



ATLAS VIN AU BRÉSIL



Introduction

Avec 214,30 millions d'habitants en 2021 le Brésil est à la fois un pays producteur et consommateur de vin. Comme en 2019, le pays a été en 2020 le 18ème pays producteur de vin au monde. Depuis plus de 10 ans, la production annuelle de vin au Brésil variait, selon les années, entre 200 et 350 millions de litres. Toutefois, en 2016, 130 millions de litres seulement avaient été produits (en recul spectaculaire de plus de 51,8% sur l'année précédente). Les aléas climatiques influencent en effet fortement la production de vin. Le phénomène climatique El Nino et le surplus d'humidité peuvent avoir comme en 2016 un impact négatif sur la production en Argentine, au Chili et au Brésil.

En 2020, la production aura été de 190 millions de litres seulement, en retrait de 5% sur 2019 (après un baisse de 34% entre 2018 et 2019). Cela représentait 0,73% de la production mondiale (Organisation internationale de la vigne et du vin, OIV, 2021). Le pays a aussi connu une croissance spectaculaire de ses importations de vin sur 10 ans (+ 292% en volume et +492% en valeur), pour atteindre 81,23 millions de litres importés en 2014. En 2020, le pays aura importé plus de 152,07 millions de litres de vin pour une valeur totale de 438,83 millions USD, soit une hausse de plus de 30,5% en volume et de 11,8% en valeur entre 2018 et 2020 (Comtrade, 2021).

La consommation de vin par habitant, en baisse sensible, est minime puisqu'elle s'élève à 2,6 litres par an (sur la base des données de l'Organisation internationale de la vigne et du vin, OIV, 2021). Il existe de fortes disparités dans le pays : si la consommation par habitant est de plus de 9 litres à Rio de Janeiro, São Paulo ou encore à Belo Horizonte, des centres urbains aux proportions de populations issues des classes sociales aisées les plus fortes (autour de 25%), elle n'est que de 2 litres à Bahia et moins sur le reste du pays. La consommation totale de vin aura été de 430 millions de litres en 2020 (un volume en forte hausse de plus de 0,5% par rapport à 2019) soit 1,83% de la consommation totale de vin dans le monde (Organisation internationale de la vigne et du vin, OIV, 2021). La dynamique du pays, freinée par les conditions climatiques, reste favorable pour le développement de ce marché.

Le Brésil n'exporte encore que peu de vin. En 2020, avec 5,21 millions de litres de vin pour une valeur totale de 8,29 millions US. Entre 2018 et 2020, les exportations ont augmenté de plus de 12,5% en volume mais diminué de 7,8% en valeur (Comtrade, 2021).

Considéré d'abord comme un Eldorado ouvert à tous, puis comme un marché fermé, le Brésil s'avère être, en réalité, un marché offrant de réelles opportunités d'affaires pour les vins et spiritueux, malgré certaines barrières tarifaires et non tarifaires et même si la crise économique garde un impact sur la consommation globale. La France était en 2019 le quatrième fournisseur de vin en valeur derrière le Chili, l'Argentine et le Portugal (avec 10,3% de part de marché) mais ne figurera plus dans les cinq premiers en volume. Selon les dernières données disponibles de Comtrade, le pays a importé pour une valeur de 38,29 millions d'USD de vin français. Selon les dernières données en date des douanes françaises, entre 2017 et 2019, les importations de vin français ont diminué de plus de 25,3% en volume et de 13% en valeur (Douanes Françaises, 2020).

Il est important de noter que la pandémie de COVID-19 et le ralentissement économique qu'elle provoque depuis le début de l'année 2020 impactent durablement la production ainsi que les flux d'importations et d'exportations du vin au niveau mondial. Cette crise continue de modifier également l'équilibre des circuits de distribution du vin et en particulier le poids du secteur CHR : bien que la consommation de vin sur ce circuit ait été reportée en partie sur le circuit des ventes à emporter (Grande Distribution, cavistes, vente en ligne), des changements sont attendus au-delà de la période de crise dans tous les pays consommateurs de vin. Enfin les modes et les tendances de consommation en seront probablement impactées sur le long terme. Il conviendra donc de rester informé de ce nouveau contexte afin d'adapter sa stratégie d'approche sur ce pays.

Caractéristiques du marché local

Consommation	Consommation par couleur	Profil de la cible	Réseau de distribution	Droits d'entrée	Production	Importations	Importations de vin français
4.300 mhl 2,6 l/hab 1,8%*	75,0% 23,0% 2,0%	★★★ ★★ ★	49,0% 16,0% 35,0%	27% de CIF 40% sur CIF (sales tax)	1.900 mhl 0,7%* 44,2%**	1.520,7 mhl 35,4%**	67,7 mhl 5,8%***

[Voir le tableau comparatif mondial](#)

mhl : milliers d'hectolitres l/hab : litres par habitants

🍷 : vin rouge 🍷 : vin blanc 🍷 : rosé

★★★ : spécialiste ★★★ : consommateur aguerri ★★★ : nouveau consommateur

🛒 : grandes surfaces 🍽️ : hôtels/restaurants 🚚 : autres circuits Mp : monopole de distribution

⚠️ : droits de douanes 🎪 : droits d'accises (vin tranquille)

* : part mondiale ** : en % de la consommation *** : en % des importations

© Export Entreprises SA. Tous droits de reproduction réservés.

Dernières mises à jour en Septembre 2021



Consommation

CONSOMMATION

La consommation de vin dans ce pays a été de 430 millions de litres en 2020, en forte hausse de 18,4% sur 2019 (Organisation internationale de la vigne et du vin, OIV, 2021). Le Brésil (13ème consommation mondiale) sera restée en 2020 le deuxième pays consommateur de vin en Amérique Latine derrière l'Argentine (9ème) et le troisième producteur de vin, derrière le Chili et l'Argentine. La consommation de vin du pays représente 1,83% de la consommation mondiale de vin tandis que la consommation individuelle reste très modeste comparée aux pays voisins avec 2,6 litres par habitant en 2019. La consommation de vin est toujours considérée par certains Brésiliens comme un symbole de luxe, de prestige et de sophistication, mais cette pratique est en hausse et se démocratise, notamment à mesure que le niveau de vie des classes moyennes progresse. Les taxes imposées sur le vin restent un frein majeur à sa consommation car elles impactent sur son prix moyen. Le manque d'information limite également la consommation de vin, mais de réels progrès sont réalisés, en particulier par les producteurs et les exportateurs de vins, aussi bien auprès des professionnels que du grand public.

Bien que la bière reste la boisson alcoolisée la plus consommée au Brésil avec 58,4 litres par habitant en 2019 (Kirin, 2021), en raison de son prix modique mais aussi du climat du pays, le marché du vin est actuellement en consolidation, avec des vins locaux dont la qualité augmente, et se fait une place aux côtés de la bière, mais aussi de la cachaça (eau-de-vie de canne à sucre) seconde boisson la plus consommée nationalement. Le vin ne représentait que 6,1% des ventes d'alcool en 2005, contre plus de 25% aujourd'hui. Les vins mousseux possèdent un fort potentiel d'expansion dans le Nord-est du pays qui bénéficie de températures élevées toute l'année.

La consommation de vins effervescents se développe rapidement, poussée notamment par une production locale de bonne qualité (Business France, 2021).

Evolution de la consommation	2018	2019	2020
Consommation totale de vin (milliers d'hectolitres)	3.300,0	3.300,0	4.300,0
Consommation de vin par habitant (en litres)	1,6	1,5	2,6
Part de la consommation de vin dans la consommation mondiale (en %)	1,3	1,4	1,8

Source : Business France 2021, OIV Statistical Report 2021 ; OIV Statistical Report 2021, Worldometers 2021

HABITUDES ET SPÉCIFICITÉS DE CONSOMMATION

Le profil du consommateur

Le Brésil est l'un des pays où la répartition des richesses est parmi les plus inégalitaires. Cela influence profondément les habitudes de consommation puisque selon le revenu disponible, la dépense en vin sera plus ou moins grande. Seule une faible minorité des foyers brésiliens dispose d'un revenu égal ou supérieur à 2.000 EUR par mois. Les foyers ayant un revenu mensuel compris entre 100 et 500 EUR représenteraient plus de 60% de la population, avec un revenu mensuel moyen par habitant de 761 USD en 2020 (World Bank, 2020). C'est pour la catégorie de revenu 2000 EUR et plus que la consommation potentielle de vin est la plus forte. Le vin reste l'une des boissons alcoolisées les plus chères. Elle est en retrait par rapport à d'autres boissons comme la bière ou la cachaça (eau-de-vie de canne à sucre).

Dans leur grande majorité, les consommateurs brésiliens ne sont pas des fins connaisseurs de vin. En 2021, la plupart des consommateurs ne savent toujours pas faire la différence entre différents de vins de table. Le consommateur type est un homme âgé de 45 ans, mais le vin attire de plus en plus les jeunes (25 ans et plus) des classes aisées. La consommation de vin continue de croître dans les régions du Sud, particulièrement dans les États de São Paulo et Rio de Janeiro qui concentrent près de 70% de la consommation totale du pays. Les autres grands centres de consommation sont les villes de Belo Horizonte, Brasilia, Salvador de Bahia, Fortaleza, Curitiba et Porto Alegre.

D'une manière générale, les brésiliens achètent moins en restaurant ou chez les cavistes, et de plus en plus en supermarché ou en ligne. Cette importance nouvelle de la GMS est un avantage pour l'offre française : les importations françaises auparavant destinées à une élite de consommateurs via les cavistes importateurs qui s'intéressent surtout à l'offre premium, bénéficie ainsi d'un nouveau canal de distribution et d'un nouveau marché, jusqu'alors difficile d'accès. En 2020, 4 enseignes de GMS comptaient désormais parmi les 10 des principaux importateurs de vins français (Business France, 2020).

