

Um  
mundo de  
oportunidades

Volume 4  
Origem: vegetal

# AGRO INSIGHT



# Institucional

**LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA**

Presidente da República

**CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO**

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

**IRAJÁ REZENDE DE LACERDA**

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

**GUILHERME CAMPOS JÚNIOR**

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

**CARLOS GOULART**

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

**LUIS RUA**

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

**PEDRO ALVES CORRÊA NETO**

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

**CARLOS ERNESTO AUGUSTIN**

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

**CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS**

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

4ª edição. Ano 2025

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

**Editorial:**

Priscilla Burmann

João Huguenin

**Coordenação:**

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jennyra Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Marcel Moreira

Filipe Guerra

**Equipe técnica:**

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Panilla

Daniela de Moraes Aviani

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virginia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efrem Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

Leandro Antunes

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original ([www.gov.br/agricultura](http://www.gov.br/agricultura)).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

# Resumo



O Agrolnsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o Agrolnsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.





# O MERCADO DE VINHOS NA INDONÉSIA

Data: 11/04/2025

Posto: Jacarta/Indonésia

Palavras-chave: Indonésia; vinhos

Responsável: Bruno Breitenbach, Christian Silwanus

## SUMÁRIO:

Este relatório analisa o crescimento do mercado de vinhos na Indonésia, destacando fatores como mudanças culturais, expansão do comércio eletrônico, impacto do turismo internacional e quais são os principais fornecedores. Além disso, apresenta questões tarifárias e uma lista de potenciais importadores para os vinhos brasileiros.

## CONTEXTO

O mercado de vinhos da Indonésia está passando por uma fase promissora de desenvolvimento, sustentada por uma combinação de evolução do comportamento do consumidor, progresso tecnológico e esforços do governo para impulsionar o turismo internacional, o que, por sua vez, elevou o perfil e a popularidade da bebida.

Embora historicamente um segmento de nicho devido a restrições culturais e regulatórias, a categoria de vinhos está ganhando força em todo o arquipélago. De acordo com a Euromonitor, um dos principais impulsionadores desse crescimento foi o aumento do consumo doméstico de vinho, principalmente entre a população urbana mais jovem. Essa mudança demográfica está intimamente ligada à rápida expansão das plataformas de comércio eletrônico, que revolucionaram a acessibilidade dos produtos. Por meio desses canais digitais, os consumidores agora podem explorar e comprar uma variedade maior de vinhos de produtores locais e internacionais com maior facilidade do que nunca.

Simultaneamente, há uma transformação notável na percepção cultural do consumo de vinho na Indonésia. Uma vez visto com reserva em certos círculos, o vinho é cada vez mais adotado como um símbolo do estilo de vida moderno, especialmente em áreas metropolitanas como Jacarta, Bali e Surabaya.

Essa crescente aceitação cultural é ainda mais amplificada pelos esforços estratégicos do governo indonésio para promover o turismo internacional. Ao atrair um público global e incentivar padrões de hospitalidade alinhados com as expectativas internacionais, essas iniciativas de turismo desempenharam um papel fundamental no aumento da visibilidade e prestígio do vinho no mercado local.

### **E-Commerce e a evolução do cenário de distribuição de vinho na Indonésia**

O comércio eletrônico tornou-se um canal de distribuição cada vez mais importante para o vinho na Indonésia, refletindo uma tendência global mais ampla em direção ao consumo doméstico e à conveniência digital. Embora a venda online de bebidas alcoólicas enfrente obstáculos regulatórios rígidos no país, o crescimento do comércio eletrônico de varejo - especialmente durante e após a pandemia do COVID-19 - teve um impacto duradouro na forma como os consumidores acessam vinhos e destilados.

Durante a pandemia, as medidas para limitar o movimento e a interação social levaram a um aumento no comércio eletrônico, tornando-o um canal de vendas vital para vinhos finos, champanhe e destilados. Muitas marcas estabeleceram sua presença em grandes plataformas como Tokopedia e Shopee, e fizeram parceria com aplicativos de supermercado de terceiros, como o HappyFresh. No entanto, essa rápida expansão chamou a atenção das autoridades indonésias. Devido à postura rígida do país sobre a venda de álcool - moldada por considerações culturais e religiosas - a Agência Nacional de Alimentos e Drogas (BPOM), apoiada pelo Ministério do Comércio, proibiu a venda online de bebidas alcoólicas. As violações levaram a multas e penalidades civis, causando um declínio nas vendas de álcool online entre 2021 e 2023.

