

Um
mundo de
oportunidades

Volume 11
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

MARCELO NARVAES FIADEIRO

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

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:

Luís Rua

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Parrilla

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

Virgínia 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 Efreim 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

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).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo

O AgrolInsight 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 AgrolInsight 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.



MERCADO DE VINHOS NA TAILÂNDIA: PANORAMA, REGULAÇÃO E OPORTUNIDADES PARA O BRASIL

Data: 15/11/2025

Posto: Bangkok/Tailândia

Palavras-chave: Tailândia; vinho; importação; tarifas; consumo; mercado premium; turismo; impostos; distribuidores; Brasil; oportunidades comerciais.

Responsáveis: Ana Carolina Miranda Lamy, Kantapong Janin

SUMÁRIO:

O mercado de vinhos da Tailândia vem crescendo de forma consistente, impulsionado pela recuperação do turismo, pela sofisticação do consumo urbano e pela revalorização do vinho como produto premium. Em 2023, o setor de bebidas alcoólicas foi avaliado em US\$ 14,7 bilhões, sendo o vinho responsável por 7% do total. A produção nacional é limitada — cerca de 465 mil litros anuais — o que torna o país fortemente dependente de importações, que em 2024 somaram US\$ 125,5 milhões. A França lidera o fornecimento (38%), seguida pela Austrália (26%) e Itália (13%). A partir de fevereiro de 2024, o governo tailandês zerou as tarifas de importação de vinhos, mantendo apenas o imposto especial de consumo e encargos adicionais, que ainda elevam o preço final no varejo, mas abre oportunidades para o Brasil posicionar seus vinhos — sobretudo espumantes e tintos de médio corpo — no segmento de “premium acessível”, combinando qualidade, sustentabilidade e identidade nacional. Parcerias estratégicas com importadores locais e ações de promoção enogastronômica podem fortalecer a presença brasileira em um mercado em expansão e de crescente sofisticação.

A indústria de bebidas alcoólicas da Tailândia foi estimada em US\$ 14,7 bilhões em 2023, registrando um aumento de 8,4% em relação ao ano anterior. Segundo o Instituto Nacional de Alimentação (NFI), o setor deverá crescer em média 6% ao ano entre 2022 e 2026, acompanhando a retomada do turismo e a recuperação do consumo interno. Em 2022, a estrutura do mercado era liderada pela cerveja, com 55% de participação, seguida pelas bebidas destiladas (37%) e pelo vinho (7%).

No caso do vinho, o consumo doméstico em 2023 foi estimado em cerca de 14 milhões de litros, com base na arrecadação do imposto especial de consumo. A produção local, porém, permanece bastante limitada — cerca de 465 mil litros por ano — distribuída entre as vinícolas Monsoon Valley (225 mil litros), PB Valley (150 mil litros) e GranMonte (90 mil litros).

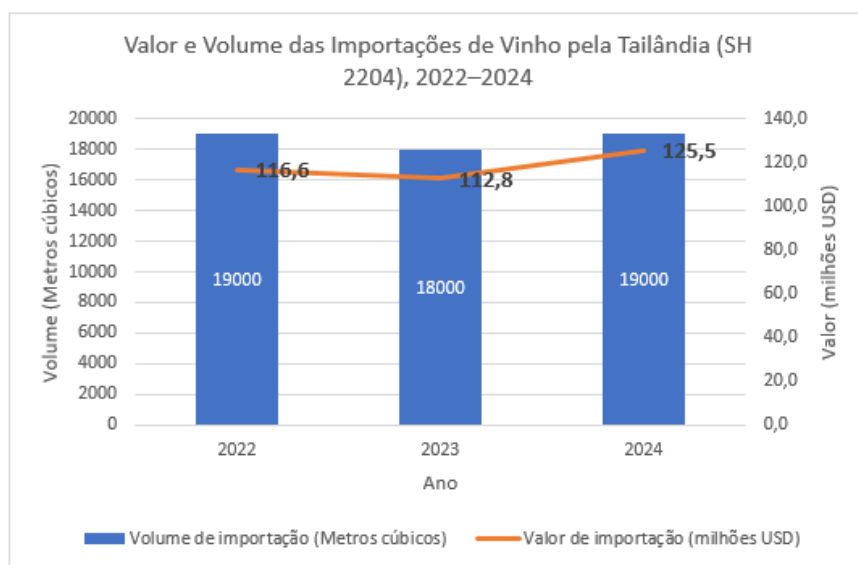
Dessa forma, a produção nacional atende a menos de 5% da demanda, tornando o país fortemente dependente das importações. Atualmente, o vinho importado representa cerca de 98% do mercado tailandês, o que demonstra que a produção doméstica continua restrita e insuficiente para suprir o consumo interno em expansão.