Les premières appellations d'origine protégée (AOP) ont été reconnues au Brésil et les Brésiliens valorisent de plus en plus ce concept nouveau pour eux. La clientèle locale qui avait du mal à "comprendre" les alcools étrangers les acceptent de plus en plus et contribuent au phénomène de mode qui entourent de plus en plus ces produits. Poussée par le développement économique du pays, l'amélioration du niveau de vie et l'émergence d'une nouvelle classe moyenne composée de consommateurs en mesure d'acheter davantage du vin, c'est tout une culture du vin (mais aussi de la bière et des spiritueux) qui est en train de connaître un essor au Brésil, avec l'organisation de cours d'oenologie par des associations de vin (Association des Sommeliers, Amis du Vin...), des dégustations et des conférences qui sont autant d'occasion, pour les exportateurs et leurs partenaires locaux, de communiquer sur leurs produits et de fidéliser leur clientèle.

Liens utiles :

- Institut brésilien du vin: [IBRAVIN](#)
- Quelques associations d'oenologie : [Enologia \(ABE\)](#) ; [Abs-Brasilia](#)
- Quelques clubs œnologiques : [Clube Evino](#), [Sociedade da Mesa](#).

Le moment et le lieu de consommation

Bien que la consommation de vin continue à être associée à des occasions spéciales et festives, on assiste à l'émergence de consommateurs réguliers qui déguste du vin entre amis ou entre collègues, à la maison, mais surtout dans les cafés et les restaurants. Traditionnellement, les ventes, notamment de vin blanc, se concentraient sur les mois de l'hiver austral (juillet et août) en raison de la chute des températures et durant l'époque de Noël où le vin est perçu comme un cadeau apprécié. Aujourd'hui, la saisonnalité des ventes s'estompe, bien que le deuxième semestre de l'année présente toujours de meilleurs résultats que le premier au niveau des ventes.

La pandémie de COVID 19 et les mesures qui ont été prises par les États pour y faire face et limiter les déplacements ont eu un impact sur les modes et les lieux de consommation d'alcool, passant des bars et restaurants au domicile (OCDE, 2021). L'acte d'achat lui-même ainsi que les volumes consommés ont également évolué. L'augmentation des actes de consommation à domicile impliquant un recul de ceux hors domiciles est global. Il est une caractéristique de ce pays.

Les préférences du consommateur

Le vin rouge - et en particulier le cépage malbec - est le vin le plus consommé au Brésil, avec 75% de parts de marché en 2020 (Ibravin, 2021). Plus de 90% des consommateurs disent par ailleurs préférer le vin rouge. Le vin blanc représente, en 2019, 23% des ventes de vins et les vins rosé 2% (Ibravin, 2021). On constate une vraie popularité pour les vins des pays voisins du Brésil, avec les vins chiliens en position dominante (40% de parts de marché en valeur) suivis des vins argentins (15%). Pourtant les vins européens (du Portugal, d'Italie et de France) sont également appréciés des consommateurs. Les vins importés sont davantage consommés que les vins brésiliens. Les variétés les plus populaires sont le Cabernet Sauvignon, le Merlot et le Zinfandel pour le rouge et le Chardonnay pour le vin blanc. La bière domine toutefois largement la consommation au Brésil avec 91% de la consommation d'alcool en 2020 et 58,4 litres de consommation annuelle par habitant en 2019 soit le troisième marché mondial en volume (Kirin Institute, 2021). La cachaça est aussi très consommée, mais on constate un accroissement de l'intérêt pour les vins fins.

La France a bénéficié du nouveau positionnement fort de la GMS et du e-commerce dans le secteur. Les importations françaises, destinées auparavant à une élite de consommateurs via les cavistes importateurs qui s'intéressent surtout à l'offre premium, obtiennent ainsi un nouveau canal de distribution et un nouveau marché, qui était jusqu'alors presque impossible à atteindre. Les appellations françaises s'exportent de plus en plus, avec une hausse des exportations de +70,2% en volume et de +36,4% en valeur en 2017. En 2019 la France était parmi les principaux fournisseurs du Brésil, le pays avec la plus forte croissance, lui permettant d'atteindre le rang de 4ème fournisseur de vins en valeur 34 M EUR, +14% par rapport à 2018 et celui de 6ème en volume avec 6,8 M l, soit une hausse de 8% (Business France, 2021). Le consommateur apprécie les vins traditionnels comme les vins "modernes", les vins tanniques comme les vins plus fruités pour différents types d'occasions de consommation. On constate en particulier une forte hausse de la demande de Vins IGP, en particulier les IGP Pays d'Oc, d'AOP plus abordables : Bordeaux, Vallée du Rhône, Limoux, etc., de Mousseux hors Champagne, portés quasi exclusivement par les vins mousseux sans AOP ni IGP, ainsi que les Limoux (Business France, 2021).

Les consommateurs de vin brésiliens sont encore en majorité hostiles aux bouchons synthétiques, préférant de loin les bouchons en liège naturel.

Pour plus d'informations, consulter ce [lien](#).

Les critères de sélection du consommateur

Les consommateurs brésiliens choisissent leur vin en fonction des critères suivants, par ordre de priorité :

- le prix, sachant que le prix d'une bouteille de vin milieu de gamme dans ce pays se situait en 2021 entre 3,82 et 8,04 EUR avec un prix moyen s'établissant à 5,02 EUR (30,85R\$), en hausse sensible par rapport au prix moyen 2020.
- la couleur du vin ;
- le pays d'origine ;
- la saveur (suave, doux, demi-sec, sec etc.).

La majorité des Brésiliens n'ayant aucune connaissance en matière de vin, l'arbitrage se fait souvent sur le prix et le rapport qualité/prix. Les vins chiliens, argentins, italiens et portugais sont donc ceux qui rencontrent le plus de succès, mais plus de 73% des vins consommés en 2019 étaient des vins produits régionalement (VINEX, 2020).

Plus de 70% du vin dont le prix de vente est inférieur à 40 BRL (6,50 EUR) se vend en supermarchés tandis que les vins haut de gamme sont vendus dans des boutiques de luxe.

Les vins français bénéficient toujours d'une excellente réputation. Ils sont considérés comme les meilleurs vins, mais leur prix constitue encore un frein à l'achat pour la plupart des Brésiliens. Les vins français rencontrent surtout du succès auprès des classes les plus aisées, et la France a été l'un des rares pays à enregistrer un maintien de ses ventes vers le Brésil sur le long terme. Malgré les périodes de crise, les vins français restent en effet des indispensables pour une certaine partie de la population.



Production

CARACTÉRISTIQUES DU VIGNOBLE

Le vignoble brésilien s'étendait en 2020 sur près de 80.000 ha, en retrait de 1.000 ha sur l'année précédente, soit 1,10% de la surface mondiale des vignobles (Organisation internationale de la vigne et du vin - OIV, 2021). Ce vignoble a enregistré une croissance de 20% sur les 10 dernières années, mais celui-ci est en léger déclin depuis 2012 (91.000 ha).

Les **grandes régions viticoles au Brésil** sont :

L'Etat du Rio Grande do Sul qui concentre plus de 90% de la production de vin. La plupart des vignobles sont situés dans la "Sierra Gaúcha" et dans la "Vale dos Vinhedos". Les exploitations agricoles s'étendent sur plus de 65.000 hectares. Cette région regroupe plus de 700 industries vinicoles et plus de 13.000 propriétés vinicoles.

Sao Francisco River Valley qui est la deuxième région vinicole d'importance. La région connaît un climat désertique et pourtant, la production croît depuis plusieurs années. En effet, un système perfectionné d'irrigation a été mis en place et désormais les vignobles sont d'une qualité équivalente aux meilleurs vignobles européens. La région bénéficie d'un ensoleillement important (300 jours de soleil par an). Il existe actuellement 8 exploitations agricoles principales qui s'étendent sur 600 hectares et qui produisent environ 60.000 hectolitres par an.

Il existe également d'autres petites régions vinicoles qui produisent des vins de qualité inférieure car ils utilisent du raisin hybride, développé sous l'action des Etats-Unis. São Paulo (Jundiaí et São Roque), avec près de 10.000 hectares cultivés. Santa Catarina a 5.000 hectares de vignobles, concentrés la Valle del Rio do Peixe ; Paraná, 2.000 hectares ; Minas Gerais, 520 hectares.

Essentiellement de tradition allemande et italienne, on y retrouve aujourd'hui les cépages Riesling, Gewurztraminer mais aussi Tannat, Cabernet-Sauvignon et Gamay. Les vignobles de l'État de Santa Catarina bénéficient d'un terroir propice à l'élaboration de vins mousseux, certains vignobles de la région de São Joaquim produisent du vin de glace et des rosés.

Parmi les cépages rouges cultivés au Brésil, nous pouvons citer le Barbera, le Bonarda, le Cabernet et le Merlot. Au niveau des cépages blancs, les plus répandus sont le Trebbiano Poverella, le Malvasia, le Riesling et le Sémillon. Le Brésil dispose d'un climat sub-tropical très humide qui favorise la pourriture. Les producteurs ont donc favorisé des cépages résistants. C'est pour cette raison que seulement 30% de l'encépagement brésilien est couvert par le *vitis vinifera*.

