

MERCATO DEL VINO IN BRASILE



20
20



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation

ITCA 
ITALIAN TRADE AGENCY



MERCATO DEL VINO IN BRASILE

A cura di ITA – Italian Trade Agency
Ufficio San Paolo

Febbraio 2020



INDICE

1. Informazioni Generali	07
2. Importazioni	09
3. Ceni sulla distribuzione in Brasile di prodotti agroalimentari e bevande	13
4. Accreditazioni, standard di qualità, certificati di analisi e etichettatura	16
5. Etichettatura	17
6. Regime Doganale	18
7. Associazioni di categoria e Organizzazioni Governative di Riferimento	20
8. Pubblicazioni Specializzate	21
9. Fiere ed Eventi	22



1. Informazioni generali

Secondo Euromonitor International, società di ricerca internazionale leader in materia di beni di consumo, il consumo brasiliano di vino nel 2019 è stimato in circa 321 milioni di litri, cifra pari al 2,5% superiore a quella verificata nell'anno precedente, di 313 milioni di litri.

Le previsioni per il quadriennio 2020-2023 sono promettenti e puntano verso un incremento esponenziale del consumo nel periodo di circa il 18%, per raggiungere i 364 milioni di litri nel 2023.

L'83,6% del mercato riguarda i vini fermi (particolarmente rossi), il 7,7% vini frizzanti e/o spumanti (tra cui il rosé è attualmente molto richiesto) e l'8,7% i vini fortificati ed i vermouth.

Il canale on-trade (HoReCa) risponde per il 25% delle vendite, mentre quello off-trade (GDO e retail) risponde per il restante 75%.

La maggior parte delle vendite del canale off-trade si concentra nelle catene di supermercato (34,9%) e nei negozi specializzati (28,5%). Gli ipermercati, caratterizzati da area attrezzata per la vendita al dettaglio superiore a 2.500m², rispondono per il 20% delle vendite. Il commercio elettronico, nonostante abbia una partecipazione ancora marginale sulle vendite (2,9%) è in forte sviluppo, così come le vendite attraverso i cosiddetti club di acquisti (2,3%).

Le importazioni, che nel 2019 sono state di 133,3 milioni di litri, sono pari al 41,5% del mercato e dovrebbero aumentare nei prossimi anni, da un lato perché una limitazione dell'industria brasiliana di contenitori di vetro dovrebbe frenare, almeno a breve – medio termine, l'espansione dell'industria locale di vino, e dall'altro perché i fornitori internazionali, in particolare dal Cile, Portogallo, Argentina ed anche dall'Italia, investono sempre di più sul mercato con azioni mirate di marketing e prezzi sempre più competitivi, grazie anche all'economia di scala che si forma con l'espansione del mercato.

Avendo esportato in Brasile 12,1 milioni di litri nel 2019, la quota di mercato italiana è pari al 4%, posizionando l'Italia come secondo principale partner tra i paesi europei, dopo Portogallo, che vanta una quota di mercato del 5,7%. I vini cileni rispondono per il 20,7% del mercato, mentre quelli Argentini per il 5,4%. La quota dei francesi è poco superiore alla metà di quella italiana (2,1%).

I principali player, naturalmente, sono tutti brasiliani e su una lista che riporta le 19 principali società del settore, 11 sono produttori locali, ubicati prevalentemente nella zona di Bento Gonçalves, città dello Stato di Rio Grande do Sul di forte immigrazione italiana. Tra questi, si evidenziano le società Aurora e Santon, le cui quote di mercato sono rispettivamente dell'8,6% e del 6%.

