



VINO Y ESPUMANTE

1

BREVE DESCRIPCION DEL MERCADO

El mercado de vino en EEUU ha experimentado, en el año 2020, una fuerte reestructuración debido a la pandemia del COVID-19. Los 5 años previos al 2020 vieron un sostenido crecimiento de los ingresos y ganancias del sector. Este crecimiento se desaceleró por la incertidumbre y crisis económica generadas por la pandemia.

La demanda por bebidas alcohólicas se ha mantenido estable, pero ha impactado de manera distinta según el rol que cumpla cada operador dentro del mercado de vinos. En los últimos meses ha crecido la tasa de desempleo y ha disminuido el ingreso disponible por parte de los consumidores estadounidenses. Al mismo tiempo restaurantes, hoteles y bares han tenido que permanecer cerrados por un tiempo prolongado, muchos han cerrado sus puertas de manera definitiva y los que han logrado reabrir se encuentran muy lejos de los niveles de venta que tenían previos a la pandemia. Estos establecimientos son un importante canal de distribución de la industria del vino. Al mismo tiempo los consumidores evitan visitar los negocios de manera presencial y se han ido volcando hacia las compras online de todo lo que consumen, incluyendo bebidas alcohólicas, esto se vio favorecido por la relajación en cuanto a la regulación de las ventas de bebidas alcohólicas online y delivery. Algunos retailers han visto un crecimiento de sus ventas debido a que los consumidores pasan mayor cantidad de tiempo en sus hogares, por lo cual consumen más vino en los mismos, y al tener precios más accesibles que dentro del canal HORECA, se inclinan por vinos de mejor calidad, más sofisticados.

Las leyes que regulan la producción y venta del alcohol en EEUU han colaborado al crecimiento de la industria, esto se debe a que evitan la concentración del mercado en pocos agentes. Al mismo tiempo varios Estados han ido desregularizando el mercado de vinos, flexibilizando los controles existentes, con el fin de aumentar el ingreso estadual a través de los impuestos. Estas leyes han provocado un aumento de la competencia, tanto interna como externa, pero en términos totales la industria del vino se ha visto favorecida por esta desregularización. Este aumento en la competencia ha generado una disminución en las ganancias en los últimos años a pesar de la sofisticación de los consumidores.

La sofisticación del consumidor no refiere exclusivamente a que ahora elijan vinos más caros o mejores, pero sí a que el consumidor está más interesado en el proceso de elaboración del vino, si bien el precio sigue siendo un factor sumamente importante para los consumidores, también lo es la región, el varietal, la etiqueta o el año de cosecha.

El consumidor busca una experiencia más amplia, no se satisface únicamente consumiendo el vino. Se ha derribado el pensamiento de antaño que el vino “se vendía sólo”. Esto presenta un desafío importante para los productores o exportadores argentinos, porque es difícil de imitar el modelo de degustaciones (Wine tastings) que han adoptado muchos dentro de EEUU, donde se les brinda a los consumidores un espacio de mayor inmersión a la industria del vino y a los mismos



VINO Y ESPUMANTE

productos, es un lugar donde pueden interiorizarse sobre la región donde se producen los vinos y sus particularidades. Al degustar un número mayor de etiquetas los consumidores pueden elegir qué vino encaja mejor con sus preferencias con menor riesgo a equivocarse. Por esto es muy relevante la participación en ferias o distintos eventos que se realizan dentro del país, son valiosas oportunidades para atraer nuevos clientes. Claramente, este tipo de inserción dentro del mercado estadounidense se ha vuelto más difícil al no poder realizar reuniones numerosas debido a la pandemia.

Como mencionamos anteriormente, se espera que la industria siga creciendo en los próximos años pero a una menor tasa. Esto es causado por el cambio en los grupos demográficos (demographic cohorts), las generaciones más longevas van disminuyendo su consumo y la generación más joven (Millenials) todavía no ocupa un lugar importante en esta industria, de esta manera no logra reemplazar como consumidor a la generación más vieja.

Se espera que en los próximos años el gasto per cápita en alcohol a nivel nacional siga creciendo al igual que los ingresos disponibles, por lo cual el éxito de la industria dependerá de acercar a los consumidores a productos de alto margen de ganancia. Los vinos argentinos tienen buena recepción, en general, en el público estadounidense. Resulta fácil encontrar vinos argentinos en distintos lugares de expendio de bebidas alcohólicas como los supermercados, las licorerías, bares y restaurantes. Destacándose al varietal Malbec como el mayor exponente vitivinícola argentino, cabe destacar la oportunidad para otros variedades más populares en EEUU con gran presencia y nivel en Argentina como el Cabernet Sauvignon, Merlot o el Syrah, también cuentan con una gran oportunidad los variedades de uvas blancas, como Chardonnay o Sauvignon Blanc, al igual que para los variedades rosados, estos vinos tienen gran aceptación en el público estadounidense, especialmente en las personas más jóvenes.