Evolution des superficies du vignoble	2018	2019	2020
Superficie (1000 ha)	82,0	81,0	80,0
Part de la superficie du vignoble national dans la superficie du vignoble mondial (%)	1,1	1,1	1,1

Source : Eurostat, OIV Statistical Report 2021 ; OIV Statistical Report 2021

PRODUCTION

En 2020, le Brésil a été le 18ème pays producteur de vin au monde, stable sur 2010, alors qu'il était devenu le 20ème pour la première fois en 2016. C'est aussi le 5ème producteur mondial de l'hémisphère sud. Ces dix dernières années, la production annuelle de vin au Brésil a varié, selon les années, entre 200 et 350 millions de litres. Toutefois, 2016 aura marqué une forte chute de la production en raison des conditions climatiques, avec un recul de 51,8% à 130 millions de litres produits seulement. Cette tendance s'est inversée en 2017 avec une production de plus de 360 millions de litres, soit une hausse de plus de 230 millions de litres en un an. Toutefois, en 2018, la production aura baissé de 13,9% pour s'établir à 310 millions de litres. En 2019, cette baisse sera confirmée avec 200 millions de litres - une baisse particulièrement marquée de plus de 34%. En 2020, c'est de nouveau une baisse de 5% de la production qui aura été enregistrée avec 190 millions de litres ce qui représente au total 0,73% de la production mondiale (Organisation internationale de la vigne et du vin - OIV, 2021).

Les leaders de la production sont la [Cooperativa Vinícola Aurora](#), qui représentait plus de 8% des parts de marché en 2020 sur des vins moyen de gamme, et [Vinhos Salton SA Industria](#) sur des vins plus haut de gamme (Euromonitor International, 2020).

En terme de qualité, la plupart des vins brésiliens se situent plutôt au bas/moyen de gamme. Mais selon l' [Uvibra](#) (União Brasileira de Vitivinicultura), la qualité des vins est croissante. La production de vins effervescents se développe avec un taux de croissance de près de 25% ces dernières années. Ces vins effervescents ont gagné en qualité et donc en réputation, et la consommation domestique de ces vins est en augmentation.

Evolution de la production de vin	2018	2019	2020
Production de vin (milliers d'hectolitres)	3.100,0	2.000,0	1.900,0
Part de la production nationale de vin dans la production mondiale de vin (en %)	1,1	0,8	0,7

Source : OIV Statistical Report 2021

EXPORTATIONS

En 2020, le pays a exporté 5,21 millions de litres de vin pour une valeur totale de 8,29 millions USD (Comtrade, 2021). Entre 2018 et 2020, les exportations ont augmenté de plus de 12,5% en volume mais diminué de 7,8% en valeur, signe que les vins exportés ont été de bien moins bonne qualité et se sont vendus bien moins cher sur le marché, la hausse importante des exportations en volume s'étant traduite par une baisse de celles en valeur.

Entre 2018 et 2020, les exportations de vins embouteillés ont augmenté de plus de 13,1% en volume mais diminué de 19,9% en valeur et les exportations de vins effervescents ont augmenté de plus de 120% en volume et de plus de 83,8% en valeur.

La majorité des vins exportés en 2020 étaient des vins tranquilles embouteillés (82,9% du volume total). Les vins en vrac ne représentaient qu'environ 2,3% des exportations et les vins effervescents plus de 14,8%.

Evolution des exportations de vin

	2018	2019	2020
Total • Valeur (millions USD) • Volume (millions litres)	9,00 4,36	8,27 4,11	8,29 5,21
Vins tranquilles embouteillés • Valeur (millions USD) • Volume (millions litres)	7,40 3,82	6,04 3,23	5,93 4,32
Vins tranquilles en vrac • Valeur (millions USD)	n/a	n/a	n/a
Vins effervescents • Valeur (millions USD) • Volume (millions litres)	1,17 0,35	1,80 0,69	2,15 0,77

Source : Comtrade

Selon les dernières données disponibles de COMTRADE, les principaux clients du pays étaient : le Paraguay, les Etats-Unis, la Chine et la Colombie. Le Paraguay représentait à lui seul 64,1% du volume et 51,3% de la valeur des exportations de vin. Les Etats-Unis étaient le second client du pays en valeur (19,8% des parts de marché) et en volume (14,6% des parts de marché).

Le pays a vendu des vins de moins bonne qualité à destination du Paraguay, se négociant moins cher sur le marché puisque la part de marché de ce pays sur la valeur des exportations (51,3%) était inférieure à celle sur le volume (64,1%).

A l'inverse, le pays a vendu des vins de meilleure qualité à destination des Etats-Unis et de la Chine, se négociant plus cher sur le marché, puisque les parts de marché de ces pays sur la valeur des exportations (19,8% et 5,8% respectivement) dépassaient celles sur le volume (14,6% et 3,9% respectivement)

Les principaux clients en valeur

	Valeur (millions USD)	Part des exportations (%)
Paraguay	3,92	47,29
Etats-Unis	2,26	27,26
Chine	0,47	5,67
Haïti	0,47	5,67
Colombie	0,15	1,81
Autres	1,02	12,30
Total	8,29	100,00

Source : Comtrade

Note : données 2020

Les principaux clients en volume

	Volume (millions litres)	Part des exportations (%)
Paraguay	3,32	63,72
Etats-Unis	0,93	17,85
Haïti	0,40	7,68
Chine	0,15	2,88
Colombie	0,07	1,34
Autres	0,34	6,53
Total	5,21	100,00

Source : Comtrade

Note : données 2020

© Export Entreprises SA, Tous droits de reproduction réservés.

Dernières mises à jour en Septembre 2021


Importation
IMPORTATIONS

En 2020, le pays a importé 152,07 millions de litres de vin pour une valeur totale de 438,83 millions USD. Entre 2018 et 2020, les importations ont augmenté de plus de 30,5% en volume et de 11,8% en valeur, signe que les vins importés par le Brésil étaient de moins bonne qualité, se vendant moins cher sur le marché é, la hausse des importations en volume étant supérieure à celle en valeur.

Entre 2018 et 2020, les importations de vins embouteillés ont augmenté de 34,1% en volume et de 15,8% en valeur, les importations de vins en vrac ont diminué de plus de 60% en volume et de plus de 58,3% en valeur et les importations de vins effervescents ont diminué de plus de 25,2% en volume et de 35,3% en valeur.

La majorité des vins importés en 2020 (95,9% du volume) étaient des vins embouteillés. Les vins en vrac ne représentaient que 0,9% du volume des importations et les vins effervescents comptaient pour 3,2%.

Evolution des importations de vin

	2017	2018	2019
Total			
• Valeur (millions USD)	370,47	375,64	371,62
• Volume (millions litres)	161,65	119,14	120,34
Vins tranquilles embouteillés			
• Valeur (millions USD)	337,93	344,39	342,19
• Volume (millions litres)	133,01	108,81	113,15
Vins tranquilles en vrac			
• Valeur (millions USD)	0,13	0,11	0,11
• Volume (millions litres)	0,06	0,05	0,02
Vins effervescents			
• Valeur (millions USD)	31,11	29,53	27,80
• Volume (millions litres)	27,49	9,17	6,16

Source : Comtrade

Selon les dernières données disponibles de COMTRADE, les principaux fournisseurs du pays étaient : le Chili, l'Argentine, le Portugal et la France. Le Chili représentait à lui seul 44% du volume et 39,4% de la valeur des importations de vin. L'Argentine était le second fournisseur du pays en valeur (15,3% des parts de marché) et le Portugal le second en en volume (15,3% des parts de marché).

Le pays a acheté des vins de moins bonne qualité en provenance du Chili et du Portugal, se négociant moins cher sur le marché puisque les parts de marché de ces pays sur la valeur des importations (39,4% et 14% respectivement) étaient inférieures à celles sur le volume (44% et 15,3% respectivement).

A l'inverse, le pays a acheté des vins de meilleure qualité en provenance de l'Argentine et de la France, se négociant plus cher sur le marché puisque les parts de marché de ces pays sur la valeur des importations (15,3% et 10,3% respectivement) dépassaient celles sur le volume (14,4% et moins de 6% respectivement).

Les principaux fournisseurs en valeur

	Valeur (millions USD)	Part des importations (%)
Chili	186,97	42,61
Argentine	69,90	15,93
Portugal	68,49	15,61
Italie	37,03	8,44
France	34,76	7,92
Autres	41,68	9,49
Total	438,83	100,00

Source : Comtrade

Note : données 2020

Les principaux fournisseurs en volume

	Volume (millions litres)	Part des importations (%)
Chili	72,98	47,99
Portugal	23,72	15,60
Argentine	23,08	15,18
Italie	11,19	7,36
Espagne	8,59	5,65
Autres	12,51	8,22

	Volume (millions litres)	Part des importations (%)
Total	152,07	100,00

Source : Comtrade

Note : données 2020

IMPORTATIONS DE VIN FRANÇAIS

La France était en 2019 le quatrième fournisseur de vin en valeur du pays et ne faisait pas partie des cinq premiers en volume. En 2019, le pays a importé pour une valeur de 38,29 millions d'USD de vin français (Comtrade, 2020).

Les importations de vin français auront été en 2019 de 1.746,3 milliers de litres pour le vin blanc et de 3.204,1 milliers de litres pour le vin rouge, soit un total de 4.950,4 milliers de litres sur ces deux catégories (Douanes Françaises, 2020). Entre 2017 et 2019, ces importations ont diminué de plus de 25,3% en volume et de 13% en valeur (Douanes Françaises, 2020) ce qui montre que le pays a importé des vins de meilleure qualité en provenance de la France, se vendant à des prix plus importants sur le marché, la baisse des importations en volume étant supérieure à celle en valeur.