Apesar desses desafios regulatórios, a demanda por compra de vinho online continua forte. Em 2024, as vendas online começaram a se recuperar por meio de áreas cinzentas legais e métodos alternativos.

Os consumidores continuam a fazer pedidos por meio de plataformas como GrabMart e HappyFresh, ou mesmo por meio de canais diretos como o WhatsApp. Ao mesmo tempo, surgiram plataformas especializadas para atender a uma base crescente de entusiastas do vinho que buscam conveniência e qualidade.

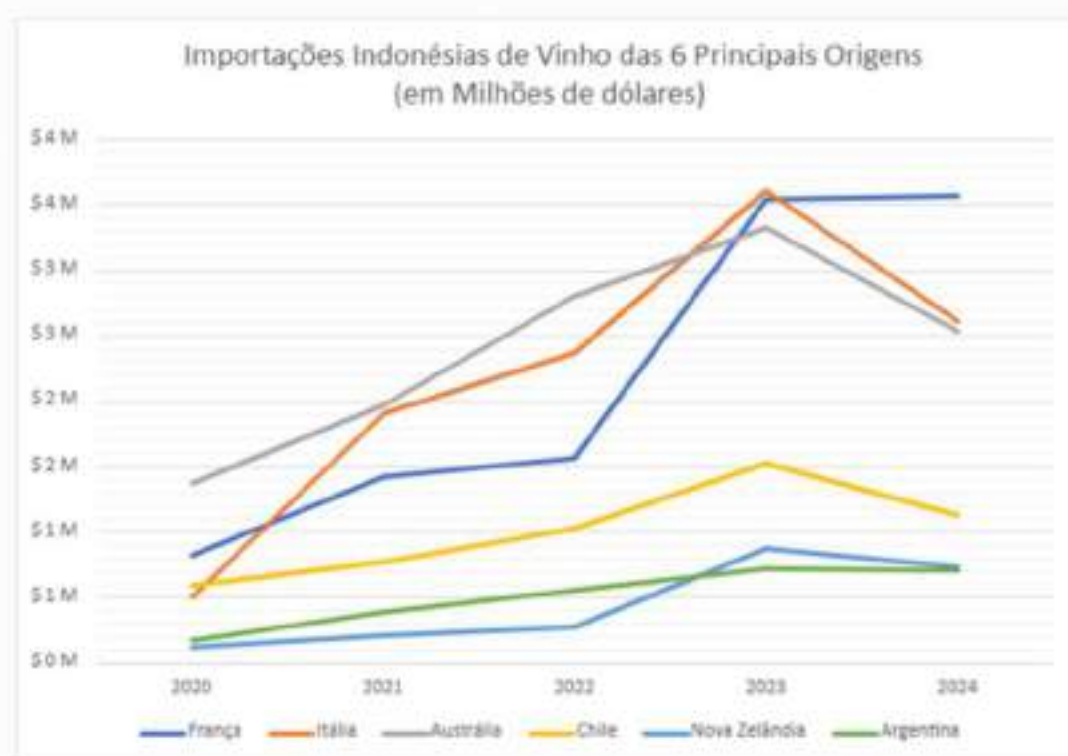
Varejistas como Red & White e GoDrinks exemplificam essa tendência. A Red & White, uma proeminente varejista de vinhos e destilados desde 2014, oferece uma ampla gama de produtos - de rótulos do dia a dia a colecionáveis raros - tanto online quanto por meio de seus mais de 80 pontos de venda físicos nas principais cidades da Indonésia. Enquanto isso, a GoDrinks se concentra na entrega rápida e acessível de vinhos, adquirindo diretamente de vinicultores internacionais para oferecer seleções selecionadas.