2

CLASIFICACION ARANCELARIA E IMPUESTOS

La clasificación arancelaria del producto está contemplada en el siguiente link junto al correspondiente arancel de importación: <https://hts.usitc.gov/?query=2204>

En los Estados Unidos, cada Estado tiene una tasa de impuesto a la venta de productos y ciertos servicios; el valor de la tasa depende del Estado, y varía entre 0% y 7,5%. También existe una tasa de impuesto a la venta local, la cual es establecida por el gobierno local del Estado y las bebidas alcohólicas, de acuerdo a su graduación, deben abonar un arancel adicional al arancel de importación, Federal Exercise Tax que se puede consultar en (26 U.S.C. 5041)

Los impuestos internos por Estado pueden consultarse en el siguiente link: <https://taxfoundation.org/state-local-sales-tax-rates-midyear-2018/>

A continuación se detalla la clasificación arancelaria del producto y los aranceles correspondientes:



VINO Y ESPUMANTE

Posición	Descripción	Arancel	Tarifa aplicada a Francia, España, Alemania y Reino Unido	SGP para Argentina
2204.21.50	Vino, excepto Tokay (no gasificado), alcohol no superior al 14%, en contenedores de no más de 2 litros	6.3¢/litro	25%	Paga arancel NMF
2204.21.80	Vino de uva, excepto "Marsala", no espumoso ni esferveciente, alcohol superior al 14%, en contenedores de 2 litros o menos	16.9¢/litro	Paga NMF	Si, libre de arancel
2204.29.61	Vino de uvas frescas, excepto vinos espumosos, alcohol igual o menor a 14%, en contenedoresde más de 10 litros	14¢/litro	Paga NMF	Paga arancel NMF
2204.10.00	Vino espumoso, hecho de uvas	19.8¢/litro	Paga NMF	Si, libre de arancel
2204.29.81	Vino de uvas frescas, no espumoso, volumen de alcohol superior al 14%, en contenedores de más de 10 litros	22.4¢/litro	Paga NMF	Paga arancel NMF
2204.22.20	Vino de uvas frescas, no espumoso, volumen de alcohol igual o menor a 14%, en contenedores de más de 2 litros y menos de 4 litros	8.4¢/litro	Paga NMF	Paga arancel NMF
2204.22.60	Vino de uvas frescas, no espumoso, volumen de alcohol igual o menor a 14%, en contenedores de más de 4 litros y menos de 10 litros	14¢/litro	Paga NMF	Paga arancel NMF
2204.22.40	Vino de uvas frescas, no espumoso, volumen de alcohol mayor a 14%, en contenedoresde más de 2 litros y menos de 4 litros	22.4¢/litro	Paga NMF	Paga arancel NMF

Como se menciona en el cuadro, las importación de vino originario de Argentina goza de la exención del pago del impuesto de importación por medio del régimen especial de importación conocido como Sistema Generalizado de Preferencias.

Por otro lado, las importaciones de vinos envasados de 2 litros o menos, con un contenido de alcohol de 14% o inferior están sujetos a un arancel de importación del 25%. En diciembre, de 2019, el Representante Comercial de Estados Unidos anunció que está considerando aumentar referido impuesto a 100% para vinos a granel y vinos con un porcentaje mayor al 14% de referidos orígenes. Asimismo, en el marco de la investigación por impuestos a servicios digitales de Francia, se espera que a mediados de enero se anuncien aranceles de importación para champagne francés.

Desde el punto de vista de oportunidades comerciales, el aumento de los aranceles de importación a ciertos vinos europeos representa una oportunidad comercial para un mayor posicionamiento en materia de ventas para el vino argentino.



VINO Y ESPUMANTE

3

REQUISITOS DE INGRESO

En líneas generales, las empresas que deseen exportar bebidas a los Estados Unidos deben estar registradas ante el FDA (Federación de Alimentos y Medicamentos). En el caso del vermouth con alcohol, el importador debe poseer un Federal Basic Importers Permit el cual lo habilita para el Certificado de Aprobación de Etiqueta emitido por la oficina de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco (Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau).

Las bebidas alcohólicas que ingresan al país deben cumplir con las exigencias de etiquetado. La etiqueta de marca (etiqueta principal) tiene que incluir: o Marca de la Bebida: se utiliza para identificar y promocionar el producto vino. No deberá engañar al consumidor en cuanto a la edad, identidad, origen u otra característica del vino o Clase de Vermú, tipo u designación. El etiquetado tiene que incluir el país de origen, "Product of" o "Produced In" y el nombre y dirección del importador.

Asimismo, deben constar informaciones como el contenido neto, una advertencia gubernamental de los riesgos del consumo de alcohol, si el producto contiene colorantes, algún extracto distintivo, debe declararse el contenido de sulfitos, grado de alcohol, denominación de origen, fecha de cosecha de la cepa de base, posibles alérgenos y certificaciones especiales como por ejemplo la orgánica.

