

# PRODOTTI AGROALIMENTARI E BEVANDE IN BRASILE



20  
20



Ministry of Foreign Affairs  
and International Cooperation

**ITCA**   
ITALIAN TRADE AGENCY



---

# Prodotti agroalimentari e bevande in Brasile

A cura di ITA – Italian Trade Agency  
Ufficio San Paolo

Febbraio 2020

---



---

## INDICE

1. Mercato brasiliano dei prodotti agroalimentari e delle bevande	07
2. Cenni sulla distribuzione in Brasile di prodotti agroalimentari e bevande	17
3. Accreditazioni, standard di qualità, certificati di analisi e etichettatura	21
4. Regime Doganale	32
5. Associazioni di Categoria ed Organizzazioni Governative di Riferimento	34
6. Principali Marchi Italiani presenti in Brasile	35
7. Pubblicazioni Specializzate	36
8. Fiere ed Eventi	37

---

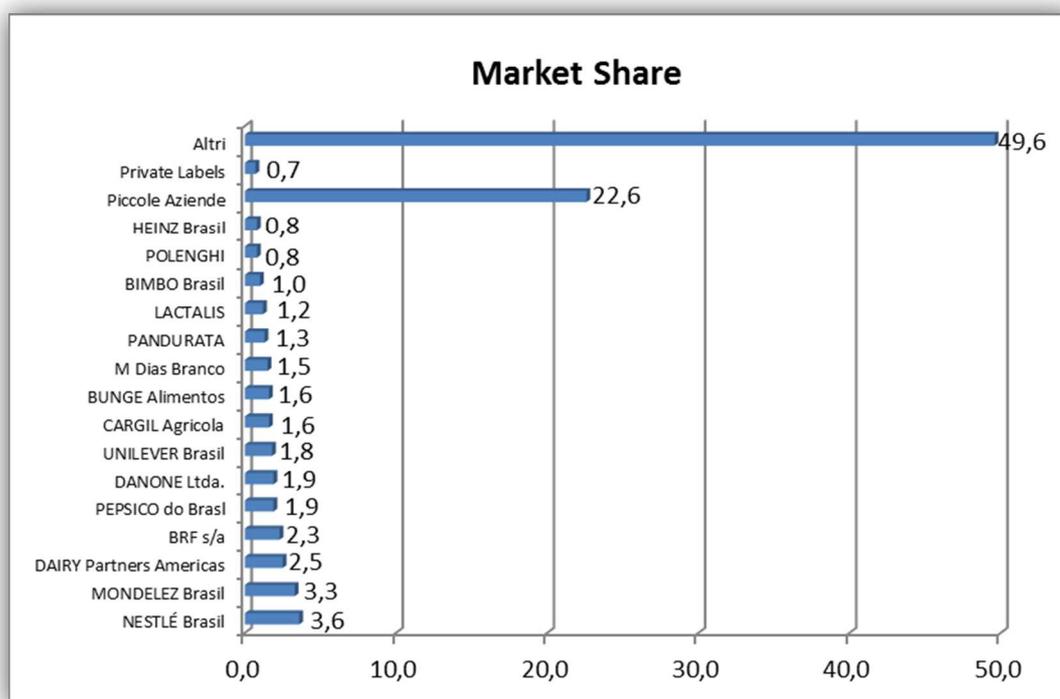


## 1. Mercato brasiliano dei prodotti agroalimentari e delle bevande

Il discreto miglioramento dell'economia brasiliana, che deve registrare un incremento dello 0,9% nel 2019, accompagnato da un altrettanto discreta diminuzione del tasso di disoccupazione, passato dal 12% all'11,6% tra gennaio e dicembre 2019, hanno stimolato le vendite al dettaglio nel segmento degli alimenti e delle bevande in Brasile che, secondo le prime stime del mercato sono state di circa 350 mld di reais nel 2019, cifra pari a USD 87,5 mld, con una crescita annua prospettata del 5,4% nei prossimi 5 anni.

Con il graduale miglioramento dello scenario economico e dell'occupazione della popolazione, si è verificato l'incremento verso la fine dell'anno delle vendite di piatti pronti e di snacks, ma sempre con un occhio ai prodotti sani e di qualità, quali le insalate e le barrette di proteina.

Cambiamenti nella legislazione atti a provvedere la popolazione di alimenti più sani, con meno zucchero, sale e grassi, stanno forzando le aziende a cambiare l'offerta in modo ad essere in linea con le nuove disposizioni. Uno dei target delle autorità brasiliane riguarda la riduzione entro il 2022 del consumo di 144 mila tonnellate di zucchero in torte, miscele per torte, prodotti lattieri, bevande al cioccolato, bevande zuccherate e biscotti ripieni.



Fonte: Euromonitor International

Si nota una crescente presenza sul mercato dei prodotti di piccole aziende e dei prodotti private label, di qualità simile a quella offerta dai grossi gruppi, ma a prezzi più bassi. Ciò spinge i grandi gruppi, tra cui Nestlé, Mondelez, Dairy Partners Americas, BRF, Pepsico e Danone, che complessivamente hanno il 15,5% del market share, a costantemente innovare in modo da

rimanere rilevanti nelle menti dei consumatori, sempre di più critici rispetto al beneficio di un determinato bene o servizio, ponderando attentamente i diversi valori in gioco nella scelta d'acquisto, quali prezzi e promozioni varie.

### Importazioni

Le importazioni di alimenti e bevande sono state pari a USD 8,2 mld nel 2019, cifra leggermente superiore a quella verificata nel 2018 (1,36%), quando hanno registrato il valore di USD 8,1 mld. Le importazioni di alimenti e bevande, pertanto, rappresentano il 9,4% del mercato.

Le principali categorie di prodotti importati sono i cereali (26,2%), gli ortaggi e le preparazioni (13%), i grassi o oli animali e/o vegetali (11,2%), il malto e le farine di frumento (9%) e la frutta (7,5%) che, complessivamente, rispondono per il 66,9% delle importazioni brasiliane di alimenti e bevande.

Altre categorie che registrano quote mediamente importanti sull'import totale sono i vini (4,5%), categoria in cui i cileni sono i principali fornitori, con una quota del 39,4% del totale importato; il cacao e le preparazioni (3,9%), in cui l'Italia è il terzo principale fornitore, dopo Costa d'Avorio e Argentina, con una quota del 6%; latte e crema di latte, anche con l'aggiunta di zucchero (3,0%), forniti quasi che esclusivamente (94%) da Argentina e Uruguay; le preparazioni a base di cereali, farine, amidi, fecole o latte, tra cui i prodotti della panetteria e le paste alimentari (2,7%), aventi come principali fornitori Argentina (26,8%), Italia (18,6%) e Germania (11,8%); caffè e tè (1,47%), il cui principale fornitore è la Svizzera (43,7%); formaggi e latticini (1,44%), i cui principali fornitori sono Argentina (60,6%), Uruguay (20,6%), Francia (5,8%), Olanda (5,47%) e Italia (3,5%).

Partner	Gennaio - Dicembre (Valore: USD)			Quota di mercato(%)			%Δ 2019/18
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	
<b>_Mondo</b>	<b>8.070.471.806</b>	<b>8.067.162.510</b>	<b>8.176.806.581</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>1,36%</b>
Argentina	2.793.963.889	3.034.737.780	3.083.459.705	34,62	37,62	37,71	1,61%
Uruguay	645.078.138	455.536.542	565.117.660	7,99	5,65	6,91	24,06%
Paraguay	488.289.263	447.627.145	508.282.852	6,05	5,55	6,22	13,55%
Stati Uniti	415.265.083	400.879.838	397.247.932	5,15	4,97	4,86	-0,91%
Portogallo	334.183.612	388.721.153	393.514.374	4,14	4,82	4,81	1,23%
Chile	437.783.181	431.008.770	388.373.444	5,43	5,34	4,75	-9,89%
Spagna	252.474.116	248.529.981	280.035.935	3,13	3,08	3,43	12,68%
<b>Italia</b>	<b>226.709.550</b>	<b>239.234.042</b>	<b>228.847.181</b>	<b>2,81</b>	<b>2,97</b>	<b>2,80</b>	<b>-4,34%</b>
Cina	258.154.652	191.769.550	220.599.867	3,20	2,38	2,70	15,03%
Indonesia	344.195.865	284.388.250	212.158.020	4,27	3,53	2,60	-25,40%
<b>Altri</b>	<b>1.874.374.457</b>	<b>1.944.729.459</b>	<b>1.899.169.611</b>	<b>23,21</b>	<b>24,09</b>	<b>23,21</b>	<b>-2,34%</b>

Fonte: Ministero Brasiliano dell'Industria, Commercio Estero e Sviluppo Economico

Il principale paese fornitore del Brasile di alimenti e bevande è l'Argentina, con quota del 37,7% sulle importazioni brasiliane di alimenti e bevande. Fornisce prevalentemente cereali (47,7%), ortaggi e preparazioni (16,8%), malto e farine di frumento (11,7%) e frutta (5,9%).

Seguono per importanza gli altri due paesi che compongono il Mercosur ovvero, Uruguay (6,9%) e Paraguay (6,2%).

Gli Stati Uniti, importante fornitore del Brasile di cereali, appaiono al quinto posto nella graduatoria, con una quota del 4,9% nel 2019, seguito da Portogallo (4,81%), Cile (4,75%), Spagna (3,43%) e quindi, l'Italia (2,8%), ottavo principale fornitore del Brasile di alimenti e bevande.

I cileni esportano in Brasile prevalentemente vino (36,7%) e frutta (33,9%), mentre i portoghesi, primi fornitori del vecchio continente, esportano olio d'oliva (67,5%) e vini (13,2%). Gli spagnoli forniscono ai brasiliani particolarmente frutta (25,5%), olio d'oliva (22,1%) e ortaggi (17,7%).

Gli italiani forniscono ai brasiliani una paniera di prodotti piuttosto variegata, in cui sono maggiormente rilevanti i vini, che rispondono per il 16,7% dell'import proveniente dall'Italia, la frutta, con una quota del 16,4% e le paste alimentari, con il 12,8%.