Principali Player in Brasile X Quota di Mercato

Società	Share (%)
Cooperativa Agrícola Aurora Ltda.	8,6
Vinhos Salton s/a Indústria e Comércio	6,0
Casa Di Conti	4,2
Vinícola Miolo Ltda.	3,9
Antônio Basso e Filhos Ltda.	3,8
Vinicola Campestre Ltda.	3,5
VCT Brasil Importação e Exportação Ltda.	2,5
Interfood Importação Ltda.	2,2
LVMH Vinhos e Destilados Brasil Ltda.	1,2
Cooperativa Agrícola Garibaldi Ltda.	1,1
Porto a Porto Comércio, Importação e Exportação Ltda.	0,9
Diageo Brasil Ltda.	0,7
Carrefour Comércio e Indústria Ltda.	0,7
Casa Valduga de Vinhos Finos Ltda.	0,7
Bebidas da Serra s/a	0,7
Indústria Agrícola Tozan Ltda.	0,5
Bacardi-Martini do Brasil Ind. e Comércio Ltda.	0,5
Pernod Ricard Brasil Ltda.	0,4
Santar Comércio de Gêneros Alimentícios Ltda.	0,3
Altri	57,6

Fonte: Euromonitor International

Sono anche rilevanti le quote di mercato delle società:

- ☞ VCT (Vinicola Concha y Toro - Cile), pari al 2,5%;
- ☞ Interfood Importação, con quota del 2,2% e che importa vini da 48 importanti produttori di tutto il mondo, tra cui 16 italiani (Sperone, Duca Di Salaparuta, Corvo, Bolla sono alcuni dei principali fornitori), 9 francesi ed altri provenienti da Portogallo, Spagna, Stati Uniti, Argentina, Uruguay e Libano;
- ☞ LVMH Vinhos e Destilados e Pernod Ricard, di origine francese, che forniscono prevalentemente champagne e che hanno complessivamente una quota del 1,6%;
- ☞ Bacardi-Martini, che garantisce una quota di mercato dello 0,5% con le linee di spumanti e vermouth.

Tra i 19 principali marchi commercializzati, invece, la cui quota di mercato complessiva è del 35,2%, tutti sono brasiliani:

Principali Marchi di Vino
Commercializzati in Brasile

MARCHIO	Share (%)
Salton	4,6
Contini	4,2
Canção	3,8
Pérgola	3,5
Sangue de Boi	2,3
Marcus James	2,2
Miolo	2,0
Country Wine	1,5
Chalise	1,4
Autora	1,4
Almadén	1,3
Santa Helena	1,2
Chandon	1,2
Garibaldi	1,1
Santa Carolina	0,9
Santa Ana	0,7
Casa Valduga	0,7
Peterlongo	0,7
Azuma	0,5
Altri	64,8

Fonte: Euromonitor International

Il costo medio al dettaglio di una bottiglia di vino commercializzata in Brasile è di 10 euro, ovvero circa R\$ 47,00. Pertanto, i distributori sono orientati verso quei fornitori esteri che offrono il prodotto ad un costo medio variabile da 1,5, euro a 2,5 euro.

2. Importazioni

Le importazioni brasiliane di vino sono state pari a 133,3 milioni di litri nel 2019, registrando un incremento del 14,3% rispetto all'anno precedente e quindi, recuperando con largo margine il calo del 2,3% verificato nel 2018.

I cileni, beneficiati dall'ampia offerta, dalla vicinanza geografica e da accordi commerciali con il Brasile che garantiscono esenzioni di dazio per questa categoria ed altre di prodotti, rispondono per quasi la metà (49,7%) del vino che i brasiliani importano, per un totale di 66,3 milioni di litri (+29,1% rispetto al 2018).

Anche gli argentini, per le stesse ragioni, godono di un'importante quota sull'import brasiliano di vini, anche se più limitata, pari al 13% e quindi, equivalente a 17,3 milioni di litri (+8,4% rispetto al 2018).

Sorprende il secondo posto dei portoghesi nonostante le importazioni di vino dal Portogallo siano soggette ad un dazio del 20%, a cui si aggiungono i costi di trasporto molto superiori a quelli degli argentini che si collocano al terzo posto. Tra l'altro, mentre le importazioni provenienti dai principali 10 paesi fornitori sono in qualche misura diminuite nel biennio 2017-2018, per poi riprendere nel biennio successivo 2018-2019, quelle provenienti dal Portogallo crescono in continuazione almeno dal 2014, avendo quasi raddoppiato tra il 2014 ed il 2019 e quindi, passando da 9,5 milioni di litri a 18,3 milioni di litri.

