
IL MERCATO DEL VINO IN BRASILE



20
22



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation



A cura ITA – Italian Trade Agency
Uff. San Paolo
Agg. Dic. 2022

INDICE

| | |
|--|----|
| INFORMAZIONI GENERALI | 03 |
| IMPORTAZIONI - STATISTICHE | 10 |
| IMPORTAZIONI - CANALI | 20 |
| IMPORTAZIONI - CONCORRENZA vs ITALIA | 24 |
| PROFILO DEL CONSUMATORE | 36 |
| PRINCIPALI STATI CONSUMATORI | 39 |
| PRODUZIONE DI VINO IN BRASILE | 40 |
| FATTURA EXPORT | 41 |
| DICHIARAZIONE DOGANALE | 42 |
| DOCUMENTI DI TRASPORTO | 42 |
| PACKING LIST | 43 |
| CERTIFICATI DI ORIGINE | 43 |
| CERTIFICATI DI ANALISI | 43 |
| ETICHETTATURA | 44 |
| IMBALAGGI | 45 |
| DOCUMENTI DI IMPORTAZIONE | 45 |
| CONTINGENTE DOGANALE | 46 |
| BIOTERRORISM ACT | 46 |
| NOTIFICA PREVENTIVA | 46 |
| REGISTRAZIONE ETICHETTE | 46 |
| DAZI E IMPOSTE A CARICO DELL'IMPORTATORE | 46 |
| SISTEMA DI CALCOLO DELLE ACCISE | 47 |
| SPECIFICA SUL COMMERCIO ELETTRONICO DEGLI ALCOLICI | 47 |
| APPROFONDIMENTI, NOTE O DOCUMENTI SECONDO IL PAESE IMPORTATORE | 48 |
| LINK UTILI | 51 |

INFORMAZIONI GENERALI

Il Brasile è un paese dove si beve ancora poco vino. In effetti, secondo dati relativi al 2021 di Euromonitor International, la partecipazione del consumo di vino e spumanti sul consumo totale di bevande alcoliche nel paese è stata pari al 2,5%. La percentuale, che nel 2020 era stimata in 2,8%, è però leggermente superiore a quella verificata prima della pandemia, segnalando un lento, ma importante cambiamento del comportamento del consumatore locale.

3

| Categoria | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <i>Birra</i> | 12.602,7 | 12.385,0 | 12.202,4 | 12.634,0 | 13.309,7 | 14.322,4 |
| <i>Sidro di mele o pere</i> | 16,1 | 16,4 | 16,7 | 17,1 | 14,8 | 15,3 |
| <i>RTDs</i> | 126,3 | 129,2 | 130,9 | 135,1 | 136,2 | 153,2 |
| <i>Distillati</i> | 712,2 | 708,2 | 708,2 | 714,1 | 556,3 | 682,2 |
| <i>Vino e Spumanti</i> | 321,1 | 312,1 | 317,9 | 326,3 | 397,3 | 387,1 |
| <i>Altre</i> | 3,9 | 3,9 | 4,0 | 4,1 | 2,8 | 3,5 |
| Totale | 13.782,2 | 13.554,8 | 13.380,1 | 13.830,7 | 14.417,1 | 15.563,7 |

Fonte: © Euromonitor International

Secondo Wine Intelligence, se il 2020 è stato un buon anno per il mercato del vino in Brasile, con forte espansione del consumo annuale pro capite, passato da 2,0 litri nel 2019 a 2,8 litri nel 2020, il 2021 è stato spettacolare perché ha registrato un importante incremento del numero di consumatori della bevanda, che attualmente è di circa il 36% della popolazione adulta. L'indice è pari alla metà di quanto verificato nei principali mercati europei, ma già si avvicina a quello riscontrato negli Stati Uniti.

Il principale vettore della crescita, segnala lo studio di Wine Intelligence, sono le persone con più di 35 anni, che nel 2017 rappresentavano il 53% del mercato e nel 2020 sono diventati il 59% del totale dei consumatori di vino in Brasile. Si tratta di un pubblico con maggior potere d'acquisto e avido di novità.

Mercato Brasiliano di Vino e Spumanti (mio litri)

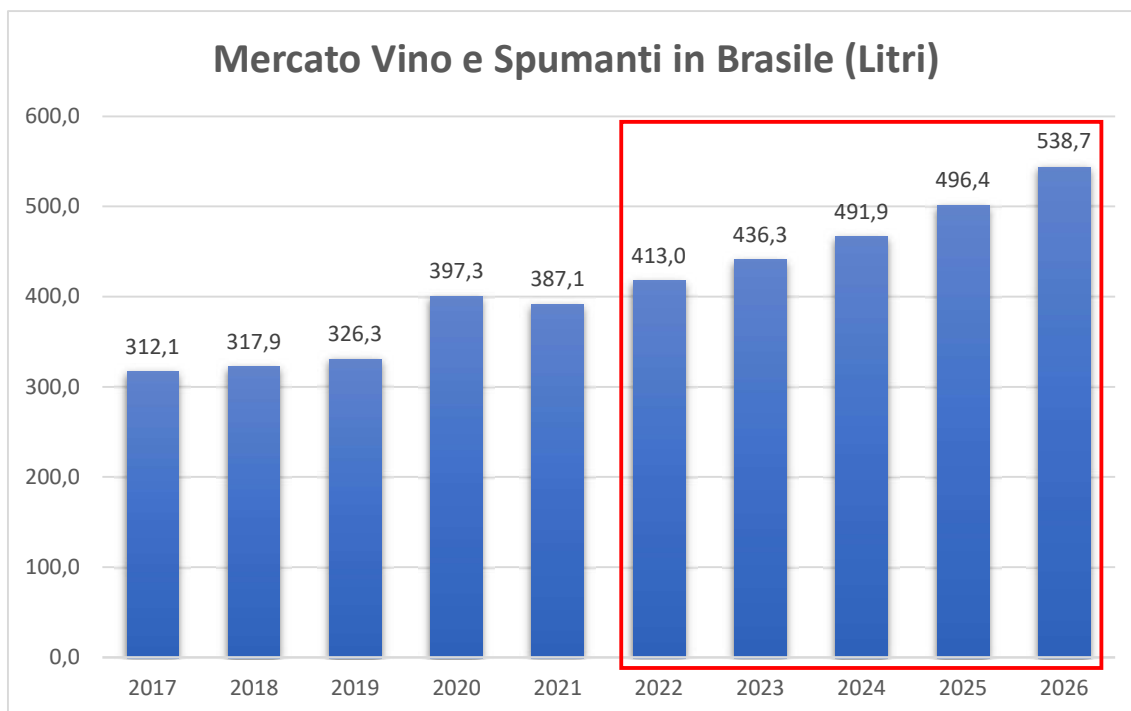
| Vino e Spumante | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <i>Vino fortificato e Vermouth</i> | 26,6 | 26,9 | 27,3 | 27,7 | 18,7 | 22,9 |
| <i>Porto</i> | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,1 |
| <i>Vermouth</i> | 26,4 | 26,8 | 27,1 | 27,6 | 18,6 | 22,8 |
| <i>Spumanti</i> | 22,7 | 23,9 | 24,9 | 25,9 | 21,3 | 26,0 |
| <i>Champagne</i> | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,4 | 0,4 |
| <i>Altri spumanti</i> | 22,1 | 23,4 | 24,4 | 25,4 | 20,9 | 25,6 |
| <i>Vino fermo</i> | 271,8 | 261,2 | 265,7 | 272,6 | 357,3 | 338,1 |

| | | | | | | |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <i>Rosso</i> | 225,9 | 217,8 | 222,1 | 228 | 277,6 | 264 |
| <i>Rosato</i> | 2,6 | 2,4 | 2,2 | 2,1 | 3,5 | 3,6 |
| <i>Bianco</i> | 43,3 | 41 | 41,3 | 42,4 | 76,3 | 70,6 |
| Totale | 321,1 | 312,1 | 317,9 | 326,3 | 397,3 | 387,1 |

Fonte: © Euromonitor International

Analisi fatte dalla società di consulenza Euromonitor International indicano che le vendite di vino e spumanti in Brasile sono ammontate a 387,1 milioni di litri nel 2021. La cifra rappresenta un calo del 2,6% rispetto al 2020, ma un incremento del 21,2% rispetto alla media verificata nel quadriennio che ha preceduto la pandemia. Rispetto alle vendite in America Latina, il mercato brasiliano rappresenterebbe circa il 18,2% e nei confronti delle vendite globali, il Brasile avrebbe una quota pari all'1,5%.

Per il 2022, nonostante le instabilità in campo economico, con la ripresa a pieno regime delle attività, la previsione è che il consumo di vino e spumanti nel paese raggiunga a fine anno circa 413,0 milioni di litri, registrando, pertanto, un aumento del 6,7% rispetto all'anno precedente. Per quadriennio successivo, la crescita dovrebbe continuare, facendo sì che le vendite raggiungano i 538,7 milioni di litri nel 2026.



Fonte: © Euromonitor International

Tra i fattori che collaborano all'espansione del mercato, vi è il crescente interesse dei consumatori verso i vini bianchi e rosati fermi: mentre il consumo di rossi è cresciuto del 21,8% nel 2020 rispetto all'anno precedente, quello di rosato è aumentato del 66,7%

e quello di bianco dell'80%. Nel 2021, si è verificata una piccola contrazione del consumo di rosso del 4,9% e di bianchi del 7,5%, ma il consumo di rosato è continuato a crescere ad un tasso del 2,9%.

Sembra, pertanto, che bianchi e rosati sono riusciti a rompere la barriera del clima, cominciando ad essere consumati anche nei mesi freddi. Considerando, poi il clima naturalmente caldo in Brasile, così come la vicinanza al mare delle sue principali aree turistiche, investire in vino rosé e bianco fermo sta diventando la norma.

Inoltre, l'atteso ripristino nel 2021 dell'on-trade, in cui è maggiore il consumo di birra ed altre bevande alcoliche, ha fatto sì che le aziende vinicole investissero nei cosiddetti wine bar, spazi gastronomici specializzati nella vendita e la degustazione di vini a prezzi accessibili. La strategia, particolarmente presente nelle zone metropolitane di San Paolo e Rio de Janeiro, non solo favorisce l'elevato consumo tra quelli abituati, in particolare persone tra i 40 ed i 60 anni, ma anche stimola il consumo tra i più giovani.

Allineare prezzi più bassi ad una migliore qualità dell'offerta è comunque il fattore chiave di successo nei prossimi anni, che permetterà di raggiungere maggiori volumi di vendita. Ed i prodotti in lattina oppure nei bag-in-box sembrano andare incontro a tale concetto, in quanto tali tipologie di confezioni favoriscono il contenimento dei costi. Inoltre, i prodotti in lattina stimolano il consumo in locali finora inconsueti e dove le birre regnano ancora assolute, come è il caso delle zone di spiaggia.

Nonostante il crescente interesse del mercato verso gli spumanti, il suo consumo rappresenta ancora, secondo Euromonitor International, solo circa il 6,7% delle vendite complessive (26 mio litri nel 2021) e l'espansione prevista nel quadriennio 2023/2026 è stimata in circa il 4,5% all'anno.

È tra i vini fermi, invece, che si concentra il maggior volume delle vendite: 87,3% (338,1 mio litri nel 2021), con prospettiva di crescita nel quadriennio 2023/2026 del 7,2% all'anno. Le vendite, infine, di vini fortificati e vermouth, pari a circa 22,9 mio di litri nel 2021, dovrebbero crescere nel quadriennio che inizia nel 2023 ad un ritmo del 4,4% all'anno, lo prevede la società britannica di consulenza.

Distribuzione

Nonostante gli investimenti dei principali player del settore vinicolo sull'on-trade, il canale off-trade resta sempre quello principale per la vendita in Brasile di vini e spumanti.

Tra i fermi e gli spumanti, la partecipazione dell'off-trade, che è sempre stata superiore al 70%, è saltata nel 2020 all'87,4% nel caso dei fermi ed all'80,2% nel caso degli spumanti. Ripristinate nel 2021 le attività nel canale off-trade, la partecipazione dell'on-trade è scesa leggermente nel caso dei fermi, passando all'84,6%, ma è rimasta invariata nel caso degli spumanti. Nel 2022, è probabile che la partecipazione dell'off-trade sia ulteriormente salita, anche se mai ai livelli pre-pandemici.

Anche tra i vini fortificati ed i vermouth si è verificata una diminuzione della partecipazione dell'off-trade durante la pandemia ed una conseguente ripresa dopo il ripristino del settore Horeca. Interessante notare, però, che tale categoria era (e lo è ancora, anche se in minor misura) più consumata fuori casa.

| CATEGORIA | CANALE | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------|--------------------|------|------|------|------|------|------|
| Vini fermi | Off-Trade Volume % | 78,5 | 78,6 | 78,8 | 79,0 | 87,4 | 84,6 |
| | On-Trade Volume % | 21,5 | 21,4 | 21,2 | 21,0 | 12,6 | 15,4 |
| Spumanti | Off-Trade Volume % | 72,7 | 73,3 | 73,4 | 73,3 | 80,2 | 80,2 |
| | On-Trade Volume % | 27,3 | 26,7 | 26,6 | 26,7 | 19,8 | 19,8 |
| Vini fortificati e Vermouth | Off-Trade Volume % | 41,2 | 41,1 | 41,0 | 41,0 | 49,6 | 48,3 |
| | On-Trade Volume % | 58,8 | 58,9 | 59,0 | 59,0 | 50,4 | 51,7 |

Fonte: © Euromonitor International

Le vendite off-trade sono suddivise tra i canali fisici e quelli elettronici, registrando quest'ultimo una quota pari al 12,7% sulle vendite dell'off-trade, percentuale che prima della pandemia era di circa il 2,9%. Tra i negozi fisici, invece, supermercati ed ipermercati hanno una quota complessiva del 52,3% delle vendite off-trade. Seguono per importanza, con il 22%, i negozi specializzati. Altri canali fisici rappresentano il 12,6% delle vendite.