Prodotti	Gennaio - Dicembre (Valore: USD)			Quota di mercato(%)			%Δ
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2019/18
<b>Import Totale</b>	<b>226.709.550</b>	<b>239.234.042</b>	<b>228.847.181</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>-4,3%</b>
Vini di uve fresche, inclusi i vini arricchiti di alcole	39.526.576	40.805.561	38.146.155	17,4%	17,1%	16,7%	-6,5%
Frutta e frutta a guscio commestibili; scorze di agrumi o di meloni	38.360.826	27.674.743	37.439.299	16,9%	11,6%	16,4%	35,3%
Paste Alimentari	28.388.838	29.690.549	29.250.049	12,5%	12,4%	12,8%	-1,5%
Olio d'oliva e sue frazioni	20.527.792	25.440.723	17.816.209	9,1%	10,6%	7,8%	-30,0%
Pomodori, preparati o conservati	13.430.933	16.289.714	17.394.955	5,9%	6,8%	7,6%	6,8%
Cioccolata ed altre preparazioni alimentari contenenti cacao	15.285.390	17.672.332	15.831.869	6,7%	7,4%	6,9%	-10,4%
Prodotti della panetteria, della biscotteria e della pasticceria	5.346.454	10.210.017	9.546.245	2,4%	4,3%	4,2%	-6,5%
Riso	6.491.880	6.004.580	6.067.921	2,9%	2,5%	2,7%	1,1%
Caffè	8.727.808	5.733.123	5.018.783	3,8%	2,4%	2,2%	-12,5%
Formaggi e latticini	4.389.211	4.314.519	4.098.152	1,9%	1,8%	1,8%	-5,0%
Farine di frumento e semola	1.840.107	2.366.248	2.942.161	0,8%	1,0%	1,3%	24,3%
Aceti	2.487.060	2.759.439	1.716.310	1,1%	1,2%	0,7%	-37,8%
Insaccati e affetati	1.267.217	1.194.500	1.310.152	0,6%	0,5%	0,6%	9,7%
Acque	358.571	656.345	1.140.856	0,2%	0,3%	0,5%	73,8%
<b>Altri</b>	<b>40.280.887</b>	<b>48.421.649</b>	<b>41.128.065</b>	<b>17,8%</b>	<b>20,2%</b>	<b>18,0%</b>	<b>-15,1%</b>

Fonte: Ministero Brasiliano dell'Industria, Commercio Estero e Sviluppo Economico

Siccome il consumo di vino in Brasile è maggiore quando le temperature sono più basse e perché l'inverno brasiliano nel 2019 ha registrato temperature oltre la media, il consumo del prodotto è stato più basso e di conseguenza, gli stock sono rimasti elevati, facendo sì che le importazioni in generale diminuissero dell'1% e quelle dall'Italia del 6,5%.

Altro prodotto tipico italiano, l'olio di oliva, di consumo ormai diffuso nella popolazione di medio/altro reddito, ha subito un forte calo nelle esportazioni in Brasile nel 2019, di oltre il 30%. Anche in questo caso, la ragione del calo è l'eccesso di domanda, in quanto negli ultimi anni si è importata una quantità molto superiore di olio rispetto alla domanda.

Se le importazioni dall'Italia di vino e olio non hanno registrato risultati positivi nel 2019, lo stesso non si verifica con le farine ed i pomodori, le cui importazioni dall'Italia subiscono importanti incrementi negli ultimi 3 anni e solo nel 2019 la crescita è stata del 6,8% nel caso dei pomodori e addirittura del 24,3% nel caso delle farine.

## Formaggi

Si calcola che siano state vendute in Brasile nel 2019 circa 825 mila tonnellate di formaggi, cifra il 3% superiore a quella verificata nell'anno precedente e che, in valori, corrisponde a 25,8 mld di reais (5,7 mld di euro).

I formaggi a pasta molle, di cui le mozzarelle rappresentano il 43,8%, rappresentano quasi il 50% del mercato. Seguono nella preferenza dei brasiliani i formaggi duri, che rappresentano il 32,6% del mercato e quelli spalmabili, la cui quota di mercato è del 15,4%.

Nonostante occupi la terza posizione nella graduatoria dei principali tipi di formaggio consumati in Brasile, la categoria degli spalmabili è stata quella a registrare la maggior crescita (+8%) in valore nel 2019, raggiungendo 5,3 mld di reais.

I principali player sono Polenghi Indústrias Alimentícias (11,3% di market share), Lactalis Groupe (6,5%), Laticínios Tirolez (5,3%), Nova Mix Industrial (4,4%), Nestlé Brasil (2,3%), Vigor S/A (2,3%) e Dan Vigor (2,2%).

Secondo uno Studio pubblicato da Euromonitor International, entro il 2024 il mercato brasiliano di formaggio crescerà circa il 40%, raggiungendo 1150 tonnellate di prodotti venduti che, all'attuale prezzo medio di mercato (32,2 reais al Kg) è equivalente in valore a 37,8 mld di reais (circa 8,4 mld di euro).

Perché la partecipazione dei prodotti importati è marginale e ristretta a mercati di nicchia, si spera che la suddetta crescita venga gestita da operatori stabiliti localmente. Vigor Alimentos, controllata dal gruppo messicano Lala, per esempio, ha recentemente annunciato un piano di investimenti di 70 milioni di reais che entro 2024 avrà modernizzato ed ampliato 5 dei suoi stabilimenti brasiliani.

## Importazioni

I prodotti importati, provenienti prevalentemente da Argentina (65,98%), Uruguay (23,5%), Francia (3,26%), Olanda (4,66%) e Italia (1,67%), sono stati pari a 28,1 tonnellate nel 2019, cifra il 4,26% inferiore a quella verificata nel 2018.

Il 54,6% delle importazioni riguarda formaggi freschi, importati quasi che nella totalità da Argentina (84,69%) e Uruguay (14,34%). I formaggi di pasta dura rappresentano il 31,66% dei prodotti importati, segmento in cui gli italiani hanno 4,63% di partecipazione, contro 6,52% dei francesi, il 9,95% degli olandesi ed il 75,4% dei prodotti provenienti da Argentina e Uruguay.

Il costo medio è stato di 4,19 USD/Kg (i prodotti italiani sono stati importati ad un costo medio di 8,72 USD/Kg, contro 3,85 USD/Kg dei prodotti argentini).

## **Pasta e Riso**

Il mercato brasiliano di pasta e riso, compresi i noodles (pasta istantanea) è stimato in 4,84 milioni di tonnellate nel 2019, cifra che tende a crescere del 6,4% nei prossimi 4 anni per raggiungere 5,14 milioni di tonnellate nel 2023.

Protagonista di questo segmento, il riso rappresenta l'81,4% del mercato, seguito in importanza dalla pastasciutta, la cui quota è del 15,4%, e dai noodle, la cui quota è del 2,8%.

In valore, si tratta di un mercato che ha fatturato nel 2019 circa 22 mld di reais (4,8 mld di euro), con crescita stimata dall'Euromonitor International in circa il 10% nei prossimi 4 anni, per raggiungere il 2023 intorno a 24,2 mld di reais (5,4 mld di euro). La crescita è contenuta, del 2% all'anno inferiore all'attuale tasso medio di inflazione, che nel 2019 è stata del 4,31%.

L'abitudine di mangiare riso (e fagioli) è stata ereditata dai portoghesi, mentre quella di mangiare la pasta dagli immigranti italiani. Per una ragione o l'altra, il Brasile figura tra i 10 principali mercati al mondo per consumo pro capite di riso e pasta. Trattandosi poi, di una categoria di prodotto di basso costo (media di 4,50 reais al Kg nel 2019), il suo consumo è poco sensibile alle crisi economiche (anzi, tende ad aumentare leggermente durante le crisi, quando la frequentazione di bar e ristoranti è limitata e la popolazione è quindi sempre più costretta ad alimentarsi a casa).

Nel campo della pasta, i player locali M Dias Branco e Pastificio Selmi, rispettivamente con i marchi Galo e Renata e Adria e Vitarella, vantano la leadership di mercato, con market share del 20,5% e del 18,3%. Per quanto riguarda i marchi, spuntano tra i primi Galo (12,1%), Santa Amalia (8,7%), Adria (6,8%), Renata (6,2%), Vilma (5,9%), Petybon (4,6%) e Dona Benta (3,6%). L'italiana Barilla, che è fabbricata localmente, figura all'ottava posizione, con un market share del 2,8%.

Per quanto riguarda il segmento del riso, i principali player sono Joaquim Oliveira Participações e Camil Alimentos, con market share rispettivamente dell'11,7% e del 10,8%, mentre i principali marchi sono Tio João (9,6%), del grupo Joaquim Oliveira, e Camil (8,8%), della società Camil Alimentos. Si tratta di un mercato saturo, in cui per riuscire a mantenere od ampliare quota di

mercato, è necessario innovare costantemente, offrendo al mercato prodotti di maggior valore aggiunto, in linea con quelle che sono le nuove esigenze del consumatore, come per esempio, poter acquistare prodotti in pacchetti da 220g, dato che è sempre più grande il numero di persone che vivono da sole.

Crescente la presenza dei private label anche nel segmento pasta/riso, particolarmente tra i principali gruppi di supermercati, quali Carrefour e Pão de Açúcar, e reti minori in forti espansione, come Oba Hortifrutti, che ha in progetto l'apertura di 50 nuovi punti vendita entro la fine del 2020.

### Importazioni

Le importazioni brasiliane di pasta sono ammontate a 29 mila tonnellate nel 2019, cifra pari al 3,9% del mercato brasiliano e leggermente superiore a quella verificata nell'anno precedente (+0,57%).

Gli italiani sono i principali fornitori, con una quota dell'83,3% del totale importato dal Brasile, il che vale a dire che, complessivamente, i prodotti italiani, importati ad un costo CIF medio di 1,21 USD/Kg, rispondono per il 3,6% di tutte le paste vendute nel mercato brasiliano.

