de Portugal	Posição	36	43	41	38	36	37
	% Import.	0,25	0,25	0,24	0,27	0,27	0,25

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

De Janeiro a Outubro de 2016, os grupos de produtos que os finlandeses mais importaram de Portugal foram: os minerais e minérios (49,5%), máquinas e aparelhos (11,7%), matérias têxteis (7,5%), vestuário (6,7%) e alimentares (4,7%).

Dentro dos grupos de produtos mencionados, a tabela seguinte identifica os que mais se destacaram:

Principais Produtos Exportados para a Finlândia

	2015 jan/out	2016 jan/out	% Tot 16	Var % 16/15
2603 Minérios de cobre e seus concentrados	101,2	68,9	41,3	-31,9
6302 Roupas de cama, mesa, toucador ou cozinha	5,1	5,8	3,5	14,0
6908 Ladrilhos e placas p/ pavimentação/revestimento, vidrados/esmaltados; cubos	3,5	5,0	3,0	40,7
4504 Cortiça aglomerada (com ou sem aglutinantes) e suas obras	4,1	4,5	2,7	10,0
2608 Minérios de zinco e seus concentrados	1,4	4,1	2,4	182,2
2204 Vinhos de uvas frescas	3,2	3,7	2,2	13,8
8542 Circuitos integrados e microconjuntos eletrónicos	0,0	3,2	1,9	§
8487 Partes de máquinas sem conexões elétricas nem outros elementos com características elétricas	5,1	3,0	1,8	-40,4
6109 T-shirts e camisolas interiores, de malha	1,8	2,8	1,7	51,8
3920 Outras chapas, folhas e lâminas, de plástico n/ alveolar, n/ reforçadas, etc	2,9	2,7	1,6	-4,2
Amostra	128,3	103,7	62,0	--

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística; Unidade: Milhões de euros

§ - Coeficiente de variação > = 1000% ou valor zero em 2015

Os vinhos ocupam a sexta posição dos produtos mais exportados de Portugal para a Finlândia no período de Janeiro a Outubro de 2016.

A tabela seguinte, ilustra o aumento significativo das exportações portuguesas de vinhos para a Finlândia ao longo dos últimos anos:

Ano	2014	2015	2016
Total/milhões euros	2 773 634	3 862 854	4 420 837

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

As saídas destes produtos para a Finlândia subiram de 2,7 milhões de euros, em 2015 para 3,8 milhões em 2015 e atingiram os 4,4 milhões de euros em 2016, um crescimento de 37,2% no período, indicando que os vinhos portugueses estão a ganhar popularidade no mercado finlandês.

9. Principais importadores

Em <https://www.alko.fi/en/alko-inc/for-suppliers/listing-process-and-product-range/information-on-the-product-range-and-products> estão listados todos os fornecedores da *Alko*. Nessa lista, têm-se acesso, em ordem alfabética, ao nome, código do produto, fornecedor e importador de todos os produtos que estão listados na seleção geral da *Alko*.

A *Alko* tem vindo a atribuir o prêmio Fornecedor do Ano desde 2010. Moët *Hennessy Suomi Oy* foi escolhido como o Fornecedor do Ano 2016, tal como o tinha sido no ano anterior.

10. Tendências do mercado

A mudança lenta dos hábitos de consumo e o aumento da sofisticação e do conhecimento sobre vinho levou a um aumento no consumo nas várias categorias.

Embora o interesse nos espumantes, brancos e rosés tenha aumentado, outros, como os vinhos frutados ou os fortificados, perderam sua popularidade entre os consumidores finlandeses.

Destacam-se, seguidamente, algumas das tendências esperadas para os próximos anos:

- (i) Aumento do consumo de álcool em locais públicos e em eventos desportivos e culturais.
- (ii) Manutenção da predominância do consumo de bebidas alcólicas aos fins de semana.
- (iii) Aumento no consumo de produtos de qualidade e orgânicos, ligado à tendência "verde" e ao pensamento ecológico; os consumidores procuram comprar produtos de qualidade e minimizar as repercussões para o meio ambiente e o desperdício.
- (iv) A procura pelos vinhos suaves continuará a aumentar. Uma tendência crescente no mercado finlandês do álcool é a mudança de bebidas fortes para mais leves.
- (v) Aumento da procura de vinhos doces e frutados em resultado do número crescente de consumidores do sexo feminino
- (vi) A relação qualidade/preço continuará a ser um dos fatores na escolha do vinho.
- (vii) A longo prazo, a procura por vinhos secos também deverá aumentar.
- (viii) Os vinhos dos produtores do 'Novo Mundo' como Chile, Austrália e Argentina estão a ter cada vez mais procura e espera-se que esta tendência se mantenha.

Apesar do aumento do interesse relativamente ao vinho por parte de um número cada vez mais significativo de consumidores, este ainda é um grupo bastante limitado e localizado, principalmente, nas grandes cidades.