Consumo x fascia di prezzo

Partecipazione sulle vendite off-trade per fascia di prezzo.

| CATEGORIA | FASCIA PREZZO | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|
| Vino rosso | < BRL4.99 | 3,3 | 3,3 | 3,1 | 3,1 | 3,2 | 3,1 |
| | da BRL 5,00 a BRL 9.99 | 39,9 | 38,5 | 38,5 | 38,5 | 38,5 | 37,8 |
| | da BRL10,00 to BRL23,99 | 41,9 | 43,0 | 43,1 | 43,5 | 44,0 | 44,1 |
| | da BRL 24,00 a BRL39,99 | 7,7 | 7,8 | 7,8 | 7,8 | 7,8 | 7,8 |
| | da BRL40,00 a BRL64,99 | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | da BRL65,00 e oltre | 4,0 | 4,1 | 4,1 | 3,8 | 3,2 | 3,8 |
| | Totale | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| | | | | | | | |
|-------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|
| Vino Rosato | < BRL4.99 | 3,9 | 3,7 | 3,4 | 3,2 | 3,4 | 3,3 |
| | da BRL 5,00 a BRL 9.99 | 31,1 | 30,8 | 30,5 | 30,2 | 30,5 | 29,7 |
| | da BRL10,00 to BRL23,99 | 48,5 | 48,6 | 49,1 | 50,1 | 50,0 | 49,8 |
| | da BRL 24,00 a BRL39,99 | 9,2 | 9,5 | 9,6 | 9,7 | 9,5 | 10,1 |
| | da BRL40,00 a BRL44,99 | 4,9 | 4,8 | 5,1 | 5,1 | 5,0 | 5,1 |
| | da BRL45,00 e oltre | 2,4 | 2,6 | 2,3 | 1,7 | 1,6 | 2,0 |
| | Totale | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Vino Bianco | < BRL4.99 | 2,9 | 2,9 | 2,8 | 2,8 | 2,8 | 2,7 |
| | da BRL 5,00 a BRL 9.99 | 12,8 | 12,9 | 12,9 | 13,0 | 13,3 | 13,1 |
| | da BRL10,00 a BRL15,99 | 27,1 | 27,1 | 27,2 | 27,2 | 29,0 | 28,2 |
| | da BRL16,00 a BRL23,99 | 39,7 | 39,5 | 39,5 | 39,5 | 37,7 | 36,1 |
| | da BRL24,00 a BRL39,99 | 10,2 | 10,3 | 10,3 | 10,3 | 10,3 | 12,0 |
| | da BRL40,00 a BRL64,99 | 3,9 | 3,9 | 3,9 | 3,8 | 3,8 | 4,0 |
| | da BRL65,00 e oltre | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,3 | 3,9 |
| Totale | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | |

Fonte: © Euromonitor International



















Secondo Euromonitor International, il 96,2% dei vini rossi venduti nell'off-trade è commercializzato a prezzi inferiori a R\$ 65,00 (circa Euro 11,61). Tra i rosati, invece, il 98% ha prezzo inferiore a R\$ 45,00 (circa Euro 8,03) e nel caso dei bianchi, il 96,1% è venduto a meno di R\$ 65,00 (circa Euro 11,61).

Il mercato dei vini pregiati, tra cui si inseriscono i vini italiani, sarebbe, pertanto, di circa 14 milioni di litri oppure, di circa 19,6 milioni di bottiglie.

Si tratta di un mercato relativamente piccolo per i produttori esteri di vino di qualità, con prezzo Ex-Works superiore a Euro 3,50, ma di grande potenzialità. In effetti, basta pensare che se attualmente il mercato vale circa USD 1,2mld, appena il consumatore brasiliano acquisirà maturità e l'economia una certa stabilità, tale consumatore tenderà a migrare verso fasce di prezzi superiore ed il valore del mercato naturalmente crescerà a ritmi maggiori degli attuali 9%-10% all'anno.

Principali Marchi commercializzati in Brasile

| PRINCIPALI VINI Venduti IN BRASILE (Quote di Mercato in Litri) | | | | | | |
|---|------------------------------------|---|------|------|------|------|
| | VINO | CANTINA | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|  | Salton (R\$ 13,25 - R\$ 351.81) | Vinhos Salton SA Indústria e Comércio | 4,5% | 4,5% | 3,9% | 4,3% |
|  | Canção (R\$ 12,00 - R\$ 24,99) | Antônio Basso & Filhos Ltda | 3,7% | 3,6% | 3,5% | 3,4% |

| | | | | | | |
|---|---|--|------|------|------|------|
|  | Pérgola (R\$ 12,90 – R\$ 70,49) | Vinícola Campestre Ltda | 3,4% | 3,4% | 3,4% | 3,4% |
|  | Contini (R\$ 25,49 – R\$ 32,18) | Casa di Conti Ltda. | 4,2% | 4,1% | 2,2% | 2,8% |
|  | Aurora (R\$ 17,99- R\$ 99,90) | Cooperativa Vinícola Aurora Ltda | 2,3% | 2,2% | 2,2% | 2,2% |
|  | Sangue de Boi (R\$ 12,50 – R\$ 24,90) | Cooperativa Vinícola Aurora Ltda | 2,3% | 2,2% | 2,2% | 2,2% |
|  | Marcus James (R\$ 19,90 – R\$ 84,00) | Cooperativa Vinícola Aurora Ltda | 2,2% | 2,2% | 2,1% | 2,1% |
|  | Miolo (R\$ 32,90 – R\$ 895,00) | Vinícola Miolo Ltda | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% |
|  | Chalise (R\$ 10,60 – R\$ 35,94) | Vinhos Salton SA Indústria e Comércio | 1,4% | 1,3% | 1,4% | 1,3% |
|  | Country Wine (R\$ 12,90 – R\$ 35,65) | Cooperativa Vinícola Aurora Ltda | 1,5% | 1,4% | 1,4% | 1,3% |
|  | Almadén (R\$ 25,17 – R\$ 130,90) | Vinícola Miolo Ltda | 1,3% | 1,2% | 1,2% | 1,3% |
|  | Santa Helena (R\$ 20,56 – R\$ 202,71) | Cía Cervecerías Unidas SA | 1,2% | 1,2% | 1,2% | 1,2% |
|  | Garibaldi (R\$ 19,25 – R\$ 1.182,98) | Cooperativa Vinícola Garibaldi Ltda | 1,1% | 1,0% | 1,0% | 1,0% |
|  | Chandon (R\$ 103,70 – R\$ 799,00) | LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton s/a | 1,2% | 1,2% | 0,7% | 0,9% |
|  | Santa Carolina (R\$ 29,96 – R\$ 3.501,00) | Viña Santa Carolina SA | 0,9% | 0,8% | 0,9% | 0,9% |
|  | Concha y Toro (R\$ 25,00 – R\$ 449,65) | Viña Concha y Toro SA | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% |
|  | Casa Valduga (R\$ 33,80 – R\$ 278,99) | Casa Valduga de Vinhos Finos Ltda | 0,7% | 0,7% | 0,5% | 0,6% |
|  | Santa Ana (R\$ 33,61 – R\$ 126,29) | Grupo Peñaflo SA | 0,7% | 0,7% | 0,6% | 0,5% |
|  | Peterlongo (R\$ 17,46 – R\$ 144,06) | Bebidas da Serra s/a | 0,7% | 0,6% | 0,4% | 0,5% |
|  | Periquita (R\$ 45,03 – R\$ 436,99) | José Maria da Fonseca Internacional de Vinhos Lda | 0,5% | 0,4% | 0,4% | 0,4% |






















Fonte: © Euromonitor International e www.buscapes.com.br

I 20 marchi di vino e spumanti più venduti in Brasile sono prodotti da 15 cantine che nel 2021 contavano su una quota di mercato complessiva del 32,9%. Di questi marchi, 14 sono brasiliani, 3 cileni, 1 argentino ed 1 portoghese. Il restante del mercato è estremamente frammentato, suddiviso tra un'infinità di marchi nazionali ed importati.

Si tratta di vini che sono venduti al dettaglio ad un prezzo minimo che – a parte gli spumanti Chandon - oscilla tra R\$ 12,00 (2,14 euro) e R\$ 45,03 (8,04 euro).

Si distaccano i vini portoghesi Perequita, della cantina José Maria da Fonseca, reperibili al dettaglio a prezzi che vanno da un minimo di R\$ 45,03 (euro 8,04) ad un massimo di R\$ 436,99 (euro 78,03) ed il cui costo FOB deve oscillare tra euro 2,68 a euro 26,01. Sono stati venduti nel 2021 circa 1,5 mio di litri di tali prodotti, cifra pari al 5,9% delle importazioni brasiliane di vini e spumanti portoghesi oppure all'1,0% delle importazioni brasiliane di vino e spumanti.

Principali Player attivi in Brasile e le rispettive quote di mercato

| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|------|------|------|------|
|  Cooperativa Vinícola Aurora Ltda | 8,4% | 8,2% | 8,0% | 8,0% |
|  Vinhos Salton SA Indústria e Comércio | 5,9% | 5,8% | 5,2% | 5,6% |
|  Vinícola Miolo Ltda | 3,8% | 3,7% | 3,7% | 3,8% |
|  Antônio Basso & Filhos Ltda | 3,7% | 3,6% | 3,5% | 3,4% |
|  Vinícola Campestre Ltda | 3,4% | 3,4% | 3,4% | 3,4% |
|  Casa Di Conti Ltda | 4,2% | 4,1% | 2,2% | 2,8% |
|  Viña Concha y Toro SA | 2,5% | 2,4% | 2,5% | 2,5% |
|  Cía de Cervecerías Unidas SA | 1,2% | 1,2% | 1,2% | 1,2% |
|  Cooperativa Vinícola Garibaldi Ltda | 1,1% | 1,0% | 1,0% | 1,0% |
|  LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA | 1,2% | 1,2% | 0,8% | 1,0% |
|  Viña Santa Carolina SA | 0,9% | 0,8% | 0,9% | 0,9% |
|  Grupo Peñaflor SA | 0,8% | 0,8% | 0,7% | 0,7% |
|  Casa Valduga de Vinhos Finos Ltda | 0,7% | 0,7% | 0,5% | 0,6% |
|  Bebidas da Serra SA | 0,7% | 0,6% | 0,4% | 0,5% |
|  José Maria da Fonseca Vinhos SA | 0,5% | 0,4% | 0,4% | 0,4% |
|  Indústria Agrícola Tozan Ltda | 0,5% | 0,5% | 0,3% | 0,4% |
|  Bacardi & Co Ltd | 0,5% | 0,5% | 0,3% | 0,4% |
|  Reh Kendermann GmbH | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% |
|  Pernod Ricard Groupe | 0,2% | 0,2% | 0,2% | 0,2% |
|  Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH | 0,2% | 0,2% | 0,1% | 0,2% |
|  Diageo Plc | 0,3% | 0,2% | 0,1% | 0,2% |

| | | | | | |
|---|--------------------------------------|-------|------|-------|-------|
|  | CRS Brands Indústria & Comércio Ltda | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,1% |
|  | Campari Milano SpA, Davide | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,1% |
| | Altri | 58,8% | 60% | 64,1% | 62,3% |

Fonte: © Euromonitor International

Secondo le stime fatte da Euromonitor International per l'anno 2021, il 37,7% del mercato è detenuto da 23 società, di cui 11 sono brasiliane, 3 cilene, 2 francesi, 2 britanniche, 1 argentina, 1 tedesca e 1 italiana. La sola partecipazione della brasiliana Cooperativa Aurora è ben due volte e mezza superiore alle importazioni provenienti dall'Italia nello stesso anno. Il gruppo italiano Campari, che ha uno stabilimento in Brasile, oltre ad importare diverse linee da altre unità produttive per il mondo, ha una quota di mercato dello 0,1%, pari a circa 0,40 milioni di litri, cifra equivalente a quella importata di vino portoghese Periquita.

Nazionali x Importati

Secondo la società di consulenza brasiliana Ideal Consulting, la partecipazione in volume degli importati sul mercato brasiliano di vini è passata dal 31% nel 2020 al 34% nel 2021. Nel 2022, la quota degli importati dovrebbe essere leggermente salita al 35%.

Tra gli spumanti, invece, poiché la produzione brasiliana è maggiore in questo segmento e soddisfa bene la domanda del mercato, la quota degli importati è parecchio più bassa, essendo poi scesa dal 16% nel 2020 al 14% nel 2021. Nel 2022, gli importati dovrebbero segnare una ripresa, raggiungendo intorno al 20%.

IMPORTAZIONI - STATISTICHE

Le importazioni brasiliane di vino e spumante tra gennaio e novembre 2022 sono ammontate a 142,8 milioni di litri. La cifra è del 3,8% inferiore a quella verificata nello stesso periodo dell'anno precedente, quando il paese ha importato 148,5 milioni di litri delle bevande. Nonostante il calo, le importazioni nel 2022 dovrebbero essere a fine anno di gran lunga superiori a quelle registrate nel 2019, pari 133,4 milioni di litri.