Vinhedo e Vinícola GranMonte, na região de Khao Yai, Tailândia.
Imagem: Adidância Agrícola em Bangkok

O Gráfico 1 a seguir apresenta a evolução das importações de vinho pela Tailândia entre 2022 e 2024, considerando o valor total importado (em milhões de dólares) e o volume físico (em metros cúbicos). Os dados ilustram a tendência recente do mercado tailandês, marcada pela estabilidade no volume importado e pela recuperação no valor das importações, impulsionada pelo aumento da demanda e pela revalorização do vinho como produto premium.

Gráfico 1. Evolução do Valor e Volume das Importações de Vinho pela Tailândia (SH 2204) entre 2022 e 2024.



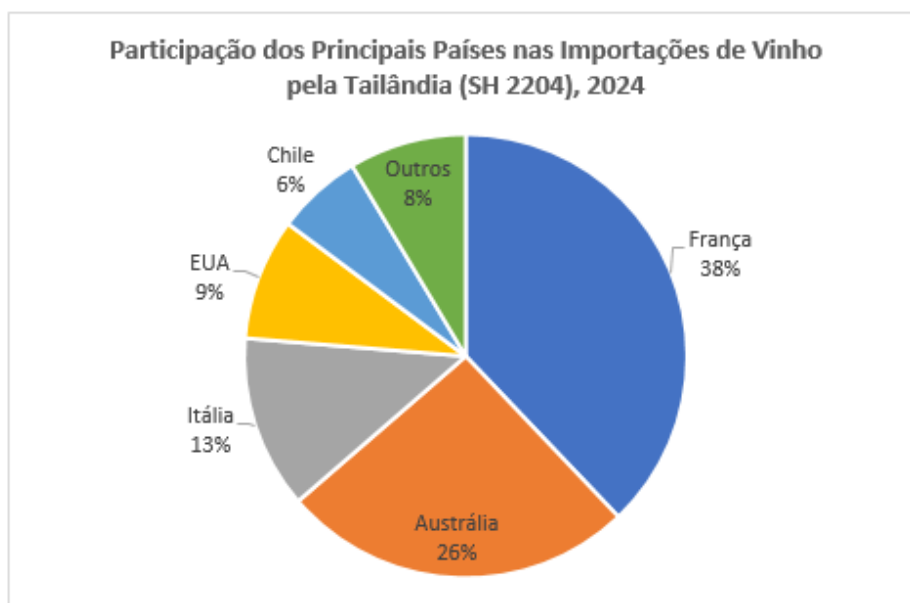
Fonte: ITC/Trade Map

Entre 2022 e 2024, o volume de vinho importado pela Tailândia manteve-se praticamente estável, variando entre 18.000 e 19.000 metros cúbicos, o que indica demanda consistente. Já o valor das importações apresentou leve oscilação: após uma pequena queda em 2023 (US\$ 112,8 milhões), houve crescimento expressivo em 2024, alcançando US\$ 125,5 milhões, um aumento de cerca de 11%.

Esse resultado sugere uma valorização média do vinho importado, possivelmente associada à maior participação de rótulos premium e à recuperação do setor de turismo e hospitalidade, que impulsionam o consumo de bebidas de maior valor agregado. O desempenho reforça o potencial de expansão do mercado tailandês de vinhos, em especial nas faixas de preço médio e premium.

O Gráfico 2 abaixo apresenta a distribuição das importações de vinho (SH 2204) por país de origem na Tailândia em 2024, evidenciando a predominância de fornecedores tradicionais da Europa e da Oceania. A composição das importações reflete tanto preferências de consumo consolidadas quanto vantagens competitivas resultantes de acordos comerciais e proximidade logística.

Gráfico 2. Participação dos Principais Países nas Importações de Vinho pela Tailândia (SH 2204) em 2024.



Fonte: ITC/Trade Map

Em 2024, a França manteve a liderança absoluta nas exportações de vinho para a Tailândia, com 38% de participação, confirmando sua reputação como referência global em vinhos premium. Em segundo lugar, a Austrália respondeu por 26%, beneficiada por acordos de livre comércio com a Tailândia que isentam suas exportações de tarifas de importação, além da proximidade geográfica, que reduz custos logísticos.