Con relación a empresas exportadoras de vinos, éstas deben estar registradas en el **Registro de Instalaciones Alimenticias del FDA**. Las instalaciones extranjeras deben designar un agente (con domicilio legal en el país) en Estados Unidos que cumple la función de intermediario entre la FDA y el exportador en caso que la FDA necesite contactarse con el mismo. Este proceso es gratuito y se puede realizar en la siguiente página de Internet:

<https://www.fda.gov/media/102476/download>

A su vez, esta registración debe renovarse cada 2 años, durante el período comprendido entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre de los años pares. Al igual que el registro de establecimientos, la renovación del registro es gratuita y se puede realizar por internet en la siguiente dirección:

<http://www.fdaregistro.com/renovacion.html>

Al momento de exportar, los exportadores deben realizar el trámite de **Notificación Previa de Alimentos** Importado, por el cual se envía una notificación previa a la importación de alimentos notificando a la FDA la fecha de llegada de los alimentos importados, los puertos de entrada y el contenido de los mismos.



VINO Y ESPUMANTE

La notificación previa de alimentos importados deberá ser recibida y confirmada por FDA dentro de los siguientes plazos dependiendo del medio de transporte utilizado:

a. Vía terrestre: no más de 5 días antes del embarque y no menos de 2 horas antes del arribo
b. Vía aérea y ferroviaria: 4 horas antes del arribo
c. Vía marítima: 8 horas antes del arribo
d. Vía correo postal: antes de que el producto sea enviado

Los alimentos deben siempre estar acompañados de la confirmación electrónica de recepción de la notificación emitida por FDA y se debe realizar una notificación previa por cada uno de los productos que se van a importar. Las notificaciones se deberán enviar electrónicamente a través de la siguiente página de Internet:

<https://www.fda.gov/food/importing-food-products-united-states/notificacion-previa-en-linea-guia-de-inicio-rapido>

Además de los requisitos de TTB para la importación de bebidas con alcohol el importador también debe cumplir con los requisitos requeridos por otras agencias federales.

Por ejemplo, la Ley de Bioterrorismo de 2002 exige que toda persona que fabrique, procese, empaquete o almacene alimentos (incluidas bebidas alcohólicas) para el consumo en los Estados Unidos se registre ante la FDA. Para acceder a la Ley de Bioterrorismo entrar al siguiente link:

https://www.ttb.gov/regulations_laws/107_188.shtml

También se requiere que un importador de bebidas alcohólicas notifique previamente los alimentos (incluidas las bebidas alcohólicas) que serán importados u ofrecidos para su importación a los Estados Unidos. Para la “notificación previa” acceder al siguiente link:

<https://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/ImportsExports/Importing/ucm2006836.htm>

4

PRECIOS DE REFERENCIA

Los precios de los vinos se dividen en categorías:

- Extreme Value Wines: costo promedio de US\$ 4. Generalmente son los vinos a granel.
- Value: Vinos de entre US\$ 4 a US\$ 10. Vinos a granel de calidad básica.
- Popular Premium: costo medio de entre US\$ 10 a US\$ 15, son vinos de extensa producción y buenos varietales y blends.
- Premium: costo medio de entre US\$ 14 a US\$ 20, son vinos de calidad.
- Super premium: costo medio de entre US\$ 20 a US\$ 30. Vinos de alta calidad hecho a mano por productores medianos y grandes.
- Ultra premium: costo medio de entre US\$ 30 a US\$ 40. Vinos de gran calidad, hechos a mano, de distinguido sabor y hecho por pequeños a grandes productores



VINO Y ESPUMANTE

- Lujo : costo medio de entre US\$ 50 a US\$ 100. Vinos destacados de regiones reconocidas mundialmente y hecho por productores internacionalmente reconocidos.
- Super Lujo: costo medio de entre US\$ 100 a US\$ 200, Vinos de productores destacados y producidos en micro-terroirs.
- Icon: costo medio mayor a los US\$ 200, vinos provenientes de regiones pináculos, de productores mundialmente reconocidos y de microterroirs.

Para calcular el precio en góndola, hay que calcular los impuestos de importación y envío, los márgenes de ganancia del importadores y el distribuidor y los márgenes que coloca el minorista al vender en góndola que suelen rondar el 35%. En el caso de vino europeo sujeto a tarifas arancelarias superiores, calculando los márgenes de ganancia en cada eslabón de la cadena, se traduce en una significativa pérdida de competitividad en el mercado y una oportunidad comercial para el vino argentino

5

CANALES DE COMERCIALIZACION

Con la aprobación de la Enmienda N°21 en 1933 se puso fin a “La Prohibición”, o también conocida como “Ley Seca” que prohibía la producción, distribución o venta de alcohol en todo el territorio estadounidense. Se permitió que cada estado regule, con total libertad, las bebidas alcohólicas como le parecía más adecuado. Con algunas diferencias, casi todos los estados adoptaron un “Sistema de tres niveles” (three-tier system), este sistema propone una total distinción entre la producción, la distribución o venta mayorista, y la venta minorista, ningún agente puede estar involucrado en más de un nivel, cada nivel tiene regulaciones y licencias particulares otorgadas por las autoridades estatales, así se impide una integración vertical de algún agente.