Per quanto riguarda il riso, le importazioni brasiliane sono state pari a 751,4 mila tonnellate nel 2019, cifra il 22,3% superiore a quella verificata nel 2018 e che rappresenta il 19,2% del mercato brasiliano. I principali paesi fornitori, in questo caso, sono Paraguay (68,6%), Argentina (15,7%) e Uruguay (14,5%). L'Italia è il 4° principale paese fornitore, con una quota dello 0,63%. Il prodotto italiano, più pregiato e di maggior valore aggiunto, è importato ad un costo medio di 1,28 USD/Kg, mentre quello argentino, più standard, arriva a 0,36 USD/Kg.

### **Oli alimentari**

Sono stati venduti in Brasile nel 2019 circa 2,2 milioni di tonnellate di oli alimentari, di cui la maggior parte (90,3%) riguarda l'olio di soia, prodotto localmente da gruppi multinazionali quali Bunge Alimentos, che detiene il 27,1% del market share, seguita Cargill Agricola, con il 23,6% di market share e ADM do Brasil, con il 12,6% di market share.

L'olio d'oliva partecipa al 2,8% delle vendite al dettaglio di oli alimentari (62,5 mila tonnellate) e non essendo localmente prodotto su scala industriale, è praticamente al 100% importato.

Nel 2019 sono state importate 90,2 mila tonnellate di olio d'oliva (cifra il 44,3% superiore alla domanda), al costo CIF medio di USD 4,45 al Kg, di cui il 65,4% proveniente da Portogallo (USD 4,48 al Kg), il 16,2% dalla Spagna (USD 4,13 al Kg), il 6,5% dall'Argentina (USD 4 al Kg), il 5,3% dal Cile (USD 5,46 al Kg) ed il 4,2% dall'Italia (USD 4,71 al Kg).

Perché la quasi totalità dell'olio d'oliva consumato in Brasile è importata, il suo prezzo al dettaglio trova relazione diretta con il tasso di cambio e quindi, con la stabilità economica del paese, di maniera che se le previsioni vengono confermate ed il tasso di cambio rimane praticamente

invariato nel 2020 (R\$ 4,09/USD contro R\$ 4,00/USD nel 2019), il prezzo medio dell'olio d'oliva dovrebbe stabilizzarsi e, di conseguenza, le vendite dovrebbero aumentare leggermente.

Anche il sempre maggior interesse del mercato verso i prodotti più sani dovrebbe stimolare l'incremento delle vendite di olio d'oliva nei prossimi anni, occupando quote di mercato attualmente occupate dall'olio di soia. Euromonitor International, in effetti, calcola un incremento nelle vendite di olio d'oliva di circa il 18,5% nel quadriennio 2019-2023, contro un incremento dell'8,3% nelle vendite di olio di soia.

Il tradizionale marchio Gallo, distribuito dal gruppo Unilever, è leader assoluto nella categoria olio d'oliva e gode del 5,8% di quota di mercato tra gli oli alimentari, seguito dal marchio Andorinha (2,2%), avente prezzi simili a quelli del suo principale concorrente, ma la percezione del mercato che si tratta di un prodotto di maggior qualità, grazie alle campagne pubblicitarie realizzate con importanti chef locali.

Nel campo dell'olio di soia, il principale marchio commercializzato in Brasile è il Soya, della ditta Bunge Alimentos, con il 20,4% di market share di oli alimentari, seguito in importanza dal marchio Liza (15,5%), in forte crescita grazie al sotto-marchio Liza Equilibrio, prodotto premium arricchito di omega-3 e vitamina E, sviluppato in risposta all'interesse del mercato verso prodotti più sani.

I prodotti private label hanno ancora una presenza marginale, ma crescente, grazie agli sforzi per migliorare l'immagine molto legata a prodotti di bassa qualità. Il Gruppo Carrefour, per esempio, sponsorizza la versione locale del televisivo MasterChef, mentre il Grupo Pão de Açúcar cerca di svincolare il suo marchio Qualità da quello della catena di supermercati.

### **Salse, sughi e condimenti**

Le vendite al dettaglio di salse, sughi e condimenti sono state pari a 1,19 milioni di tonnellate nel 2019, dovendo raggiungere, secondo stime fatte da Euromonitor International, 1,48 milioni di tonnellate nel 2023, registrando un incremento medio del 5,5% all'anno.

In valori, trattasi di un mercato di 16,6 mld di reais (circa 3,7 mld di euro) che deve toccare i 20,7 mld di reais nel 2023, registrando un incremento complessivo nel periodo in analisi del 25% (media del 5,7% all'anno e quindi, circa 2 punti percentuali oltre l'inflazione media del 2019).

Tra i fattori che spiegano la crescita del mercato vi è la cosiddetta gourmetizzazione, fenomeno in cui i consumatori vogliono farsi a casa piatti che una volta potevano provare solo a ristorante, da un lato perché cucinare è diventato un hobby e dall'altro perché mangiare a casa costa meno ed in periodi di crisi, ogni risparmio è benvenuto.

Le vendite di sughi per pasta corrispondono al 42,5% in quantità ed al 26,6% in valore di questo mercato. Seguono in importanza le vendite di maionese (13,8% in quantità e 8,9% in valore) e di passata di pomodoro (9,5% in quantità e 6,5% in valore).

I principali player in questo mercato sono Cargill Agricola, la cui quota di mercato in valore è del 15,2%, seguita da Unilever Brasil (13,1%), Heinz Brasil (7,6%) Ajinomoto (6,9%) Bunge Alimentos (4,6%) e General Mills (3,7%). Tra i principali marchi spuntano Pomarola (Cargill Agricola – 8,7%), Hellmann's (Unilever – 6,0%) e Sazon (Ajinomoto – 4,9%).

Tra gli importati, a parte i private label, spesso di proprietà delle principali reti di supermercati del paese, ha particolare rilevanza il marchio La Violetera, con l'1,8% dell'interno mercato.

Come segnato in precedenza, nei periodi di crisi dai quali si è appena usciti, i brasiliani tendono a risparmiare su tutti i fronti e quindi, il fattore prezzo è sempre molto rilevante, stimolando i produttori a cercare alternative e quindi ad investire per tagliare i costi di produzione.

### Importazioni

Le importazioni brasiliane di preparazioni di ortaggi o di legumi, tra cui sughi e salse, sono ammontate a 546,2 mila tonnellate nel 2019. I principali fornitori sono stati Argentina (50,7%), Belgio (15,8%) e Olanda (7,3%). L'Italia è il 5° principale paese fornitore, con una quota del 4,4%, subito dopo il Peru, la cui quota è del 5,8%.

Nella categoria pomodori preparati o conservati, che rappresenta il 8,5% delle importazioni brasiliane citate in precedenza, l'Italia è il principale fornitore, con il 50,1% delle importazioni, ovvero, 23,2 mila tonnellate, cifra peraltro superiore al 12,4% rispetto a quella registrata nel 2018.

Delle 46,3 mila tonnellate di pomodori preparati o conservati importati dal Brasile, il 35,8% riguarda i pomodori interi o in pezzi, le cui importazioni sono cresciute del 10% nel 2019 rispetto all'anno precedente. In quest'ultima categoria, gli italiani sono i principali fornitori, con una quota dell'88,5%.

Il costo medio del pomodoro italiano intero o in pezzi importato dal Brasile è stato di USD 0,72 al Kg.

### **Prodotti da forno**

Il mercato brasiliano di prodotti da forno è stimato nel 2019 in 90,3 mld di reais (circa 20,1 mld di euro), cifra praticamente stabile (+3%) rispetto all'anno precedente. Nei prossimi 4 anni, si aspetta un incremento complessivo delle vendite al dettaglio del settore pari al 14,7% per raggiungere il 2023 intorno a 103,6 mld di reais (circa 22,2 mld di euro).

In volume, le vendite nel 2019 sono ammontate a 6,2 milioni di tonnellate, registrando una crescita di circa il 2,3% rispetto all'anno precedente. Entro il 2023, si aspetta che le vendite raggiungano la soglia dei 6,9 milioni di tonnellate, registrando un incremento pari al 12%.

Il settore può essere suddiviso nelle seguenti categorie: pani, torte, dessert, prodotti da forno surgelati e dolci. In termini di volume, il pane, ampiamente presente nelle case brasiliane, consumato prevalentemente nella prima colazione, con prodotti spalmati, oppure alla sera, come

snack, assieme a formaggi ed affettati, rappresenta il 92,5% delle vendite, percentuale che scende all'86,5% in termini di valore.

Se da un lato il pane è la categoria di maggior rilevanza, quella dei prodotti da forno surgelati ha il maggior potenziale di crescita nel quadriennio 2019-2023, con un incremento complessivo nelle vendite al dettaglio stimato in 18,1% in quantità ed in 22% in valore.

Il settore è molto polverizzato ed il maggior market share (in valore), del 3,6%, è detenuto dalla società Bimbo Brasil, proprietaria del marchio Pullman, che è praticamente sinonimo nel paese di pane confezionato affettato. Altri player importanti sono Pandurata Alimentos (2,0%), WickBold (2,0%), Lua Nova (1,4%) e J Macêdo (0,9%). Tutti gli altri hanno meno dello 0,5% di market share.

Tra i marchi, i più rilevanti sono Bauducco (1,6%), molto conosciuto per il panettone, tra l'altro esportato in tutto il mondo, Pullman (1,6%), Panco (del gruppo Lua Nova, con 1,4% di market share), Wickbold (1,3%) e Nutrella (del gruppo Bimbo, con 1,2% di market share e prodotti diretti ad un segmento premium di mercato).

La ricerca per prodotti più sani, con meno glutine e meno prodotti industrializzati, particolarmente tra le fette della popolazione di maggior potere d'acquisto, spinge le aziende a sviluppare prodotti in linea a tale aspettative e quindi, cominciano a sorgere sul mercato produzioni in larga scala di pane di lunga lievitazione.