A Itália ocupou a terceira posição, com 13%, seguida pelos Estados Unidos (9%) e Chile (6%), ambos com presença consolidada, especialmente nos segmentos de vinhos de valor intermediário. A categoria “Outros” (8%) inclui países emergentes no fornecimento ao mercado tailandês, demonstrando diversificação gradual das origens.

De modo geral, o gráfico evidencia que o mercado tailandês de vinhos é fortemente concentrado em países de tradição vitivinícola, mas mostra abertura crescente a novos exportadores, à medida que o consumo se expande e se torna mais sofisticado.

II.Requisitos de importação

De acordo com o Regulamento Ministerial sobre a Permissão para Importar Bebidas Alcoólicas para o Reino B.E. 2560 (2017), a importação de vinho para fins comerciais na Tailândia requer uma licença de importação Tipo 1, emitida pelo Departamento de Impostos Especiais (Excise Department). O exportador deve designar o detentor da marca registrada como distribuidor exclusivo no país. Esse distribuidor é responsável por solicitar ao Departamento as selas fiscais, que devem ser afixadas nos recipientes das bebidas ainda na origem, antes do envio dos produtos ao território tailandês.

Além disso, o exportador ou fabricante deve enviar amostras do produto ao Departamento de Impostos Especiais para análise laboratorial, a fim de comprovar que o vinho atende aos padrões de qualidade estabelecidos pelo Anúncio do Departamento de Impostos Especiais sobre a definição dos padrões de qualidade das bebidas alcoólicas importadas para o Reino B.E. 2563 (2020). Em alternativa, pode ser apresentado um certificado de análise emitido por uma autoridade oficial estrangeira ou organização reconhecida que comprove conformidade com os padrões industriais estabelecidos.

As normas também determinam requisitos específicos de rotulagem para bebidas alcoólicas importadas, conforme o Anúncio do Departamento de Impostos Especiais sobre a definição do texto e das características dos rótulos afixados nos recipientes de bebidas alcoólicas destinadas à importação para o Reino B.E. 2560 (2017). O rótulo deve conter, no mínimo, as seguintes informações: nome do produto, teor alcoólico (em graus ou percentual por volume), volume líquido, aviso de saúde obrigatório, nome e endereço do titular da licença Tipo 1, e nome e endereço do fabricante. Todas as informações devem ser apresentadas de forma clara, em tailandês ou inglês, conforme estabelecido no Anúncio do Departamento de Impostos Especiais sobre Rotulagem de Bebidas Alcoólicas Importadas.

Essas exigências visam assegurar o controle fiscal e sanitário sobre as bebidas alcoólicas importadas, garantindo transparência comercial, qualidade do produto e conformidade com a legislação tailandesa.

Cabe destacar que o mercado tailandês encontra-se aberto à importação de vinhos brasileiros. Para acessar esse mercado, as empresas exportadoras devem operar por meio de um importador tailandês licenciado, responsável pelo atendimento integral dos requisitos regulatórios locais. O processo de importação, incluindo a submissão de documentos e o cumprimento das normas aplicáveis, é de competência exclusiva desse importador junto ao Departamento de Impostos Especiais, conforme a legislação vigente para bebidas alcoólicas.

Compete ao exportador brasileiro fornecer ao importador tailandês a documentação exigida pelas autoridades locais, incluindo, entre outros: fatura comercial ou fatura pró-forma, instrumento de nomeação do importador/distribuidor como representante exclusivo da bebida alcoólica no território tailandês, e certificado de análise emitido por entidade reconhecida pelas autoridades competentes.

III. Tarifas de Importação e Impostos

O Departamento de Alfândega da Tailândia anunciou, sob a Seção 12 do Decreto Tarifário Alfandegário B.E. 2530 (1987), a redução e isenção das tarifas alfandegárias sobre bebidas alcoólicas, como parte das políticas governamentais voltadas à promoção do turismo e do consumo interno. Em 2 de janeiro de 2024, o Conselho de Ministros aprovou a medida que reduziu as tarifas de importação e reestruturou o imposto especial de consumo sobre o vinho, em vigor desde 23 de fevereiro de 2024, após publicação no Diário Real.