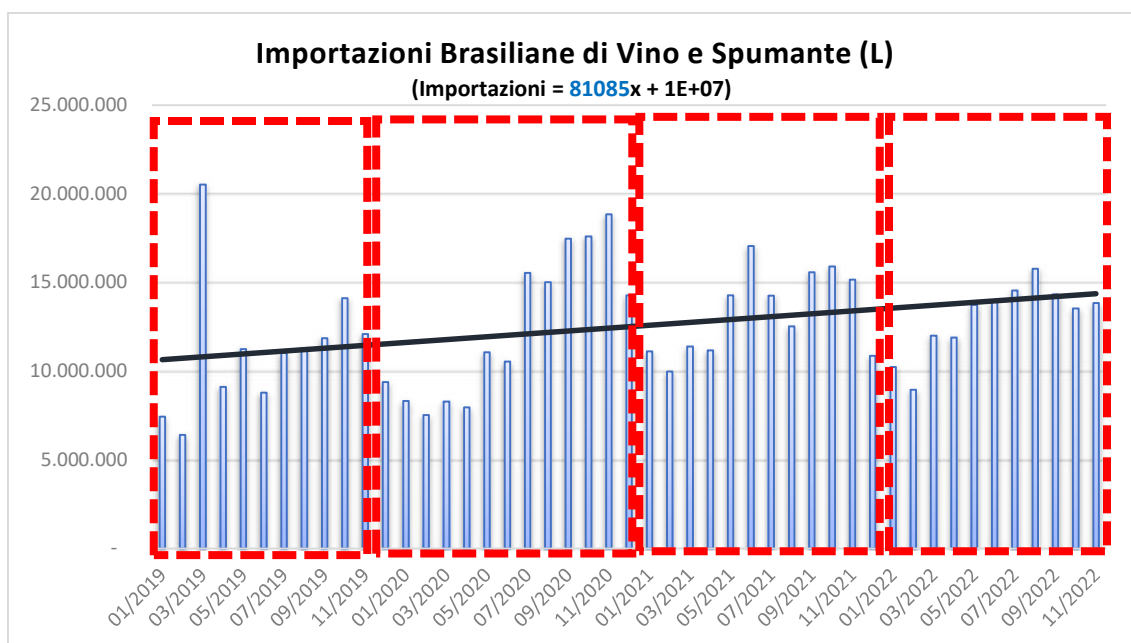
A trainare gli acquisti all'estero del Brasile nella categoria figurano le importazioni di vino in contenitori di volume uguale o inferiore a 2 litri, che rappresentano il 94,9% del totale importato tra gennaio e novembre 2022, ovvero, circa 135,5 milioni di litri. Seguono per importanza le importazioni di spumanti, pari al 4,1% del totale (5,8 milioni di litri) e quindi, le importazioni di vino in contenitori di volume superiore a 2 litri ed inferiore a 5 litri, pari all'1% del totale.

Mentre le importazioni di vino in bottiglie di volume uguale o inferiore a 2 litri sono diminuite del 4,8% nell'anno in corso, passando da 142,3 milioni di litri tra gennaio e novembre 2021 a 135,5 milioni di litri nello stesso periodo del 2022, le importazioni di vino in contenitori tra 2 e 5 litri sono rimaste stabili, intorno a 1,5 milioni di litri, e quelle di spumanti sono aumentate del 26%, passando da 4,6 milioni di litri a 5,8 milioni di litri.

La chiusura prolungata dei locali per la ristorazione nonché il conseguente trasferimento dei consumi all'interno delle mura domestiche durante la pandemia, sembrano, pertanto, aver provocato cambiamenti permanenti nelle abitudini di consumo dei brasiliani, facendo del vino (soprattutto) e degli spumanti le bevande anche del post pandemia.

Naturalmente, con la ripresa dei canali on-trade che, secondo lo studio di ricerca Euromonitor International, rappresentano intorno al 20% delle vendite di vino in Brasile, si è ripreso anche il consumo di altre bevande alcoliche più abitualmente consumate fuori casa, in maniera da contribuire alla leggera diminuzione delle importazioni di vino. A ciò si sommano anche le incertezze in ambito economico, con pressioni sul tasso di cambio e sull'inflazione e quindi, anche sui consumi di prodotti importati.

Nel caso degli spumanti, però, la suddetta concorrenza sembra non farsi presente. In effetti, poiché tale tipologia di bevanda è fortemente vincolata alla realizzazione di eventi celebrativi, tra cui i matrimoni, il ritorno alla relativa normalità dopo quasi due anni di pandemia, ha stimolato il maggior consumo della bevanda e quindi, anche delle sue importazioni.



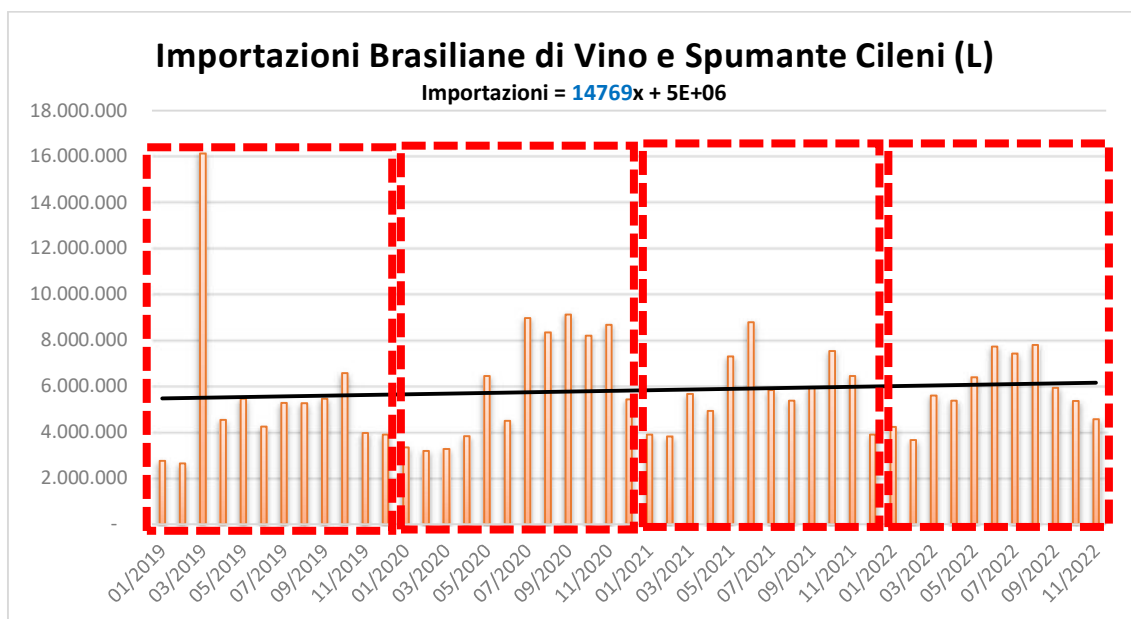
Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

A prescindere dalla flessione verificatasi nelle importazioni di vino e spumanti nel 2022, particolarmente dovute alla diminuzione delle importazioni di vino fermo in bottiglie aventi volume inferiore o uguale a 2 litri, la tendenza di crescita è irrefutabile ed acquisita la stabilità economica che si spera con l'inizio del nuovo governo, tale tendenza non dovrebbe altro che confermarsi.

| | Importazioni Brasiliane di Vino e Spumanti Totale (Genn.-Nov.) - litri | | | | Quota 2022 | Var. 2022/2021 |
|---------------|---|------------------|-------------------|------------------|---------------|-------------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | | |
| Mondo | 123.960.332 | 138.217.823 | 148.459.297 | 142.816.350 | 100 | -3,8% |
| Cile | 62.395.906 | 68.011.844 | 65.613.020 | 64.170.628 | 44,9% | -2,2% |
| Argentina | 15.925.496 | 20.466.436 | 25.649.894 | 27.457.553 | 19,2% | 7,0% |
| Portogallo | 16.671.197 | 21.204.501 | 24.005.279 | 22.356.624 | 15,7% | -6,9% |
| Italia | 11.251.174 | 9.832.665 | 10.987.982 | 9.862.316 | 6,9% | -19,0% |
| Spagna | 6.570.912 | 7.808.055 | 10.044.716 | 8.138.552 | 5,7% | -10,2% |
| Francia | 6.339.765 | 6.023.918 | 6.619.862 | 5.647.302 | 4,0% | -14,7% |
| Uruguay | 2.525.990 | 3.550.461 | 3.540.722 | 3.214.483 | 2,3% | -9,2% |
| Sudafrica | 1.047.396 | 426.963 | 776.394 | 677.224 | 0,5% | 51,5% |
| Australia | 293.572 | 211.273 | 347.298 | 526.073 | 0,4% | -12,8% |
| ALTRI | 938.924 | 681.707 | 874.130 | 765.595 | 0,5% | -12,4% |

Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

Con quota pari al 44,9% nel 2022, i cileni sono i principali fornitori del Brasile di vino e spumanti, avendo esportato verso il gigante sudamericano tra gennaio e novembre del corrente anno circa 64,2 milioni di litri. La cifra è del 2,2% inferiore a quella verificata nello stesso periodo del 2021 e del 5,6% inferiore di quella del 2020. Rispetto al 2019, si riscontra un aumento del 2,8%.

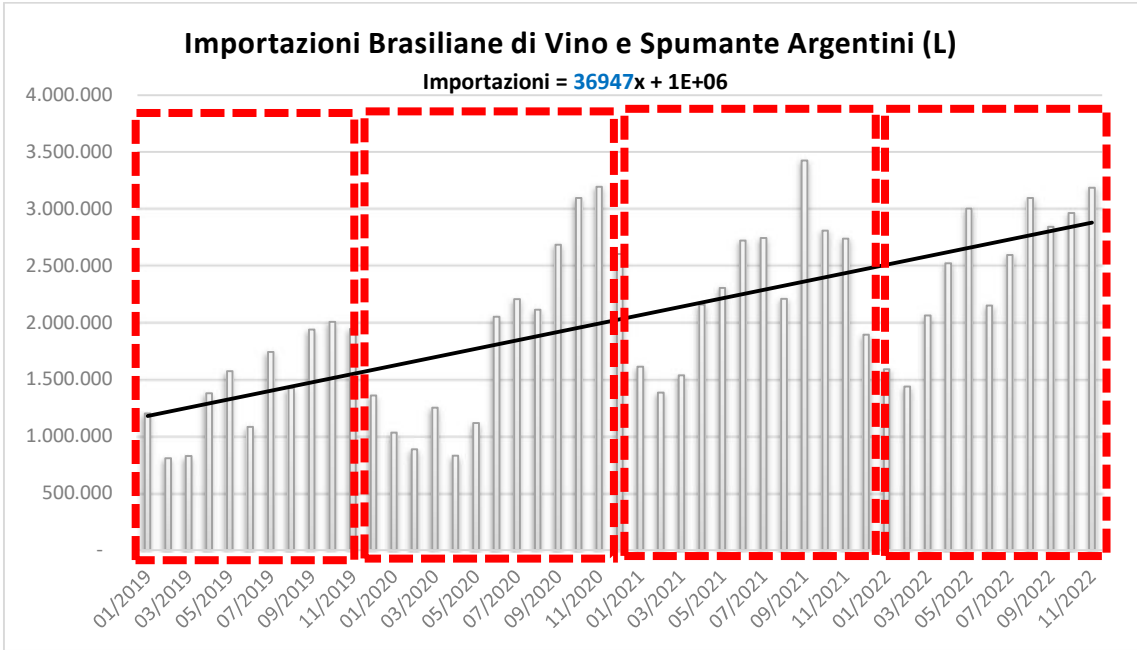


Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

Nonostante la curva di tendenza delle importazioni brasiliane di vino e spumanti cileni segnali un aumento nel corso del tempo, tale tendenza di crescita è molto meno pronunciata di quella riscontrata dalle importazioni complessive, indicando una possibile perdita di interesse dei brasiliani verso i prodotti cileni ed un'eventuale lenta, ma progressiva migrazione verso vini di altre provenienze.

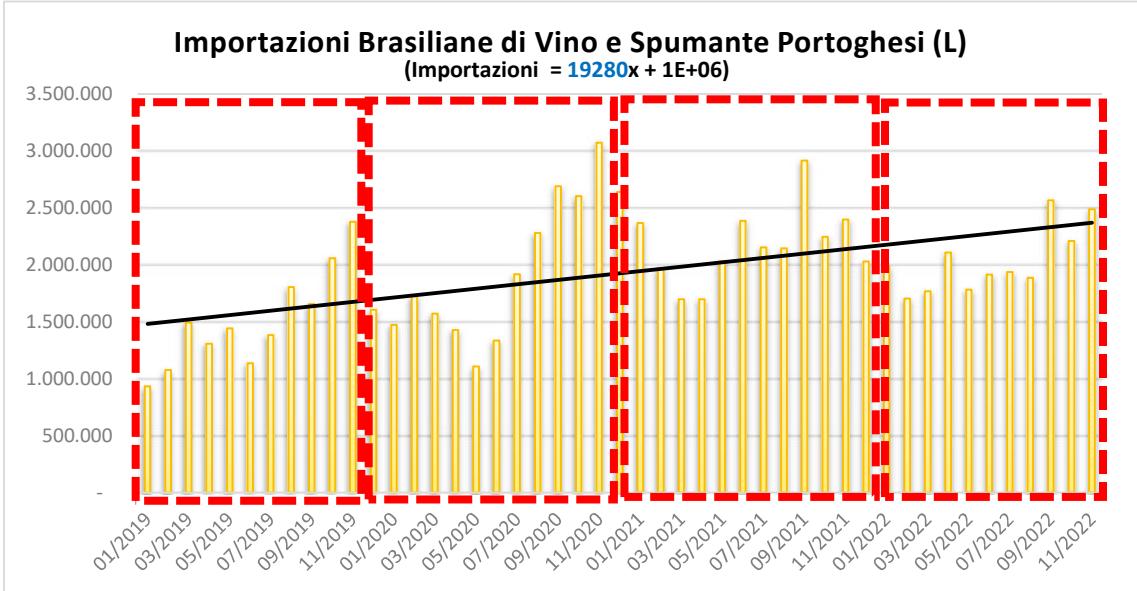
Il secondo principale fornitore brasiliano e principale candidato ad occupare almeno parte dello spazio attualmente occupato dai cileni in questo mercato, è l'Argentina. Con quota del 19,2%, gli argentini hanno venduto in Brasile tra gennaio e novembre del 2022 27,5 milioni di litri di vino e spumanti. La cifra rappresenta un aumento del 7% rispetto allo stesso periodo del 2021, del 34,2% in più rispetto al 2020 e addirittura del 72,4% in più rispetto al 2019.