Imports de vin français

	2017	2018	2019
Total			
• Valeur (milliers d'euros)	24.605,0	19.239,0	21.398,9
• Volume (milliers de litres)	6.627,8	4.321,3	4.950,4
Blanc			
• Valeur (milliers d'euros)	5.468,0	4.767,0	6.099,8
• Volume (milliers de litres)	1.847,8	1.259,8	1.746,3
Rouge			
• Valeur (milliers d'euros)	19.137,0	14.472,0	15.299,1
• Volume (milliers de litres)	4.780,1	3.061,5	3.204,1

Source : Douanes françaises

Note : A partir de l'année 2019 les données communiquées par les Douanes françaises sur les importations de vin blanc et rouge français resteront incomplètes, suite à l'entrée en vigueur des nouvelles règles de confidentialité de la diffusion des statistiques NGP9. Depuis 2019 la diffusion des statistiques détaillées NGP9 est soumise à un contrôle strict de la confidentialité des données obligeant les Douanes de vérifier que pour chaque produit importé et/ou exporté, il n'y a pas un ou des opérateurs en situation dominante sur le flux considéré (soit moins de 3 opérateurs, soit un opérateur représentant plus de 85% du flux du produit).

© Export Entreprises SA, Tous droits de reproduction réservés.

Dernières mises à jour en Septembre 2021



PROCÉDURE D'IMPORTATION

Selon le canal par lequel l'exportateur souhaitera pénétrer le marché brésilien, la stratégie d'entrée sera différente. Toutefois, pour un marché aussi complexe et bureaucratique que le Brésil, un importateur est indispensable.

L'[importateur-grossiste](#) est celui qui connaît le mieux le marché brésilien : les conditions légales et les obstacles qui peuvent apparaître sur le chemin de l'exportation, les tendances dans les goûts du consommateur, etc. C'est l'importateur qui achète le produit à l'entreprise étrangère et qui se charge de le distribuer dans les différents réseaux, magasins, hôtels, restaurants, etc.

Il n'existe pas d'importateur en mesure de couvrir tout le territoire. La distribution d'un produit dans certaines régions élèvera alors le prix final par la sous-traitance d'entreprises de transport.

Seuls les importateurs enregistrés au [MAPA](#) (le ministère de l'Agriculture brésilien) peuvent importer des vins pour des opérations de promotion. L'exportateur, lui, devra demander au préalable une autorisation au Directeur de la Coordination de l'Inspection Végétale (CIV) en précisant les informations suivantes :

- le motif de la dégustation ;
- la destination (salon, dégustation, etc.) ;
- la date d'arrivée ;
- le port ou aéroport d'arrivée.

S'il l'accepte, le Directeur de la CIV pourra autoriser l'importation et délivrer, à l'arrivée de la marchandise, une licence d'importation, nécessaire au dédouanement des marchandises.

Au moment d'accéder au marché brésilien, il est fondamental que l'exportateur tienne compte des difficultés suivantes :

- le Brésil faisant partie du Mercosur, les vins européens sont donc désavantagés face aux vins chiliens ou uruguayens par l'application de droits de douanes ;
- le pays a un système fiscal lourd ;
- les démarches bureaucratiques sont souvent lentes et compliquées ;
- les grossistes, détaillants et intermédiaires pratiquent des marges élevées, ce qui augmente une fois de plus le prix du produit.

Le MAPA a changé la réglementation régissant les importations de vin en 2009, via [l'Instruction Normative no. 54/2009](#). Les établissements vinicoles sont exemptés d'enregistrement auprès du MAPA et de nouveaux formats ont été introduits pour les Certificat d'analyse et certificat d'origine concernant les boissons fermentées aseptisées, vinaigre et vin compris. Pour plus d'information consultez le site du [MAPA](#).

On pourra consulter une liste de certains des acteurs de l'importation et de la distribution sur ce [lien](#).

LIEUX DE VENTE

Ventes au détail

Les canaux de distribution se sont diversifiés dans ce pays. Le secteur de la vente de détail du vin aura représenté plus de 75% du total des ventes au Brésil en 2020, contre 25 % au secteur HORECA (Business France, 2021). Ils sont depuis 2016 les initiateurs de nouveaux actes de consommation qui contribuent fortement à la démocratisation de la consommation de vin dans le pays, prenant ainsi la place de l'approche élitiste des cavistes qui gagnaient la majorité des ventes. Principal canal de distribution, les supermarchés et les hypermarchés, représentent 38% des volumes commercialisés au Brésil. Viennent ensuite les ventes directes et à distance, les épiceries (moins d'un quart), et les établissements de vente sur site.

On dénombre quatre types de circuits de distribution pour la vente de détail de vin au Brésil :

- la vente en gros avec deux types d'entreprises : celles qui fonctionnent en libre service et les groupements d'achat et de redistribution (pour les magasins qui achètent en petite quantité). Les principales sont : [Atacadão, Martins...](#) ;
- le commerce de détail qui s'exerce dans les magasins spécialisés en produits importés, les "lojas de conveniência" (station service), les supermarchés de luxe, bars, hôtels et restaurants ;
- la grande distribution, avec des opérateurs de la grande distribution cherchant à développer la qualité de service de leur rayon vin en formant des vendeurs spécialisés. Les principaux distributeurs sont : [CBD](#) (Compagnie Brésilienne de Distribution) avec les enseignes [Pão de Açúcar](#) présentes dans tout le pays, [Extra, Carrefour, WalMart](#) (enseigne Hiper Bom Preço, Todo Dia et Big) et [Sonae Brasil](#) ;
- les épiceries fines et les supermarchés de luxe.

Ce sont des magasins spécialisés (plus de 20% du marché en 2020) qui s'adressent à une clientèle aisée. Ils sont peu nombreux mais sont des enseignes prestigieuses. On notera [Casa Santa Luzia](#), Total vinho, Ville du Vin, Winepro, Bacco ou encore Enoteca Fasano à São Paulo, et [Zona Sul](#), Enoteca Fasano, Bergut Vinho & Bistrô, Cavist Vinoteca & Restô, Enosfera ou encore l'Orangerie à Rio de Janeiro.

Enfin, il faut de noter que la crise sanitaire liée à la pandémie de la COVID-19 modifie profondément la distribution de vin dans ce pays. Même si à ce stade les informations et les données statistiques disponibles ne sont pas suffisantes pour fournir une prévision précise et anticiper le scénario futur, l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) spécifiait dès juillet 2020 que les retours d'informations fournis par ses pays membres reflétaient tous « un changement radical ou un transfert entre les canaux de distribution ». La crise fait ainsi fortement bouger les lignes entre les ventes de vin en commerce de détail, qui sont impactées à la baisse, les ventes en CHR - qui seront à nouveau marquées en 2021 par un puissant recul - et les ventes par correspondance caractérisées par une forte hausse des achats de vin sur Internet.

D'après l'OIV, la hausse des ventes de vin en supermarché au niveau mondial en 2020 a toutefois assez bien compensé la fermeture des acteurs du secteur CHR dans une grande majorité de pays (OIV, 2021). La Covid-19 a occasionné plusieurs types de transferts entre les canaux de distribution du vin : la consommation dans les bars et les restaurants - souvent fermés en fonction des différentes politiques de confinements des pays - s'est ainsi reportée sur les ventes dans la grande distribution ainsi que sur le commerce du vin sur Internet.

Ventes en café, hôtel, restaurant (CHR)

Le secteur des Cafés, Hôtels, Restaurants était en développement dans ce pays jusqu'en 2019. Il captait alors plus de 25% des ventes totales de vin au Brésil (Business France, 2020). Il est approvisionné dans sa quasi-totalité par les importateurs. Alors qu'il y a une dizaine d'années une minorité de restaurants possédait une carte de vins, aujourd'hui c'est une majorité des restaurants et hôtels de plus de deux étoiles qui offrent une vaste liste de vins. Le vin a en effet perdu son aspect snob

auquel il était associé dans le passé pour le consommateur moyen. Ce sont les vins argentins et chiliens qui sont prédominants sur ces cartes de vins.

Depuis 2019 il faut de noter que la crise sanitaire liée à la pandémie de la COVID-19 modifie profondément la distribution de vin dans ce pays. Même si à ce stade les informations et les données statistiques disponibles ne sont pas suffisantes pour fournir une prévision précise et anticiper le scénario futur, l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) spécifiait dès juillet 2020 que les retours d'informations fournis par ses pays membres reflétaient tous « un changement radical ou un transfert entre les canaux de distribution ». La crise fait ainsi fortement bouger les lignes entre les ventes de vin en commerce de détail, qui sont impactées à la baisse, les ventes en CHR - qui seront à nouveau marquées en 2021 par un puissant recul - et les ventes par correspondance caractérisées par une forte hausse des achats de vin sur Internet.

Dans le secteur des cafés, de l'hôtellerie et de la restauration, les cartes des vins se sont raccourcies, les stocks ont eu tendance à diminuer et les commandes au verre à augmenter depuis le début de la crise liée à la pandémie de la Covid 19. La commercialisation du vin a globalement souffert de la fermeture plus ou moins prononcée du secteur CHR en fonctions des politiques de confinement des différentes nations. En moyenne selon les pays, il est estimé qu'entre entre 20 et 35 % des restaurants risquent de ne pas survivre la crise et les ventes ne devraient revenir à des niveaux normaux, au niveau mondial, qu'en fin d'année 2021.

Ventes à distance

Le commerce du vin à destination des particuliers par expédition ne fait pas l'objet de statistiques précises sur ce pays. Il ne représente pas encore un segment majeur dans ce pays. Toutefois la vente directe est un canal de distribution de plus en plus important en volume.

On estime à 2,05 milliards le nombre d'acheteur en ligne en 2020, soit près de 25% de la population mondiale. Ce chiffre devrait atteindre 2,14 milliards en 2021 (Statista, 2020), ce qui représente un réservoir énorme de clients potentiels pour l'industrie viticole à travers le monde.

Avec une valeur de commande moyenne élevée, une pénétration qui reste encore faible (environ 5% du total des ventes au niveau mondial), un nombre moyen de bouteilles élevé par commande et une barrière à l'entrée minimale (ventes 24h/24, etc.), les ventes en ligne représentent de loin la plus grande opportunité pour les établissements vinicoles vendant directement au consommateur (WineDirect, 2020).