A isenção tarifária abrange produtos classificados sob os códigos SH 22.04 (vinhos de uvas frescas, vinhos fortificados e mostos de uvas, exceto os do SH 20.09) e SH 22.05 (vermutes e outros vinhos aromatizados com ervas ou substâncias aromáticas). Antes da reforma, esses produtos estavam sujeitos a tarifas de 54% ou 60%, conforme a categoria. Desde fevereiro de 2024, as importações passaram a ter alíquota de 0%, aplicável a todas as origens, inclusive ao vinho brasileiro.

Tabela 1. Tarifas alfandegárias aplicadas pela Tailândia às importações de vinho

Código SH	Descrição	Taxa Geral (Seção 12)	OMC	Brasil
2204.10.00	Vinho espumante	Isento	54%	Isento
2204.21.11	Vinho ≤15% vol, recipientes até 2 L	Isento	54%	Isento
2204.21.13	Vinho 15–23% vol, recipientes até 2 L	Isento	54%	Isento
2204.21.14	Vinho >23% vol, recipientes até 2 L	Isento	60%	Isento
2204.22.11	Vinho ≤15% vol, recipientes 2–10 L	Isento	54%	Isento
2204.22.12	Vinho 15–23% vol, recipientes 2–10 L	Isento	54%	Isento
2204.22.13	Vinho >23% vol, recipientes 2–10 L	Isento	60%	Isento
2204.29.11	Outro vinho ≤15% vol	Isento	54%	Isento
2204.29.12	Outro vinho >15% vol	Isento	54%	Isento

Fonte: Alfândega da Tailândia

Além da tarifa de importação, o vinho está sujeito ao Imposto Especial de Consumo (Excise Tax), conforme a Lei do Imposto Especial de Consumo B.E. 2560 (2017), administrado pelo Departamento de Impostos Especiais. Essa tributação incide sobre produtos considerados de impacto social e de saúde pública, incluindo bebidas alcoólicas, tabaco e vinhos de frutas.

Antes da reforma de 2024, o Imposto Especial de Consumo (Excise Tax) era composto por dois elementos: Imposto Específico (baseado no volume de álcool) e Imposto Ad Valorem (baseado no valor do produto), com alíquotas variáveis conforme o tipo e o preço sugerido de varejo (SRP). A nova estrutura, em vigor desde 23 de fevereiro de 2024, reduziu significativamente a carga tributária, passando a adotar as seguintes taxas:

- Imposto Específico: 1.000 bahts por litro de álcool puro (LAA);
- Imposto Ad Valorem: 5% do preço de varejo sugerido (SRP).

Os importadores e distribuidores também devem recolher o Imposto Municipal (Local Tax) de 17,5%, destinado a fundos públicos, distribuídos da seguinte forma: 10% para manutenção local, 2% para o Fundo de Promoção da Saúde Tailandesa, 1,5% para o Fundo Thai PBS, 2% para o Fundo Nacional de Desenvolvimento Esportivo e 2% para o Fundo de Apoio aos Idosos.

Somados ao Imposto sobre Valor Agregado (IVA) de 7%, esses encargos compõem a carga tributária total, refletida no preço final de varejo do vinho. A Tabela 2 apresenta a estrutura atual de impostos sobre vinhos na Tailândia.

Tabela 2. Estrutura Atualizada de Impostos sobre o Vinho na Tailândia (SH 2204)

Tarifa de Importação	0% (independente do valor alcoólico)
Imposto Especial de Consumo (Excise Tax)	Imposto Específico: 1.000 Baht/litro/100% de álcool
	Imposto Ad Valorem (sobre preço de varejo – SRP): 5%
Imposto Municipal (Local Tax)	17,5% sobre o total do Excise Tax
Imposto sobre Valor Agregado (IVA)	7% sobre CIF + Imposto de Importação + Excise Tax + Imposto Local

A título de demonstração, apresenta-se a seguir o cálculo detalhado de todos os impostos e encargos aplicáveis a uma operação típica de importação de vinho do Brasil por um importador/distribuidor tailandês.