Secondo informazioni rilevate tra i principali player della distribuzione in Brasile, il successo dei vini portoghesi è dovuto ad una strategia di marketing che prevede da un lato la realizzazione di un cospicuo piano di attività promozionali e dall'altro (soprattutto), la fornitura di linee di credito (a quanto pare, finanziate con fondi dell'UE per lo sviluppo regionale) che permettono agli importatori di effettuare i pagamenti ai fornitori portoghesi dilazionati a oltre 360 giorni, di modo che i brasiliani hanno tempo sufficiente per vendere i prodotti importati e quindi, pagare il fornitore con gli introiti realizzati dalle rispettive vendite.

Importazioni Brasiliane di Vino (in quantità)

Partner	Gennaio-Dicembre (litri)			Market Share(%)			%Δ 2019/18
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	
Mondo	119.454.973	116.660.820	133.333.561	100	100	100	14,3%
Cile	51.552.036	51.342.356	66.301.146	43,16	44,01	49,73	29,1%
Portogallo	16.590.295	17.864.822	18.278.099	13,89	15,31	13,71	2,3%
Argentina	16.080.321	15.927.223	17.268.945	13,46	13,65	12,95	8,4%
Italia	13.591.526	12.361.887	12.092.043	11,38	10,60	9,07	-2,2%
Spagna	8.000.446	7.205.771	7.254.244	6,70	6,18	5,44	0,7%
Francia	7.671.771	6.354.480	6.861.595	6,42	5,45	5,15	8,0%
Uruguay	2.994.717	2.839.030	2.775.853	2,51	2,43	2,08	-2,2%
Sud Africa	1.138.137	1.135.129	1.106.563	0,95	0,97	0,83	-2,5%
Stati Uniti	1.157.393	568.073	547.518	0,97	0,49	0,41	-3,6%
Australia	339.371	510.674	322.806	0,28	0,44	0,24	-36,8%
Altri	338.960	551.375	524.749	0,28	0,47	0,39	-4,8%

Fonte: Ministero Brasiliano dello Sviluppo, Industria e Commercio

Gli italiani si posizionano quarti con una quota del 9,1%, ma il dato in quantità del 2019 registra una flessione dell'11% rispetto al 2017 confermando il trend in discesa del 2018.

Nonostante siano reperiti in Brasile vini dalle zone meno improbabili, tra cui Libano, Macedonia, Georgia ecc, il 96,1% proviene da 6 paesi, di cui 2 sudamericani (Argentina e Cile) e 4 europei.

Mentre in quantità le importazioni brasiliane di vino hanno registrato un incremento nel biennio 2018-2019, in valore si verifica un calo del 1,1%, passando da USD 375,6 milioni nel 2018 a USD 371,6 milioni nel 2019. Detta flessione è dovuta, appunto, all'acquisto di prodotti all'estero di minor

costo medio che sono passati da USD 3,22/litro nel 2018 a USD 2,79/litro nel 2019, con una riduzione del 13,4%.

Import Brasiliano di Vino (in valore)

Partner	Gennaio - Dicembre (USD)			Quota di mercato (%)			%Δ 2019/18
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	
MONDO	370.445.887	375.634.420	371.613.515	100	100	100	-1,07%
Cile	147.001.187	146.043.655	146.383.907	39,68	38,88	39,39	0,23%
Argentina	54.020.549	55.280.551	56.809.994	14,58	14,72	15,29	2,77%
Portogallo	45.586.473	53.766.274	52.065.448	12,31	14,31	14,01	-3,16%
Francia	40.247.247	35.367.067	38.291.258	10,87	9,42	10,30	8,27%
Italia	39.521.620	40.805.561	38.146.155	10,67	10,86	10,27	-6,52%
Spagna	25.459.542	25.061.470	21.575.172	6,87	6,67	5,81	-13,91%
Uruguay	7.788.745	8.473.632	7.961.042	2,10	2,26	2,14	-6,05%
Sudafrica	3.265.209	3.649.171	3.676.115	0,88	0,97	0,99	0,74%
Stati Uniti	4.337.421	2.648.862	2.506.027	1,17	0,71	0,67	-5,39%
Australia	1.298.281	1.780.065	1.242.235	0,35	0,47	0,33	-30,21%
Altri	1.919.613	2.758.112	2.956.162	0,52	0,73	0,80	7,18%

