



Vivant

Quem somos?

Primeira empresa brasileira a colocar um produto **100% vinho na lata**, queremos descomplicar o consumo da bebida e provar que bons vinhos podem ser **consumidos em qualquer lugar e ocasião** sem necessidade de taças, saca rolhas, etc.

O que quer dizer 100% vinho na lata?

Todos os vinhos da Vivant são **finos e secos, frescos, leves e refrescantes**, pensados para se encaixar perfeitamente na proposta da lata. Eles não são carbonatados nem possuem qualquer outra composição diferente do vinho tradicional.

A única diferença é que possuem uma **graduação alcoólica levemente menor** que a dos vinhos comuns (em torno de 1 – 1.5% a menos), para trazer ainda mais **leveza**.

Qualidade

3



Vinícola

19 anos de mercado com 50 hectares em Caxias do Sul (RS), com a mais alta tecnologia em vinificação.



Curadoria

Seleção feita por sommelier com formação na Le Cordon Bleu de Paris e ABS e por um renomado enólogo da Serra Gaúcha.



Rosé:
Pinot Noir/Syrah



Qualidade

As latas possuem uma película que reveste o alumínio e garante a mesma qualidade da garrafa.



Tecnologia

A Vivant é a **primeira e única** empresa brasileira de vinhos parceira da Ball, a maior fornecedora global de latas. Somos o único vinho do mercado nacional cujas latas possuem a tecnologia **VinSafe**, que garante um **shelf life** ao produto de no mínimo de 2 anos.



Estratégia alinhada com o futuro do mercado

A Nielsen e Euromonitor apontam o vinho em lata como a **principal tendência para a categoria globalmente**. Nos EUA por exemplo, onde o vinho em lata já deixou de ser tendência para se tornar um mercado consolidado, já existem mais de 300 marcas de vinhos enlatados, com novos lançamentos semanais.



Branco:
Chardonnay

O maior foco das marcas de lata são os **jovens**, público dentre o qual o consumo de vinhos vem crescendo, em ocasiões de **consumo fora de casa (praia, balada, festas, eventos ao ar livre, etc.)** e os dois principais benefícios são **conveniência e portabilidade**.

Por que Vivant?



Pioneirismo – O primeiro vinho fino e seco em lata do Brasil.



Qualidade – Refinada curadoria + testes em laboratórios brasileiros e americanos.



Marketing – Plano robusto que contempla TV, patrocínio de grandes eventos, etc.

Tinto:
Cabernet/merlot



Powering Wine in a Can Globally



Latas Ball com tecnologia *VinSafe*. Primeira lata de vinho litografada (impressa) do Brasil.



Trade – Atenção especial à execução com MPDVs, degustações, ações, etc.



Equipe – corpo executivo formado por ex executivos da Ambev, Pepsico e Nestlé

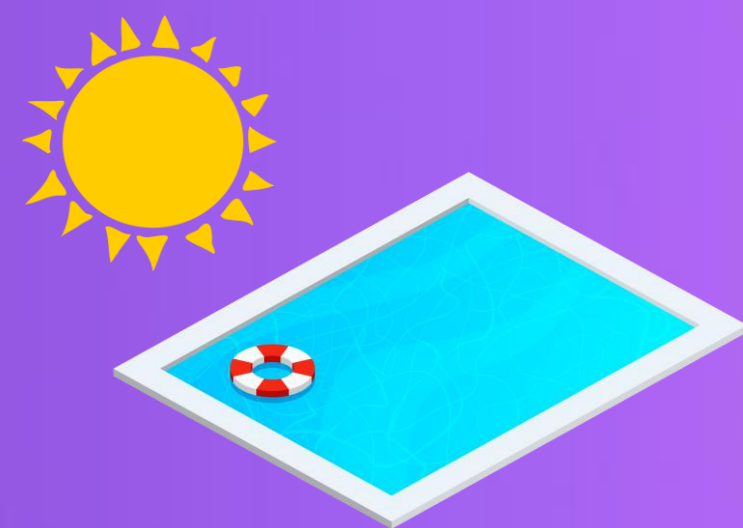
Por que na lata?



