vinetur

Итальянские виноделы обращаются к Бразилии в поисках роста экспорта

На Merano WineFestival заявили, что меняющиеся предпочтения и перспективы торговли ЕС—Меркосур могут помочь преодолеть налоговые и дистрибуционные барьеры в Бразилии

воскресенье, 8 ноября 2026 г.



Итальянские виноделы все пристальнее присматриваются к Бразилии в поисках новых экспортных рынков. Представители торговли, производители и отраслевые эксперты, выступавшие в субботу, 7 ноября, на Merano WineFestival, заявили, что эта южноамериканская страна может открыть возможности для роста, несмотря на налоговые барьеры, сложности с дистрибуцией и ценовые ограничения.

Обсуждение прошло в рамках 35-го фестиваля в Мерано на форуме «Бразилия и Европа: новые горизонты для винного бизнеса». Участники сосредоточились на ключевом для итальянских виноделен вопросе: как привлечь новых потребителей на рынок, где растет интерес к премиальным винам, но при этом высока конкуренция, покупатели чувствительны к цене, а ориентироваться в местных условиях непросто.

Представленные на мероприятии данные позволили яснее оценить масштабы возможностей. Согласно приведенным на форуме данным, Бразилия импортирует вина примерно на 561 млн долларов, а экспортирует — на 13,8 млн долларов. В стране также зарегистрированы 965 виноделен, а годовой объем производства составляет около 310 млн литров. Эти цифры указывают на рынок, где местное производство сочетается со значительным потоком импортных вин, прежде всего из Чили и Аргентины. Среди европейских поставщиков важное место занимает Португалия, что усиливает конкуренцию, с которой предстоит столкнуться итальянским производителям.

По словам выступавших, меняются и предпочтения бразильских потребителей. Красное вино сохраняет прочные позиции, однако белые, розовые и игристые вина привлекают все больше внимания. Участники также отметили растущий интерес к менее известным итальянским регионам и апелласьонам — тенденцию, которая может сыграть на руку стране с широким выбором сортов винограда и стилей вин. Для итальянских виноделен, особенно небольших и средних, этот интерес может открыть новые возможности, если его подкрепить подходящей рыночной стратегией, позиционированием продукции и ценовой политикой.

Значение этого рынка выходит за рамки одного направления экспорта. Компании по производству напитков, сталкивающиеся с замедлением роста или изменением потребительских привычек на традиционных рынках, рассматривают Бразилию как возможное направление для диверсификации. В то же время обсуждение в Мерано показало, что доступ к крупному рынку сам по себе не гарантирует продаж. Виноделам по-прежнему приходится иметь дело с местными налогами, бюрократией, логистикой и дистрибуционной системой, в которой сложно работать без опытных местных партнеров.

Еще одной важной темой форума стала торговая система отношений между Европейским союзом и Меркосур — блоком, в который входят Бразилия, Аргентина, Парагвай и Уругвай. Участники сообщили, что с 1 мая действует временное торговое соглашение, которое должно постепенно снизить торговые барьеры и углубить экономическую интеграцию двух регионов. Для европейских экспортеров вина это может облегчить доступ на рынок и повысить конкурентоспособность их продукции. Однако выступавшие предупредили, что снижение внешних барьеров не отменяет необходимости разбираться во внутренней налоговой системе и коммерческих правилах Бразилии. Они также отметили, что налоговые реформы в стране могут повлиять на условия продажи импортного вина.

Представители отрасли заявили, что успех итальянских виноделен в Бразилии во многом будет зависеть от того, насколько грамотно они выстроят работу. Производителям нужны импортеры и дистрибьюторы, соответствующие их ценовому сегменту и идентичности бренда. Кроме того, им необходимо четко донести свое предложение до потребителей, чьи покупательские привычки отличаются от европейских. В этом контексте цена остается важным фактором, но не менее важно уметь рассказывать о качестве, происхождении и стиле вина так, чтобы это находило отклик у местной аудитории. Особенно полезными участники назвали торговые выставки, дегустации и прямые деловые встречи, поскольку личные связи по-прежнему играют ключевую роль в выстраивании каналов сбыта.

Обсуждение Бразилии вписывается в более широкую стратегию международного развития самого Merano WineFestival. Основатель фестиваля Хельмут Кёхер в интервью на мероприятии этого года заявил, что организация продолжает расширять присутствие за рубежом, несмотря на неопределенность в винной отрасли и меняющиеся модели потребления. Он упомянул инициативы в Японии и Грузии, а также вторую бразильскую редакцию фестиваля. В числе возможных направлений на 2027 год он назвал Канаду — это часть усилий по непосредственному продвижению модели Merano на рынках, которые считаются стратегически важными для итальянского вина.

Фестиваль также следит за другими изменениями спроса, в том числе за интересом к продукции с пониженным содержанием алкоголя наряду с традиционными марками. Обсуждения в Мерано показали: для итальянских производителей, решающих, куда направить ресурсы на продажи и маркетинг, Бразилия уже не просто отдаленная перспектива, а рынок, который может вознаградить винодельни за взвешенную долгосрочную работу и готовность адаптироваться к местным налоговым правилам, каналам дистрибуции и вкусам потребителей.