Fonte: Ministero Brasiliano dello Sviluppo, Industria e Commercio

Vi sono state diminuzioni nei costi medi dei prodotti provenienti da 5 tra i 6 principali fornitori del Brasile. Fanno eccezioni i vini francesi, il cui costo medio è leggermente aumentato (0,18%), passando da USD 5,57/litro nel 2018 a USD 5,58/litro nel 2019.

Il costo medio dei prodotti cileni è passato da USD 2,84/litro a USD 2,21/litro, registrando il maggior calo (22,2%). I costi dei prodotti argentini e portoghesi sono diminuiti rispettivamente del 5,2% e del 5,3%, per raggiungere USD 3,29/litro e USD 2,85/litro.

Il costo medio del prodotto italiano, di USD 3,15/litro nel 2019, è diminuito leggermente meno rispetto alla concorrenza (4,6%) e resta superiore a quello cileno (42,5%), come a quello portoghese (10,5%), e di gran lunga inferiore a quello francese (43,5%).

Appunto perché il costo medio del prodotto francese è quasi 2 volte superiore a quello italiano, pur fornendo la metà della quantità di vino fornita dagli italiani, la Francia (10,3%) è riuscita a superare l'Italia (10,27%) di poco nella graduatoria per valore dei principali fornitori di vino del Brasile, collocandosi alla 4° posizione, dopo Cile (39,39%), Argentina (15,29%) e Portogallo (14,01%).

Importazioni Brasiliane di vino per categoria di prodotto

Sottovoce	Descrizione	Gennaio - Dicembre (litri)			Quota di mercato(%)			%Δ 2019/18
		2017	2018	2019	2017	2018	2019	
	Totale	119.454.973	116.660.820	133.333.561	100	100	100	14,29
220421	vini fermi e/o fortificati, in contenitori di meno di 2l	111.843.907	108.923.245	126.316.675	93,63	93,37	94,74	15,97
220410	Spumanti	6.478.371	6.572.473	5.996.137	5,42	5,63	4,50	-8,77
22042211	Vini in contenitori di più di 2l e meno di 5l	1.087.441	1.115.510	995.311	0,91	0,96	0,75	-10,78
22042910	Vini in contenitori di più di 10l	44.069	46.592	22.256	0,04	0,04	0,02	-52,23
22042219	Vini in contenitori di più di 5l e meno di 10l	1.185	3.000	3.182	0	0	0	6,07

Fonte: Ministero Brasiliano dello Sviluppo, Industria e Commercio

Quasi il 95% delle importazioni brasiliane di vino riguardano i vini fermi e/o fortificati in contenitori di meno di 2l ed in tale categoria i quattro primi fornitori, sia in valore, sia in quantità, sono Cile, Argentina, Portogallo e Italia. In questa categoria, i francesi sono il sesto principale fornitore in quantità ed il quarto in valore.

Importazioni Brasiliane di vino fermo e fortificato, per valore e quantità - 2019

Paese Fornitore	Quantità (litri)	Quota in quantità (%)	Valore (USD)	Quota in valore (%)
Totale	126.316.675	100	342.184.416	100
Cile	65.873.650	52,1	145.033.718	42,4
Portogallo	17.418.261	13,8	50.586.447	14,8
Argentina	16.481.521	13,0	54.483.335	15,9
Italia	10.290.225	8,1	33.178.816	9,7
Spagna	5.788.239	4,6	17.067.418	5,0
Francia	5.320.614	4,2	24.282.360	7,1
Altri	5.144.165	4,1	17.552.322	5,1

Fonte: Ministero Brasiliano dello Sviluppo, Industria e Commercio

Per quanto concerne gli spumanti, gli italiani sono i principali fornitori (1.769.330 litri), con quota del 29,5%, seguiti dai francesi (1.539.214 litri), la cui quota è del 25,7% e quindi, dagli spagnoli (1.456.660 litri), la cui quota sull'import della categoria è del 24,3%.