VALORE (mln USD)	2019		2023	
Pani	78.075,70	86,4%	89.805,70	86,7%
Torte	7.714,20	8,5%	8.694,30	8,4%
Dessert	2.361,10	2,6%	2.593,30	2,5%
Prodotti surgelati	933,30	1,0%	1.138,90	1,1%
Dolciumi	1.261,70	1,4%	1.369,40	1,3%
<b>Totale</b>	<b>90.346,00</b>	<b>100,0%</b>	<b>103.601,60</b>	<b>100,0%</b>
VOLUME (1.000 Kg)	2019		2023	
Pani	5.737,40	92,4%	6.424,40	92,5%
Torte	262,70	4,2%	293,40	4,2%
Dessert	113,70	1,8%	120,70	1,7%
Prodotti surgelati	50,30	0,8%	59,40	0,9%
Dolciumi	46,00	0,7%	48,70	0,7%
<b>Totale</b>	<b>6.210,10</b>	<b>100,0%</b>	<b>6.946,60</b>	<b>100,0%</b>

**Fonte:** Euromonitor International

### Importazioni

Il Brasile ha importato nel 2019 17,4 mila tonnellate di prodotti della panetteria, della pasticceria e della biscotteria, cifra il 23,4% minore in relazione al 2018, quando le importazioni realizzate sono state di 22,7 tonnellate.

In valore, le importazioni nel 2019 sono state pari a USD 70,6 milioni, con flessione dell'8,54% rispetto all'anno precedente.

I principali fornitori in volume sono Germania (12,99%), Belgio (12,7%), Portogallo (12,27%) e Italia (9,63%), mentre in valore sono Belgio (15,34%), Italia (13,53%), Germania (11,2%) e Portogallo (8,94%).

Mentre le importazioni realizzate nel 2019 sono state fatte ad un costo medio di USD 4,1 al Kg, quelle provenienti dall'Italia hanno registrato un costo CIF medio di USD 5,7 al Kg.

Le importazioni di pani con spezie, tra cui il panettone, sono state di 573 tonnellate, cifra il 14% superiore a quella verificata nel 2018. L'Italia è il principale fornitore di questa categoria, con una quota del 62,9% ed un incremento del 34,8% rispetto a quanto esportato in Brasile nel 2018, passando da 267,4 tonnellate a 360,4 tonnellate, a un costo medio di USD 6,6 al Kg.

Gli italiani sono tra i principali fornitori brasiliani anche nella categoria biscotti, avendo venduto in Brasile nel 2019 poco più di 388 tonnellate, cifra quasi il 40% inferiore a quella verificata nel 2018. Il costo medio del prodotto italiano è stato di USD 4,71 al Kg.

## **Bevande**

### Soft Drink

Sono stati venduti in Brasile nel 2019 un totale di 19,7 mld di litri di soft drink, categoria che comprende acqua imbottigliata, bibite gasate, succo concentrato, succo di frutta, RDT (ready to drink) caffè, RDT tè, bevande energetiche e bevande sportive.

La cifra è appena superiore a quella verificata nel 2018, quando sono stati venduti 19,4 mld di litri. Per i prossimi anni, si prevede un incremento annuale simile e che quindi, porterà le vendite nel settore a circa 22,6 mld di litri nel 2024.

I due principali protagonisti del segmento sono le bevande gassate, che rispondono per il 50,7% delle vendite (10 mld di litri), e l'acqua imbottigliata, categoria che risponde per il 38,8% delle vendite (7,7 mld di litri).

Il principale player è la Coca Cola, con un market share del 28,1%, seguita da Companhia Brasileira de Bebidas (8,6%), Heineken (3,7%), Indaiá Brasil Águas Minerais (2,7%) e Sucos del Vale (1,8%).

Tra i principali marchi venduti vi sono Coca-Cola (18,2%), Fanta (3,6%), Guaraná Schin (3,4%) e Guaraná Antartica (2,7%).

## Bevande Alcoliche

Il mercato brasiliano di bevande alcoliche in Brasile è stimato dalla società di consulenza Euromonitor International in 13,4 mld di litri, con un tasso di crescita annuale che deve oscillare tra il 2,3% ed il 3,1% nei prossimi 4 anni per far sì che le vendite al dettaglio raggiungano 15,1 mld di litri nel 2023.

Le birre, con vendite pari a 12,3 mld di litri rispondono per il 91,3% del mercato. Seguono per importanza i superalcolici (5,3%), i vini (2,4%) e gli RDT (1%).

Le aziende protagoniste del settore sono Companhia Brasileira de Bebidas (57,8%), Heineken (18,9%) e Carvejaria Petrópolis (11,7), mentre i principali marchi commercializzati, tutti di birra, sono Skol (24,8%), Brahma (13,9%), Antartica (9,4%), Itaipava (8,2%) e Nova Schin (7,3%).

## Importazioni

Le importazioni brasiliane di bevande (soft drink + alcoliche) sono stati pari a 331,1 milioni di litri nel 2019, volume superiore del 4,2% a quello verificato nel 2018, pari a 298,4 milioni di litri.

Le importazioni di vini rappresentano il 40,3% delle importazioni totali, seguite in importanza dalle acque (23,6%), dai superalcolici (15,3%) e dalle birre di malto (13,7%).

Mentre i vini sono importati ad un costo medio CIF di USD 2,79/litro, i superalcolici sono importati ad un costo medio di USD 3,1/litro, le acque a USD 0,81/litro e le birre a USD 0,94/litro.

I principali paesi fornitori sono Cile (prevalentemente vino), Austria (prevalentemente acqua ed altre bevande non alcoliche), Regno Unito (prevalentemente whisky e gin), Messico (prevalentemente acqua ed altre bevande non alcoliche), Portogallo (prevalentemente vino), Argentina (prevalentemente vino) e Italia (prevalentemente vino e acqua).

## **2. Cenni sulla distribuzione in Brasile di prodotti agroalimentari e bevande**

### Food Service

Secondo uno studio condotto dalla società di consulenza Euromonitor, il Food Service in Brasile è composto da circa 78,4 mila ristoranti e pizzerie che, complessivamente, fatturano intorno a R\$ 131,2 mld nel 2019 (USD 32,8 mld).

L'andamento del settore è fortemente legato ai risultati conseguiti dall'intera economia, che presenta prospettive di crescita a ritmi sostenuti valutabili intorno al 2% nei prossimi anni. Di conseguenza è atteso un incremento del Food Service di almeno l'11,5% nei prossimi 4 anni per raggiungere circa R\$ 146,3 mld (USD 35,7 mld) nel 2023.

I ristoranti specializzati in cucina europea, calcolati in 5,7 mila, contribuiscono al 10,7% del suddetto fatturato, mentre le pizzerie, che sommano quasi 8 mila unità, rispondono al 9,4% del fatturato complessivo del settore.

Tra i principali player del settore figura la catena Ráskal, specializzata in cucina italo-brasiliana con un market share del 4,2%. Altri player con importanti quote di mercato e che si forniscono di prodotti agroalimentari e bevande italiane includono Pizzeria Parmé, la cui quota di mercato è del 2,2%, i ristoranti e pizzerie Babbo Giovanni, con quota di mercato dell'1,1%, e la catena di ristoranti italiani La Pasta Gialla, con market share dello 0,8%.

Perché i grandi gruppi di ristorazione rappresentando buona parte degli acquisti del food service, i fornitori del settore cominciano a fare maggiore attenzione ai player di piccola e media dimensione, sviluppando canali di comunicazioni via web attraverso i quali si possono effettuare gli acquisti, a prescindere dalla dimensione dell'acquirente.

Le categorie di prodotto che più beneficiano di questo nuovo canale elettronico comprendono i sughi, salse e condimenti. Le piccole panetterie e paninoteche, che fanno uso intensivo di tali prodotti e che una volta acquistavano dai cosiddetti "atacarejos" - centri di distribuzione all'ingrosso che vendono anche medio-piccole quantità - rappresentano i maggiori utilizzatori di questo nuovo canale che consente di acquistare direttamente dai produttori eliminando un intermediario con la conseguente diminuzione dei costi.

#### GDO e Retail

Mentre i brasiliani di reddito medio-alto cercano qualità e praticità indipendentemente dal prezzo, quelli di basso reddito sono più attenti al prezzo.

Tale comportamento influisce sulle quote di mercato delle aziende fornitrici di alimenti e bevande e si riflette anche sui canali di distribuzione al dettaglio.

Per rispondere a questo nuovo profilo di consumatore i distributori al dettaglio hanno messo in atto diverse strategie di vendita :

- Offerta di prodotti di buona qualità a prezzo più basso – attuata principalmente dalle grosse catene;
- Apertura di convenience store (Carrefour Express, Pão de Açúcar Minuto e Petit Mambo) di piccole dimensioni ma dislocati in gran numero sul territorio cittadino che, seppure non offrano una gamma di prodotti ampia, hanno il vantaggio di essere vicini al consumatore che è disposto a pagare di più in cambio di un risparmio di tempo.
- Ammodernamento dei punti vendita tradizionali, sviluppo di prodotti con marchio proprio, di alta qualità e basso costo.

I supermercati e gli ipermercati sono sempre a disposizione per il consumatore che chiede una ampia gamma di prodotto sia in termini di qualità sia di prezzo.

Attualmente, i principali canali per le vendite al dettaglio di prodotti agroalimentari e bevande comprendono le catene di supermercati (26,3%), i supermercati indipendenti (25,2%) e gli ipermercati (15,4%). Le vendite via internet, gestite dai principali player del settore, rappresentano ancora una piccola però crescente percentuale delle vendite, la cui partecipazione é passata dallo 0,2% negli ultimi anni allo 0,3% nel 2018 e 2019.

Secondo la rivista Superhiper, dedicata al settore della distribuzione al dettaglio, esistono in Brasile 89,7 mila punti vendita su tutto il territorio, per un totale di 22,2 mln di mq di superficie di vendita e 227,6 mila checkout, che complessivamente fatturano il corrispondente del 5,2% del PIL brasiliano.

Con circa il 2% dei punti vendita ed il 10,2% dei checkout, i cinque principali player del settore rispondono per 35,3% del fatturato lordo della distribuzione al dettaglio in Brasile.