Produto inovador em uma categoria que carece de novidades e diferenciação



Price point menor que de uma garrafa inteira



Latas mais adaptáveis às ocasiões de consumo de vinho (sem taças e saca rolhas)



Custo benefício – uma lata serve duas taças e 3 latas equivalem a mais de uma garrafa



Consumo individual: não há mais a necessidade de abrir uma garrafa inteira



Facilidade de armazenagem

Por que na lata?



Consumo *on the go*



Portabilidade/praticidade



Sem necessidade de taças
e saca rolhas



Gela mais rápido



Introdução dos jovens no mundo do vinho
para futuro Trade UP



Sustentabilidade – 98% do
alumínio é reciclado no Brasil vs
40% do vidro

Com quem já trabalhamos

Mais de 600 PDVs em 8 estados (RJ, SP, RS, MG, ES, PR, SC e CE)

Negociação

Fechado/em cadastro

Pedido colocado



Vivant na mídia

Istoé

Moeda forte



POR HUGO CILO

VINHO NA LATA

A empresa brasileira Vivant Wines, especializada em vinhos em lata, vai alcançar a marca de 850 mil unidades vendidas e faturamento de R\$ 6,5 milhões no próximo ano. De acordo com o cofundador **Alex Homburger** as latas já estão sendo distribuídas em 450 pontos de vendas no Rio de Janeiro, em São Paulo, Curitiba e Porto Alegre, além de várias cidades de Minas Gerais e Espírito Santo. O plano é popularizar o consumo de uma bebida ainda inacessível para muitos. Há três rótulos: tinto (cabernet e merlot), branco (chardonnay) e rosé (syrah/ pinot noir). "Muita gente fica resistente quando mostramos a bebida na lata. Mas, logo que elas experimentam, se surpreendem. Os vinhos não perdem em nada na qualidade", garante Homburger. "Vamos agora buscar o mercado da região Nordeste."

Brazil Journal



01/07/2019 às 19h46

Conheça a Vivant, o vinho em lata brasileiro

<https://braziljournal.com/conheca-a-vivant-o-vinho-em-lata-brasileiro>

<https://www.istoedinheiro.com.br/vinho-na-lata/>

Gazeta do Povo

Bebidas

TENDÊNCIA

Onda dos drinks e vinhos em lata desembarca no Brasil

Comum na Europa e EUA, bebidas mais elaboradas prontas para beber começam a cair no gosto dos brasileiros. Novas marcas nacionais aparecem no mercado

<https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/drinks-e-vinhos-em-lata-tendencia/>



TIM-TIM

A vida é um vinho. Assim como o vinho, a vida é feita de momentos bons e ruins. E é justamente nesses momentos bons que devemos aproveitar ao máximo. É por isso que a Vivant Wines nasceu. Para trazer para você o melhor do vinho em lata, com a qualidade e o sabor que você merece.

VIVANT WINES

Desde 2015, a Vivant Wines vem revolucionando o mercado de vinhos em lata no Brasil. Com a qualidade e o sabor que você merece, a Vivant Wines é a escolha perfeita para quem quer aproveitar o melhor do vinho em lata.

Qual é o público-alvo da marca?

Nosso público são os millennials, que buscam uma bebida de qualidade, mas sem o custo elevado dos vinhos tradicionais. Queremos dominar os principais pontos de venda, como supermercados e bares, para facilitar o acesso ao nosso vinho em lata.

Qual foi o maior desafio da empresa ao entrar no mercado?

Quitar a barreira do preconceito. Muitas pessoas ainda acham que o vinho em lata é inferior ao vinho tradicional. Nosso desafio foi mostrar que o vinho em lata pode ser tão bom quanto o tradicional, com a mesma qualidade e sabor.