Il punto di svolta dei francesi, pertanto, per mezzo del quale riescono a superare in valore le importazioni brasiliane di vino italiano, risiede nell'import in valore di champagne e spumanti, poiché il costo medio del prodotto francese di questa categoria è pari a USD 9,1/litro, contro USD 2,71 degli italiani.

3. 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 è 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.

19

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 Industria 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: Revista 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 Açai.

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.

4. Accredamenti, standard di qualità, certificati di analisi e etichettatura

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.

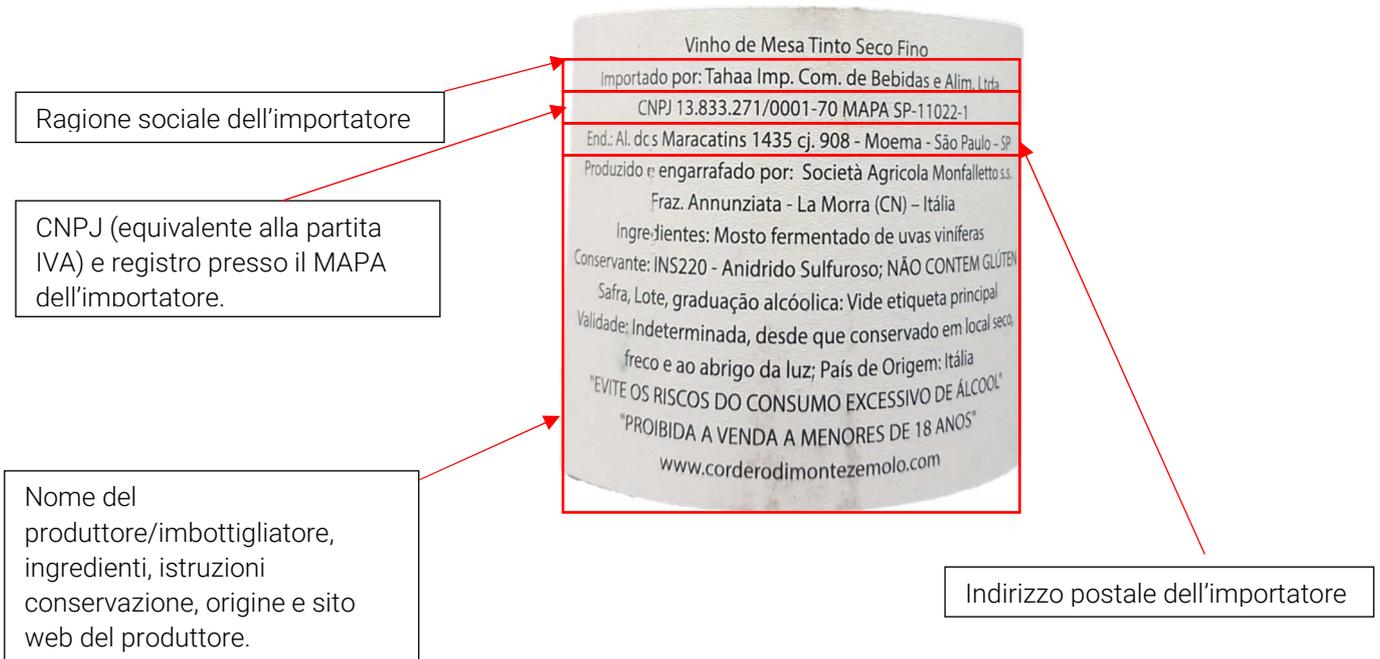
Analisi di controprova verranno richieste presso laboratori accreditati dalle autorità doganali brasiliane prima che i vini siano sdoganati e/o liberati alla commercializzazione e consumo in Brasile.