I vini argentini godono dei medesimi vantaggi che hanno i cileni per entrare nel mercato brasiliano, ovvero, esenzione daziaria, essendo provenienti da un paese appartenente al Mercosur, e prossimità geografica. In più, il peso argentino si è svalutato del 43,6% negli ultimi 12 mesi nei confronti del Real brasiliano, contro il 13,2% di svalutazione del peso cileno, rendendo il prodotto argentino economicamente molto più competitivo, con crescente presenza particolarmente nella GDO brasiliana.

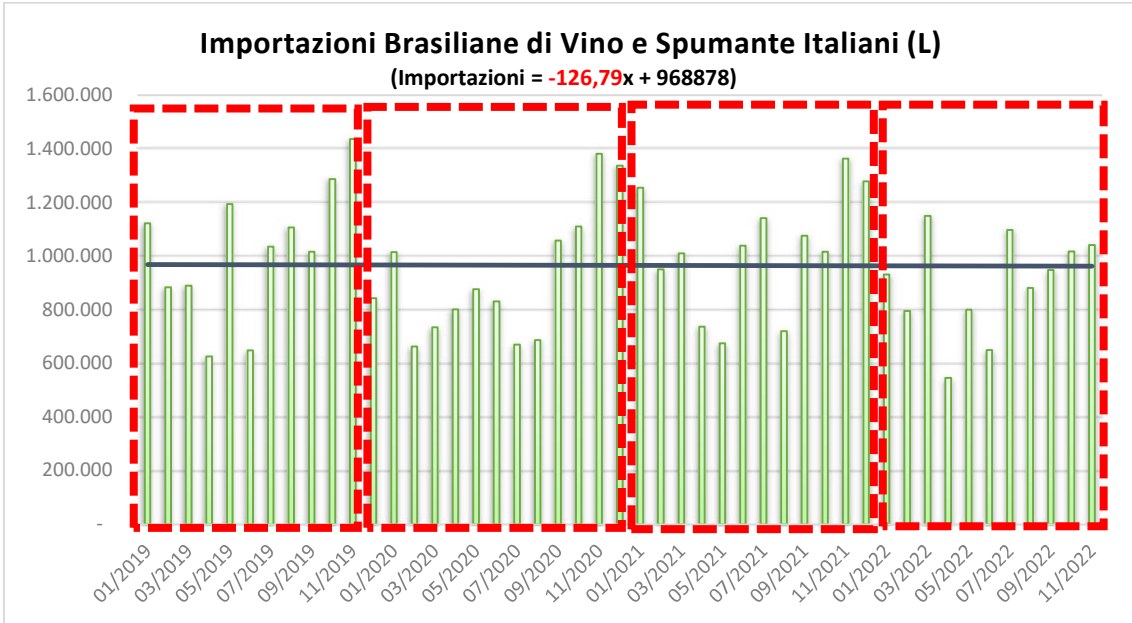


Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

Anche i vini portoghesi crescono a ritmi molto più intensi rispetto ai cileni. In effetti, il coefficiente angolare curva di tendenza delle importazioni dei vini portoghesi è il 30% superiore a quello cileno, indicando che i cileni cedono spazio nel mercato brasiliano anche ai portoghesi, nonostante questi ultimi non godano degli stessi vantaggi che hanno Argentina e Cile in termini daziari, logistici e di tasso di cambio.

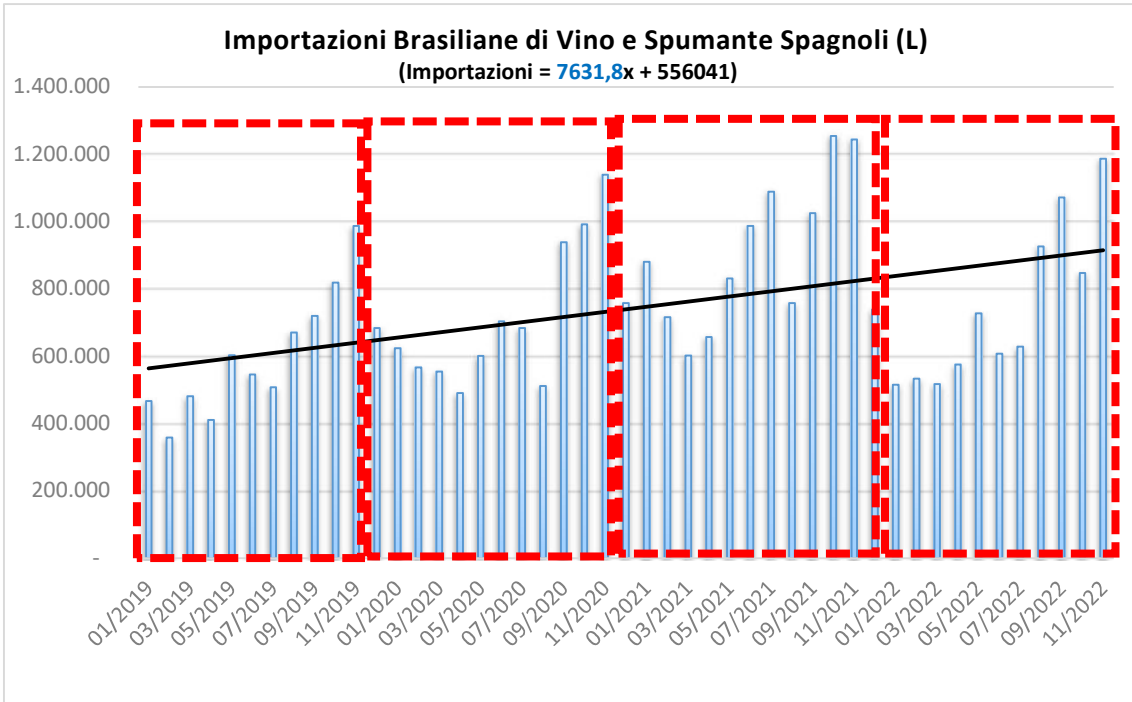


Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia



Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

Con quota pari al 6,9% nel 2022, l'Italia è il quarto principale fornitore brasiliano di vino e spumante, avendo fornito nei primi 11 mesi del 2022 poco più di 9,8 milioni di litri. La cifra è del 10,2% inferiore a quella verificata nello stesso periodo del 2021, stabile in relazione al 2020 ed inferiore del 12,3% rispetto al 2019, suggerendo una ancora abbozzata ma preoccupante tendenza di calo che dovrebbe portare l'Italia nei prossimi 4 a 5 anni a perdere una posizione alla Spagna nella graduatoria dei principali fornitori del Brasile.



Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

In effetti, il ritmo di crescita delle importazioni brasiliane di vini spagnoli assomiglia molto a quella dei vini portoghesi e la principale ragione risiede nella grande produzione spagnola di vini fruttati e frizzanti a prezzi molto bassi, caratteristiche che si inquadrano nel profilo del consumatore brasiliano, che preferisce vini e spumanti con maggiori residui di zuccherini e aventi costi più bassi, prevalentemente intorno ai R\$ 50/60 reais, cifra che costringe gli importatori a privilegiare i prodotti con prezzo FOB intorno a Euro 2,00/Euro 3,00/bottiglia.

La ricerca di prodotti buoni ed allo stesso tempo più economici è poi diventata fondamentale perché gli importatori riescano mantenere margini di guadagno minimamente accettabili, particolarmente dopo la pandemia e lo scoppio del conflitto militare in Ucraina, che ha scatenato un aumento dei costi di produzioni, in particolare nei paesi europei, nonché provocato un aumento dei costi logistici: il trasporto marittimo di un container, che prima della pandemia costava intorno a Euro 700, attualmente non costa meno di Euro 3.000. Inoltre, il tempo per sdoganamento, che prima era di circa 10 giorni, attualmente supera 30 giorni. A tutto ciò si aggiunge anche l'instabilità politica ed economica in Brasile, inerente al periodo delle elezioni, che ha fatto svalutare il Real nei confronti del Dollaro Americano e dell'Euro, nonché a far crescere l'inflazione, la quale ha diminuito il potere d'acquisto medio dei brasiliani.

| | Importazioni Brasiliane di Vino e Spumanti COSTO FOB Medio (USD/Litro) – Genn. Nov. | | | | Var. |
|------------|--|------|------|------|-----------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2022/2021 |
| Mondo | 2,95 | 2,80 | 3,01 | 2,99 | -0,5% |
| Cile | 2,59 | 2,46 | 2,66 | 2,70 | 1,5% |
| Argentina | 3,32 | 3,00 | 2,99 | 3,12 | 4,3% |
| Portogallo | 2,85 | 2,82 | 2,93 | 2,68 | -8,4% |
| Italia | 3,22 | 3,25 | 3,55 | 3,44 | -3,2% |
| Spagna | 3,02 | 2,77 | 2,78 | 2,66 | -4,3% |
| Francia | 5,73 | 4,95 | 6,11 | 6,42 | 5,1% |
| Uruguay | 2,89 | 2,63 | 2,70 | 2,96 | 9,7% |
| Australia | 3,97 | 4,56 | 5,23 | 3,21 | -38,5% |
| Sudafrica | 3,40 | 3,04 | 3,00 | 3,24 | 8,2% |
| ALTRI | 5,48 | 5,32 | 5,58 | 6,02 | 8,0% |

Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

Secondo dati raccolti dal Ministero Brasiliano dell'Economia, proprio per far fronte all'aumento dei costi dei prodotti importati, si è verificata una diminuzione del prezzo FOB medio dei vini e spumanti importati nel 2022 pari allo 0,5% rispetto al 2021 e, non per caso, a capo della diminuzione figurano i vini provenienti dai principali fornitori Europeo, ovvero, Portogallo, Italia e Spagna.

Tuttavia, la sola importazione di prodotti portoghesi, italiani e spagnoli meno costosi non è stata sufficiente ad evitare il calo negli acquisti di prodotti di tali origini: Portogallo (-6,9%), Italia (-19,0%), Spagna (-10,2%).

| | Importazioni Brasiliane di Vino e Spumanti Totale (Genn.-Nov.) - USD | | | | Quota | Var. |
|------------|---|-------------|-------------|-------------|-------|-----------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2022 | 2021/2022 |
| Mondo | 343.799.548 | 379.546.610 | 442.453.262 | 425.698.356 | 100% | -3,8% |
| Cile | 135.861.865 | 163.343.029 | 172.139.694 | 172.395.960 | 40,5% | 0,1% |
| Argentina | 52.611.381 | 59.478.625 | 75.861.126 | 85.273.195 | 20,0% | 12,4% |
| Portogallo | 47.924.338 | 59.453.958 | 70.029.723 | 59.960.616 | 14,1% | -14,4% |
| Francia | 35.796.019 | 29.786.263 | 40.155.685 | 35.868.592 | 8,4% | -10,7% |
| Italia | 35.207.370 | 31.499.433 | 38.953.574 | 33.362.137 | 7,8% | -14,4% |
| Spagna | 19.574.462 | 21.316.740 | 27.494.798 | 21.255.618 | 5,0% | -22,7% |
| Uruguay | 7.361.997 | 8.987.484 | 9.376.436 | 9.346.629 | 2,2% | -0,3% |
| Sudafrica | 3.409.059 | 1.243.787 | 2.364.325 | 2.161.266 | 0,5% | -8,6% |
| Australia | 1.137.036 | 797.173 | 1.392.948 | 1.461.629 | 0,3% | 4,9% |
| ALTRI | 4.916.021 | 3.640.118 | 4.684.953 | 4.612.714 | 1,1% | -1,5% |

Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

Le importazioni complessive in valore sono diminuite nel 2022, come quelle in quantità, del 3,8%, passando da USD 442,5 milioni a USD 425,7 milioni. La cifra è sempre nettamente superiore a quella verificata prima della pandemia.

Le importazioni dal Cile, primo fornitore anche in valore, con quota pari al 40,5%, sono rimaste stabili, visto che la diminuzione in quantità (-2,2%) è stata contrastata dall'aumento dei prezzi (+1,5%). Nel caso dei vini argentini, quantità e costi sono aumentati e, di conseguenza, anche le importazioni in valore, cresciute del 12,4% tra gennaio e novembre 2022 rispetto allo stesso periodo del 2021.