Primer nivel: Corresponde al fabricante, proveedor o productor del producto, incluyendo también al importador. Ambos, son responsables de que el producto sea introducido en el país cumpliendo todas las normas y leyes que regulan la comercialización del producto. Una vez que salen de las instalaciones de la fábrica o de las bodegas del importador, en este nivel se recaudan los impuestos federales específicos.

Segundo nivel: Incluye al distribuidor y mayorista, quienes compran el producto al proveedor (nivel uno) y venden a los minoristas (nivel tres). Los distribuidores autorizados actúan en cooperación con los gobiernos federales y estatales para ayudar a garantizar que los impuestos a las bebidas alcohólicas se cobren de manera confiable. Los actores de este nivel, ya sean distribuidores y/o mayoristas, solo pueden vender a minoristas autorizados. En este nivel se recaudan los impuestos especiales de cada Estado.

Tercer nivel: Corresponde a los minoristas. En otras palabras, incluye tiendas con licencia de venta como licorerías, bares o restaurantes. Los minoristas son los que se aseguran de que el alcohol se venda a mayores de edad. En este nivel es donde se recauda el impuesto a las ventas estatales



VINO Y ESPUMANTE

Este sistema brinda muchos beneficios, permitiendo una regulación más eficaz se logra mayor recaudación impositiva por parte del Estado, como también asegurar estándares de calidad y salubridad para el consumidor. Si bien este sistema puede presentar ciertas barreras para nuevos distribuidores que quieran insertarse en el sistema, no presenta mayores impedimentos para nuevos productores.

Otro sistema adoptado por 17 estados, y algunas jurisdicciones de Alaska, Maryland, Minnesota y Dakota del Sur, recibe el nombre de “Modelo de Control” (Control Model). En este sistema el Estado interviene en el segundo nivel, el de la distribución o venta mayorista de bebidas alcohólicas. Es el Estado quien compra las bebidas alcohólicas a los productores, para luego vendérselas a los comerciantes, se establece un monopolio, en manos estatales, de uno de los tres niveles del sistema de distribución.

Los dos sistemas adoptados a lo largo de todo EEUU para regular las bebidas alcohólicas han ido sufriendo ciertos cambios dentro de cada estado. Como fue anteriormente mencionado son varios los estados que han ido desregularizando el mercado de bebidas alcohólicas, adaptándose a la nueva tendencia de ventas por plataformas online. Dando lugar a una proliferación de las ventas directas al consumidor (DTC por sus siglas en inglés) por parte de productores o de distribuidores, atentando contra las posibilidades de ganancia de algunos distribuidores y de los comerciantes.

En un fallo de la Corte Suprema de 2005 (Granholm v. Heald) se estableció que era inconstitucional que ciertos estados no permitiesen la venta de vinos por parte de productores de otros estados. Aunque las cantidades que se pueden vender por esta vía son sumamente limitadas, este crecimiento en las ventas que evitan el nivel de los distribuidores ha generado cierta preocupación.

Asimismo, se destaca que actualmente han crecido de forma significativa distintas plataformas de importación, distribución y de llegada al consumidor final.

En ese sentido se destacan las siguientes:

Lovemark

Ante la dificultad que presenta insertarse en el mercado estadounidense para los productores de vinos argentinos se presentan nuevas variantes. Lovemark es una plataforma digital que busca facilitar este proceso para los productores argentinos, brindando servicio de importación, promoción y comercialización en EEUU. Esta empresa ofrece a cambio de un porcentaje de las ventas llevar a cabo la importación de los vinos, también incluyen el servicio de venta directa a distribuidores ya establecidos en muchos estados, brindando acceso a esta red de distribuidores y ciertas bases de datos con valiosa información sobre el mercado de vinos. Lovemark también ofrece un servicio de asesoramiento en marketing y ventas para el producto, desde consultorías sobre etiquetas hasta degustaciones en el punto de venta.



VINO Y ESPUMANTE

SevenFifty

SevenFifty es una plataforma online de mercado y comunicación que busca ayudar a los importadores, productores, distribuidores y minoristas para poder estar en contacto entre ellos y llevar adelante sus negocios. Esta plataforma interviene en los tres niveles del sistema de distribución de bebidas alcohólicas (Three-tier system), como este sistema ha quedado en cierta forma anticuado, busca agilizar y facilitar la información entre cada uno de los niveles. Trabajan con una gran cantidad de distribuidores ofreciendo sus portafolios enteros en su plataforma online de fácil acceso y uso, de esta manera los comerciantes pueden encontrar los productos que deseen de una manera más sencilla y eficiente. Del mismo modo permite a los productores un mayor control sobre la trayectoria que hacen sus productos dentro del mercado.

