vinetur

Бразилия привлекает европейских виноделов: соглашение ЕС—Меркосур обещает снизить пошлины

Участники Merano WineFestival заявили: на конкурентном рынке Бразилии цены, дистрибуция и вкусы потребителей важнее формулировок соглашения

воскресенье, 8 ноября 2026 г.



Бразилия становится перспективным рынком для европейских производителей вина: торговое соглашение между Европейским союзом и Меркосуром предусматривает снижение пошлин. Однако представители отрасли и экспортеры считают, что успех будет зависеть не столько от формулировок соглашения, сколько от цен, дистрибуции и более глубокого понимания местного спроса.

Такой вывод прозвучал в ходе дискуссии в субботу, 7 ноября, на Merano WineFestival в Северной Италии. Бразильские чиновники, специалисты по импорту и представители винодельческой отрасли описали рынок, который растет, отличается высокой конкуренцией и по-прежнему сложен для освоения.

Привлекательность рынка очевидна. По данным, представленным на мероприятии, Бразилия импортирует вина примерно на 561 млн долларов, тогда как ее винный экспорт составляет около 13,8 млн долларов. В стране также зарегистрировано 965 виноделен, представлено более 16 000 наименований продукции, а заявленный объем производства составляет около 310 млн литров. Это показывает, что Бразилия одновременно является и производителем, и крупным покупателем.

Для европейских поставщиков, особенно итальянских производителей, столкнувшихся со снижением внутреннего потребления и признаками напряженности в экспортной торговле, Бразилия может стать альтернативой более освоенным рынкам. Для индустрии напитков в целом это возможность диверсифицировать продажи на крупном импортном рынке, хотя для расширения, вероятно, придется скорректировать цены, ассортимент и каналы сбыта.

Ожидаемое снижение пошлин в рамках соглашения ЕС—Меркосур усилило интерес к рынку. Нельсон де Андраде, представленный на мероприятии как представитель Министерства сельского хозяйства Бразилии, заявил, что соглашение укрепляет уже существующие связи Бразилии с Европой и может открыть новый этап развития.

При этом участники дискуссии предостерегли от того, чтобы считать Бразилию простым решением проблемы ослабления спроса на других рынках. Марсело Варгас, представленный как производитель и розничный продавец, отметил, что рынок открыт, но на нем уже представлено несколько тысяч винных марок. По его мнению, экспортерам нужна четкая стратегия, основанная на позиционировании бренда, коммуникации и цене, а не предположение, что одни лишь поставки создадут спрос.

Обсуждение в Мерано показало, что изменения во вкусах бразильских потребителей могут сыграть на руку европейским производителям. Если прежде на рынке долгое время доминировали красные вина, то теперь набирают популярность белые, розовые и игристые. Растет интерес и за пределами самых известных итальянских апелласьонов, что открывает возможности для менее известных регионов — при условии, что производители сумеют рассказать о своей самобытности и происхождении так, чтобы это заинтересовало местных покупателей.

Карина де Соуза, амбассадор WineHunter в Южной Америке, работавшая с бразильской инициативой Merano WineFestival, заявила, что адаптация к местной культуре необходима. По ее словам, в Бразилии нельзя продавать вино так же, как в Японии или на других экспортных рынках: привычки и ожидания потребителей, а также структура розничной торговли отличаются. Она добавила, что бразильские импортеры уже стали уделять Европе больше внимания, хотя соглашение еще не проявило себя в полной мере.

Поэтому важны сроки. Экспортеры, которые будут ждать вступления в силу снижения пошлин, могут обнаружить, что конкуренты уже выстроили важнейшие деловые отношения. По словам участников дискуссии, доверие между импортерами и дистрибьюторами в Бразилии формируется не сразу, а успех требует терпеливой работы, а не попыток быстро выйти на рынок.

Конкуренция уже высока. Чили и Аргентина остаются ведущими зарубежными поставщиками вина в Бразилию благодаря географической близости и торговым связям. Среди европейских стран выделяется Португалия. Для Италии и других

производителей из ЕС возможности есть, однако права на ошибку почти нет: компании конкурируют за место на полках, внимание импортеров и приемлемую для конечных потребителей цену.

Проблемы не ограничиваются конкуренцией. Налоговая система и бюрократия Бразилии по-прежнему вызывают серьезные опасения у экспортеров. На мероприятии рассказали о новом внутреннем сборе, который участники назвали «налогом на грех» и который должен вступить в силу в феврале 2027 года. Он распространяется на предметы роскоши, табак и крепкие алкогольные напитки и может затронуть также вино. В таком случае снижение пограничных пошлин в рамках соглашения ЕС—Меркосур не обязательно значительно упростит путь товара к потребителю.

Это противоречие имеет ключевое значение для коммерческих перспектив. Либерализация торговли может облегчить доступ на рынок, но не отменяет расходов, связанных с внутренними налогами и сложными требованиями к соблюдению норм, а также трудностей с созданием общенациональной сети дистрибуции в такой большой стране. Для винодельческих компаний и, возможно, других экспортеров напитков, следящих за рынком, главный вывод таков: одного спроса недостаточно. Продукция должна поступать к потребителю по приемлемой для него цене и через каналы, способные обеспечить повторные продажи.

Основатель Merano WineFestival Хельмут Кёхер заявил, что модели потребления в Италии и Бразилии сейчас меняются в противоположных направлениях. По его словам, когда фестиваль впервые прошел в 1992 году, итальянцы пили примерно вдвое больше вина, чем сейчас, тогда как в Бразилии растут и потребление, и интерес к качеству.

Бразильские чиновники на мероприятии также призвали инвестировать в собственный винодельческий сектор страны, а не только поставлять туда импортную продукцию. Де Андраде призвал европейские компании считать Бразилию серьезным рынком с большими возможностями и строгими мерами контроля, призванными защищать качество и безопасность.

Этот двойной посыл отражает характер открывающихся возможностей. Бразилия — не просто рынок сбыта для вина, привезенного из Европы. У страны есть собственные производители, собственные требования к регулированию и потребители, чьи предпочтения меняются. Возможности, которые открывает соглашение ЕС—Меркосур, могут быть вполне реальными, но, вероятнее всего, рынок вознаградит компании, готовые выстраивать с Бразилией долгосрочные деловые отношения, а не рассматривать ее как краткосрочное средство компенсировать снижение продаж на внутреннем рынке.