#### PRINCIPALI CATENE DI SUPERMERCATI IN BRASILE

Ragione Sociale	Sede	N° Punti Vendita	N° Checkout
Grupo Carrefour Brasil	SP	435	nd
Grupo Pão de Açúcar	SP	1.057	nd
Cencosud Brasil Comercial Ltda.	SP	201	2.355
Irmãos Muffato & Cia. Ltda.	PR	57	1.426
SDB Comércio de Alimentos Ltda.	SP	63	1.200
Supermercados BH Comércio de Alimentos Ltda.	MG	198	2.244
Companhia Zaffari Comércio e Indústria	RS	36	985
DMA Distribuidora s/a	MG	138	1.600
Sonda Supermercados Exportação e Importação Ltda.	SP	42	1.033
Savegnago Supermercados Ltda.	SP	45	784
Lider Comércio e Indústria Ltda.	PA	23	841
Mart Minas Distribuição Ltda.	MG	30	576
A. Angeloni Cia. Ltda.	SC	29	687

Comercial Zaragoza Imp. Exp. Ltda.	SP	30	670
Supermercado Bahamas s/a	MG	50	804
Multi Formato Distribuidora s/a	MG	48	557
Companhia Sulamericana de Distribuição	PR	50	814
COOP - Cooperativa de Consumo	SP	31	617
AM/PM Comestíveis Ltda.	RJ	2.493	3.814
GMGB Holding (Mambo Supermercados e Giga Atacado)	SP	22	331
Pague Menos Com. Prod. Alim. Ltda.	SP	27	525
Giassi & Cia. Ltda.	SC	16	485
Unidatasul Distr. Alimentícia s/a	RS	46	457
Carvalho e Fernandes Ltda	PI	46	589

Fonte: Rivista Superhiper – Ed. Maggio 2019

### Struttura delle Importazioni

Il dazio, le imposte e altre spese incidono in maniera considerevole sulle importazioni in Brasile. Così, negli ultimi anni, le principali catene di supermercato e di food service si sono attrezzate eliminando la figura dell'importatore o minimizzando la sua partecipazione nel mix di prodotti importati. In tal modo, viene abbattuto l'inevitabile ricarico del prezzo al consumatore finale e l'azienda si presenta più competitiva nei confronti della concorrenza.

Tale accorgimento non può invece essere adottato nel caso dei medio/piccoli supermercati/food service dove la figura dell'importatore risulta assolutamente necessaria, fungendo da anello di spinta fondamentale alla vendita di prodotti importati.

Sempre allo scopo di diminuire i costi, supermercati (soprattutto) e foodservice si stanno organizzando in gruppi di acquisto per avere maggior poter di contrattazione nei confronti degli importatori, condividere le spese di importazioni e quindi, importare direttamente.

### e-Commerce

I brasiliani utilizzano sempre più gli applicativi informatici per fare acquisti nei supermercati. La percentuale dei clienti che acquistano tramite app è passata dal 9,9% al 20,1% tra il 2017 e il 2019. Le app dei supermercati sono utilizzate dal 78,2% degli intervistati di una ricerca

condotta dalla CVA Solutions Varejo Alimentar, con il 54,4% che accede alla piattaforma della propria rete preferita e il 23,8% a quella di altre reti. Il 27% degli intervistati ha già acquistato online presso Extra, al primo posto, seguito da Carrefour e Pão de Açúcar. Uno dei risultati più evidenti è la forza dei marchi dei punti vendita. I supermercati locali e regionali guidano la classifica.

I programmi di fidelizzazione continuano a crescere, con il 25% delle 7.600 persone intervistate aderendo in primis al programma della rete Pão de Açúcar (Cliente Mais) che raggiunge il 73,4% delle adesioni. Tra i supermercati raccomandati a parenti e amici Bourbon risulta leader con il 92,2%, seguito da Maxxi con il 76,8% delle preferenze e poi in ordine Guanabara, Savegnago, Atacadão e Açaí.

Il 30% degli intervistati non ha avuto problemi nei negozi che frequenta negli ultimi 12 mesi. I reclami più ricorrenti sono: coda alle casse (29,8%), mancanza di prodotti (21,7%), parcheggio affollato (15,8%), prodotto senza prezzo (12%), prodotto con prezzo diverso dall'annunciato (10,9%), mancanza di assistenti (9,2%), tra gli altri.

### **3. Accreditazioni, standard di qualità, certificati di analisi e etichettatura**

#### Prodotti di origine animale

Per l'esportazione in Brasile di prodotti di origine animale (carne, latte e pesce), l'azienda italiana interessata, registrata presso il Ministero della Salute italiano, dovrà inviare richiesta di autorizzazione al Ministero della Salute – Dipartimento per la Sanità Pubblica Veterinaria, la Nutrizione e la Sicurezza degli Alimenti – Direzione Generale della Sicurezza degli Alimenti e della Nutrizione – Ufficio IX) per il tramite dei Servizi Veterinari Regionali (Nota DGSAN no 3590 del 13/02/2009 nel caso dei prodotti a base di carne e dei latticini e Nota DSVET n° 3659 del 19/07/2010 nel caso dei prodotti ittici).

La richiesta, redatta su carta intestata dell'azienda e sottoscritta dal responsabile, dovrà indicare:

- a) l'elenco dei prodotti che s'intende esportare verso il Brasile (nel caso dei prodotti ittici, specificare se si tratta di prodotti freschi, congelati, in conserva o semiconserva);
- b) l'ubicazione esatta degli stabilimenti produttivi;
- c) il numero di autorizzazione CE;
- d) una dichiarazione del veterinario ufficiale dello stabilimento che attesta l'idoneità del medesimo ad esportare verso il Brasile.

Successivamente, il Ministero italiano della Salute trasmette la richiesta della singola azienda all'Ambasciata d'Italia in Brasilia, per l'inoltro alla competente autorità brasiliana (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento / Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal – DIPOA).

Si fa presente che, dal 1 gennaio 2009, per i prodotti a base di carne suina a lunga stagionatura, latte e prodotti a base di latte e prodotti ittici, il Brasile ha concesso all'Italia la prerogativa del "pre-listing". Si tratta dell'inserimento - da parte del Ministero italiano della Salute - del nominativo dell'azienda italiana interessata ad esportare verso il Brasile in una lista speciale che viene periodicamente aggiornata ed inoltrata al Ministero delle Politiche Agrarie brasiliano (MAPA). Sono quindi "de facto" accettati dal Brasile gli esami e i certificati sanitari rilasciati dalle autorità italiane. Trattandosi di una "concessione", non è possibile assicurare per quanto tempo questa pratica sarà mantenuta in vigore.

Una volta nella lista del Ministero Brasiliano delle Politiche Agrarie, l'azienda dovrà procedere con l'invio della Richiesta di Autorizzazione dell'Etichettatura, attraverso il sistema elettronico PGA/SIGSIF, in vigore da gennaio 2017 (<http://sistemasweb.agricultura.gov.br/pages/PGA-SIGSIF.html>).

Una volta effettuata la registrazione al sistema, si può procedere alla registrazione dei prodotti, indicando, in sequenza, la categoria, il prodotto e la denominazione commerciale dello stesso. Un aspetto che rende tale procedura più rapida in relazione al vecchio sistema cartaceo consiste nella garanzia di registrazione automatica per i prodotti già regolamentati (che rappresentano una grande parte delle richieste). Si ricorda che, una volta ottenuta la registrazione, questa sarà valida per 10 anni. Preme sottolineare che tutte le operazioni di cui sopra dovranno essere compiute in lingua portoghese poiché il sistema non ammette altre opzioni e qualora l'azienda interessata avesse limitazione di carattere linguistico, potrà richiedere l'assistenza dell'ufficio di San Paolo di ICE-Agenzia.

Per consultare la banca dati del MAPA e controllare se il proprio stabilimento già figura quindi tra quelli autorizzati, si prega di accedere al link [http://sigsif.agricultura.gov.br/sigsif\\_cons!/ap\\_exportador\\_hab\\_pais\\_rep\\_net](http://sigsif.agricultura.gov.br/sigsif_cons!/ap_exportador_hab_pais_rep_net) e di utilizzare le seguenti istruzioni:

- ☞ Appariranno 3 campi da riempire con menu a tendina: nel primo, "PAÍS", seleziona ITALIA nel secondo, "ÁREA", seleziona carne o leite (latte) o pescado (pesce). Ignorare il terzo rettangolo, "PRODUTO", relativo al "prodotto" di vs interesse;
- ☞ Cliccare su "RELATÓRIO" e appariranno le aziende italiane accreditate al MAPA e abilitate all'esportazione.

Per quanto riguarda i certificati sanitari necessari, la legislazione brasiliana prevede quanto segue:

- ☞ Certificato sanitario per l'esportazione di prodotti a base di carne suina dall'Italia verso il Brasile;
- ☞ Certificato sanitario per l'esportazione di prodotti a base di latte dall'Italia verso il Brasile;
- ☞ Certificato sanitario per l'esportazione di prodotti a base di latte ovi-caprino dall'Italia verso il Brasile.

### Prodotti di origine vegetale

Ad eccezione dei prodotti freschi, per i prodotti di origine vegetali, quali salse, conserve in salamoia e sottolio, creme spalmabili, sughi, accetti, olio o vini non vengono imposti particolari adempimenti all'importazione.

Tuttavia, alcune formalità di base devono essere ottemperate, come per esempio l'obbligo di fornire certificati di analisi microbiologiche, fisico chimiche ed altri, conforme la categoria di prodotti e gli organi di controllo brasiliani di competenza.

### Vini

A differenza di altri prodotti di origine vegetale, l'importazione di vini richiede la presentazione di certificati di analisi elaborati in Italia da laboratori accreditati presso il Ministero Italiano delle Politiche Agrarie che comprendono:

- Parametri fisico-chimici elencati nelle tabelle 4 a 12 dell'Istruzione Normativa 14 dell'08/02/2018;
- Contaminanti inorganici (arsenico, piombo, cadmio e stagno – quest'ultimo per i vini in contenitori bag in box), in conformità alla Risoluzione 42 del 29/08/2013 del Ministero della Sanità;
- Contaminante organico Ocratossina A, in conformità alla Risoluzione 07/2011 del Ministero della Sanità;
- Presenza di integratori alimentari, in conformità alla Risoluzione 123/2016 del Ministero della Sanità;
- Presenza di pesticidi.

