

No.19/ março, São Paulo

[#anufoodbrazil](#)

## Vinhos e destilados estão entre as oportunidades para as marcas próprias, já em alta no exterior



*Na ANUFOOD Brazil 2022, que acontece de 12 a 14 de abril em São Paulo, expositores e workshops vão destacar novas possibilidades para varejistas atuarem ainda mais com produtos Private Label*

Foi-se o tempo em que as marcas próprias do varejo nacional resumiam-se a produtos genéricos, capazes de causar receio ao consumidor. Os brasileiros aprenderam a confiar nas chamadas *Private Labels*, que têm se sofisticado e desbravado novas fronteiras, porém mantendo o trunfo dos preços 20% menores, em média, que os das marcas tradicionais. Oportunidades e tendências nessa área serão mostradas na ANUFOOD Brazil 2022 - 3ª Feira Internacional para o Setor de Alimentos e Bebidas, que acontece de 12 a 14 de abril em São Paulo.

“As vendas das marcas próprias evoluíram bastante nos últimos anos. O crescimento em 2021 foi de quase 16%, gerando uma movimentação de R\$ 12 bilhões somente entre os nossos associados”, relata Neide Montesano, presidente da ABMAPRO (Associação Brasileira de Marcas Próprias e Terceirização). De acordo com o GPA, um dos maiores grupos varejistas do Brasil, oito em cada dez clientes de suas redes de supermercados adquirem algum produto de marca própria - especialmente alimentos, cujo sortimento já alcança 5,6 mil itens.

Segundo a presidente da ABMAPRO, o desempenho positivo tende a se manter frente às altas nos preços e à maior racionalidade da população nas compras. “Produtos de marca própria não apenas evitam que os consumidores abram mão de hábitos, como podem até possibilitar o acesso a novas categorias”, afirma Neide. Ela vê potencial, por exemplo, para os varejistas intensificarem ainda mais o trabalho com rótulos próprios de vinhos e espumantes, aproveitando o cenário favorável.

De acordo com a União Brasileira de Vitivinicultura (Uvibra), as vendas de vinhos nacionais cresceram 11,43% em 2021, alcançando 27 milhões de litros. As de espumantes, por sua vez, chegaram a 30 milhões de litros. “Já temos alguns bons exemplos de vinhos de marcas próprias no país, que são até líderes de vendas em redes importantes. Mas existe potencial para essa estratégia crescer muito mais”, acredita a presidente da ABMAPRO.

É essa a aposta da **California Dreaming Wine**, que levará à ANUFOOD Brazil 2022 o seu pilar de negócio de rótulos customizados. A empresa brasileira, fundada há dois anos, quer difundir no varejo nacional vinhos importados numa faixa intermediária de preços, porém de qualidade elevada. Os produtos, de variedades como Zinfandel, Cabernet Sauvignon, Pinot Noir e Chardonnay, são fabricados por sua coirmã, a **Next Wine Company**, situada em Lodi, em pleno pólo vinícola californiano. A vinícola

atua há 14 anos com vinhos para marcas próprias, tendo desenvolvido nesse período mais de 200 rótulos. Hoje, atende a clientes em marcas próprias em mais de trinta países.

“A Califórnia é a quarta maior região produtora de vinhos no mundo, todos eles com um *terroir* bem típico, de muita qualidade. Esses produtos precisam estar ao alcance do consumidor brasileiro a preços competitivos”, afirma Luiz Sacha da Cunha, diretor da California Dreaming Wine. O executivo antecipa que as primeiras parcerias no Brasil deverão estreitar nas gôndolas em até dois meses. “O segmento de Private Labels deverá acompanhar a tendência de crescimento do mercado de vinhos. Este avanço poderá surpreender, haja vista a importância que esses produtos estão ganhando nas gôndolas e a rentabilidade que representam para os diversos canais de distribuição”, afirma Cunha.

### Uísques e conhecimento

Bebida destilada de marca própria também pode ser um bom negócio? Para a **Brave New Spirits**, não há dúvidas de que sim. A empresa oferece uísques produzidos e engarrafados na Escócia para Private Labels de varejistas de todo o mundo. Dezenas de clientes já são atendidos na Europa, na Ásia e na Austrália, e a intenção é fechar negócios no Brasil e na América Latina.

A linha de produtos é diversificada, oferecendo desde uísques single malt bastante envelhecidos de destilarias renomadas até blended scotchs, todos com relação custo/benefício atraente. O pedido mínimo padrão é de 12 mil garrafas, mas certas modalidades de contrato podem fazer a quantidade cair para 3 mil garrafas. “Existem muitas empresas interessadas em destilados de marcas próprias. Mas muitas desistem por não saber como dar os primeiros passos. Nós queremos compartilhar esse conhecimento e estabelecer verdadeiras parcerias, sendo mais do que fornecedores”, afirma Tomek Weselik, diretor de exportações da Brave New Spirits.