Si les revenus des points de vente dominent dans les régions émergentes avec près de 60% des ventes (dans ces marchés moins matures les clubs de vin peuvent ne pas être aussi développés que dans d'autres régions et les établissements vinicoles n'ont pas encore mis l'accent sur la croissance de leur présence en ligne ou sur la télévente), les commandes en ligne augmentent à mesure que les marchés arrivent à maturité.

La commercialisation du vin en ligne, qui aura représenté en 2016 près de 9,8 milliards USD au niveau mondial (Kedge Business School, 2017), est devenu un canal de distribution particulièrement important pour le commerce du vin : poussé par le développement du commerce électronique et la hausse de la consommation de vin en Asie, il aura représenté plus de 10 milliards USD en 2017 soit environ 5% du volume de vin commercialisé au niveau mondial. Si la vente en ligne est encore faible au Brésil, elle est toutefois en pleine croissance et dotée d'un fort potentiel. Ces ventes s'appuient sur le nombre croissant d'internautes dans le pays : plus de 150,4 millions de personnes en 2020 soit un taux de pénétration de plus de 67,4% (Digital Brazil, 2020). Les professionnels utilisent aussi ce mode de vente encore sous-exploité comme outils de promotion et comme moyen de toucher de nouveaux consommateurs.

Si la grande distribution est toujours le lieu d'achat privilégié des vins dans ce pays, il faut donc noter que les ventes en ligne continuent leur poussée. La typologie des acteurs du e-commerce de vin est à peu près la même partout (pure players généralistes ou spécialistes, grande distribution, vente directe en ligne, caviste en ligne, box et abonnement, ventes privées), mais en des proportions sensiblement différentes d'un pays à l'autre (Vin et Sociétés, 2018). Les sites privilégiés sont souvent ceux des producteurs, puis viennent les sites de cavistes et les sites de e-commerce. En 2021, le contexte COVID, l'attractivité du prix, les frais de livraison et la qualité de l'information sont les facteurs qui poussent les consommateurs à acheter sur Internet. Le web joue aussi un rôle de prescription accru en matière de vente de vin, en particulier chez les jeunes consommateurs. Un nombre grandissant d'acheteurs avertis suivent sur les réseaux sociaux des pages consacrées aux vins et spiritueux et une large majorité d'entre eux accordent une très grande importance aux informations qu'ils y trouvent. Enfin le téléchargement d'applications dédiées au vin sur smartphones ou tablettes ne cesse d'augmenter.

On estime que les ventes de vin sur Internet vont augmenter de 30% par an dans les années qui viennent. Un site d'achat en ligne assez complet, comme Wine.com.br, offre plus de 2000 références.

On notera notamment des acteurs comme Go Brazil Wines and Spirits.

Enfin, il faut noter que la crise sanitaire liée à la pandémie de la COVID-19 modifie profondément la distribution de vin dans ce pays. Même si à ce stade les informations et les données statistiques disponibles ne sont pas suffisantes pour fournir une prévision précise et anticiper le scénario futur, l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) spécifiait dès juillet 2020 que les retours d'informations fournis par ses pays membres reflétaient tous « un changement radical ou un transfert entre les canaux de distribution ». La crise fait ainsi fortement bouger les lignes entre les ventes de vin en commerce de détail, qui sont impactées à la baisse, les ventes en CHR - qui ont été marquées en 2020 par un puissant recul - et les ventes par correspondance caractérisées par une forte hausse des achats de vin sur Internet.

Sites e-commerce spécialisés

La commercialisation du vin sur Internet est entrée dans sa phase de maturité, même si elle peine encore à s'imposer dans certains pays. Au niveau mondial, les ventes de vins en ligne captent ainsi d'année en année un pourcentage croissant des parts de marché du commerce de détail. Une étude récente de l'IWSR prévoit que le commerce électronique de boissons alcooliques fera un bond en valeur de 42 % en 2021 sur les 10 principaux marchés de vente d'alcool en ligne. Sa valeur globale devrait atteindre 24 milliards de dollars (soit 19,8 milliards €) sur ces 10 pays, notamment sous l'effet de la pandémie qui a incité les consommateurs à faire leurs achats en ligne.

Cette croissance s'effectue en s'appuyant sur de nombreux vecteurs dont les forces varient d'un pays à l'autre et qui sont en pleine évolution. On citera principalement : les géants de l'e-commerce généraliste, les acteurs du e-commerce spécialisés dans la vente de vin, les enseignes de la grande distribution, les places de marché proposant du vin (comme [International Beverage Network](#), [Pro-Wine](#), ou [EC 21](#)), les cavistes, les ventes privées, les clubs proposant des formules de sélections de bouteilles par abonnements, les sites de ventes aux enchères de vin en ligne ou encore les marketplaces regroupant des vignerons.

Parmi les principaux sites d'e-commerce spécialisés dans la vente en ligne du vin au Brésil on peut notamment citer :

[Adega Curitibana](#)

[Boccati](#)

[Paodeacucar](#)

[Adegaalmeida](#)

PRIX PRATIQUÉS

Eléments constitutifs du prix

Lorsque le vin arrive au Brésil, il est soumis à [plusieurs taxes](#) :

- Les droits de douane s'élèvent à 20% de la valeur CIF
- l'IPI (taxe sur les produits industriels) qui varie selon le type de vin et la contenance : il est de 10% du prix CIF additionné des droits de douanes ;
- l'ICMS (taxe sur la circulation des marchandises et des services) : 17% du prix CIF additionné des droits de douanes, de l'IPI, du SISCOMEX, du CIDE, du PIS, du COFINS de l'AFRM, de l'ICMS et des autres droits de douane et dépenses ;
- le PIS (taxe pour le Programme d'Intégration Sociale) qui est de 2,1% de la valeur CIF et le COFINS (la taxe pour la Contribution au Financement de la Sécurité Sociale) de 9,65 de la valeur CIF% ;
- l'AFRMM (Maritime Merchant Renewal Fee) qui est de 25% du fret maritime.

Pour plus d'information sur les droits d'accise au Brésil ainsi que sur les composantes de la TVA dans ce pays, consulter ce [lien](#).

Eléments constitutifs du prix de vente d'un vin français

Les droits de douane s'élèvent à 20% de la valeur CIF (sauf pour la nomenclature 2204.21.00 où les droits de douanes sont de 27%). Pour plus d'informations sur les droits de douane, consultez le site [Market Access Database](#).

Aujourd'hui, les prix des vins exportés par la France comptent parmi les plus élevés au monde, ce qui traduit un positionnement sur des produits bien valorisés aux vues des évolutions que connaissent les prix moyens au litre depuis quinze ans. Sur le marché mondial du vin tranquille en bouteille, la France se place en première position en valeur sur la base des chiffres communiqués par la Fédération des exportateurs (FEVS).

Mais après cinq années de croissance ininterrompue, les exportations françaises de vins et spiritueux auront connu un coup d'arrêt brutal sous l'effet conjugué des taxes américaines imposées sur les vins français depuis fin 2019 et de la crise liée à la Covid-19. En recul de 13,9%, le chiffre d'affaires s'élevait en 2020 à 12,07 milliards d'euros, revenant au niveau de celui enregistré en 2016. Sur la base des chiffres communiqués par la Fédération des exportateurs (FEVS, 2021), les volumes expédiés auront reculé de 5,8% à 183,3 millions de caisses, conséquence directe de la fermeture de différents circuits de distribution imposée par le contexte sanitaire sur l'ensemble des marchés. Il s'agit du plus faible volume de vins et spiritueux exportés par la France depuis 2009. En particulier, les restrictions de commercialisation (sur les voyages, le retail et les CHR) et l'annulation des événements festifs ont entraîné en 2020 un net recul en volumes mais aussi en valeur de l'ensemble des types de vins exportés avec - 1,1 milliard € par rapport à 2019 (-11,3%) à 8,2 milliards d'euros (-5,1% en volume). On notera en particulier -20,5% en valeur pour le champagne et -8% pour les vins tranquilles AOC / AOP. Avec 131,9 millions de caisses, les volumes exportés régressent fortement (+5,1%).

Le prix moyen du litre de vin français commercialisé en 2019 sur ce marché aura été de 4,32 EUR (Douanes Françaises, 2020).

Prix de vente pratiqué sur le marché

Plus de 70% du vin dont le prix de vente est inférieur à 40 BRL (6,50 EUR) se vend en supermarchés tandis que les vins haut de gamme sont vendus dans des boutiques de luxe. Le prix d'une bouteille de vin milieu de gamme dans ce pays se situait en 2021 entre 3,82 et 8,04 EUR avec un prix moyen s'établissant à 5,02 EUR (30,85R\$). Une bouteille de vin de table de bonne qualité se paiera environ 11 EUR.

Nous vous proposons de [calculer votre prix de vente export vers ce pays](#).

MOYENS DE PROMOTION

Comme c'est très souvent le cas dans une démarche export, travailler en étroite collaboration avec son ou ses points d'entrée (importateurs, distributeurs, agents) reste la clé d'une réussite sur ce marché. La méconnaissance du vin au Brésil freine le produit sur le marché. C'est la raison pour laquelle les importateurs-distributeurs exigent la participation financière de l'exportateur dans les coûts de promotion et autres démarches visant à l'introduction des vins sur le territoire.

Ces activités de promotion sont le plus souvent les dégustations, les participations à des festivals ou à des salons professionnels ou à un autre type d'événements et les actions dans les supermarchés et points de vente (emplacement du produit en tête de gondole par exemple).

Le marketing se fait via la télévision, la radio, les magazines, et les supermarchés, ces derniers restant les premiers vendeurs de vin.