Analisi di controprova verranno richieste presso laboratori accreditati dalle autorità doganali brasiliane prima che i vini siano sdoganati e/o liberati alla commercializzazione e consumo in Brasile.

### Parametri microbiologici e contaminanti

I parametri microbiologici previsti dalla legislazione brasiliana relativi ai prodotti agroalimentari sono elencati nella Risoluzione n° 12 del 02/01/2001 dell'Anvisa – Agenzia Nazionale Vigilanza Sanitaria e prevedono:

Categoria di prodotto	Parametri	Valori guida
<b>Marmellate, creme spalmabili e confetture di frutta</b>	Muffe e lieviti/g	≤ 10.000
<b>Semiconserve di vegetali sottovuoto che necessitano di refrigerazione (olive, carciofi, funghi e prodotti simili)</b>	Coliformi a 45°C/g	≤ 100
	Salmonella	Assente in 25g
<b>Conserve di vegetali in salamoia, conditi o meno (olive, carciofi, funghi e prodotti simili) alla rinfusa o in confezioni di plastica</b>	Coliformi a 45°C/g	≤ 100
	Stafilococchi coag. positivi/g	≤ 500
	Salmonella	Assente in 25g
<b>Altre conserve di vegetali, condite o meno, sottolio, in salamoia od altri liquidi, stabili a temperatura ambiente</b>	Coliformi a 45°C/g	≤ 10
	Salmonella	Assente in 25g
<b>Mortadelle, salsicce, prosciutti, fiambre e altri</b>	Coliformi a 45°C/g	≤ 1.000
	Stafilococchi coag. positivi/g	≤ 3.000
	Clostridium perfringens a 46° C	≤ 500
	Salmonella	Assente in 25g
<b>Prodotti a base di carne stagionati (prosciutto crudo, coppa, salami ed affini)</b>	Coliformi a 45°C/g	≤ 1.000
	Stafilococchi coag. positivi/g	≤ 5.000
	Salmonella	Assente in 25g
<b>Formaggi di bassa umidità (parmigiano reggiano, Sbrinz ed affini)</b>	Coliformi a 45°C/g	≤ 500
	Stafilococchi coag. positivi/g	≤ 1.000
	Salmonella	Assente in 25g
<b>Pastasciutta all'uova e non</b>	Bacillus Cereus/g	≤ 5.000
	Coliformi a 45°C/g	≤ 100
	Stafilococchi coag. positivi/g	≤ 5.000
	Salmonella	Assente in 25g
<b>Panettoni</b>	Coliformi a 45°C/g	≤ 10
	Salmonella	Assente in 25g

Per informazioni su altre categorie di prodotti, si prega di contattare l'Ufficio ICE-Agenzia di San Paolo.

Per quanto concerne i contaminanti, la legislazione di riferimento è la RDC n° 42 del 29/08/2013, che prevede i seguenti valori guida:

Categoria di prodotto	Arsenio	Piombo	Cadmio
Oli e grassi vegetali e o animali (margarina compresa)	≤ 0,10 mg/Kg	≤ 0,10 mg/Kg	-*-
Vino	≤ 0,20 mg/l	≤ 0,15 mg/l	≤ 0,01 mg/l
Cereali e prodotti a base di cereali, esclusi grano, riso ed i loro derivati	≤ 0,30 mg/Kg	≤ 0,20 mg/Kg	≤ 0,10 mg/Kg
Grano e derivati (escluso l'olio)	≤ 0,20 mg/Kg	≤ 0,20 mg/Kg	≤ 0,20 mg/Kg
Riso e derivati (escluso l'olio)	≤ 0,30 mg/Kg	≤ 0,20 mg/Kg	≤ 0,40 mg/Kg
Olive	≤ 0,30 mg/Kg	≤ 0,50 mg/Kg	-*-
Concentrati di pomodoro	≤ 0,50 mg/Kg	≤ 0,50 mg/Kg	-*-
Marmellate, creme spalmabili e confetture di frutta	≤ 0,30 mg/Kg	≤ 0,20 mg/Kg	-*-
Caffè torrefatto in grani o macinato	≤ 0,20 mg/Kg	≤ 0,20 mg/Kg	≤ 0,20 mg/Kg
Formaggi	≤ 0,50 mg/Kg	≤ 0,40 mg/Kg	≤ 0,50 mg/Kg

Per altre categorie di prodotto, si chiede di contattare l'ufficio ICE-Agenzia di San Paolo.

La legislazione tratta anche della contaminazione al mercurio (per i prodotti ittici) ed allo stagno (per i prodotti in confezione tetrapak).

### Etichettatura

Le etichette dei prodotti agroalimentari possono essere in lingua di origine, purché accompagnate da retro-etichette aggiuntive in lingua portoghese che riportino le seguenti informazioni:

- a) denominazione del prodotto;
- b) ragione sociale e indirizzo dell'importatore;
- c) istruzioni di utilizzo/conservazione;
- d) volume del contenitore e/o peso netto del prodotto;
- e) paese di origine della merce;
- f) nome e indirizzo del produttore. Per identificare l'origine dovranno essere utilizzate le seguenti espressioni: "fabbricato in..."; "prodotto da...", "imbottigliato da ...";
- g) identificazione del lotto;
- h) data dell'imbottigliamento e/o di confezionamento/produzione e scadenza ("da consumare preferibilmente prima di...");
- i) lista degli ingredienti;
- j) dichiarazione sui componenti nutrizionali ed informazioni complementari sui componenti nutrizionali.

La dichiarazione sui componenti nutrizionali è la lista dei componenti nutrizionali di un alimento, mentre le informazioni complementari comprendono tutte le notizie che illustrano le proprietà

nutrizionali che un prodotto possiede (se le possiede) in termini di valore calorico e contenuto di carboidrati, proteine, grassi e di fibre alimentari, vitamine e minerali.

Inoltre, si deve obbligatoriamente riportare la percentuale dei grassi vegetali, che in Brasile sono denominati *"trans"*, ed indicare l'eventuale presenza di *"glutine"* a causa della malattia *celiachia* che affetta secondo l'esempio che segue:

### *Esempio Etichetta Olio d'oliva Extra Vergine*

**L'OLIO DE CECCO**  
— dal 1886 —

Ingredientes: 100% azeite de oliva extra virgem  
**NÃO CONTÉM GLÚTEN**

**INFORMAÇÃO NUTRICIONAL**  
1 Porção de 13 ml (1 colher de sopa)

Quantidade por porção		% VD (*)
Valor energético	108 kcal = 444 kJ	5 %
Carboidratos	0 g	0 %
Proteínas	0 g	0 %
Gorduras totais	12 g	22 %
Gorduras saturadas	2 g	9 %
Gorduras trans	0 g	VD não estabelecido
Fibra alimentar	0 g	0 %
Sódio	0 mg	0 %

(\*) % Valores Diários com base em uma dieta de 2.000 kcal ou 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas.

CONSERVAR EM LOCAL SECO E FRESCO, AO ABRIGO DA LUZ E LONGE DE FONTES DE CALOR

**ENVASADO POR:**  
Olearia F.lli De Cecco di Filippo Fara San Martino S.r.l.  
Via F. De Cecco - Fara San Martino 66015 (CH) - Itália

**IMPORTADO e DISTRIBUÍDO POR:**  
Companhia Brasileira de Distribuição - Rod Anhanguera s/n Km 17,8  
Jd Platina Osasco - SP-Brasil  
CEP: 06278-000 - C.N.P.J.: 47.508.411/0832-64 - SAC 0800 15 21 34

8 001250 002808 >

DATA DE ENVASILHAMENTO: / LOTE: / VÁLIDO ATÉ:  
ENU23/07/18 L20418  
VAL23/03/20C95GR. ES

O produto contém um loteamento de azeites virgem extra de origem de países designados pelas letras mostradas abaixo: IT= Itália, GR= Grécia, ES= Espanha, TR= Turquia, PT= Portugal



## Esempio etichetta Passata di Pomodoro



## Esempio di etichetta Riso

**Scotti**  
Since 1860

**ARBORIO**  
RICE FOR RISOTTO

**AR01SAGFR - ARROZ ARBORIO**  
ARROZ TIPO: 1 - CLASSE: LONGO - SUBGRUPO: POLIDO  
Produzido por: Riso Scotti - Via Angelo Scotti 2 - 27100 Pavia - Italy  
Tel. 00390382508301 - Fax: 00390382508303

**FABRICADO NA ITALIA**  
Importado por: GRUPO FARTURA DE HORTIFRUT S.A.  
CNPJ: 04.972.092/0031-48 Av. Comendador Aladino Selmi,  
2500-GALPAO 01-CR1 VL SAN MARTIN Campinas / SP  
CEP: 13069-36 SAC: 0800 707 0070 / ouvidoria@redeoba.com.br  
Conservar em lugar fresco e seco

Peso Líquido: **1kg** - VAL/LOTE: vide embalagem

Ingredientes: arroz ARBORIO - **NÃO CONTÉM GLÚTEN**

**INFORMAÇÃO NUTRICIONAL: Porção de 50g (1/2 xíc. chá)**  
Valor energético: 176kcal = 745kJ (8,8%VD\*)  
Carboidratos: 38,5g (12,8% VD\*); Proteínas: 3,5 g (4,6% VD\*);  
Gorduras totais: 0,7g (1,2% VD\*); Gorduras saturadas: 0,2g (0,9%  
VD\*); Gorduras trans: 0g (\*\*);  
Fibra Alimentar: 0,9g (3,8% VD\*); Sódio: 0mg (0% VD\*)

(\*) Valores diários de referência com base em uma dieta de 2000kcal  
ou 8400kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores,  
dependendo de suas necessidades energéticas  
(\*\*) Valores diários não estabelecidos

**F** Faire revenir les oignons et les champignons  
**D** Zwiebeln mit Pilzen anbraten  
**E** Fría las cebollas con las setas

## Prodotti di origine animale

Per quanto concerne i prodotti di origine animale, devono riportare anche il numero di accreditamento presso il DIPOA (Dipartimento di Ispezione dei Prodotti di Origine Animale del MAPA).