5. Etichettatura

Le etichette dei prodotti agroalimentari possono essere in lingua di origine, purché accompagnate da retro-etichette aggiuntive in lingua portoghese.

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:





6. Regime Doganale

Articolato su tre livelli (Federale, Statale e Comunale), il sistema fiscale brasiliano   piuttosto complesso, con grande numero di imposte, aliquote e metodologie di calcolo che ne rendono difficile la stima.   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 possibilit  di recuperare parte delle imposte pagate; il vettore utilizzato per la spedizione; l'ingombro; l'eventuale necessit  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 Importa o) 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   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>

Un calcolo molto grossolano fatto da importatori e supermercati per avere idea iniziale se il prezzo del prodotto proposto dal produttore è in linea con quanto il consumatore brasiliano è disposto a pagare moltiplica per 4 il prezzo in valuta estera del prodotto in esame destinato al mercato di San Paolo (3 se le destinazioni sono gli Stati del Paraná o Santa Catarina).

Pertanto, un vino che costa 2,5 euro/bottiglia (valore CIF), o R\$ 11,50, se l'importazione viene fatta da un supermercato senza intermediari potrebbe essere venduto a San Paolo ad almeno R\$ 46,00/R\$ 50,00, altrimenti il prezzo al dettaglio potrebbe raggiungere un valore da R\$ 65,00 a R\$90/100 ovvero circa il 30% in più per ogni intermediario previsto.

7. Associazioni di Categoria ed Organizzazioni Governative di Riferimento

- ☞ ABBA – Associazione Brasiliana degli Importatori ed Esportatori di Bevande
www.aabba.org.br
- ☞ ABIA – Associazione Brasiliana dell'Industria Alimentare
www.abia.org.br
- ☞ IBRAVIN – Istituto Brasiliano del Vino
www.ibravin.org.br
- ☞ ABRAS – Associazione Brasiliana dei Supermercati
www.abras.com.br
- ☞ APAS – Associazione dei Supermercati dello Stato di San Paolo
www.portalapas.org.br
- ☞ ABRABE – Associazione Brasiliana di Bevande
www.abrabe.org.br
- ☞ ABRACOHR – Associazione Brasiliana dei Buyer per il Foodservice (Ristoranti ed Alberghi)
www.abrachr.com.br
- ☞ ABAD – Associazione Brasiliana dei Distributori e Grossisti
www.abad.com.br
- ☞ ABS – Associazione Brasiliana dei Sommelier - SP
www.abs-sp.com.br

- ☞ ABRASIL – Associação Brasileira dei Bar e Ristoranti
www.abrasel.com.br
- ☞ PRO-VINHO
www.provinho.org.br
- ☞ ANVISA – Agência Brasileira Vigilanza Sanitaria
www.portal.anvisa.gov.br
- ☞ MAPA – Ministero Brasileiro delle Politiche Agrarie
www.agricultura.gov.br

8. Pubblicazioni Specializzate

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

9. Fiere ed Eventi

☞ ANUFOOD BRAZIL

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, 14.000m² di spazi espositivi e più di 10.000 visitatori specializzati.

☞ APAS SHOW

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^a edizione e verrà realizzata dal 18 al 21 maggio presso il quartiere fieristico Expo Center Norte.

☞ FISPAL FOOD SERVICE

www.fispalfoodservice.com.br

Fispal Food Service, rassegna annuale che nel 2020 giunge alla 36^a 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/

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

Organizzata da Fiera Verona, l'evento di cadenza annuale giunge nel 2020 alla 3ª 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
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

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

company/ICE-Sanpaolo 

ICESanPaolo 

Icesanpaolo 

www.ice.it
www.ice-sanpaolo.com.br

ICEBrasil 

Ita.Brasil 