Il existe au Brésil des revues spécialisées sur le vin comme le [Vinho Magazine](#) ou le [Jornal Bon Vivant](#), moyens efficaces pour un producteur étranger de se faire connaître grâce à l'avis des spécialistes bien que le marché brésilien soit relativement nouveau et en expansion.

Indépendamment de l'avis des spécialistes, une autre technique de promotion qui doit être utilisée est celle des dégustations. Bien que ces événements soient actuellement assez nombreux au Brésil, leur originalité doit être renforcée pour ne pas perdre de leur intérêt. Afin de réveiller l'intérêt pour ce type de promotion, il est nécessaire de s'associer à des festivals gastronomiques, à de grands restaurants, etc.

Le salon international [Expovinis Brasil](#) a lieu tous les ans et est actuellement le principal événement spécialisé dans le secteur du vin. Il est donc indispensable pour un producteur étranger voulant se faire connaître au Brésil de participer à cet événement afin de rencontrer des importateurs, des distributeurs, des représentants, des sommeliers...

Le [Fispal](#) et le [Brasil Brau](#) (15-17 février 2022) sont des salons initialement destinés à l'industrie des services et des équipements du secteur alimentaire mais qui, aujourd'hui, ont un fort potentiel oeno-gastronomique. Le [Brasil Alimenta](#) est un salon international d'équipements et de technologie pour la viticulture et le secteur des boissons. Pour plus d'information consultez ce [lien](#).

Depuis le début de l'année 2020 et l'impact de la pandémie de Covid-19, la tenue des salons nationaux et internationaux est à quasiment l'arrêt et il sera donc important de se tenir informé de la reprise progressive de ces manifestations.

L'utilisation des réseaux sociaux est à considérer comme vecteur efficace de promotion dans ce pays.

Les salons spécialisés sur le vin

BRASIL BRAU, Água Funda, São Paulo - SP, 04329-100, 15 Février 2022
VINOTECH BRASIL, Bento Gonçalves - RS 95700-000, 26 Avril 2022
EXPOVINIS BRASIL, São Paulo, Juin 2022
MONDIAL DE LA BIÈRE RIO, Rio de Janeiro, RJ, 20081-250, Sep. 2022
EXPO SÃO ROQUE, São Roque - SP, Oct. 2022

Pour connaître l'ensemble des salons vins dans le monde, [consultez notre base de salons vin](#).

© Export Entreprises SA, Tous droits de reproduction réservés.
Dernières mises à jour en Septembre 2021



Réglementation

RÉGLEMENTATIONS À L'ENTRÉE

Pour pouvoir exporter du vin, l'exportateur doit suivre une procédure en deux étapes :

- S'affilier avec un importateur. Cet importateur doit être enregistré par la [Secretaria da Receita Federal](#) pour opérer en douane, le [DECEX](#) (Département du Commerce Extérieur du Ministère brésilien du Commerce), le [VIGIAGRO \(en portugais\)](#) (service du MAPA responsable des contrôles aux frontières) pour faire le dédouanement et auprès des services déconcentrés du MAPA pour œuvrer avec des boissons importées.

- Préparer les documents à fournir avant l'envoi des marchandises. L'exportateur devra par exemple envoyer la facture pro-forma à l'importateur et obtenir le certificat d'origine et d'analyse ainsi que, le cas échéant, tous les certificats spécifiques (certificat "boisson typique et traditionnelle", certificat d'indication géographique, certificat d'âge, sollicitation pour importation sans fins commerciales, certificat de produit biologique...). Pour chaque lot exporté, l'exportateur doit obtenir [un certificat d'origine et d'analyse](#) (COCA), de préférence en portugais (ou anglais). La partie "origine" doit être complétée et signée par une Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) ou par une interprofession. La partie "analyse" doit être émise par un laboratoire agréé ou un laboratoire habilité COFRAC reconnu par le Ministère brésilien de l'Agriculture. La liste des organismes habilités par les autorités brésiliennes à signer les parties "origine" et "analyse" du COCA est disponible sur [le site du MAPA](#). Il est important de signaler que la seule signature ne suffit pas sur les certificats combinés. Les nom, fonction complète, signature et tampon du signataire sont obligatoirement requis pour valider le certificat. De même, le certificat d'origine doit être signé par les services habilités du pays de production. Enfin, certains documents, qui devront être présentés par l'importateur pour le dédouanement des marchandises, doivent être préparés avant l'envoi de celles-ci. L'importateur sollicitera ainsi la licence d'importation - LI (non automatique pour les boissons) auprès du [SISCOMEX](#), qui doit être obtenue avant l'embarquement des marchandises (compter un délai maximum de 60 jours pour obtenir la LI). L'exportateur dispose alors de 90 jours maximum pour embarquer la marchandise.

Depuis 2009, il n'est plus nécessaire de faire agréer l'établissement producteur ou exportateur, ni même le produit, pour pouvoir exporter au Brésil.

Pour toutes informations complémentaires sur l'importation de vins et spiritueux au Brésil, consultez [le site de la DG du Trésor](#) ainsi que ce [site de la TTB](#) en anglais.

Pour plus de renseignements sur les différents documents nécessaires à l'exportation de vin vers ce pays, consultez le site [Market Acess Database](#).

Nous vous proposons de connaître [les droits de douane](#), [les documents d'accompagnement de vos marchandises](#) et les [taxes locales](#).

RÉGLEMENTATIONS SUR LE PRODUIT *

Dispositions communautaires Dans un souci d'harmonie communautaire, l'Union européenne prévoit un certain nombre de dispositions :

- Le règlement [n°1493/1999/CE](#), « portant organisation commune du marché vitivinicole », a pour objet de définir, au niveau de l'ensemble des pays de l'UE, une politique de production et de commercialisation des vins. Ce règlement a fait l'objet d'une série d'actes modificatifs. Les vins de l'UE étaient classés dans deux catégories au regard de cette réglementation : les vins de table et les vins de qualité produits dans une région déterminée (VQPRD). Depuis 2009, le VQPRD a été remplacé par les labels AOP (Appellation d'Origine Contrôlée) et IGP (Indication Géographique Protégée).

- Le [règlement n°1622/2000](#) fixe certaines modalités d'application du règlement (CE) n° 1493/1999 instituant un code communautaire des pratiques et traitements œnologiques.

- Le [règlement n°822/87 du 16 mars 1987](#) discipline la production vitivinicole et le commerce des vins dans toute l'Europe. Les vins produits avant le 1er août 2000 peuvent être commercialisés après cette date pour autant qu'ils satisfassent aux règles communautaires en vigueur avant cette date.

- Le [règlement n°466/2001](#) du 8 mars 2001 relatif aux contaminants fixe une teneur maximale en plomb de 0,2 mg par litre pour les vins tels que définis dans le règlement (CE) n° 1493/1999 du Conseil.

La nouvelle organisation commune du marché vitivinicole - la dernière OCM vitivinicole en date - est issue du [règlement \(CE\) n° 479/2008 du 29 avril 2008](#). Il s'agit de la sixième depuis l'organisation fondatrice adoptée par le règlement 24 du 4 avril 1962. Elle est entré en vigueur le 1er août 2008, à l'exception de l'intégration dans le régime du paiement unique (intervenu à compter du 1er janvier 2009) et des dispositions concernant les pratiques œnologiques, la protection des appellations d'origine, les indications géographiques et les mentions traditionnelles, l'étiquetage et la présentation (entres en vigueur à partir du 1er août 2009).

Ce règlement - dont certaines modalités d'application sont fixées par le [Règlement \(CE\) n°607/2009](#) de la Commission du 14 juillet 2009 est marqué par une double orientation vers davantage d'adaptation au marché mondial, par une harmonisation nationalement modulée et vers une progression de la réglementation horizontale se traduisant par l'extension des mécanismes de la PAC au secteur viticole.

En décembre 2013, le Parlement européen et le Conseil ont adopté une réforme qui harmonise, rationalise et simplifie les dispositions de la politique agricole commune (PAC). Pour le secteur du vin, les mesures et les méthodes adoptées lors de la réforme de 2008 ont été globalement maintenues.

Le 7 juillet 2016, à l'occasion d'une réunion de l'intergroupe Vin du Parlement européen, treize Etats membres ont adressé une note à la Commission européenne afin de lui demander de ne pas modifier les règles d'étiquetage concernant les appellations d'origine protégées du secteur viticole. Le Luxembourg figure parmi les signataires aux côtés des délégations d'Autriche, Chypre, Allemagne, Grèce, Espagne, France, Hongrie, Italie, Malte, Portugal, Slovénie et Slovaquie. Quatre autres Etats membres (Bulgarie, République tchèque, Roumanie et Croatie) se sont par la suite ralliés à l'initiative, portant à 17 le nombre d'Etats membres signataires, en date du 13 juillet 2016.

Pour plus d'informations sur la réglementation européenne sur le produit, consultez [le site de la Commission européenne](#).

Particularités nationales

On ne note aucune particularité nationale sur la réglementation du vin dans le pays. La réglementation nationale est disponible sur ce [site](#).