Premissas da Simulação

1. Quantidade: 1.000 garrafas de 750 ml (total de 750 litros)
2. Teor alcoólico (ABV): 13%
3. Preço CIF: 200 THB por garrafa ($\approx$ US\$ 5,55)
4. Preço sugerido de varejo (SRP): 500 THB por garrafa ($\approx$ US\$ 13,90)
5. Taxa de câmbio de referência: 1 USD = 36 THB

Cálculo Detalhado

Etapa 1 – Valor CIF (inclui o valor do produto, seguro marítimo e frete internacional)
 $200 \text{ THB} \times 1.000 \text{ garrafas} = 200.000 \text{ THB}$ ($\approx$ US\$ 5.555)

Etapa 2 – Tarifa de Importação

A partir de 23 de fevereiro de 2024: alíquota: 0%. Portanto, valor a pagar: 0 THB

Etapa 3 – Imposto Especial de Consumo (Excise Tax)

- Álcool puro por garrafa: $750 \text{ ml} \times 13\% = 97,5 \text{ ml}$ (0,0975 L)
- Total de álcool puro: $0,0975 \times 1.000 \text{ (garrafas)} = 97,5 \text{ litros}$
- Imposto específico: $1.000 \text{ THB} \times 97,5 = 97.500 \text{ THB}$ ($\approx$ US\$ 2.708)
- Imposto ad valorem: $500 \text{ THB} \times 5\% \times 1.000 = 25.000 \text{ THB}$ ($\approx$ US\$ 694)

Total Excise Tax: 122.500 THB ($\approx$ US\$ 3.403)

Etapa 4 – Imposto Municipal (Local Tax)

17,5% sobre o total do Excise Tax: $122.500 \times 17,5\% = 21.437,50 \text{ THB}$ ($\approx$ US\$ 596)

Etapa 5 – Imposto sobre Valor Agregado (IVA)

Base de cálculo = CIF + Imposto de Importação + Excise Tax + Imposto Local

$200.000 + 0 + 122.500 + 21.437,50 = 343.937,50 \text{ THB}$

IVA = $343.937,50 \times 7\% = 24.075,63 \text{ THB}$ ($\approx$ US\$ 669)

Resumo dos Custos Totais de Importação

Componente	Valor (THB)	Valor (USD)
Valor CIF	200.000	5.555
Tarifa de Importação	0	0
Imposto Especial de Consumo (Excise Tax)	122.500	3.403
Imposto Municipal	21.437,50	596
IVA (7%)	24.075,63	669
Custo Total Estimado	368.013,13	10.223

Mesmo sem tarifa de importação, o sistema tributário tailandês impõe uma carga fiscal superior a 80% sobre o valor CIF, resultante principalmente do Excise Tax, do imposto municipal e do IVA.

No caso do vinho, a tributação acumulada eleva o custo da importação de US\$ 5.555 (valor CIF) para cerca de US\$ 10.200, ou seja, quase o dobro do valor original.

Em 2023, a arrecadação proveniente do vinho totalizou US\$ 73,3 milhões, sendo 87% oriundos das categorias de valor e padrão e 13% dos segmentos premium e super premium, o que evidencia um perfil de consumo voltado principalmente a produtos de preço intermediário, mas com crescimento gradual no mercado de vinhos finos.

IV.Potenciais Importadores

Os principais importadores e distribuidores de vinho na Tailândia, selecionados com base nos valores de importação, presença no mercado e reputação junto ao setor de bebidas e hospitalidade, são apresentados na Tabela 3 a seguir. Essas empresas atuam em diferentes segmentos — atacado, varejo, duty free e food service (HORECA) — e desempenham papel estratégico na distribuição e comercialização de vinhos importados em todo o país.

Tabela 3. Principais importadores e distribuidores de vinho na Tailândia

Empresa	Descrição	Website
Independent Wine & Spirit (Thailand) Co., Ltd. (IWS)	Principal importador de vinhos da Tailândia em 2024. Distribuidor consolidado com ampla cobertura nos setores de hotelaria, restaurantes e catering (HORECA).	iwsthailand.com
King Power Duty Free Co., Ltd.	Maior varejista <i>duty-free</i> do país, com seções dedicadas a vinhos, champanhes e licores em aeroportos e lojas urbanas.	kingpower.com

Bangkok Beer & Beverages Co., Ltd. (BB&B)	Grande importador e distribuidor atuante nos canais HORECA e varejo, com portfólio diversificado de vinhos e bebidas internacionais.	bbb.co.th
Ambrose Wine & Spirits Co., Ltd.	Um dos maiores importadores de vinhos e destilados da Tailândia, com ampla seleção de marcas internacionais.	ambrosewine.com
Wine Connection Co., Ltd.	Principal rede de varejo e bistrô de vinhos do Sudeste Asiático, importando rótulos exclusivos de diversos países produtores.	wineconnection.co.th
Italasia Trading (Thailand) Co., Ltd.	Distribuidor proeminente de bebidas premium e operador de uma rede nacional de alimentos e bebidas (F&B).	italasiagroup.com
Wine Gallery Co., Ltd.	Importador especializado em vinhos finos e premium, oferecendo atendimento personalizado a clientes HORECA e consumidores particulares.	winegallerythailand.com
Jagota Brothers Trading Co., Ltd.	Um dos maiores distribuidores nacionais de alimentos e bebidas, fornecendo hotéis e restaurantes com seleção curada de vinhos.	jagota.com
Boozia Distribution Co., Ltd.	Importador e distribuidor de portfólio internacional de vinhos e espumantes voltado ao segmento premium e de hospitalidade.	boozithailand.com