Le importazioni in valore dai principali fornitori europei sono tutte calate: Portogallo e Italia (-14,4%), Francia (-10,7%) e Spagna (-22,7%).

| | Importazioni Brasiliane di Vino (contenitori ≤ 2l) Totale (Genn.-Nov.) - litri | | | | Quota | Var. |
|------------|---|-------------|-------------|-------------|-------|-----------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2022 | 2022/2021 |
| World | 117.487.680 | 132.611.467 | 142.323.692 | 135.484.981 | 100% | -4,8% |
| Cile | 61.985.920 | 67.603.785 | 65.280.068 | 63.692.950 | 47% | -2,4% |
| Argentina | 15.193.963 | 20.036.118 | 24.950.786 | 26.270.727 | 19% | 5,3% |
| Portogallo | 15.846.039 | 20.215.633 | 22.784.800 | 21.071.158 | 16% | -7,5% |
| Italia | 9.606.753 | 8.450.289 | 10.023.190 | 8.895.161 | 7% | -11,3% |
| Spagna | 5.283.348 | 6.509.588 | 8.175.570 | 5.920.333 | 4% | -27,6% |

| | | | | | | |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|----|--------|
| Francia | 4.897.364 | 5.022.154 | 5.665.263 | 4.509.154 | 3% | -20,4% |
| ALTRI | 4.674.293 | 4.773.900 | 5.444.015 | 5.125.498 | 4% | -5,9% |

Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

Nonostante il Cile sia complessivamente il principale fornitore brasiliano di vino e spumante, analizzate nel dettaglio, si nota che il primato si restringe ai vini forniti in contenitori aventi meno di 2 litri (che nella maggior parte dei casi si restringono alle bottiglie di 750ml). In questa categoria, infatti, i cileni hanno il 47% di quota in quantità, contro il 12,1% tra i vini importati in contenitori con più di 2 litri e meno di 5 litri (prevalentemente bag in box) e solo il 5,1% tra gli spumanti.

Importante invece la quota portoghese tra le importazioni di vini in contenitori bag in box pari al 78,4% nel 2022. Ugualmente importante la quota spagnola (37,2%) tra le importazioni di spumanti, di gran lunga superiore a quella dei francesi (19,5%) e italiani (16,5%).

Per quanto riguarda le importazioni di spumanti, si evince il fatto che mentre le importazioni da Spagna e Argentina sono aumentate rispettivamente del 69,1% e del 62,2% nel 2022 rispetto al 2019, quelle provenienti dalla Francia e dall'Italia, principali esportatori mondiali di spumanti, sono diminuite nello stesso periodo rispettivamente del 21,1% e del 40,5%.

| | Importazioni Brasiliane di Vino (contenitori > 2l e ≤ 5l) | | | | Quota 2022 | Var. 2022/2021 |
|------------|---|-----------|-----------|-----------|---------------|-------------------|
| | Totale (Genn.-Nov.) – litri | | | | | |
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | | |
| World | 967.728 | 1.178.308 | 1.487.608 | 1.496.673 | 100% | 0,6% |
| Portogallo | 677.889 | 879.557 | 1.139.629 | 1.173.230 | 78,4% | 2,9% |
| Cile | 199.670 | 215.714 | 164.387 | 181.230 | 12,1% | 10,2% |
| Argentina | 29.148 | 21.259 | 93.781 | 47.040 | 3,1% | -49,8% |
| Uruguay | 30.876 | 41.286 | 38.538 | 28.296 | 1,9% | -26,6% |
| Francia | 1.707 | 3.642 | 4.522 | 2.048 | 0,1% | -54,7% |
| Italia | 18.799 | 11.389 | 11.900 | 7.828 | 0,5% | -34,2% |
| Spagna | 9.339 | 4.233 | 34.842 | 56.242 | 3,8% | 61,4% |
| ALTRI | 300 | 1.228 | 9 | 759 | 0,1% | 8333,3% |

Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

| | Importazioni brasiliane di spumanti (litri) | | | | Quota 2022 | Var. 2022/2021 |
|-----------|---|-----------|-----------|-----------|---------------|-------------------|
| | Totale (Genn.-Nov.) | | | | | |
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | | |
| Mondo | 5.483.189 | 4.411.498 | 4.617.434 | 5.818.608 | 100% | 26,0% |
| Spagna | 1.278.219 | 1.294.234 | 1.834.304 | 2.161.977 | 37,2% | 17,9% |
| Argentina | 702.385 | 409.047 | 605.207 | 1.139.786 | 19,6% | 88,3% |
| Francia | 1.440.694 | 998.122 | 950.077 | 1.136.070 | 19,5% | 19,6% |
| Italia | 1.611.546 | 1.370.177 | 952.349 | 958.247 | 16,5% | 0,6% |
| Cile | 210.316 | 188.445 | 168.565 | 296.424 | 5,1% | 75,9% |

| | | | | | | |
|------------|---------|--------|--------|--------|------|--------|
| Portogallo | 140.116 | 97.483 | 63.190 | 98.407 | 1,7% | 55,7% |
| ALTRI | 99.913 | 53.990 | 43.742 | 27.697 | 0,5% | -36,7% |

Fonte: Ministero Brasiliano dell’Economia

Si nota che l’aumento delle importazioni brasiliane di spumanti spagnoli è accompagnata da un forte diminuzione del costo FOB medio, pari al 21,2% tra il 2019 e il 2022, passando da USD 3,06/litri a USD 2,41/litri. Nel caso degli argentini, non si è verificata una diminuzione, ma una relativa stabilità. I prodotti francesi e italiani, invece, hanno subito aumenti nel periodo rispettivamente del 16,4% e del 13,0%, il che va in controtendenza delle aspettative del mercato.

| | Importazioni brasiliane di spumanti Prezzo FOB Medio (USD/Litri) Genn.-Nov. | | | | Var. 2022/2019 |
|------------|--|------|-------|-------|-------------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| Mondo | 4,72 | 3,92 | 4,88 | 4,33 | -8,3% |
| Spagna | 3,06 | 2,70 | 2,88 | 2,41 | -21,2% |
| Argentina | 3,01 | 2,74 | 2,98 | 3,08 | 2,2% |
| Francia | 9,23 | 8,12 | 12,24 | 10,74 | 16,4% |
| Italia | 2,74 | 2,37 | 3,02 | 3,09 | 13,0% |
| Cile | 4,06 | 3,10 | 2,87 | 2,88 | -29,1% |
| Portogallo | 4,24 | 3,14 | 4,25 | 3,72 | -12,3% |
| ALTRI | 7,25 | 8,12 | 3,90 | 4,04 | -44,4% |

Fonte: Ministero Brasiliano dell’Economia

Stesso ragionamento fatto per i prodotti bag in box giustifica il primato portoghese: i suoi prodotti sono i più economici. Inoltre, tra il 2022 ed il 2019 si è verificata una diminuzione del prezzo medio FOB del prodotto portoghese del 10,7%, contro un aumento del 56,6% del prodotto Made in Italy.

| | Importazioni Brasiliane di Vino (contenitori > 2l e ≤ 5l) - (Genn.-Nov.) – USD/litro | | | | Var. 2022/2019 |
|------------|---|------|--------|------|-------------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | |
| World | 1,52 | 1,34 | 1,54 | 1,50 | -2,8% |
| Portogallo | 1,18 | 1,25 | 1,38 | 1,23 | -10,7% |
| Cile | 2,19 | 1,36 | 2,65 | 2,44 | -7,7% |
| Argentina | 1,50 | 1,58 | 1,18 | 2,93 | 147,9% |
| Uruguay | 1,63 | 1,02 | 0,98 | 1,56 | 58,7% |
| Francia | 9,53 | 9,73 | 4,74 | 9,92 | 109,5% |
| Italia | 4,25 | 4,49 | 5,21 | 8,16 | 56,6% |
| Spagna | 4,57 | 4,52 | 1,62 | 1,57 | -2,9% |
| ALTRI | 7,32 | 0,91 | 242,89 | 5,29 | -97,8% |

Fonte: Ministero Brasiliano dell’Economia

| | Importazioni Brasiliane di Vino (contenitori ≤ 2l) Totale (Genn.-Nov.) - litri | | | | Var. |
|------------|---|------|------|------|-----------|
| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2022/2019 |
| World | 2,69 | 2,72 | 2,93 | 2,94 | 9,2% |
| Cile | 2,17 | 2,40 | 2,62 | 2,69 | 23,7% |
| Argentina | 3,32 | 2,91 | 2,96 | 3,11 | -6,4% |
| Portogallo | 2,94 | 2,87 | 2,99 | 2,76 | -6,0% |
| Italia | 3,19 | 3,34 | 3,59 | 3,41 | 7,0% |
| Spagna | 2,96 | 2,73 | 2,71 | 2,69 | -8,8% |
| Francia | 4,59 | 4,31 | 5,03 | 5,24 | 14,2% |
| ALTRI | 3,43 | 2,97 | 3,23 | 3,40 | -1,0% |

Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

Un'analisi del costo FOB medio del vino importato in contenitori di volume uguale o inferiore a 2 litri nell'arco degli ultimi 4 anni mette in luce anche le ragioni che spingono la lenta, ma graduale diminuzione delle importazioni dal Cile, Italia e Francia: nel periodo in questione, il prezzo del prodotto cileno è aumentato del 23,7%, passando da USD 2,17/litro a USD 2,69/litro. Quelli italiani sono aumentati da USD 3,19/litro a USD 3,41/litro, Quelli francesi, sono passati da USD 4,59/litro a USD 5,24/litro.

Da un lato si riscontra un aumento del prezzo in conseguenza dell'aumento dei costi, come segnalato in precedenza. Dall'altro, vi è l'interesse dei fornitori dei citati paesi di posizionarsi o riposizionarsi come fornitori di prodotti di maggior livello qualitativo e quindi, di maggior prezzo, strategia, peraltro, da sempre adottata dagli italiani. In controtendenza, Argentini, Portoghesi e Spagnoli registrano diminuzioni dei prezzi FOB medi rispettivamente del 6,4%, del 6,0% e dell'8,8%.

IMPORTAZIONI – CANALI

CANALI DI IMPORTAZIONE – Partecipazione % in volume

| CANALI IMPORTAZIONE | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <i>Importatori</i> | 54,3% | 50,6% | 49,5% | 49,0% | 44,2% | 48,2% |
| <i>GDO</i> | 26,3% | 29,5% | 33,5% | 32,0% | 31,6% | 28,5% |
| <i>VCT Brasil</i> | 11,2% | 7,5% | 7,0% | 9,2% | 13,4% | 11,4% |
| <i>E-commerce</i> | 8,2% | 12,4% | 10,0% | 9,8% | 10,8% | 11,9% |
| Totale | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Fonte: Ideal Consulting

Secondo un rilevamento fatto dalla società Ideal Consulting, la partecipazione delle società di importazioni sulle importazioni brasiliane di vino e spumante è diminuita nel

corso degli anni, raggiungendo la soglia minima del 44,2% nel 2020, durante la pandemia, per poi riprendersi e chiudere il 2021 a circa il 48,2%.

Nel frattempo, la GDO si è organizzata per importare direttamente, riducendo i costi in modo da diventare più competitiva ed anche per poter offrire alla clientela prodotti esclusivi. In questo senso, la partecipazione sulle importazioni è progressivamente cresciuta, raggiungendo l'apice nel 2018, per scendere al 28,5% nel 2021.

Anche la partecipazione delle piattaforme specializzate di vendita online è aumentata, particolarmente negli ultimi due anni, consolidandosi nella 3° posizione. L'impossibilità di uscire di casa ha costretto i consumatori ad utilizzare tale canale ad un livello che nessuno avrebbe potuto aspettarsi in così breve tempo, abituandoli alla comodità di paragonare prezzi, effettuare l'acquisto e ricevere i prodotti desiderati a casa, a volte nella stessa giornata, a distanza di qualche click.

Nel 2021, la partecipazione degli e-commerce sulle importazioni ha toccato l'11,9%, contro i 9,8% del 2019. La propensione ad acquistare online, pertanto, sembra aumentare tra coloro che prima del Covid-19 erano soliti consumare vino fuori casa, nonché tra quelli che nel 2020 hanno lavorato in smart working.

Ma sono le importazioni realizzate dal gruppo cileno VCT – Concha y Toro quelle che hanno maggiormente colto le opportunità del periodo pandemico e post Covid-19, vedendo la quota balzare dal 7% nel 2018 al 13,4% nel 2020, per poi diminuire un po' nel 2021, raggiungendo l'11,4% e quindi, appena sotto la quota dell'e-commerce.

Le società che hanno importato vini e spumanti in Brasile nel 2021, secondo Ideal Consulting, sarebbero 667, numero in aumento del 18% rispetto al rilevamento realizzato nell'anno precedente, quando sono state identificate 565 aziende.