Esses canais em evolução destacam uma mudança dinâmica no comportamento do consumidor: à medida que os consumidores de vinho indonésios se sentem mais confortáveis com o prazer em casa, a conveniência, a variedade e o acesso por meio de plataformas digitais estão se tornando centrais para a experiência de varejo de vinho, mesmo diante da complexidade regulatória.



Entre 2020 e 2024, as importações de vinho da Indonésia experimentaram um crescimento significativo, passando de 4 Milhões de dólares em 2020 e alcançando 13 milhões de dólares em 2024. O crescimento é decorrente também do retorno do turismo, após a crise de covid 19, às praias e belezas naturais de Bali e do turismo de negócios nas grandes cidades indonésias como Jacarta, Bandung, Surabaya e Medan.

Quanto aos principais fornecedores de vinhos a Indonésia, verifica-se que a França liderou consistentemente como o principal exportador durante esse período, com os valores das importações subindo de US\$ 826.000 em 2020 para US\$ 3,56 milhões em 2024.



Quanto aos principais fornecedores de vinhos a Indonésia, verifica-se que a França liderou consistentemente como o principal exportador durante esse período, com os valores das importações subindo de US\$ 826.000 em 2020 para US\$ 3,56 milhões em 2024. A Itália seguiu de perto, mostrando um aumento acentuado de US\$ 504.000 em 2020 para um pico de US\$ 3,61 milhões em 2023, antes de cair para US\$ 2,61 milhões em 2024. A Austrália também manteve uma posição forte, com as exportações subindo de US\$ 1,37 milhão em 2020 para US\$ 3,33 milhões em 2023, depois diminuindo ligeiramente para US\$ 2,54 milhões em 2024.

O Chile também experimentou um crescimento constante, com os valores das exportações aumentando de US\$ 599.000 em 2020 para US\$ 1,53 milhão em 2023, antes de diminuir para US\$ 1,13 milhão em 2024. A Nova Zelândia teve a menor participação entre os cinco primeiros, mas mostrou progresso consistente, com as exportações subindo de US\$ 127.000 em 2020 para US\$ 739.000 em 2024. Até mesmo a Argentina viu os crescimentos de suas exportações de vinho aumentarem e se consolidou como um dos 6 principais exportadores para a Indonésia, saindo de US\$ 170.000 em 2020 para US\$ 709.000 em 2024.

Ressalta-se que os vizinhos brasileiros de maior destaque na produção de vinhos, Chile e Argentina, já começaram a explorar o mercado indonésio, à diferença do Brasil, que ainda não registra exportações a este país.

## PERFIL DO MERCADO DE VINHOS NA INDONÉSIA

Com base em nossas observações, o preço de varejo do vinho na Indonésia geralmente começa em torno de IDR 180.000 (aproximadamente US\$ 12). A faixa de preço mais comum para o vinho fica entre IDR 200.000 e IDR 350.000 (US\$ 13–23).

Curiosamente, os vinhos produzidos localmente também estão posicionados dentro dessa faixa de preço, a partir de IDR 200.000. Marcas de vinho nacionais, como Sababay Winery, Hatten Wines, Two Islands Winery, Plaga Wine e Bali Wine, estão ganhando popularidade crescente, especialmente entre os consumidores cosmopolitas e urbanos da Indonésia.

A maioria desses produtores de vinho locais está sediada em Bali, que emergiu como o centro da indústria vinícola doméstica da Indonésia, importações de matéria-prima (uvas congeladas), beneficiando-se de seu clima favorável, exposição impulsionada pelo turismo e inovação na vinificação adaptada aos gostos locais.