6

ESTADISTICAS DE IMPORTACION

Nuestro país es el principal proveedor del mercado en América Latina pero el 6 origen de importación en comparación a todos los proveedores. Durante el período 2017-2019, su market share ha disminuido de un 5,20% a un 4,35%,.

Principales orígenes de importación de vinos, espumantes y bebidas fermentadas a base de uva- Miles de US\$

	País	2017	2018	2019	Ene - Jul 2019	Ene - Jul 2020	Variación porcentual 2019/2020
1	Francia	1,817,958	2,054,325	2,109,887	1,272,899	904,254	-28.96%
2	Italia	1,848,536	1,969,707	1,940,373	1,108,791	1,104,255	-0.41%
3	Nueva Zelanda	423,703	437,774	465,053	271,934	291,211	7.09%
4	España	351,997	358,492	352,827	213,678	183,403	-14.17%
5	Australia	404,172	353,886	335,342	188,944	172,562	-8.67%
6	Argentina	304,169	281,626	267,065	159,502	147,034	-7.82%
7	Chile	281,826	233,851	234,142	136,501	135,075	-1.04%
8	Portugal	98,230	109,427	111,439	61,048	65,305	6.97%
9	Alemania	110,291	104,044	97,564	58,029	36,376	-37.31%
10	Sudáfrica	54,144	48,837	45,853	27,070	24,960	-7.79%
	Los demás	149,090	166,592	176,171	106,606	81,126	-23.90%
	Total	5844116	6,118,560	6,135,715	3,605,002	3,145,561	-13%



VINO Y ESPUMANTE

Principales proveedores por tipo de vino en miles de US\$Vino Tinto

	País	2017	2018	2019	Ene - Jul 2019	Ene - Jul 2020	Variación porcentual 2019/2020
1	Italia	628,202	667,866	632,034	370,481	358,959	-3.11%
2	Francia	564,053	628,530	621,402	402,506	160,901	-60.03%
3	Argentina	211,217	213,382	194,463	117,097	103,192	-11.87%
4	España	147,557	148,538	141,291	94,664	30,011	-68.30%
5	Australia	167,187	137,325	125,440	73,699	65,295	-11.40%
6	Chile	140,696	116,670	98,007	57,403	57,650	0.43%
7	Portugal	26,108	31,086	33,661	19,721	22,598	14.59%
8	Nueva Zelanda	20,704	19,062	19,251	12,000	10,116	-15.70%
9	Sudáfrica	16,415	17,475	16,561	9,485	9,840	3.75%
	Los demás	57,201	68,243	73,807	46,540	26,251	-43.60%
	Total	1,979,340	2,048,177	1,955,917	1,203,596	844,812	-30%

Fuente: Elaboración propia en base a USITC

Vino Blanco

	País	2017	2018	2019	Ene - Jul 2019	Ene - Jul 2020	Variación porcentual 2019/2020
1	Italia	680,755	676,187	646,812	373,612	378,408	1.28%
2	Nueva Zelanda	313,270	332,505	363,928	212,709	227,891	7.14%
3	Francia	295,767	314,882	326,189	208,245	112,149	-46.15%
4	Australia	123,182	111,780	119,484	69,583	66,823	-3.97%
5	Alemania	89,492	81,260	74,468	43,116	29,632	-31.27%
6	España	38,902	39,338	39,794	25,456	18,202	-28.50%
7	Chile	49,231	40,304	36,137	21,555	20,123	-6.64%
8	Portugal	17,812	19,040	20,014	12,654	14,758	16.63%
9	Sudáfrica	19,162	17,727	18,501	10,918	9,693	-11.22%
10	Austria	11,560	13,427	15,100	8,753	7,237	-17.32%
11	Argentina	17,325	13,501	13,472	8,080	8,465	4.76%
	Los demás	24,060	26,465	28,172	17,383	12,099	-30.40%
	Total	1,680,517	1,686,417	1,702,071	1,012,066	905,480	-10.53%

Fuente: Elaboración propia en base a USITC



VINO Y ESPUMANTE

Vino Espumante

	País	2017	2018	2019	Ene - Jul 2019	Ene - Jul 2020	Variación porcentual 2019/2020
1	Francia	683,486	707,025	750,976	366,384	317,811	-13.26%
2	Italia	381,006	443,213	476,795	249,975	249,530	-0.18%
3	España	93,383	98,448	96,407	51,813	42,093	-18.76%
4	Alemania	4,974	5,405	5,453	3,288	2,389	-27.34%
5	Reino Unido	2,560	2,614	2,679	1,500	395	-73.67%
6	Australia	3,357	3,191	2,563	1,467	1,012	-31.02%
7	Sudáfrica	2,348	2,412	2,526	1,493	1,117	-25.18%
8	Argentina	1,576	1,971	2,115	999	840	-15.92%
9	Austria	1,041	1,392	1,514	912	605	-33.66%
	Los demás	4,103	5,449	5,619	2,860	2,968	3.79%
	Total	1,177,834	1,271,120	1,346,646	680,691	618,760	-9%