Fonte: Elaboração da Adidância Agrícola em Bangkok, com base em dados de mercado e informações de portais corporativos.

V. Preços de Varejo de Vinhos na Tailândia

Os preços de varejo do vinho na Tailândia são geralmente entre 50% e 220% mais altos do que em seus países de origem, devido aos impostos especiais de consumo, ao IVA, aos custos logísticos e às margens dos distribuidores.

Os preços de varejo de vinhos na Tailândia são, em média, entre 50% e 220% mais altos do que nos países de origem, devido à tributação elevada, aos custos logísticos de importação e às margens aplicadas por distribuidores e varejistas.

Vinhos norte-americanos, como Robert Mondavi Private Selection e Woodbridge Chardonnay, custam entre US\$ 6 e 9 nos Estados Unidos, mas atingem US\$ 21 a 30 na Tailândia — um aumento superior a 220%, o que desloca esses rótulos da categoria de “vinhos de valor” para a faixa de preço intermediário. O Le Page de la Tour de Bessan (Margaux), da França, é cerca de 105% mais caro no mercado tailandês, chegando a US\$ 50 por garrafa, contra US\$ 24 na França. Entre os vinhos australianos, o Penfolds Bin 8 passa de US\$ 29,41 na Austrália para US\$ 46,16 na Tailândia (+57%).

Em síntese, mesmo com a recente isenção tarifária sobre vinhos importados, a carga tributária indireta e os custos de distribuição ainda tornam o produto substancialmente mais caro no varejo tailandês, consolidando-o como um item premium e de consumo aspiracional.



Exemplo de vinhos à venda na Tailândia: EUA (esq.), França (centro) e Austrália (dir.)

Imagem: Adidância Agrícola em Bangkok

VI.Oportunidades para o Brasil

A recente isenção tarifária sobre vinhos importados na Tailândia cria um cenário favorável para a diversificação de fornecedores e abre espaço para a inserção gradual dos vinhos brasileiros. Embora o mercado tailandês seja historicamente dominado por países como França, Austrália e Itália, a combinação de crescimento do consumo, expansão do setor de turismo e hospitalidade e busca por novos rótulos com boa relação qualidade-preço oferece oportunidades para o Brasil.

Diante da forte concorrência no segmento de entrada e dos custos logísticos associados à distância, a estratégia mais promissora para o Brasil não é competir por preço, mas sim posicionar-se no segmento de “premium acessível” — vinhos de qualidade superior, identidade brasileira marcante e preços competitivos frente aos rótulos médios de Austrália, Chile e Argentina. Esse posicionamento pode aproveitar o crescente interesse tailandês por produtos autênticos, sustentáveis e com histórias de origem.

Os vinhos espumantes brasileiros — reconhecidos internacionalmente pela qualidade e excelente custo-benefício — representam um produto âncora com potencial de alto valor agregado, especialmente para hotéis, resorts e eventos gastronômicos. Já os tintos de médio corpo, elaborados a partir de variedades como Merlot, Syrah e Cabernet Sauvignon, podem atender tanto ao consumo cotidiano quanto ao público interessado em descobrir novas origens.

Para consolidar sua presença, o Brasil deve investir em ações de promoção comercial, degustações dirigidas, parcerias com importadores especializados (como IWS, BB&B, Wine Connection e Wine Gallery) e eventos de imagem — incluindo masterclasses, jantares harmonizados e campanhas institucionais.

Por fim, o fortalecimento da imagem do Brasil como produtor sustentável e inovador, aliado ao discurso de diversidade climática e qualidade certificada, pode diferenciar os vinhos brasileiros em um mercado que valoriza cada vez mais autenticidade, sofisticação e responsabilidade socioambiental. Essa abordagem permitiria ao Brasil ocupar um nicho competitivo e de prestígio dentro do dinâmico mercado tailandês de vinhos.