Ao longo da ANUFOOD Brazil 2022, a Brave New Spirits e a California Dreaming Wines participarão de uma série de [workshops sobre Tendências Globais em Private Label](#), apresentando casos de sucesso e compartilhando perspectivas do mercado mundial de marcas próprias. “Em certos países da Europa, as marcas próprias chegam a representar 70% dos produtos oferecidos em supermercados e outras lojas. É uma cultura consolidada. No Brasil, temos redes supermercadistas que já implementaram uma estratégia focada em ampliar a quantidade de SKUs de marca própria, e outras que ainda não se aventuraram muito. Com esses workshops na ANUFOOD Brazil 2022, esperamos mostrar aos varejistas brasileiros novas ideias para linhas de marca própria e reforçar o ‘caminho das pedras’ para implementar uma estratégia para essas categorias (vinho e destilados), para que possam ampliar a rentabilidade do negócio e fidelizar ainda mais os seus cliente”, afirma Michael Fine, gerente da ANUFOOD Brazil.

### WORKSHOP: Global Trends in Private Label

Data: 13/04

Local: NEXT Food Spotlight (Estande E350)

Público-alvo: Varejo

**14h - 15h Opportunities for Private Label in Wine Category - California Dreaming Wines \***

Palestrantes: Jeff Hansen, CEO NextWine Co.

Apoio: Sacha Cunha, Managing Director, CDWines (part of NextWine Co.)

**15h - 16h30: Opportunities for Private Label in Spirits Category - Brave New Spirits \***

Palestrantes: Alexander Springenguth, Managing Director, Brave New Spirits -

Tomek Weselik - Export Director, Brave New Spirits

*(\*) Palestras em inglês.*

**Serviço:**

**ANUFOOD Brazil**

**Data:** Abril 12-14, 2022

**Horário:** 10h - 19h

**Local:** São Paulo Expo

**Endereço:** Rodovia dos Imigrantes Km 1,5 - Vila Água Funda, São Paulo - SP

**Parceiros Estratégicos:** ABIA, ABIR, APEX-BRASIL, EMBRAPA, FGV EUROPE e ITAL.

**Parceiro Social:** Gerando Falcões

**Sobre a ANUFOOD Brazil** - A ANUFOOD Brazil é organizada pela **Koelnmesse Brasil** em parceria com duas unidades da Fundação Getulio Vargas (FGV), a **FGV Europe** e a **GV Agro**, dedicando o devido espaço a toda diversidade das atividades relacionadas ao agronegócio e à indústria alimentícia e de bebidas. Dessa forma, compradores nacionais e internacionais terão a oportunidade de se encontrar em um mesmo local para realizar negócios, além de ter contato com as inovações da indústria. O evento acontece de 12 a 14 de abril de 2022, no São Paulo Expo, em São Paulo.

**Mais informações:** [www.anufoodbrazil.com.br](http://www.anufoodbrazil.com.br)

**Sobre a Koelnmesse - Global Competence in Food and FoodTec:** A Koelnmesse é líder internacional na implementação de feiras de alimentos e serviços e produtos relacionados a processamento de alimentos e bebidas. Feiras como a Anuga, a ISM - Feira Internacional de Doces e Biscoitos e a Anuga FoodTec são reconhecidas em todo mundo como líderes absolutas em seus setores. A Koelnmesse também organiza feiras líderes no setor de alimentos e bebidas em outros mercados emergentes no mundo todo, tais como: Brasil, China, Índia, Itália, Japão, Tailândia, Estados Unidos e Emirados Árabes Unidos. Com estas atividades globais, a Koelnmesse oferece aos seus clientes um completo portfólio de eventos qualificados, em diferentes mercados, que garantem uma rede de negócios sustentável e internacional.

**Mais informações:** <https://www.anuga.com/fair/industry-trade-fairs/>

**Os próximos eventos da Koelnmesse:**

**ISM Japan** - The dedicated showcase for Sweets & Snacks in Japan, Tóquio 13.04 - 15.04.2022

**Wine & Gourmet** - International Wine, Beer, Spirits, Gourmet Food and Bar Exhibition & Conference, Tóquio 13.04 - 15.04.2022

**ANUFOOD China** - The leading food & beverage exhibition for Southern China, Shenzhen 20.04 - 22.04.2022

**Nota aos editores**

- Fotos da ANUFOOD Brazil estão disponíveis para download no site

<https://www.anufoodbrazil.com.br/galeria-de-fotos/>

- Vídeos da ANUFOOD Brazil estão disponíveis para acessar no site

<https://www.anufoodbrazil.com.br/galeria-de-videos/>

**ANUFOOD Brazil nas redes sociais:**

**Facebook:** facebook.com/anufoodbrazil

**Instagram:** @anufoodbr

**LinkedIn:** <https://www.linkedin.com/company/anufood-brazil/>

**Youtube:** [https://www.youtube.com/channel/UCebO5\\_epuMPam5T6hBHVOjQ](https://www.youtube.com/channel/UCebO5_epuMPam5T6hBHVOjQ)

**Informações para imprensa:**

2PRÓ Comunicação - Koelnmesse Brasil

Teresa Silva - [teresa.silva@2pro.com.br](mailto:teresa.silva@2pro.com.br)

Myrian Vallone - [myrian.vallone@2pro.com.br](mailto:myrian.vallone@2pro.com.br)

(11) 3030-9463 | 99228-7836

[www.2pro.com.br](http://www.2pro.com.br)