I trenta principali player del settore, riportati nella tabella sottostante, risponderebbero per il 70% delle importazioni:

| | 2020 | | | 2021 | | |
|-------------------------|--------------|---------------|-------------------|--------------|---------------|-------------------|
| | N° Bottiglie | USD FOB | USD FOB/Bottiglia | N° Bottiglie | USD FOB | USD FOB/Bottiglia |
| VCT BRASIL | 27.053.730 | 41.087.983,00 | 1,52 | 24.142.904 | 41.717.743,20 | 1,73 |
| WINE.COM.BR | 9.962.414 | 22.463.900,40 | 2,25 | 15.014.722 | 30.913.862,30 | 2,06 |
| INTERFOOD | 11.618.500 | 23.831.336,40 | 2,05 | 11.886.342 | 25.648.791,10 | 2,16 |
| GRUPO PAO DE ACUCAR | 12.436.126 | 29.887.139,20 | 2,40 | 9.542.788 | 22.492.296,40 | 2,36 |
| CANTU IMPORTADORA | 8.273.436 | 15.579.220,50 | 1,88 | 9.328.326 | 17.594.264,60 | 1,89 |
| GRAND CRU | 3.157.283 | 11.764.107,50 | 3,73 | 4.682.441 | 16.339.198,00 | 3,49 |
| WORLD WINE / LA PASTINA | 3.686.386 | 12.528.879,10 | 3,40 | 4.055.461 | 15.708.640,00 | 3,87 |
| CASA FLORA | 11.608.776 | 19.303.071,50 | 1,66 | 9.030.768 | 15.635.210,50 | 1,73 |
| EVINO | 11.268.258 | 18.078.260,50 | 1,60 | 9.638.172 | 14.821.431,10 | 1,54 |
| MISTRAL/VINCI | 2.218.062 | 11.061.431,20 | 4,99 | 1.989.583 | 11.789.012,00 | 5,93 |

| | | | | | | |
|-------------------------|-----------|---------------|------|-----------|---------------|------|
| GRUPO BIG BRASIL | 6.086.291 | 11.577.768,00 | 1,90 | 5.547.214 | 10.415.499,10 | 1,88 |
| GRUPO ZAFFARI | 4.303.814 | 8.995.072,20 | 2,09 | 3.978.721 | 8.951.091,60 | 2,25 |
| DOMAZZI | 2.112.520 | 4.769.778,70 | 2,26 | 3.321.365 | 7.906.126,40 | 2,38 |
| GRUPO ANGELONI | 3.556.195 | 7.655.381,20 | 2,15 | 3.434.458 | 7.606.927,20 | 2,21 |
| ADEGA ALENTEJANA | 2.771.354 | 7.965.339,80 | 2,87 | 2.102.683 | 7.478.557,10 | 3,56 |
| EPICE IMPORTADORA | 2.864.477 | 5.987.702,10 | 2,09 | 2.994.943 | 7.299.073,90 | 2,44 |
| MOET HENNESSY DO BRASIL | 734.009 | 5.390.516,90 | 7,34 | 913.392 | 7.070.518,00 | 7,74 |
| QUALIMPOR | 1.782.480 | 5.318.342,90 | 2,98 | 2.138.101 | 6.206.247,20 | 2,90 |
| CIA BEAL DE ALIMENTOS | 2.080.159 | 4.783.586,30 | 2,30 | 2.495.418 | 5.681.582,40 | 2,28 |
| DECANTER VINHOS FINOS | 1.382.676 | 4.677.663,00 | 3,38 | 1.573.573 | 5.642.373,20 | 3,59 |
| CARREFOUR | 3.954.846 | 7.043.882,10 | 1,78 | 2.548.986 | 4.699.588,10 | 1,84 |
| MASSIMEX TRADING | 1.325.970 | 3.022.741,60 | 2,28 | 2.050.134 | 4.678.920,60 | 2,28 |
| SUPER MERCADO ZONA SUL | 2.161.412 | 5.388.525,70 | 2,49 | 2.027.788 | 4.489.947,70 | 2,21 |
| SDB COMERCIO | 461.516 | 821.105,20 | 1,78 | 2.457.679 | 4.295.294,30 | 1,75 |
| FREIXENET BRASIL | 1.114.849 | 2.389.810,40 | 2,14 | 2.063.586 | 4.102.100,50 | 1,99 |
| DECMINAS | 1.272.472 | 2.778.412,70 | 2,18 | 1.890.794 | 3.810.902,20 | 2,02 |
| ZAHIL | 729.766 | 2.194.423,90 | 3,01 | 1.020.944 | 3.650.944,30 | 3,58 |
| MACROEX | 1.271.484 | 1.961.441,60 | 1,54 | 2.177.512 | 3.594.837,70 | 1,65 |
| MINERVA | 4.175.573 | 5.938.352,30 | 1,42 | 2.354.962 | 3.509.984,80 | 1,49 |
| GRUPO FARTURA | 1.133.584 | 3.072.702,00 | 2,71 | 1.263.137 | 3.426.438,60 | 2,71 |

Fonte: Ideal Consulting

Alla testa della graduatoria si distacca la cilena VCT Brasil che avrebbe importato nel 2021 circa 24,1 milioni di bottiglie, cifra del 10,8% inferiore in rapporto a quella verificata nel 2020, a fronte di un aumento del 13,8% del prezzo medio FOB dei prodotti importati, passato da USD 1,52/bottiglia a USD 1,73/bottiglia. Sembrerebbe, pertanto, che quantità importate e prezzo sono indirettamente proporzionali nel caso dei vini Concha y Toro.

Segue nella graduatoria la società di vendita online WINE.COM.BR che, avendo acquistato la CANTU IMPORTADORA per R\$ 180 mio (USD 34 mio), a maggio 2021, in realtà diventa la principale importatrice di vino del paese. Non solo, acquistando Cantu, penetra rapidamente nei canali offline ed in special modo nel segmento Horeca, dove la società acquistata è particolarmente presente. Inoltre, i portafogli si complementerebbero, operando Wine.com.br in una fascia intorno a USD 2,06/bottiglia e Cantu in una fascia pari a USD 1,89/bottiglia.

La fusione di Wine e Cantu non è stata l'unica annunciata nel 2021. Ad ottobre EVINO, altra protagonista del commercio elettronico di vini, ha annunciato l'acquisto di GRAND CRU Importadora. La prima è specializzata nella vendita di vini entry level, mentre Grand Cru, oltre ad operare prevalentemente nei canali fisici, con una fitta rete di oltre 80 negozi propri e franchising, è attiva anche nella distribuzione ai canali Horeca, con un portafoglio di oltre 1.000 etichette. L'operazione potrà la holding creata, Vissimo, ad occupare la terza posizione nella graduatoria dei principali importatori brasiliani di vino e spumante. IN

effetti, sulla base dei dati rilevati da Ideal Consulting, Evino e Grand Cru avrebbero importato nel 2021 circa 14,3 milioni di bottiglie, contro 24,3 milioni di bottiglie di Wine.com.br + Cantu.

Con l'acquisizione di Grand Cru, Evino non solo si butta nei canali fisici, attivando una distribuzione omnichannel, ma passa anche ad operare in una fascia di prezzi parecchio più elevata, con vini acquistati in media a USD 3,49/bottiglia, contro una media di USD 1,54/bottiglia verificati tra i vini distribuiti da Evino.

Con le due fusioni, INTERFOOD, che fino al 2021 risultava il terzo principale importatore, avendo acquistato all'estero poco meno di 12 milioni di bottiglie, nella graduatoria del 2022 dovrebbe passare alla quarta posizione.

In media le 30 società segnalate, secondo il rilevamento di Ideal Consulting, hanno acquistato all'estero quasi 148 milioni di bottiglie nel 2021 a un prezzo FOB medio di USD 2,65/bottiglia. Tra le riferite società, solo 9 hanno importato vini e spumanti ad un valore medio superiore alla media complessiva: MOET HENNESSY DO BRASIL (USD 7,74); MISTRAL/VINCI (USD 5,93); WORLD WINE / LA PASTINA (USD 3,87); DECANter VINHOS FINOS (USD 3,59); ZAHIL (USD 3,58); ADEGA ALENTEJANA (USD 3,56); GRAND CRU (USD 3,49); QUALIMPOR (USD 2,90) e GRUPO FARTURA (USD 2,71). Tra tali società, spicca il Grupo Fartura, catena di supermercati con una rete di 74 punti vendita dislocati tra gli stati di San Paolo, Goiás ed il Distretto Federale e che, al contrario dei concorrenti, offre alla propria clientela un mix di prodotti di valore aggiunto leggermente superiore.

Oltre al Grupo Fartura, la lista dei 30 più grossi importatori brasiliani di vini e spumanti include altre importanti catene di supermercati e cash&carry: Grupo Pão de Açúcar, catena di supermercati con oltre 800 negozi di fascia medio-alta, appartenente dal 2013 al gruppo francese Casinò; il Grupo Big Brasil, ex-Walmart Brasil, con più di 500 negozi in tutto il paese; il Grupo Zaffari, con forte presenza negli stati del sud del Brasile, in special modo Rio Grande do Sul; il Grupo Angeloni, catena di supermercati presente a Santa Catarina e altri importanti stati del Brasile; la Cia. Beal de Alimentos, catena di supermercati di alta gamma, presente nello stato del Paraná; il gruppo Carrefour, principale catena di supermercati del paese per fatturato; la catena di supermercati Zona Sul, fondata da migranti italiani e fortemente presenti a Rio de Janeiro, con oltre 50 negozi di gamma medio/alta; il Grupo Pereira (SDB Comércio), catena fondata a Santa Catarina e attualmente con forte presenza negli stati centro-orientali del Brasile.

La lista comprende importanti importatori e distributori di prodotti alimentari e bevande, tra cui si distinguono WorldWine/La Pastina, Casa Flora e Domazzi.

Nel biennio in analisi, il Grupo Pereira ha registrato il maggior aumento nel volume importato, passando da poco più di 460 mila bottiglie nel 2020 a quasi 2,5 mio di bottiglie

nel 2021. La società Minerva, invece, ha diminuito le importazioni da 4,2 milioni di bottiglie a circa 2,4 milioni di bottiglie.

IMPORTAZIONI - CONCORRENZA vs ITALIA

24

| CILE - 2021 | |
|--------------------|-------|
| Cabernet Sauvignon | 31,6% |
| Carménère | 19,5% |
| Corte | 16,3% |
| Merlot | 9,2% |
| Sauvignon Blanc | 8,6% |
| Chardonnay | 5,3% |
| Pinot Noir | 3,2% |
| Syrah | 2,8% |
| Malbec | 1,6% |
| Moscato | 0,4% |
| Pinot Grigio | 0,3% |
| Cabernet Franc | 0,2% |
| Pedro Jimenez | 0,2% |
| Carignan | 0,2% |
| Riesling | 0,1% |
| Altri | 0,5% |

Fonte: Ideal Consulting

| ARGENTINA - 2021 | |
|--------------------|-------|
| Malbec | 47,7% |
| Corte | 20,7% |
| Cabernet Sauvignon | 13,6% |
| Chardonnay | 6,1% |
| Torrontes | 2,6% |
| Cabernet Franc | 1,9% |
| Sauvignon Blanc | 1,3% |
| Pinot Noir | 1,3% |
| Syrah | 1,2% |
| Merlot | 0,9% |
| Bonarda | 0,8% |
| Tempranillo | 0,7% |
| Petit Verdot | 0,2% |
| Pinot Grigio | 0,2% |
| Viognier | 0,1% |
| Altri | 0,7% |

Fonte: Ideal Consulting

| PORTOGALLO - 2021 | |
|--|-------|
| <u>Alentejo</u> (Rosse: Alfrocheiro, Alicante Bouschet, Aragonez (Tempranillo), Cabernet Sauvignon, Castelão, Syrah, Touriga Nacional e Trincadeira; Bianche: Antão Vaz, Arinto, Fernão Pires, Perrum, Viosinho, Alvarinho e Chardonnay) | 28,4% |
| <u>Vinho Verde</u> (Trajadura, Arinto, Loureiro e Alvarinho) | 17,7% |
| <u>Lisbona</u> (Rosse: Alicante Bouschet, Castelão, Touriga Nacional e Aragonez (Tempranillo); Bianche: Arinto, Fernão Pires e Malvasia) | 13,7% |
| <u>Douro</u> (Rosse: Tinta Amarela, Tinta Barroca, Tinta Roriz, Touriga Francesa, Touriga Nacional e Tinto Cão; Bianche: Malvasia Fina, Viosinho, Donzelinho e Gouveio) | 12,2% |
| <u>Setubal</u> (Rosse: Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah e Pinot Noir; Bianche: Moscatel, Castelão, Chardonnay, Cabernet Blanc e Pinot Blanc) | 5,9% |
| <u>Porto</u> (Rosse: Tinta Roriz, Touriga Nacional, Touriga Franca, Tinta Cão e Tinta Barroca; Bianche: Malvasia Fina, Donzelinho, Gouveio, Códéga e Rabigato) | 5,3% |
| <u>Dão</u> (Rosse: Touriga Nacional, Alfrocheiro, Jaen e Tinta Roriz; Bianche: Encruzado, Bical, Cercial, Malvasia Fina e Verdelho) | 4,8% |
| <u>Tejo</u> (Rosse: Alicante Bouschet, Syrah e Touriga Nacional; Bianche: Chardonnay, Sauvignon Blanc, Arinto e Fernão Pires) | 3,4% |
| <u>Bairrada</u> (Rosse: Castelão Franco, Moreto, Tinta Espinheira, Touriga Nacional, Alfrocheiro e Jaen; Bianche: Bical, Cercial, Verdelho, Chardonnay, Maria Gomes, Bical e Arinto) | 2,9% |
| <u>Beira</u> (Rosse: Touriga Nacional e Tinta Rori) | 1,1% |
| <u>Trás-os-Montes</u> (Rosse: Touriga Nacional, Bastardo, Touriga Franca, Marufo, Tinta Roriz e Trincadeira; Bianche: Touriga Nacional, Bastardo, Touriga Franca, Marufo, Tinta Roriz, Trincadeira e Viosinho) | 0,4% |
| <u>Madeira</u> (Bianche: Malvasia, Sercial, Tinta Negra, Boal e Verdelho) | 0,3% |
| Altri | 3,9% |

Fonte: Ideal Consulting

I vini (soprattutto) e spumanti cileni, che rappresentano quasi il 45% delle importazioni brasiliane, sarebbero per oltre il 76%, secondo la società Ideal Consulting, prodotti dalle uve Cabernet Sauvignon, Carménère, Corte e Merlot. Danno origine ai rossi Concha y Toro Reservado Cabernet Sauvignon, Reservado Carménère e Reservado Merlot, venduti in Brasile in torno a R\$ 32,00/bottiglia (circa USD 6,00), al rosso Casillero del Diablo Cabernet

Sauvignon, prodotto sempre da Concha y Toro e venduto a circa R\$ 80,00/bottiglia (USD 15,00) ed al rosso Santa Helena Reservado, prodotto dalla cantina Santa Helena e venduto in Brasile intorno a R\$ 37,00/bottiglia (circa USD 7,300).