Fuente: Elaboración propia en base a USITC

Principales productos exportados desde Argentina- Miles de US\$

PERIODO	TINTO	ESPUMANTE	BLANCO	TOTAL EXPORTADO
2017	211,217	1,576	17,325	230,119
2018	213,382	1,971	13,501	228,854
2019	194,463	2,115	13,472	210,049
Ene - Jul 2019	117,097	999	8,080	126,175
Ene - Jul 2020	103,192	840	8,465	112,497

Fuente: Elaboración propia en base a USITC

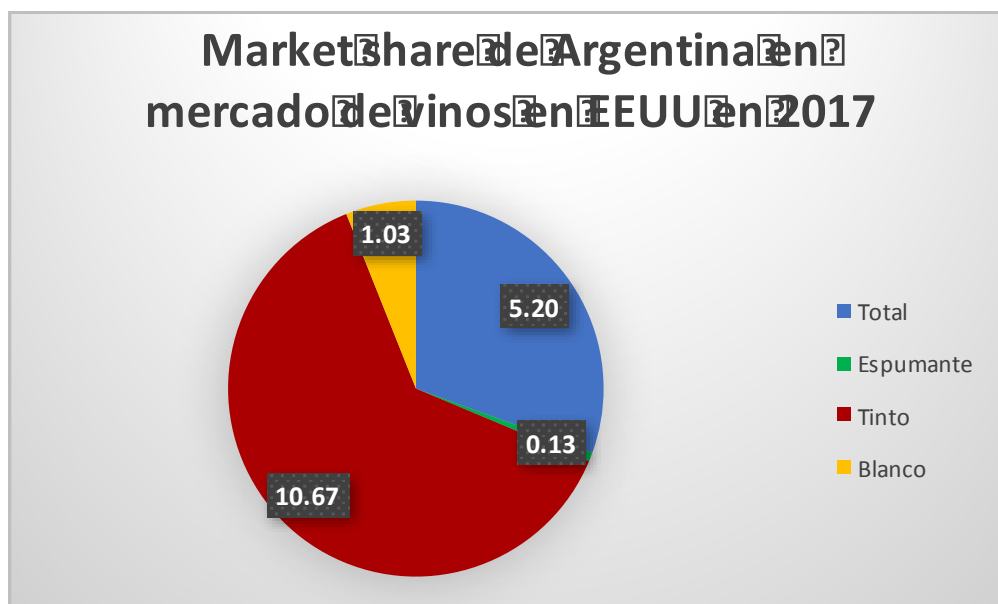


VINO Y ESPUMANTE

Importaciones de Estados Unidos de vino por tipo- Miles de US\$

TIPO	2017	2018	2019	Ene - Jul 2019	Ene - Jul 2020	Variación porcentual 2019/2020
BLANCO	1,680,517	1,686,417	1,702,071	1,012,066	905,480	-10.53%
TINTO	1,979,340	2,048,177	1,955,917	1,203,596	844,812	-29.81%
ESPUMANTE	1,177,834	1,271,120	1,346,646	680,691	618,760	-9.10%
TOTAL IMPORTADO	4,837,691	5,005,714	5,004,634	2,896,353	2,369,052	-18.21%