N° registro DIPOA

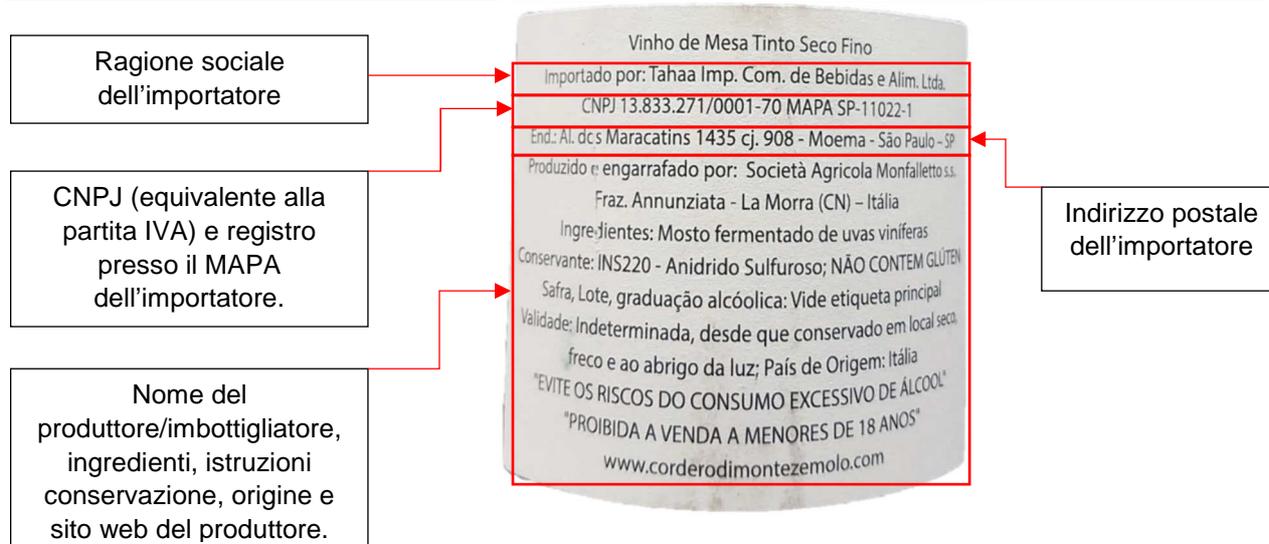


## Vini

Sull'etichetta frontale, oltre al marchio del vino, vanno riportati il volume della bottiglia, e la gradazione alcolica del vino. La vendemmia ed il tipo di uva (ed eventualmente anche volume della bottiglia e gradazione alcolica), sono normalmente riportate sull'etichetta frontale ma possono essere collocate anche, o solo, su quella posteriore:



Sticker sul retro  
(in portoghese)



#### 4. Regime Doganale

Articolato su tre livelli (Federale, Statale e Comunale), il sistema fiscale brasiliano è piuttosto complesso, con grande numero di imposte, aliquote e metodologie di calcolo che ne rendono difficile la stima. È indispensabile pertanto essere a conoscenza di alcuni elementi quali: lo Stato in Brasile di destinazione della merce (ogni stato gestisce la propria IVA con aliquote e regole molto diverse); il sistema fiscale utilizzato dall'importatore e quindi la possibilità di recuperare parte delle imposte pagate; il vettore utilizzato per la spedizione; l'ingombro; l'eventuale necessità di presentare certificati di analisi fatti in Brasile su campioni presi tra i prodotti spediti ecc.

In linee generali, le principali imposte/contributi che incidono sulle importazione sono:

☞ **Dazio:** (I.I. = Imposto de Importação) imposta che incide su tutti i prodotti importati provenienti da paesi con i quali il Brasile non ha un accordo di collaborazione che ne preveda l'esenzione totale o parziale, come è il caso dei paesi appartenenti al Mercosud e, per certe tipologie di prodotto, a seconda di trattati bilaterali siglati tra i rispettivi governi, Cile, Bolivia, Venezuela, Messico ecc.

Detta imposta viene calcolata direttamente sul valore CIF della merce, con aliquote che variano da prodotto a prodotto e che nel caso degli agroalimentari e bevande oscillano tra un minimo dell'8%, come nel caso dei vegetali in natura, ad un massimo del 20% nel caso del vino.

☞ **IPI** (Imposto sobre Produtos Industrializados, ovvero Imposta sui Beni Industriali). Imposta federale, assolta alla fonte dal produttore o importatore del bene. Viene regolamentata dal Decreto n° 7.212/2010 ed ha un'aliquota media del 20%, oscillando tra lo 0% nel caso di alcuni prodotti alimentari quali riso e farina, ed il 30% nel caso dei superalcolici, con aliquote speciali maggiorate del 330% applicate ai cosiddetti beni superflui o di lusso, tra cui rientrano le sigarette. Per quanto riguarda i vini l'aliquota è del 10% per spumanti e vini fermi in

contenitori di meno di 2l, sale al 20% per i vini fortificati, a prescindere dal volume del contenitore.

Per quanto concerne i prodotti importati (il metodo di calcolo per i prodotti fatti in Brasile è diverso), viene calcolata sul valore CIF + Dazio.

- ☞ ICMS (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços, ovvero Imposta sulla Circolazione delle Merci e dei Servizi). Viene calcolata sul valore CIF + Dazio + IPI + Altri contributi e Spese di Sdoganamento, oltre che sull'ICMS stessa (cosiddetto calcolo "sotto cento"). L'aliquota è territoriale, nel senso che varia da uno Stato all'altro della Federazione brasiliana, oscillando dal 7% al 25% in conformità con la legislazione interna dello Stato dove transita la merce. A San Paolo, per esempio, per la maggior parte dei prodotti, le aliquote variano dall'8,8% al 18%, mentre in Stati come Santa Catarina, purché la merce arrivi e sia sdoganata in un porto o aeroporto dello stato, l'aliquota applicata è del 4%;
- ☞ AFRMM (Adicional de Frete para Renovação da Marinha Mercantil, ovvero Addizionale sul Nolo Marittimo). Si tratta di un contributo creato al fine di generare un fondo per favorire il rinnovo della Marina Mercantile Brasiliana. Regolamentato dal Decreto n° 8.257 del 29/05/2014, ha un'aliquota del 25% imponibile sul valore del nolo marittimo, comprese le spese di carico e movimentazione connesse al trasporto della merce.
- ☞ PIS/PASEP (Programa de Integração Social) e COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade). Contributi destinati all'integrazione sociale ed alla formazione degli impiegati e funzionari della pubblica amministrazione, nonché al finanziamento della sicurezza sociale. Sono regolati dalle leggi 10.865/2004 e 11.488/2007. Le aliquote sono rispettivamente del 2,10% e del 9,65% ed incidono sul valore CIF della merce. Nel caso di prodotti fatti in Brasile, il contributo incide sull'utile lordo mensile delle società.

Si sottolinea che l'ICMS regolato nelle operazioni di importazioni va a credito di imposta, ovvero potrà essere dedotto dalla ICMS inerente all'attività aziendale da versare mensilmente. Vale la stessa regola per l'IPI.

PIS e COFINS possono essere sia un credito che un costo. Tutto dipende dalla metodologia che l'azienda utilizza per il calcolo del lucro (presunto o reale).

Per il calcolo del **DAZIO**, **IPI**, **PIS** e **CONFINS**, gli uffici doganali brasiliani mettono a disposizione il seguente link, attraverso il quale basta informare il codice doganale di interesse, il valore CIF della merce e la valuta, che un calcolatore elettronico fornisce gli importi delle citate imposte da pagare in occasione dello sdoganamento:

<http://www4.receita.fazenda.gov.br/simulador/BuscaNCM.jsp>

## 5. Associazioni di Categoria ed Organizzazioni Governative di Riferimento

- ☞ ABBA – Associazione Brasiliana degli Importatori ed Esportatori di Bevande  
[www.aabba.org.br](http://www.aabba.org.br)
- ☞ ABIA – Associazione Brasiliana dell'Industria Alimentare  
[www.abia.org.br](http://www.abia.org.br)
- ☞ ABIOVE – Associazione Brasiliana dell'Industria degli Oli Vegetali  
[www.abiove.org.br](http://www.abiove.org.br)
- ☞ ABIMAPI – Associazione Brasiliana dell'Industria di Biscotti, Paste, Pani e Torte  
[www.abimapi.com.br](http://www.abimapi.com.br)
- ☞ ABIP – Associazione Brasiliana dell'Industria della Panificazione  
[www.abip.org.br](http://www.abip.org.br)
- ☞ Associazione Brasiliana dell'Industria dei Latticini  
[www.vivalacteos.org.br](http://www.vivalacteos.org.br)
- ☞ ABIQ – Associazione Brasiliana dei Produttori di Formaggi  
[www.abiq.com.br](http://www.abiq.com.br)
- ☞ ABPA – Associazione Brasiliana dell'Industria di Proteina Animale  
[www.abpa-br.org](http://www.abpa-br.org)
- ☞ IBRAVIN – Istituto Brasiliano del Vino  
[www.ibravin.org.br](http://www.ibravin.org.br)
- ☞ ABRAS – Associazione Brasiliana dei Supermercati  
[www.abras.com.br](http://www.abras.com.br)
- ☞ APAS – Associazione dei Supermercati dello Stato di San Paolo  
[www.portalapas.org.br](http://www.portalapas.org.br)
- ☞ ABIS – Associazione Brasiliana dell'Industria del Gelato  
[www.abis.com.br](http://www.abis.com.br)
- ☞ ABRACOHR – Associazione Brasiliana dei Buyer per il Foodservice (Ristoranti ed Alberghi)  
[www.abrachr.com.br](http://www.abrachr.com.br)
- ☞ ABAD – Associazione Brasiliana dei Distributori e Grossisti  
[www.abad.com.br](http://www.abad.com.br)