Segue abaixo alguns exemplos de vinhos encontrados à venda com seus respectivos preços de comercialização:

| <u>Marca</u>                            | <u>País de Origem</u> | <u>Preço em US\$</u> | <u>Imagem</u>                                                                        |
|-----------------------------------------|-----------------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>B&amp;G Cuvee Speciale Vin Rouge</b> | France                | 23,93                |   |
| <b>Zonin Lambrusco dell'Emilia</b>      | Italy                 | 26,60                |  |
| <b>Tall Poppy Cabernet Sauvignon</b>    | Australia             | 16,60                |  |

|                                     |                |       |                                                                                      |
|-------------------------------------|----------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Don Alejandro<br><u>Carmenere</u>   | Chile          | 19,73 |    |
| Crios Cabernet<br>Sauvignon         | Argentina      | 28,53 |   |
| Te Mata Estate<br><u>Gamay Noir</u> | New<br>Zealand | 29,93 |  |

## PERFIL TARIFÁRIO

Os produtos vitivinícolas importados para a Indonésia estão sujeitos a um imposto de importação de 90%. Além disso, de acordo com o Regulamento do Ministério das Finanças (PMK) nº 160 de 2023, bebidas alcoólicas como vinho também estão sujeitas ao imposto especial de consumo.

De acordo com o PMK nº 160/2023, as tarifas especiais de consumo de bebidas alcoólicas contendo álcool etílico são categorizadas da seguinte forma:

| <u>Categoria</u> | <u>Teor alcoólico</u> | <u>Tarifa de Impostos Especiais de Consumo (IDR \$ /litro)</u> | <u>Aprox. em USD</u>           |
|------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Um               | <u>Até 5%</u>         | 16,500                                                         | 1,10 <u>dólares americanos</u> |
| B                | >5% – 20%             | 53,500                                                         | USD 3.57                       |
| C                | >20% – 55%            | 152,000                                                        | USD 10.13                      |

Fonte: klikpajak.com

Os produtos vitivinícolas se enquadram na Categoria B e, portanto, estão sujeitos a uma tarifa especial de consumo de IDR 53.500 por litro, que é de aproximadamente US\$ 3,57 por litro com base em uma taxa de câmbio de US\$ 1 = IDR 15.000.

## Órgãos regulatórios importantes

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) ou Agência de Supervisão de Alimentos e Medicamentos, é uma instituição governamental não ministerial que atua como a principal autoridade da Indonésia para regular alimentos, bebidas, medicamentos e produtos relacionados. Sua função inclui registro de produtos, avaliação de segurança e vigilância pós-comercialização para garantir a proteção do consumidor. As funções e responsabilidades do BPOM são semelhantes às da ANVISA no Brasil. Também compartilha funções comparáveis com a Food and Drug Administration (FDA) dos EUA e a Agência Europeia de Medicamentos (EMA). O principal mandato da BPOM é garantir a segurança, qualidade e eficácia dos produtos consumidos pelo público, incluindo bebidas alcoólicas importadas, como o vinho.

Kementerian Perdagangan (Kemendag) ou Ministério do Comércio, é a instituição governamental responsável por regular a importação e distribuição de mercadorias na Indonésia, incluindo bebidas alcoólicas como o vinho. Este ministério supervisiona o licenciamento de importação, a alocação de cotas e os acordos comerciais relacionados à circulação de vinho no mercado interno. Suas funções são comparáveis às do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) do Brasil.

Kementerian Keuangan – Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) ou Ministério das Finanças – Direção Geral de Alfândega e Impostos Especiais de Consumo, é a autoridade encarregada de supervisionar a entrada de mercadorias importadas na Indonésia por meio de procedimentos alfandegários. É igualmente responsável pela fixação e cobrança dos direitos de importação e dos impostos especiais de consumo sobre produtos como o vinho. Essa instituição desempenha funções semelhantes às da Receita Federal do Brasil (RFB) sob o Ministério da Fazenda, que supervisiona a alfândega, tributação e administração da receita federal.

| <u>Categoria</u> | <u>Teor alcoólico</u> | <u>Tarifa de Impostos Especiais de Consumo (IDR \$ /litro)</u> | <u>Aprox. em USD</u>           |
|------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Um               | <u>Até 5%</u>         | 16,500                                                         | 1,10 <u>dólares americanos</u> |
| B                | >5% – 20%             | 53,500                                                         | USD 3.57                       |
| C                | >20% – 55%            | 152,000                                                        | USD 10.13                      |

Fonte: klikpajak.com

## POTENCIAIS IMPORTADORES

O quadro seguinte apresenta uma lista ilustrativa dos potenciais importadores atualmente envolvidos no mercado da importação de vinhos na Indonésia. É importante observar que esta lista é meramente para referência, pode variar dependendo da localização e da dinâmica do mercado e não constitui nenhuma forma de endosso, certificação ou recomendação.