Evolución del Market Share de Argentina en el mercado

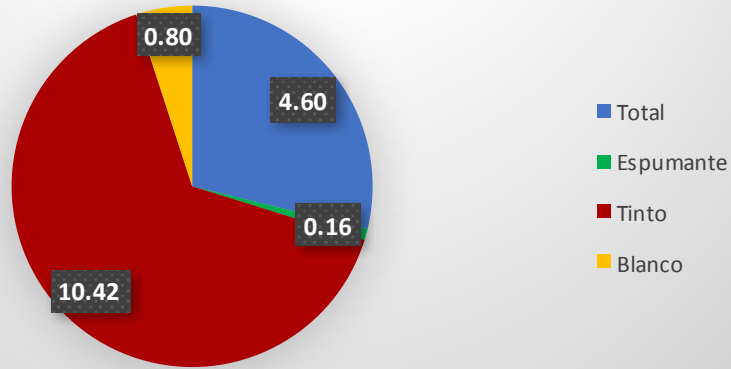


Fuente: Elaboración propia en base a USITC



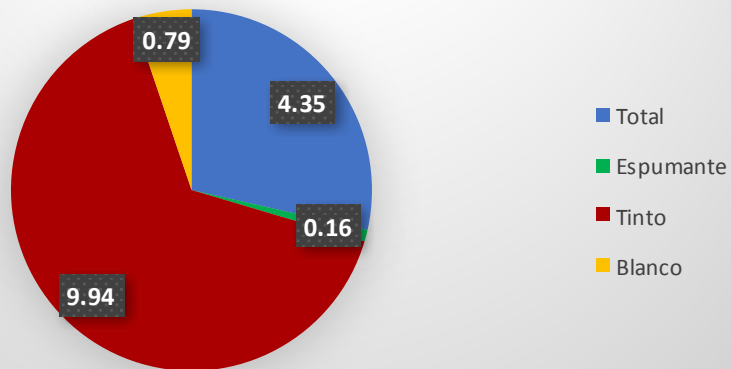
VINO Y ESPUMANTE

Market share of Argentina in the wine market in the USA in 2018



Fuente: Elaboración propia en base a USITC

Market share of Argentina in the wine market in the USA in 2019



Fuente: Elaboración propia en base a USITC

Dentro del segmento de blancos y espumantes, los vinos argentinos tienen una reducida participación en el mercado. Existe margen para mayor crecimiento en ventas en estos segmentos

**VINO Y ESPUMANTE**

7

IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES**Apollo Fine Wines**

Contacto: Poli Debitto

+ 1 (261) 6391631

apollows@hotmail.com

261 Street 261

191 Hanse Ave, Freeport NY (11520)

<http://www.apollowinespirits.com/default.aspx>**ATLAS**

Contacto: Rebecca Powelson

+244 (1312) 5454345

rpowelson@atlasimports.com

1749 N. Wells St, Chicago, IL (60614)

www.atlasimport.com**Deutsch Family**

Contacto: Ann Altman

+1 (203) 9654341

ann.altman@deutschfamily.com201 Tresser Boulevard Suite 500,
Stamford CT (06901-3435)www.deutschfamily.com**E & J Gallo Winery**

Contacto: Tiffany Haines

+1 (866) 4639463 / +1 (866) 4639463

tiffany.haines@ejgallo.com

Adrienne Daniels

+1 (209) 3415526

adrienne.daniels@ejgallo.com600 Yosemite Blvd - Modesto, CA
(95353)www.gasconwines.com**Ecosur Group, Ecovalley**

Contacto: Andrew Miller

+1 (704) 6457282

andrew@ecosurgroup.com124 Circle M Drive, Salisbury, NC
(28147)www.ecosurgroup.com**Biagio Cru And Estates**

73 Powerhouse Road

Roslyn Heights, NY 11577

Tel: (516) 299-4344

Contact: Ben Restivo

Email: brestivo@biagiocru.com**Misa Imports**1921 Record Crossing Rd, Dallas, TX
75235

Tel: (972) 235-3834

Contact: Ann Connors

Email: ann.connors@misaimports.com**Southern Wine & Spirits**

33321 Dowe Ave, Union City, CA 94587

Tel: (954) 969-4439

Contact: Ernie Spardy

Email: spardye@carico.com**Albatrans Inc.**10400 Linn Station Rd
Louisville, KY 40223

Tel: (718) 917-6795

Contact: Helen Blackshaw

Email: helen.blackshaw@albatrans.com**Prestige Beverages Inc.**1999 Shepard Road
Saint Paul, MN 55116

Tel: (908) 523-0333

Contact: Scott Bird

Email: scott@nuts.com**Folio Fine Wine Partners**

Contacto: Denise Gunter

+1 (707) 6880503

dgunter@foliowine.com

Joanna Cucco

+1 (707) 2562747

jcucco@foliowine.com550 Gateway Dr, Suite 220, Napa CA
(94558)<https://www.foliowine.com/>

**VINO Y ESPUMANTE****Evaton Inc**

Contacto: April Gordon
aprilgordon@evaton.com
 1010 Washington Blvd, Stamford CT
 (06901)
<https://evaton.com/>

Excelsior Wines

Contacto: Anna D'Aloisio
 +1 (516) 6862538
anna.daloisio@fetzer.com
 1111 Cedar Swamp Rd Old Brookville
 NY 11545
www.excelsiorwines.com

Fetzer

Compró a Excelsior
 Contacto: Ed Barden
ed.barden@fetzer.com
 Tommy Cavnor
tommy.cavnor@fetzer.com

Frederick Wildman

Contacto: Emily Bain
 +1 (212) 2300904
e.bain@frederickwildman.com
 Jennifer Van Ness
 +1 (212) 3550700
j.vanness@frederickwildman.onmicrosoft.com
 307 East 53rd Street, New York NY
 (10022)
www.frederickwildman.com

Guarachi Wine Partners

22837 Ventura Blvd, CA (91364)
www.guarachiwinepartners.com
 Contacto: Travis Arnesen
 +1 (818) 2255100 / +1 (702) 4036469
tarnesen@guarachiwinepartners.com
 Marilyn Vogel
mvogel@guarachiwinepartners.com
 Bob Celosky
 +1 (818) 2255100
bcelosky@guarachiwinepartners.com

Paul Hobbs Wines

Contacto: Michelle Schromm
 +1 (824) 5843
mschromm@paulhobbs.com
 3355 Gravenstein Hwy North, Sebastopol CA
 (95472)
www.paulhobbswines.com