CONDITIONNEMENT *

Dispositions communautaires	<p>Conformément aux dispositions communautaires, les matériaux destinés à entrer en contact avec une denrée alimentaire doivent être fabriqués de telle sorte que dans les conditions normales ou prévisibles de leur emploi ils ne cèdent pas aux vins des constituants en une quantité susceptible de présenter un danger pour la santé et d'entraîner une modification de leur composition ou une altération de leurs caractères organoleptiques.</p> <p>Le règlement (CE) n°607/2009 de la Commission du 14 juillet 2009 fixe certaines modalités d'application du dernier règlement en date de l'organisation commune du marché vitivinicole en ce qui concerne les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées, les mentions traditionnelles, l'étiquetage et la présentation de certains produits du secteur vitivinicole. Il stipule notamment que le dispositif de fermeture des produits vitivinicoles ne doit pas être revêtu d'une capsule ou d'une feuille fabriquée à base de plomb.</p> <p>Ce règlement de 2009 a été amendé à plusieurs reprises.</p> <p>Les vins mousseux ne peuvent être commercialisés que dans des bouteilles de verre fermées à l'aide d'un bouchon champignon en liège ou en une autre matière admise au contact des denrées alimentaires, maintenue par une attache, pour les contenants d'un volume nominal supérieur à 0,20 litre.</p>
Particularités nationales	<p>Les vins et dérivés du vin doivent être commercialisés dans leur emballage original (toute modification de marque et de classe étant interdite) et doivent être conditionnés dans des récipients d'une contenance maximum de 5 litres. Il n'y a pas de limitation quant à la contenance minimale du flacon. Pour toutes informations complémentaires sur l'importation de vins et spiritueux au Brésil, consultez le site de la DG du Trésor.</p>

RÈGLES D'ÉTIQUETAGE *

Dispositions communautaires	<p>Le vin suit les normes européennes générales d'étiquetage comme la directive 2003/89/CE relative à l'étiquetage qui impose depuis le 25 novembre 2005 la déclaration des sulfites, définis comme substance allergène. Par conséquent, tous les vins originaires de l'Union Européenne doivent porter sur l'étiquette la mention « contient des sulfites » lorsque la teneur dans le produit est supérieure à 10mg/kg ou 10mg/litre exprimée en SO2.</p> <p>Le règlement (CE) n°607/2009 de la Commission du 14 juillet 2009 fixe certaines modalités d'application du dernier règlement en date de l'organisation commune du marché vitivinicole en ce qui concerne les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées, les mentions traditionnelles, l'étiquetage et la présentation de certains produits du secteur vitivinicole.</p> <p>Le règlement d'exécution (UE) n° 579/2012 de la commission du 29 juin 2012 modifie le règlement (CE) n° 607/2009 fixant certaines modalités d'application du règlement (CE) n° 479/2008 du Conseil. Le règlement propose un ensemble de règles, notamment en ce qui concerne l'obligation d'indiquer sur l'étiquetage des boissons titrant plus de 1,2 % d'alcool en volume, tout ingrédient potentiellement allergénique en particulier les produits à base d'œuf ou à base de lait utilisés dans l'élaboration des vins.</p> <p>Pour plus d'informations sur les règles d'étiquetage avec les mentions obligatoires et facultatives à apposer sur une étiquette, consultez le portail de l'Union européenne.</p>
Particularités nationales	<p>Les exigences brésiliennes en matière d'étiquetage sont déterminées par les normes RDC 259 du 20/09/02, les lois 7678 du 08/11/88 et 8918 du 14/07/94 et les décrets 8 198 du 20/02/14 et 6871 du 04/06/09 et décrites dans l'annexe 1. Toutes les obligations d'étiquetage doivent apparaître en portugais. Les producteurs privilient cependant l'apposition d'une contre-étiquette en portugais contenant les informations requises, en laissant l'étiquette originelle rédigée dans la langue d'origine. Pour plus d'informations sur les règles d'étiquetage avec les mentions obligatoires et facultatives à apposer sur une étiquette, consultez ce lien.</p>

AUTRES RÉGLEMENTATIONS

Le 5 octobre 2015, l'Agence Nationale de Vigilance Sanitaire ([Agência Nacional de Vigilância Sanitária](#), ANVISA) a lancé une consultation publique relative à l'adoption d'un règlement technique portant sur les additifs alimentaires et les co-adjuvants autorisés dans le vin. A l'issue de cette consultation, il a été annoncé qu'une [nouvelle liste des additifs et co-adjuvants acceptés](#) dans le pays entrerait en vigueur. L'âge légal pour consommer de l'alcool est de [18 ans](#).

PRINCIPAUX TERMES VITIVINICOLES

Terme	Traduction
Vin de table	Vinho de mesa
Embouteilleur	Engarrafador
Mis en bouteille par	Engarrafado por
Conditionneur	Acondicionador
Conditionné par	Acondicionado por
Mis en bouteille pour	Engarrafado para
Conditionné pour	Acondicionado para
Viticulteur	Viticultor
Récolté par	Colhido por
Négociant	Comerciante
Distribué par	Distribuido por
Importateur	Importador
Importé par	Importado por

Terme	Traduction
Vin obtenu en ... à partir de raisins récoltés en ...	Vinho obtido em ... a partir de uvas recolhidas em ...
Mélange de vins de différents pays de la Communauté européenne	Mistura de vinhos de diferentes países da Comunidade Europeia
France	França
Vin mousseux	Vinho espumante
Vin mousseux gazéifié	Vinho espumante gaseificado
Vin mousseux de qualité	Vinho espumante de qualidade
Vin mousseux aromatique de qualité	Vinho espumante aromatizado de qualidade
Obtenu par adjonction d'anhydride carbonique	Obtido por adição de anidrido carbônico
Sec	Seco
Demi-sec	Meio seco
Doux	Doce
Vin de liqueur	Vinho licoroso
UE	UE
Issu de produits de différents pays de la Communauté européenne	Proveniente de produtos de diferentes países da Comunidade Europeia

(*) Les dispositions communautaires s'appliquent à l'ensemble des vins exportés quelque soit le pays de destination. La réglementation nationale du pays de destination est à respecter en sus, le cas échéant.

© Export Entreprises SA, Tous droits de reproduction réservés.

Dernières mises à jour en Septembre 2021

Les marchés du vin dans le monde

[Retour à la page précédente](#)

Pays	Consommation	Consommation par couleur	Profil de la cible	Réseau de distribution	Droits d'entrée	Production	Importations	Importations de vin français
Afrique du Sud	3.100 mhl 7,4 l/hab 1,3%*	40,0% 44,1% 15,9%	★★★	🛒 70,0% 🍴 30,0% ⟳ -	👤 0 💶 287 ZAR/hl	10.400 mhl 4,0%* 335,5%**	48 mhl 1,5%**	7 mhl 3,1%***
Allemagne	19.800 mhl 27,5 l/hab 8,5%*	43,0% 44,0% 13,0%	★★★	🛒 76,0% 🍴 21,0% ⟳ 3,0%	👤 0 💶 0	8.400 mhl 3,2%* 42,4%**	14.193 mhl 71,2%**	2.089 mhl 14,3%***
Argentine	9.400 mhl 27,6 l/hab 4,0%*	77,0% 18,0% 2,0%	★★★	🛒 20,0% 🍴 30,0% ⟳ 50,0%	👤 20% de CIF 💶 0,5% sur CIF	10.800 mhl 4,2%* 114,9%**	3 mhl 0,0%**	1 mhl 24,3%***
Australie	5.700 mhl 27,8 l/hab 2,4%*	38,0% 50,5% 11,5%	★★★	🛒 70,0% 🍴 20,0% ⟳ 10,0%	👤 5% de FOB + 81,05 AUD / litre d'alcool pur 💶 Wine Equalisation Tax (WET) : 29% de la valeur en gros	10.600 mhl 4,1%* 186,0%**	1.218 mhl 21,4%**	217 mhl 20,5%***
Autriche	2.300 mhl 29,9 l/hab 1,0%*	37,6% 61,3% 1,1%	★★★	🛒 70,0% 🍴 27,0% ⟳ 3,0%	👤 0 💶 0	2.400 mhl 0,9%* 104,3%**	746 mhl 32,4%**	38 mhl 6,4%***
Belgique	2.600 mhl 26,9 l/hab 1,1%*	40,0% 30,0% 18,0%	★★★	🛒 72,0% 🍴 25,0% ⟳ 3,0%	👤 0 💶 74,9086 €/hl	19 mhl - -	2.606 mhl 115,4%**	1.127 mhl 41,3%***
Brésil	4.300 mhl 2,6 l/hab 1,8%*	75,0% 23,0% 2,0%	★★★	🛒 49,0% 🍴 16,0% ⟳ 35,0%	👤 27% de CIF 💶 40% sur CIF (sales tax)	1.900 mhl 0,7%* 44,2%**	1.521 mhl 35,4%**	68 mhl 5,8%***
Canada	4.400 mhl 13,9 l/hab 1,9%*	53,2% 40,0% 6,8%	★★★	🛒 60,0% 🍴 40,0% ⟳ -	👤 1,87 CAD/hl 💶 62 CAD/hl	710 mhl 0,3%* 16,1%**	- 102,3%**	- -
Chili	1.800 mhl 9,4 l/hab 0,8%*	68,0% 29,0% 3,0%	★★★	🛒 75,0% 🍴 15,0% ⟳ -	👤 0 💶 15% CIF	10.300 mhl 4,0%* 572,2%**	26 mhl 1,4%**	3 mhl 12,4%***
Chine	12.400 mhl 1,0 l/hab 5,3%*	72,0% 27,0% 1,0%	★★★	🛒 43,0% 🍴 37,0% ⟳ 20,0%	👤 14% de CIF 💶 10%	6.600 mhl 2,5%* 53,2%**	4.302 mhl 34,7%**	1.005 mhl 23,8%***
Corée du sud	495 mhl 1,0 l/hab 0,2%*	75,0% 22,0% 3,0%	★★★	🛒 70,0% 🍴 30,0% ⟳ -	👤 0 💶 30%	10 mhl - 2,0%**	541 mhl 109,4%**	71 mhl 14,4%***
Danemark	1.911 mhl 33,0 l/hab 0,8%*	68,0% 26,0% 6,0%	★★★	🛒 65,9% 🍴 21,6% ⟳ 12,5%	👤 0 💶 6%-15% vol : 155,62 €/hl ; 15%-22% vol : 208,43 €/hl.	- - -	2.069 mhl 108,2%**	270 mhl 13,2%***
Espagne	9.600 mhl 23,9 l/hab 4,1%*	73,0% 21,0% 6,0%	★★★	🛒 52,0% 🍴 40,0% ⟳ 8,0%	👤 0 💶 0	40.700 mhl 15,7%* 423,9%**	1.027 mhl 10,7%**	74 mhl -
Etats-Unis	33.000 mhl 12,2 l/hab 14,1%*	46,0% 44,0% 10,0%	★★★	🛒 62,0% 🍴 23,5% ⟳ 14,5%	👤 6,3 USD/hl 💶 0,21 cents/l - 6,3 cents/l - 8,4 cents/l - 22,4 cents/l selon %vol et taille	22.800 mhl 8,8%* 69,1%**	12.310 mhl 37,3%**	1.594 mhl 14,7%***