Tra gli argentini, invece, la preferenza viene data ai vini prodotti dalle uve Malbec, che risponderrebbe, secondo Ideal Consulting, per quasi il 50% dei vini argentini commercializzati in Brasile, tra cui il Reservado Malbec della cantina Concha y Toro ed il Cordero con Piel de Lobo, prodotto dalla cantina Mosquita Muerta. Mentre il primo è venduto al dettaglio a circa R\$ 35,00/bottiglia (USD 6,60), il secondo, la cui annata 2021 ha ricevuto 92 punti da James Suckling, raggiunge il consumatore ad un livello di prezzo leggermente più alto: R\$ 67,00/bottiglia (USD 12,65).

Tra i portoghesi, nonostante sia più variegata l'offerta, con un grande numero di vini originari dall'Alentejo, dal Porto e dal Dão, quello più venduto senza ombra di dubbi è il vino Verde Casalgarcia, bianco frizzante, di bassa gradazione alcolica (9,5%). Sono venduti in Brasile oltre 2 milioni di bottiglie di tale vino, principale e più economico prodotto della cantina Aveleda, diretta dalla stessa famiglia dal 1939. Si tratta di un assemblage delle uve autoctoni trajadura, loureiro arinto e azal ed è venduto tra R\$ 50,00 e R\$ 60,00.

| ITALIA - 2021 | | |
|----------------|-------|---------------------------|
| Toscana | 25,0% | USD FOB 4,72/bottiglia |
| Puglia | 21,4% | USD FOB 2,52/bottiglia |
| Emilia Romagna | 12,8% | USD FOB 1,28/bottiglia |
| Sicilia | 10,3% | USD FOB 2,21/bottiglia |
| Veneto | 10,0% | USD FOB 2,71/bottiglia |
| Piemonte | 8,7% | USD FOB 5,20/bottiglia |
| Abruzzo | 4,0% | USD FOB 1,89/bottiglia |
| Friuli | 0,8% | USD FOB 3,71/bottiglia |
| Campania | 0,8% | USD FOB 3,11/bottiglia |
| Umbria | 0,7% | USD FOB 2,69/bottiglia |
| Trentino | 0,6% | USD FOB 2,90/bottiglia |
| Marche | 0,6% | USD FOB 2,59/bottiglia |
| Altri | 4,3% | USD FOB 1,97/bottiglia |

Fonte: Ideal Consulting

Nonostante l'ampia offerta proveniente da tutte le regioni italiane e dal numero di uve autoctone coltivate in Italia senza paragoni a livello mondiale, i vini italiani presenti in Brasile sono prevalentemente oriundi di 7 regioni: Toscana, Puglia, Emilia-Romagna, Sicilia, Veneto, Piemonte e Abruzzo.

Complessivamente, tali regioni risponderebbero, secondo Ideal Consulting, per il 92% dell'offerta, di cui poco meno del 50% sarebbe proveniente dalla Toscana e dalla Puglia.

I vini rossi sarebbero il 67% circa dei vini italiani commercializzati in Brasile, seguiti dai bianchi (26%) e quindi, dai rosati (7%).

I vini emiliani sono tra quelli più economici, importati in media a circa USD1,28/bottiglia grazie al grande volume di Lambruschi amabili acquistati da importatori come World Wine / La Pastina e Casa Flora. Fino al 2017, tale tipologia di Lambrusco rappresentava il 42% del vini italiano importato dal Brasile.

A parte i vini emiliano-romagnoli, sarebbero i siciliani i vini più economici importati dai brasiliani, seguiti dai pugliesi e quindi dagli umbri. Il prezzo tuttavia, sembra non essere l'unico fattore preso in considerazione dai consumatori quando scelgono di acquistare un vino italiano, dato che tra questi appena citati, sono i pugliesi, ed in particolare il Primitivo di Manduria ed il Negroamaro a godere della preferenza brasiliana. E tra le ragioni che spingono la preferenza verso tali vini pugliesi figurano le caratteristiche sensoriali (vini corposi, fruttati e speziati), con elevato residuo zuccherino, molto in linea con il gusto del brasiliano, alleate poi al costo FOB ridotto.

Il Primitivo di Manduria si trova sul mercato a prezzi intorno a R\$ 100/bottiglia (USD 18,87), anche se spesso si trova a prezzi promozionali intorno a R\$ 80,00/bottiglia (USD 15,10).

All'estremità opposta della graduatoria, figurano tra i vini italiani più costosi importati in Brasile i piemontesi ed i toscani, trainati particolarmente dai Barolo (reperibile a partire da R\$ 300/bottiglia – circa USD 56,60) e dai Brunello (reperibile a partire da R\$ 330,00/bottiglia – circa USD 62,26).

Principali fornitori italiani

La concentrazione dell'offerta italiana non riguarda solo le regioni di origine, ma anche i fornitori stessi. In effetti, secondo Ideal Consulting, solo 10 società italiane risponderebbero per il 35,8% del vino italiano importato dal Brasile: Castellani; MGM Mondo del Vino; Fantini Group; Decordi; San Marzano; Antinori; Zonin; Casa Vinicola Botter; Angelo Rocca; Cella. Tra queste società, Castellani e MGM Mondo del Vino avrebbero insieme circa il 15% delle importazioni brasiliane di vino Made in Italy.

| CANTINA | Quota | CANTINA | Quota | CANTINA | Quota |
|----------------------|-------|-------------------------|-------|-----------------------|-------|
| Castellani | 7,6% | Piccini | 1,2% | Frescobaldi | 0,2% |
| MGM Mondo del Vino | 6,8% | Casa Vinicola Caldirola | 2,1% | Cecchi | 0,5% |
| Fantini Group | 2,0% | Cantina La Vinte | 1,7% | Castiglioni del Bosco | 0,2% |
| Decordi | 7,4% | Torrevento | 1,1% | Casa Bella | 1,2% |
| San Marzano | 2,7% | Contri | 2,0% | Varvaglione | 0,3% |
| Antinori | 0,6% | Ca' del Sette | 1,3% | Mais Agricola | 0,2% |
| Zonin | 2,1% | Villa Fabrizia | 1,9% | Biondi Santi | 0,1% |
| Casa Vinicola Notter | 2,0% | Terre di Sava | 0,9% | Stardust | 0,7% |
| Angelo Rocca | 2,0% | Natale Verga | 1,3% | Chiarli | 0,9% |
| Cella | 2,6% | Provinco | 0,7% | Cantine Settesoli | 0,7% |
| Corte Giara | 0,5% | Ettore Galasso | 1,5% | Dezzani | 0,5% |
| Cantina Birgi | 1,8% | Cielo e Terra Vini | 1,0% | Fattoria Felsina | 0,1% |
| Vinosia | 0,9% | Cevico | 0,9% | Saudal Green | 0,6% |
| Freixenet | 1,6% | Club des Sommeliers | 1,0% | Donna Fugata | 0,1% |
| Mazzei | 0,7% | Duca di Salaparuta | 0,6% | Bosco Malera | 0,8% |
| Altri | | | | | 32,8% |

Fonte: Ideal Consulting

Principali importatori di vini e spumanti italiani

| IMPORTATORE | N° Bottiglie 2020 | USD FOB 2020 | USD FOB/Bottiglia 2020 | N° Bottiglie 2021 | USD FOB 2021 | USD FOB/Bottiglia 2021 |
|-------------------------|----------------------|-----------------|---------------------------|----------------------|-----------------|---------------------------|
| Evino | 1.617.912 | 3.615.343 | 2,23 | 1.224.738 | 2.613.702 | 2,13 |
| Grand Cru | 685.852 | 2.267.860 | 3,31 | 1.149.022 | 3.741.053 | 3,26 |
| Wine.Com.Br | 249.865 | 767.588 | 3,07 | 1.099.026 | 2.450.577 | 2,23 |
| World Wine / La Pastina | 1.075.892 | 3.150.200 | 2,93 | 868.560 | 3.065.405 | 3,53 |
| Casa Flora | 1.356.126 | 2.597.003 | 1,92 | 838.374 | 1.552.952 | 1,85 |
| Novo Continente | 688.296 | 675.232 | 0,98 | 774.610 | 914.366 | 1,18 |
| Grupo Pão de Açúcar | 1.241.226 | 2.665.033 | 2,15 | 684.456 | 1.522.639 | 2,22 |
| Cantu Importadora | 201.064 | 436.360 | 2,17 | 432.882 | 1.010.465 | 2,33 |
| Interfood | 386.982 | 925.671 | 2,39 | 352.470 | 974.043 | 2,76 |
| Grupo Big Brasil | 569.046 | 1.058.848 | 1,86 | 326.016 | 580.000 | 1,78 |
| Cia Beal De Alimentos | 273.097 | 778.696 | 2,85 | 256.120 | 815.422 | 3,18 |
| Grupo Angeloni | 289.121 | 574.544 | 1,99 | 213.995 | 622.729 | 2,91 |
| Mistral/Vinci | 278.242 | 1.351.602 | 4,86 | 213.322 | 1.208.976 | 5,67 |
| Berkmann Wine Cellars | 84.808 | 330.258 | 3,89 | 153.072 | 1.250.401 | 8,17 |
| Decanter Vinhos Finos | 103.411 | 455.767 | 4,41 | 110.024 | 593.887 | 5,40 |

Fonte: Ideal Consulting

È ancora più concentrato il mercato dal punto di vista degli importatori/distributori: solo 15 società importano oltre il 56% del vino italiano commercializzato in Brasile, tra cui

spiccano Evino+Grand Cru e Wine.com.br+Cantu, con quasi 4 milioni di bottiglie importate nel 2021.

Secondo Ideal Consulting, queste 15 maggiori importatrici di vino italiano hanno importato dall'Italia nel 2021 circa 8,7 milioni di bottiglie di vino e spumanti, cifra inferiore del 4,4% rispetto a quella verificata nell'anno precedente. Inoltre, il prezzo FOB medio dei prodotti importati è aumentato del 18,5% nel periodo, passando da USD 2,73/bottiglia a USD 3,24/bottiglia, figurando tale rincaro probabilmente tra le ragioni che hanno spinto la diminuzione delle importazioni di prodotti Made in Italy.

PROFILI PRINCIPALI IMPORTATORI DI PRODOTTI ITALIANI

BWC Brasil Comércio e Importação Ltda. (BERKMANN Brasil)

Capitale sociale: R\$ 2.056.334,00

www.bwcbrasil.com.br

@bwcbrasil - 992 follower su Facebook

Principali vini italiani importati: Villa Antinori Bianco (Antinori), Villa Antinori Rosso (Antinori), Santa Cristina Rosato (Antinori), Santa Cristina Cipresseto (Antinori), Possessori Rosso (Seregho Alighieri), Possessori Bianco (Seregho Alighieri), Vittiano Rosso (Cotarella), Vittiano Bianco (Cotarella), Neprica Primitivo (Antinori Tormaresca)

CASA FLORA Ltda.

Capitale sociale: R\$ 3.000.000,00

www.casaflora.com.br

@casafloraimportadora - 29 mila follower su Instagram e 76 mila follower su Facebook

Principali prodotti commercializzati: catalogo composto da **424** vini rossi, bianchi, rosè e spumanti provenienti da Sudafrica (15), Argentina (48), Portogallo (76), Australia (4), Cile (64), Spagna (42), Stati Uniti (10), Francia (64), Italia (86), Nuova Zelanda (4), Uruguay (11). I vini italiani provengono dall'Umbria, Lazio, Puglia, Veneto, Toscana, Piemonte, Abruzzo, Trentino, Sicilia, Emilia-Romagna e Basilicata

Marchi esteri commercializzati (italiani in grassetto): Abel Pinchard; Alfredo Roca; Antares; Bellosguardo; **Bertani**; Bodega Vieja; Bodegas Nieto Senetiner; Brancott Estate; Cadus Wines; **Caldora**; **Camigliano**; Campo Viejo; **Cantine Bellosguardo**; **Cantina Bennati**; **Cantina Castellargo**; **Cantina Schenk**; Carmim; Casa Gran Del Siurana; **Castellani**; Castillo San Simón; Cave de Cairanne; **Cantine Cellaro**; Chan de Rosas; Chateau Fleur Cardinale; Chateau La Croix de Marbuzet; Chateau Marquis de Lalande; Château Prieuré Lichine; Château Villemaurine; Chauvot Labaume; Cims de Porrera; Denis Dubordieu Domanies; Deutz; Domaine de la Cour

du Roy; Domaine du Préau; Domaine François Xavier de Vaux; Domínio de Punctum; Duorum; Fernando de Castilla; Filipa Pato; Ironstone; Jacob's Creek; João Portugal Ramos; Justino's; La Crema; **Le Colture**; Leaping Horse; Les Violettes; **Lombardo Marsala**; **Luccarelli**; Marc Rougeot-Dupin; Marqués de Tomares; Masson Dubois; Messias; Montes Toscanini; Nederburg; Nuestro; Pata Negra; Patriarcho; Pescador; Poderi Del Paradiso; **Poderi Luigi Einaudi**; Provam; Quinta do Zambujeiro; Ravoire & Fils; Robert Giraud; S.C.E. Vignobles Nony-Borie; **San Marco**; Santa Carolina; **Sperone**; **Terre Natuzzi**; Veuve Du Vernay; **Vigneti Del Vulture**; **Villa Fabrizia**; **Villa Giada**; Viña Casablanca.