Piatelli Vineyards USA

Contacto: Eric Malinski
 + 1 (303) 8837303
eric@piatellivineyards.com
 6636 Cedar Ave S, Richfield, MN (55423)
www.piatellivineyards.com

Quintessential Wines

Contacto: Lorraine Raguseo
 +1 (914) 8824285
lorraine@quintessentialwines.com
 16 E. 40th Street Suite #701, New York, NY
 (10016)
www.quintessentialwines.com

Revana Wines

Contacto: Jeff Lewis
jeff@revanawines.com
 Scott
scott@revanawines.com

Stoli/Tenute del Mondo

Contacto: Trevor Hague
thague@stoli.com
<http://tenutedelmondo.com/>

T. Edward Wines

Contacto: Caitlin Crosbie Doonan
cdoonan@tedwardwines.com
<https://tedwardwines.com/>

Taub Family Selection

Contacto: Rebeca Weber
 +1 (516) 918-6235 / +1 (646) 530-0198
rweber@taubfamilyco.com
 48 Harbor Park Dr, Port Washington, NY
 (11050)
<https://www.taubfamilyselections.com/>

**VINO Y ESPUMANTE****Terlato**

Contacto: Jaime Wideman
WidemanJ@terlatowines.com
<https://www.terlatowines.com/>

The Wine Group

Contacto: Karina Concepcion
karina.concepcion@thewinegroup.com

Cameron Kent

+1 (443) 7428304
cameron.kent@thewinegroup.com
 4596 Tesla Rd, Livermore, CA (94550)
<https://thewinegroup.com/>

Trinchero Family Estates

Contacto: Jessica Martini
jmartini@tfewines.com
 100 St. Helena Hwy, CA (94574)
 +1 (707) 9633104
<https://www.tfewines.com/>

Vias Wine

lbigerna@viaswine.com
 +1 (212) 629 0200
 875 Sixth Avenue, Suite 2200, New York, NY (10001)
<http://viaswine.com/>

Vine Connections

emily@vineconnections.com
 One Harbor Drive, Suite 112, Sausalito, CA (94965)
<http://www.vineconnections.com/>

Vineyard Brands

Contacto: Andy Gesell
 +1 (617) 8169723
agesell@vineyardbrands.com
 2 20th Street North, Birmingham, Alabama (35203)
www.vineyardbrands.com

Vino Del Sol

Contacto: Alejandro Darago
 514 E Waldron St, Corinth, MS (38834)
 Contactos:
 Matt Hedges
 +1 (831) 7249560 / +1 (261) 4988917
matt@vinodelsol.com
 Thane Prichard
 +1 (831) 7249560
thane@vinodelsol.com
www.vinodelsol.com

Vintage Wine Estates

Contacto: William Kellerman
WKellerman@vintagewineestates.com
 205 Concourse Blvd, Santa Rosa CA (95403)
<https://www.vintagewineestates.com/>

Winebow Inc /MundoVino

Contacto: Michael LaRocque
michael.larocque@winebow-imports.com
 +1 (773) 4150047
 David Greenberg
d_greenberg@winebow.com
 +1 (646) 8848025
<https://www.winebow.com/imports/mundovino>
 31 West 27th Street, 7th Floor, New York, NY (10001)
<https://www.thewinebowgroup.com/>

Wine in Motion

Contacto: Blanche Orbe
blanche.orbe@wineinmotionusa.com
 151 Ferry St #202, Newark, NJ (07105)
<https://www.wineinmotionusa.com/>

Winesellers

Contacto: Adam Sager
 +1 (847) 6471100
adams@winesellersltd.com
 7520 N Caldwell Ave, Niles, IL (60714)
www.winesellersltd.com



VINO Y ESPUMANTE

Kobrand Corp.

Dave Persaud

+1 (542) 6149646

dpersaud@kobrand.com

1 Manhattanville Road, 4th floor,
Purchase, NY (10577-2126)

www.kobrand.com

Michael Skurnik Wines

Contacto: David Skurnik

+1 (516) 6779300

dsurnik@skurnikwines.com

575 Underhill Blvd #216, Syosset, NY
(11791)

www.skurnikwines.com

Novovino Wine Co.

Contacto: Robert Jovic

+1 (312) 4930850

robert@novovino.com

1144 Washington Blvd 1st Floor,
Chicago, IL (60607)

www.novovino.com

Opici

Contacto: Sangeeta M. Rao

+1 (703) 8393553

raos@opici.com

1667 Knecht Ave, Suites E & F, Halethorpe, MD
(21227)

www.opici.com

Pacific Highway Wines & Spirits

Contacto: Angela Slade

+1 (336) 2797131

Angela@pacific-hwy.com

4319 Waterleaf Court Greensboro, North
Carolina (27410)

www.pacific-hwy.com

Palm Bay International

Contacto: Yosef Veira

+1 (516) 9186219

yveira@palmbay.com

48 Harbor Park Drive, Port Washington, NY
(11050)

www.palmbay.com