FOLHA DE S.PAULO

Marcas artesanais tiram drinques dos bares e colocam em latinhas

Empresas apostam na praticidade de consumir as bebidas em praias e parques



Vinhos em lata da empresa Vivant, do Rio Divulgação

<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2020/02/marcas-artesanais-tiram-drinques-dos-bares-e-colocam-em-latinhas.shtml>

EXAME

VIP – ESTILO DE VIDA

Vinhos em lata ambicionam aumentar o consumo da bebida no Brasil

Seduzir novos consumidores é a ordem do dia para quem almeja melhorar a posição do Brasil

Por Daniel Salles

9 set 2019, 19h58



Empresas & Negócios

FICE 2019 FRANQUIAS GESTÃO MULHERES EMPREENDEDORAS

DIVERSÃO E TURISMO

Empreendedores criam vinho em lata para popularizar consumo da bebida

Proposta da Vivant é oferecer praticidade em ambientes como praia, baladas ou eventos ao ar livre

2 min de leitura

VICTOR CAPUTO

31 OUT 2019 - 06h01 | ATUALIZADO EM 01 NOV 2019 - 17h37

Da reforma da previdência à reforma do apartamento, você encontra no **Globo Mais**

EXPERIMENTE 30 DIAS GRÁTIS

EU QUERO **globo+**



<https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Diversao-e-turismo/noticia/2019/10/empreendedores-criam-vinho-em-lata-para-popularizar-consumo-da-bebida.html>

• O Globo

NEGÓCIOS e leilões

VINHO EM LATA

O novo modelo de apresentação da bebida pretende seduzir os jovens



EMBALAGEM SEGURA

Foi numa piscina que o empresário australiano Greg Stokes percebeu acidentalmente uma grande ideia: uma embalagem que fosse mais segura para o consumo da bebida. Isso aconteceu em 1996 e cinco anos depois, em 2001, foi lançada a **Barbecue Wines**, que criou a lata com tecnologia patentada (usada para impermeabilizar vinhos). No Brasil, a marca chegou há pouco tempo, em janeiro de 2018, por meio da importadora **Pirral Bebidas**, de Joinville (SC), sua representante e distribuidora exclusiva no país.

Inicialmente, a importadora comercializou 20 mil latinhas no litoral de Santa Catarina e em Curitiba, com investimento inicial de R\$ 800 mil, cujo prazo de retorno é estimado para meados de 2020. Hoje já são mais de 400 pontos de venda espalhados pelo Brasil, em 14 capitais.

O primeiro ponto de venda foi de R\$ 360 mil. A empresa espera fechar esse ano com receita de R\$ 800 mil. Os vinhos importados são enviados em latas de 250 ml nos tipos **red** (Cabernet Sauvignon e Merlot), **white** (Chardonnay e Sauvignon Blanc) e **rose** (Syrah e Pinot Noir).

"Os vinhos em lata são uma tendência internacional, observada mundialmente, onde o mercado vem registrando um crescimento impressionante nos últimos dois anos. O formato em lata permite o consumo em qualquer ambiente, seja permitido degustar uma bebida alcohólica. Além disso, embalagem é segura, inviolável e 100% reciclável", diz gerente de Compras Internacionais da **Pirral Bebidas**, Carlos do Amaral Veloso.

Líderes de consumo

O Brasil está entre os países com maior consumo de vinho em lata. Segundo a **Euromonitor**, o Brasil é o maior consumidor de vinho em lata no mundo, com uma demanda de 1,2 milhão de unidades por ano. No Brasil, o maior consumidor de vinho em lata é o estado de São Paulo, com uma demanda de 300 mil unidades por ano. Outros estados com alta demanda são o Rio de Janeiro, Minas Gerais e o Espírito Santo.

Importância do formato

Segundo o **Euromonitor**, o formato em lata é muito mais prático e conveniente do que o tradicional garrafão. Além disso, a lata é mais segura e resistente a vazamentos. Isso torna a lata uma opção ideal para quem quer levar o vinho para fora de casa, seja para uma festa ao ar livre ou para um jantar romântico em casa.



Obrigado!

nalata@vivantwines.com

Instagram: @vivantwines

PRIVATE & CONFIDENTIAL

O conteúdo desta apresentação é de propriedade e uso exclusivo da Vivant