Pays	Consommation	Consommation par couleur	Profil de la cible	Réseau de distribution	Droits d'entrée	Production	Importations	Importations de vin français
Finlande	621 mhl 11,2 l/hab 0,3%*	44,0% 52,9% 3,1%	★★★	🛒 83,0% 🍴 12,0% ⟳ 5,0%	✉ 0 € 339 €/hl	- - -	782 mhl 100,0%**	40 mhl -
Hong Kong	235 mhl 3,7 l/hab 0,1%*	82,7% 12,3% 5,0%	★★★	🛒 64,0% 🍴 36,0% ⟳ -	✉ 0 € 0	- - -	347 mhl 147,7%**	90 mhl 24,7%***
Inde	300 mhl 0,0 l/hab 0,1%*	59,0% 38,0% 3,0%	★★★	🛒 75,0% 🍴 25,0% ⟳ -	✉ 150% de CIF € 12,5%	141 mhl 0,1%* 46,9%**	30 mhl 10,1%**	3 mhl 11,4%***
Irlande	1.030 mhl 20,8 l/hab 0,4%*	46,0% 48,0% 6,0%	★★★	🛒 36,8% 🍴 25,0% ⟳ 38,2%	✉ 0 € 5,5% - 15% vol : 424,84 €/hl ; >15% vol : 616,45 €/hl.	- - -	1.294 mhl 125,7%**	156 mhl 12,5%***
Italie	24.500 mhl 46,6 l/hab 10,5%*	48,0% 46,0% 6,0%	★★★	🛒 63,0% 🍴 18,6% ⟳ 18,4%	✉ 0 € 0	49.100 mhl 18,9%* 200,4%**	1.572 mhl 5,0%**	248 mhl 14,5%***
Japon	3.500 mhl 3,1 l/hab 1,5%*	58,0% 36,0% 6,0%	★★★	🛒 48,0% 🍴 48,0% ⟳ 4,0%	✉ 15% de CIF, pas moins de 67 JPY, pas plus de 125 JPY € 7.000 JPY/hl	158 mhl 0,1%* 4,5%**	2.592 mhl 74,3%**	595 mhl 23,2%***
Lituanie	370 mhl 13,6 l/hab 0,2%*	62,0% 31,0% 7,0%	★★★	🛒 70,0% 🍴 30,0% ⟳ -	✉ 0 € 72,12 €/hl	69 mhl - 18,6%**	945 mhl 255,3%**	198 mhl 22,0%***
Luxembourg	368 mhl 58,7 l/hab 0,2%*	57,0% 32,0% 11,0%	★★★	🛒 60,0% 🍴 40,0% ⟳ -	✉ 0 € 0	100 mhl 0,0%* 27,2%**	339 mhl 92,1%**	118 mhl 33,6%***
Mexique	1.289 mhl 1,0 l/hab 0,5%*	68,2% 29,3% 2,5%	★★★	🛒 36,1% 🍴 63,9% ⟳ -	✉ 0 € 25% jusqu'à 13,5% vol.	1.280 mhl 0,5%* 99,3%**	- 71,0%**	34 mhl -
Moldavie	310 mhl 7,6 l/hab 0,1%*	58,0% 32,0% 10,0%	★★★	🛒 60,0% 🍴 40,0% ⟳ -	✉ 0,3 EUR/l € 0,4%	1.200 mhl 0,5%* 387,1%**	17 mhl 0,5%**	3 mhl 17,6%***
Nigéria	650 mhl 0,3 l/hab 0,3%*	50,0% 40,0% 10,0%	★★★	🛒 - 🍴 20,0% ⟳ -	✉ 20% de CIF € 20%	- - -	243 mhl 37,4%**	3 mhl 1,2%***
Norvege	951 mhl 19,4 l/hab 0,5%*	58,6% 37,2% 4,2%	★★★	🛒 65,0% 🍴 30,0% ⟳ 5,0%	✉ 0 € 476 NOK/hl	8 mhl - 0,8%**	1.115 mhl 117,2%**	227 mhl 21,0%***
Nouvelle-Zélande	940 mhl 19,5 l/hab 0,4%*	45,0% 45,0% 10,0%	★★★	🛒 82,0% 🍴 18,0% ⟳ -	✉ 0 € 283,20 NZD/hl	3.300 mhl 1,3%* 351,1%**	473 mhl 50,3%**	31 mhl 7,1%***
Pays-Bas	3.500 mhl 24,2 l/hab 1,5%*	43,0% 44,0% 13,0%	★★★	🛒 82,0% 🍴 15,0% ⟳ 3,0%	✉ 0 € 88,36 €/hl	3 mhl - -	4.518 mhl 134,3%**	1.004 mhl 23,3%***
Pérou	1.000 mhl 3,0 l/hab 0,4%*	83,0% 11,2% 5,8%	★★★	🛒 60,0% 🍴 40,0% ⟳ -	✉ 0 € 20%	750 mhl 0,3%* 75,0%**	109 mhl 10,9%**	2 mhl 1,7%***
Pologne	1.179 mhl 3,1 l/hab 0,5%*	41,0% 55,0% 4,0%	★★★	🛒 96,0% 🍴 4,0% ⟳ -	✉ 0 € 37,21 €/hl	58 mhl - 4,9%**	1.420 mhl 120,4%**	124 mhl 9,5%***
Portugal	4.600 mhl 51,9 l/hab 2,0%*	59,0% 35,0% 6,0%	★★★	🛒 48,0% 🍴 31,0% ⟳ 21,0%	✉ 0 € 0	6.400 mhl 2,5%* 139,1%**	2.712 mhl 58,7%**	14 mhl 0,5%***
République Tchèque	2.100 mhl 23,2 l/hab 0,9%*	29,0% 61,0% 10,0%	★★★	🛒 90,0% 🍴 10,0% ⟳ -	✉ 0 € 0	645 mhl 0,2%* 35,5%**	1.801 mhl 85,8%**	114 mhl 6,9%***

Pays	Consommation	Consommation par couleur	Profil de la cible	Réseau de distribution	Droits d'entrée	Production	Importations	Importations de vin français
Royaume Uni	13.300 mhl 23,8 l/hab 5,7%*	🍷 42,0% 🥂 45,0% 🍸 13,0%	★★★	🛒 77,0% 🍴 12,0% ⟳ 11,0%	FTA 0 € 85,60 - 370,41 GBP/hl selon volume et type	150 mhl 0,1%* 1,1%**	14.004 mhl 109,8%**	1.913 mhl -
Russie	12.400 mhl 8,6 l/hab 4,4%*	🍷 47,0% 🥂 48,0% 🍸 5,0%	★★★	🛒 60,0% 🍴 10,0% ⟳ 30,0%	FTA 14,4% de CIF € 70 €/hl	4.400 mhl 1,7%* 35,5%**	6.572 mhl 34,0%**	650 mhl 9,9%***
Singapour	123 mhl 2,1 l/hab 0,1%*	🍷 51,0% 🥂 39,0% 🍸 10,0%	★★★	🛒 66,0% 🍴 31,0% ⟳ 3,0%	FTA 0 € 8.800 SGD/hl	- - -	1.217 mhl 990,2%**	787 mhl -
Suede	2.200 mhl 27,0 l/hab 0,9%*	🍷 49,0% 🥂 42,5% 🍸 7,6%	★★★	🛒 88,0% 🍴 10,0% ⟳ 2,0%	FTA 0 € 268,47 €/hl	- - -	1.940 mhl 100,0%**	391 mhl 15,7%***
Suisse	2.600 mhl 35,7 l/hab 1,1%*	🍷 55,0% 🥂 33,0% 🍸 12,0%	★★★	🛒 62,5% 🍴 20,0% ⟳ 17,5%	FTA 0-50 CHF/100 gross kilogram € 0	834 mhl 0,3%* 30,1%**	1.831 mhl 70,4%**	397 mhl -
Thaïlande	1.303 mhl 1,5 l/hab 0,6%*	🍷 82,0% 🥂 17,0% 🍸 1,0%	★★★	🛒 - 🍴 40,0% ⟳ -	FTA 60% de CIF € 60%	12 mhl - 0,9%**	112 mhl 8,5%**	20 mhl 28,9%***
Vietnam	153 mhl 0,2 l/hab 0,1%*	🍷 69,0% 🥂 30,0% 🍸 1,0%	★★★	🛒 - 🍴 - ⟳ -	FTA 50% de CIF € 30%	1 mhl - 0,6%**	58 mhl 37,8%**	12 mhl 25,5%***

mhl : milliers d'hectolitres l/hab : litres par habitants

🍷 : vin rouge 🥂 : vin blanc 🥃 : rosé

★★★ : spécialiste ★★★ : consommateur aguerri ★★★ : nouveau consommateur

🛒 : grandes surfaces 🍽️ : hôtels/restaurants ⟳ : autres circuits Mp : monopole de distribution

FTA : droits de douanes € : droits d'accises

* : part mondiale ** : en % de la consommation *** : en % des importations

Sources : AWBC, ICEX, IWSR, Market Access Database, Comtrade.

Dernière mise à jour: 2021