- ☞ ABS – Associazione Brasiliana dei Sommelier - SP  
[www.abs-sp.com.br](http://www.abs-sp.com.br)
- ☞ ABRASIL – Associazione Brasiliana dei Bar e Ristoranti  
[www.abrasel.com.br](http://www.abrasel.com.br)
- ☞ ANVISA – Agenzia Brasiliana Vigilanza Sanitaria  
[www.portal.anvisa.gov.br](http://www.portal.anvisa.gov.br)
- ☞ MAPA – Ministero Brasiliano delle Politiche Agrarie  
[www.agricultura.gov.br](http://www.agricultura.gov.br)

## 6. Principali Marchi Italiani presenti in Brasile

Categorie di Prodotti	Marchi
Formaggi	Parmareggio, La Soresina, F.lli Pinna, Gran Moravia.
Pasta	Bioalimenta, Delverde, Entroterra, Balducci, Barilla, Giuseppe Cocco, Ind.al.co, Gragnano, De Cecco, Pastarotti, La Molisana, Garofalo, Rustichella D’Abruzzo, Divella, Pastificio Gentile, Pastificio Di Martino, Rummo, Fara San Martino, Gruppo Alimentare Campano.
Riso e derivati	Riso Vignola, Riso Scotti, Colavita, Fontana Formiello, Paganini, De Cecco, Pastarotti, Riso Inverni, Riseria Giuseppe Martinotti.
Oli alimentari	Barbera, Centonze, Bonolio, Antica Azienda Agricola Sofrá, Oleifici Sita, Medsol, Oleificio Fiorentini, Frediani del Greco, Costa D’Oro, Colavita, Paesano, Paganini, De Cecco, Farchioni, Filippo Berio, Frantoi Cutrera.
Pomodori, Salse e sughi	O’Sole e Napule, Bioitalia, De Clemente, Finagricola, Giaguaro, Barilla, ICAB, Paganini, Di Salerno, Petti, Mutti, Feger, Gustibus, Coppola, I.M.C.A., C.o.r.e.x..

Prodotti da forno	Tara Lloro, Barilla, Vicenzi Biscotti, Balocco, Granarolo, Il Vecchio Forno, Fiorentini Alimentari, Tre Marie.
Aceto	Acetaia La Bonissima, Due Vittorie, Acetificio Marcello De Nigris, Colavita, Di Salerno, Acetaia Fini Modena.
Caffè	Caffè Vergnano, Corsini, Illy, Lavazza, Bialetti, Corsini.
Insacatti	Prosciuttificio San Francesco, Collina, Villani, Negroni, Vito Balducci, Fiorucci.

## 7. Pubblicazioni Specializzate

- ☞ SUPERHIPER  
[www.abras.com.br/superhiper/ultima-edicao](http://www.abras.com.br/superhiper/ultima-edicao)
- ☞ PRAZERES DA MESA  
[www.prazeresdamesa.uol.com.br](http://www.prazeresdamesa.uol.com.br)
- ☞ GO WHERE  
[www.gowhere.com.br](http://www.gowhere.com.br)
- ☞ REVISTA SABORES DO SUL  
[www.revistasaboresdosul.com.br](http://www.revistasaboresdosul.com.br)
- ☞ REVISTA ADEGA  
[www.revistaadega.uol.com.br](http://www.revistaadega.uol.com.br)
- ☞ DISTRIBUIÇÃO  
<https://distribuicao.abad.com.br>
- ☞ ITALIAN FOOD  
[www.revistaitalianfood.com.br](http://www.revistaitalianfood.com.br)

## 8. Fiere ed Eventi

### ☞ ANUFOOD BRAZIL

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

Versione brasiliana dell'omologa fiera tedesca specializzata esclusivamente in prodotti alimentari e bevande. Organizzata in Brasile dalla Koelnmesse Organização de feiras, vedrà l'edizione 2020 presso il quartiere fieristico Imigrantes, dal 09 all'11 di marzo. L'edizione 2019 ha contato oltre 350 marchi in esposizione, provenienti da 20 paesi, 14.000m<sup>2</sup> di spazi espositivi e più di 10.000 visitatori specializzati.

### ☞ APAS SHOW

[www.apasshow.com](http://www.apasshow.com)

Fiera annuale dedicata ai prodotti e servizi per i supermercati. Nel 2019, ha registrato 840 espositori provenienti da 22 paesi ed oltre 58 mila visitatori in rappresentanza di circa 11 mila aziende. Nel 2020 giunge alla 36<sup>a</sup> edizione e verrà realizzata dal 18 al 21 maggio presso il quartiere fieristico Expo Center Norte.

### ☞ FISPAL FOOD SERVICE

[www.fispalfoodservice.com.br](http://www.fispalfoodservice.com.br)

Fispal Food Service, rassegna annuale che nel 2020 giunge alla 36<sup>a</sup> edizione. È la più importante manifestazione in America Latina dedicata ai prodotti ed alle tecnologie per il food service (bar, ristoranti, gelaterie, pizzerie ecc.). La scorsa edizione, realizzata nel quartiere fieristico Expo Center Norte, ha riunito 470 espositori, in rappresentanza di 1.800 marchi ed ha contato sulla presenza di 57.000 visitatori. Fispal Food Service 2020 avrà luogo presso il quartiere Fieristico Expo Center Norte, dal 16 al 19 giugno.

**Prevista la realizzazione di un padiglione ufficiale italiano nell'edizione 2020.**

### ☞ SUPER RIO EXPO FOOD

[www.sretradeshow.com.br/](http://www.sretradeshow.com.br/)

Evento organizzato dall'Associazione dei Supermercati dello Stato di Rio de Janeiro, dedicato alla promozione di prodotti alimentari e bevande sia per i canali on-trade che off-trade. Di cadenza annuale, avrà la prossima edizione realizzata dal 16 al 18 marzo 2020 presso il quartiere fieristico Rio Centro, di Rio de Janeiro.

L'edizione 2019 ha avuto oltre 500 marchi in esposizione (praticamente tutti nazionali), più di 50 mila visitatori e circa 100 incontri seminari/formativi.

## ☞ WINE SOUTH AMERICA

[www.winesa.com.br](http://www.winesa.com.br)

Organizzata da Fiera Verona, l'evento di cadenza annuale giunge nel 2020 alla 3<sup>a</sup> edizione, con l'obiettivo di diventare la fiera di riferimento in Brasile dedicata al settore dei vini ed aperta esclusivamente ad operatori del settore (sommelier, buyer, giornalisti).

L'edizione 2019 ha contato sulla partecipazione di alcune cantine italiane, sotto il coordinamento della Camera di Commercio Italo-Brasiliana di Rio Grande do Sul, alle quali si sono aggiunti altri marchi italiani attraverso importatori locali tra cui Interfood Importação, uno dei principali importatori di vino del paese. La maggior parte degli espositori è composta da brasiliani e cantine originarie dei paesi limitrofi.

L'edizione 2020, in agenda dal 23 al 25 settembre presso il quartiere fieristico di Bento Gonçalves (Stato di Rio Grande do Sul), importante distretto produttore di vino in Brasile. Per il momento, sono già confermate le seguenti partecipazioni italiane: Epton Italy Selections (Milano), Pilandro (Desenzano), Cantine Fabio Cordella (Lecce). A breve dovrebbero confermare la partecipazione: Val D'Oca (Treviso), Cantina di Verona (Verona) e Sandrag (Pordenone). Valutano la partecipazione Cantina Negrar (Verona), Decordi (Lombardia), Castello di Meleto (Chianti), Fontana Fredda (Piemonte) e Domus Vini (Padova).

**È in via di definizione una partecipazione coordinata dall'ICE-Agenzia in cui verranno realizzate degustazioni e presentazioni di vini agli operatori specializzati del settore.**

## ☞ PROWINE SÃO PAULO

[www.prowein.com/en/Contact\\_Arrival/International\\_Representatives/Central\\_South\\_America/Brazil](http://www.prowein.com/en/Contact_Arrival/International_Representatives/Central_South_America/Brazil)

[www.provino.com.br](http://www.provino.com.br)

Fiera di vini e distillati, realizzata per la prima volta nel 2019 con l'organizzazione della società Emme Promotion e della rivista Adega sotto la denominazione Provino – Professional Wine and Spirits Fair. Ha avuto oltre 200 marchi in esposizione (tra cui importanti società di importazione, come Cantu Importadora e World Wine, associazioni quali AEP – Associazione Imprenditoriale di Portogallo e Wines of Chile, e diverse vinicole, tra cui molte francesi e diversi altri internazionali) che hanno potuto presentare i propri prodotti ad un pubblico (piccolo, ma qualificato) di importatori, giornalisti e buyer. La prossima edizione, dal 20 al 22 ottobre 2020 presso il Quartiere Fieristico Transamerica, di San Paolo, sarà organizzata dalla Messe Dusseldorf e prende la denominazione ProWine, in riferimento alla fiera tedesca ProWein, uno dei principali appuntamenti del mondo dedicato al settore del vino.

☞ São Paulo International WINE Trade Fair

[www.vinhomagazine.com.br/wtf](http://www.vinhomagazine.com.br/wtf)

Con organizzazione della società Market Press e realizzata parallelamente al Congresso Internazionale della Cachaça (Acquavite di canna) e del Vino, il cui curatore è il giornalista Eduardo Viotti, della rivista Vinho Magazine, la São Paulo International Wine ha riunito nell'edizione 2019 circa 50 espositori, tra cui alcune vinicole, importatori, produttori di acquavite di canna e produttori di contenitori, prodotti e servizi per l'industria delle bevande. La prossima edizione è confermata dal 05 al 07 maggio, presso il quartiere fieristico Anhembi.



**São Paulo**

Av. Paulista, 1.971 - 4º andar  
São Paulo (SP) Brasil  
CEP 01311-300  
T. +55 11 2148.7250  
F. +55 11 2148.7251

[www.ice.it](http://www.ice.it)  
[www.ice-sanpaolo.com.br](http://www.ice-sanpaolo.com.br)

[company/ICE-Sanpaolo](#) 

[ICESanPaolo](#) 

[ICEBrasil](#) 

[Icesanpaolo](#) 

[Ita.Brasil](#) 