| Nome                                     | Endereço e Contato                                                                                                                                                                                                                                       | Pessoa-chave                                                                                                                   |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PT. Aska Indoco</b>                   | Jl. Jembatan Tiga, Pluit Mas 1 Blok A No. 1A,<br>North Jakarta 14450<br><br>Tel: +62 21 669 3113 / 663 0669<br><br>E-mail: <a href="mailto:mulyadi.robby@dima.co.id">mulyadi.robby@dima.co.id</a>                                                        | Sr. Irman (Diretor), Sr.<br>Mulyadi Robby (Gerente<br>Assistente de<br>Importação), Sra.<br>Anastasia Dewi, Sr. Roy<br>Mulyadi |
| <b>PT. Bogacitra<br/>Nusapratama</b>     | Sentra Industri Terpadu Blok E1 No. 48-49,<br>Penjaringan, Jakarta Utara<br><br>Tel: +62 21 5698 2830<br><br>E-mail: <a href="mailto:jaya@bogafinewine.com">jaya@bogafinewine.com</a>                                                                    | Sr. Jaya Sukanta (Diretora)                                                                                                    |
| <b>PT. Danisa Texindo</b>                | Jl. Taman Bendungan Asahan II No.12, Jakarta<br>Pusat<br><br>Tel: +62 21 2988 0355<br><br>E-mail: <a href="mailto:alexandrie.h.e@oat-mitoku-agrio.co.id">alexandrie.h.e@oat-mitoku-agrio.co.id</a>                                                       | Sr. Alexander H. Effendi<br>(Diretor), Sra. Jeane<br>Christine (Assistente)                                                    |
| <b>PT. Jaddi<br/>Internacional</b>       | Habibi Center 2º andar, Jl. Kemang Selatan No.<br>98, South Jakarta 12560<br><br>Tel: +62 21 7801060<br><br>E-mail: <a href="mailto:astri@vinplus.biz">astri@vinplus.biz</a>                                                                             | Sr. Reimer Simorangkir<br>(Diretor), Sra. Astri Irawan<br>(Secretária), Sra. Erna<br>(Divisão de Vendas)                       |
| <b>PT. Jaya Makmur<br/>Panca Perkasa</b> | Pondok Pinang Center Blok A-14, Jl. Ciputat<br>Raya, South Jakarta 12310<br><br>Tel: +62 21 750 9450<br><br>E-mail: <a href="mailto:jovandjoe@gmail.com">jovandjoe@gmail.com</a>                                                                         | Sr. Jovand Joe (Gerente<br>de Desenvolvimento de<br>Negócios), Sr. Richard<br>(Gerente Geral)                                  |
| <b>PT. Pancaniaga<br/>Indoperkasa</b>    | Jl. RA Kartini Raya No. 7, Pasar Baru, Jakarta<br>Central 10710<br><br>Tel: +62 21 3483 0405<br><br>E-mail: <a href="mailto:kumarkis@gmail.com">kumarkis@gmail.com</a> ,<br><a href="mailto:dadangsuradang206@gmail.com">dadangsuradang206@gmail.com</a> | Sr. Kumar Kishore<br>(Diretor), Sr. Dadang<br>(Divisão de Contabilidade)                                                       |
| <b>PT. Pantja Artha<br/>Niaga</b>        | Kawasan Industri Pulo Gadung, Jl. Pulo Sidik<br>Blok R, Kav. No. 29A, Jakarta Timur 13930<br><br>Tel: +62 21 4683 5209<br><br>E-mail: <a href="mailto:etto@paniaga.com">etto@paniaga.com</a>                                                             | Sr. Lauretto Mulyono<br>(Diretor de Vendas e<br>Marketing) Celular: +62<br>812 3987 872                                        |

## **CONCLUSÃO**

Considerando o aumento constante das importações de vinho pela Indonésia e a presença já estabelecida de países vizinhos como Chile e Argentina, o mercado indonésio representa uma oportunidade estratégica para os vinhos brasileiros.