CIA. BEAL DE ALIMENTOS (Superfestival)

Capitale sociale: R\$ 5.000.000,00

www.superbeal.com.br

@festvalcuritiba - 64,1 mila follower su Instagram e 171 mila follower su Facebook

@festvalcascavel - 21,6 mila follower su Instagram e 60,4 mila follower su Facebook

Principali marchi italiani commercializzati: Azienda Agricola il Palazzo; Azienda Agricola Sordo Giovanni di Giorgio Sordo; Bertagni 1882 spa; Bertoncello srl; Cantina di Venosa; Cantina Storica Gattavecchi e La Cucina Di Lilian; Cielo e Terra spa; Donna Olimpia 1898 srl; F.Ili De Cecco di Filippo spa; F.P.D srl Industria; Fattoria Castello di Starda; G7 srl; Giaguaro spa; Hosta Italia srl; Il Vecchio Forno srl; La Campofilone srl; Lago Group spa; Marchesi di Barolo spa; Menz&Gasser spa; MGM Mondo del Vino; Mondodelvino spa; Mutti spa; Pastificio Andalini spa; Pastificio Lucio Garofalo spa; Poggio Rubino Soc. Agricola s.s.; Riseria Martinotti srl; Riso Scotti spa; Società per Azioni Lucchese Olii e Vini (Filippo Berio); Tommasi Viticoltori s.s. Agricola; Vicenzi spa.

DECANTER Vinhos Finos Ltda.

Capitale sociale: R\$ 700.000,00

www.decanter.com.br

@decanter_vinhos - 88,7 mila follower su Instagram e 1,7 mila follower su Facebook

Principali prodotti commercializzati: catalogo composto da oltre **933** vini rossi, bianchi, rosé e spumanti provenienti da Sudafrica (13), Germania (18), Argentina (144), Australia (17), Austria (3), Brasile (17), Cile (85), Slovenia (9), Spagna (92), Stati Uniti (12), Francia (187), Grecia (8), Ungheria (7), Italia (223), Nuova Zelanda (10), Portogallo (76), Uruguay (12). Vino italiano più costoso (Giulio Ferrari Riserva del Fondatore Rosé 2006) venduto a R\$ 3.359,20 (circa 560 euro) ed il più economico (Medici Ermete Solato Lambrusco Bianco Dolce IGT) a R\$ 38,90 (circa 6,50 euro).

Principali vini italiani commercializzati: Pelago (Umani Ronchi), Amarone I Castei Casalin (Michele Castellani), Lambrusco Reggiano Concerto (Medici Ermete), Ferrari Brut Formula 1 (Ferrari), Grillo Olli (Ferudo Maccari), Verdicchio Casal di Serra (Umani Ronchi), Barbera Dalba (Pio Cesare), Sergioveto Chianti Classico Riserva (Rocca della Macie), Zinfandel Sinfarosa (Felline), Rosso di Montalcino DOC (Caprili), Saia (Feudo Maccari), Barolo (Bel Colle).

Altri marchi italiani: Accademia dei Racemi; Ar Pe Pe; Araldica; Armani; Arunda; Basilisco; Bedin; Boscarelli; Ca La Bionda; Caprili; Cardeto; Case Bianche - Col Sandago; Castello di Magione; Cesani; Curatolo Arini; Damijan; Dettori; Elena Walch; Ferrari; Feudo Maccari; Giuseppe Gabbas; Giuseppe Mascarello e Figlio; Gravner; Gulfi; Isole e Olena; Marco de Bartoli; Medici Ermete; Michele Castellani; Montevertine; Nicodemi; Pio Cesare; Podere San Michele - Bremer; Poggi; Principe Pallavicini; Proprietà Sperino; Renzo Masi - Fattoria di Basciano; Roberto Anselmi; Rocca delle Macie; Salvioni - La Cerbaiola; San Fabiano Calcinai; Tenuta Castelbuono; Tenuta Podernovo; Umani Ronchi; Umberto Cesari; Villa Raiano; Villa Russiz; Zidarich.

E-VINO Comércio de Vinhos s/a

Capitale sociale: R\$ 33.492.335,00

www.evino.com.br

@evino - 526 mila follower su Instagram e 1.034 mila su Facebook

Principali prodotti commercializzati: ampio catalogo con vini italiani, francesi, spagnoli, brasiliani, portoghesi, cileni, argentini e di diversi altri paesi. L'offerta italiana è la maggiore, con 103 etichette fornite da 40 diverse vinicole/imbottiglieri italiani, in rappresentanza delle principali regioni vitivinicole del paese.

Marchi italiani commercializzati: Angelo Rocca e Figli Srl; Arnaldo Caprai; Bedin; Biscardo; Caldirola; Cantine Cecconi; Cantine Settesoli; Cantolio; Castellani; Cesari; Cielo e Terra; Dezzani; Elvio Cagno; Fattoria Villa D'Ancona; Feudi di San Gregorio; Geografico; Gianni Masciarelli; La Gerla; Leonardo Da Vinci S.P.A; Mabis; Marchesi Di Barolo; Masi Modello; Mazzei; Montelvini; Progetti Agricoli; Provinco; Santa Cristina; Serena; Settesoli; Tenuta Buon Tempo; Tenuta Il Poggione; Terre di Sava; Tomaresca; Tormaresca; Vallebelbo; Villa Antinori; Villa Matilde; Vinicola Serena Srl; Vivaldi; Zorzettig Vini. Vini italiani venduti tra un minimo di R\$ 24,90 (Lambrusco dell'Emilia IGT Bianco DANZÁ) ed un massimo di R\$ R\$ 1.649,00 (Tignanello Toscano 2017). Costo FOB stimato tra Euro 1,50 e Euro 85,00.

GRAND CRU IMPORTADORA Ltda.

Capitale sociale: R\$ 58.383.737,14

www.grandcru.com.br

@grandcruvinhos - 171mila follower su Instagram e 165,2 mila follower su Facebook

Tra i maggiori importatori e distributori di vino del paese. L'adega è composta da vini portoghesi, italiani, francesi, spagnoli, cileni, argentini, brasiliani, libanesi, austriaci, neozelandesi, uruguaiani e statunitensi. **I vini italiani in portafoglio sono:** Fanti Sassomagno Sant Antimo Rosso DOC 2017 375 ML - (R\$ 73,90); Miluna Rosso Puglia IGP 2019 750mL - (R\$ 73,90); Fanti Sassomagno Sant Antimo Rosso DOC 2018 375 ML - (R\$ 73,90); Espumante Terra Serena Gran Cuvee 750 ML - (R\$ 78,90); Barone Montalto Bianco 2019 750 ML - (R\$ 79,90); Espumante Terra Serena Extra Dry Rose 750 ML - (R\$ 89,90); Poderi Dal Nespoli Famoso 2018 750 ML - (R\$ 94,90); San Marzano Il Pumo Rosso Salento IGP 2018 750 ML -

(R\$ 110,90); Ricossa Dolcetto D'Asti 2017 750ml - (R\$ 110,90); Barone Montalto Acquerello Nero D'Avola 2018 750 ML - (R\$ 110,90); San Marzano Il Pumo Negroamaro Salento IGP 2018 750 ML - (R\$ 110,90); San Marzano Il Pumo Sauvignon Malvasia 2018 750 ML - (R\$ 110,90); Garofoli Anfora Verdicchio Dei Castelli 2018 750 ML - (R\$ 115,90); Terra Mazzei 2018 750 ML - (R\$ 131,90); Espumante Terra Serena Prosecco Treviso DOC - (R\$ 131,90); Terra Mazzei 2019 750 ML - (R\$ 131,90); Terra Mazzei 2015 750 ML - (R\$ 131,90); Fanti Sassomagno Sant Antimo Rosso DOC 2018 750 ML - (R\$ 137,90); Barone Montalto Passivento Rosso Terre Siciliane IGT 2018 750 ML - (R\$ 163,90); Espumante Terra Serena Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. - (R\$ 168,90); San Marzano Taló Primitivo Di Manduria 2017 750 ML - (R\$ 211,90); Mazzei Zisola 2017 750 ML - (R\$ 211,90); Allegrini Valpolicella DOC 2018 750 ML - (R\$ 221,90); San Polo Rubio IGT Toscana Rosso 2017 750mL - (R\$ 243,90); San Polo Rubio IGT Toscana Rosso 2018 750mL - (R\$ 243,90); Mazzei Belguardo Morellino Di Scansano Riserva 2016 750 ML - (R\$ 274,90); Poggio Al Tesoro Mediterra IGT 2017 750 ML - (R\$ 285,90); Poggio Al Tesoro Mediterra IGT 2014 750 ML - (R\$ 285,90); Mazzei Codice V Vermentino Toscana IGT 2018 750 ML - (R\$ 285,90); Allegrini Palazzo Della Torre Veronese IGT 2015 750 ML - (R\$ 317,90); San Marzano Collezione Cinquanta 2015 750ml - (R\$ 317,90); Barone Montalto Ammasso Sicilia DOC 2017 750mL - (R\$ 317,90); Mazzei Tirreno Rosso Maremma Toscana DOC 2015 750 ML - (R\$ 391,90); Mazzei Tirreno Rosso Maremma Toscana DOC 2016 750 ML - (R\$ 391,90); San Polo Rosso Di Montalcino DOC Montalcino 2017 750mL - (R\$ 391,90); San Marzano SessantAnni Primitivo Di Manduria 2017 750mL - (R\$ 444,90); Allegrini La Grola Rosso Veronese IGT 2016 750mL - (R\$ 486,90); Mazzei Zisola Doppiozeta 2015 750 ML - (R\$ 592,90); Mazzei Castello Fonterutoli Chianti Classico 2016 750 ML - (R\$ 794,90); Mazzei Tenuta Belguardo 2015 750 ML - (R\$ 815,90). Costo FOB stimato tra Euro 4,00 e Euro 44,00.

GRUPO PÃO DE AÇÚCAR

Capitale sociale: R\$ 6.858.614.810,87

www.paodeacucar.com

@paodeacucar - 404 mila follower su Instagram e 1.642 mila follower su Facebook e

@paodeacucaradega - 11 mila follower su Instagram

Principali marchi italiani commercializzati: Alois Lageder; Amarone Barriques; Amarone Classico Docg; Amarone Classico Vigne Alte; Amarone Costasera; Anella Andreanni; Antica Cantina Boido; Artis; Asti Galarej; Badia A oltibuono; Barbi; Barilla; Bellosguardo; Bertani; Bolla Valpolicella; Bonachi; Brandini; Cadetto; Caleo; Campigialli; Campo Del Bosco; Cantina Birgi; Capitel; Castello Di Farnetella; Castello Di Montepò / Jacopo Biondi Santi; Chianti Classico Docg; Chianti; Cignale; Costa D'Oro, O12Club Des Sommeliers; Colle Petrito; Corvo; Cremonini; Cruino Rosso; De Cecco; Duca D'oro; Elio Grasso; Fèlsina; Ferrero Rocher; Filippo Berio; Fontanafredda; Frescobaldi; Giovanni Rana; Giuseppe Cortese; Grifone; Inverni; La Corte; Latteria Soresina; Le Casine; Le More; Liburna; Lisini; Lombardo; Lucarelli; Luce Della Vite; Lungarotti; Marchesi De' Frescobaldi; Masi Campofiorin; Mastrobernardino; Melini; Morgante; Moro; Nicosia; Nozzole Chianti Classico; Olitalia; Pastarotti; Pino Pino; Primitivo Di Manduria;

Promis; Querceto Romantic; Renato Ratti; Rento Ratti; Rivetto; Rosso Di Montalcino; Roversi; Rubesco; Ruffino; Santadi; Sassoalloro; Settesoli; Sperone; Tenuta San Guido; Terre Dell Isola; Torresella; Tria Insolia; Trinacria; Valdorella; Valpolicella Ripasso Marogne; Valpolicella Vigne Alte; Valpolicella; Villani; Vito Balducci; Zonin.

L'adega è composta prevalentemente da vini portoghesi (236), cileni (235), argentini (158), francesi (151) e italiani (146). I vini italiani sono forniti da 65 vinicole ed imbottiglieri e sono venduti tra R\$ 34,29 (Lambrusco Private Label) e R\$ 5.999,99 (Bolgheri Sassicaia). Costo FOB stimato tra Euro 320,00.

Vini italiani commercializzati: Zonin (11); Club Des Sommeliers (6); Elio Grasso (5); Cantina Birgi (4); Colle Petrito (4); Marchesi Di Frescobaldi. (4); Ruffino (4); Zeni (4); Castello Di Querceto (3); DOMODO (3); Fattoria Dei Barbi (3); Giuseppe Cortese (3); Lungarotti (3); Nicosia (3); Tenuta San Guido (3); Azienda Lisini (2); Badia A Coltibuono (2); BARONE MONTALTO (2); Bertani (2); Botter Carlo (2); Camperchi (2); Castellani (2); Castellani Spa (2); Chiarli (2); Duca Di Salaparuta (2); Fattorie Melini. (2); MANNARA (2); Renato Ratti (2); Rivetto (2); Santa Sofia (2); Alois Lageder (1); Andrea Costanti (1); BonaChi (1); Brandini (1); Ca&Apos;Marcanda (1); Cantina Settesoli (1); Cantine San Marco SRL (1); Castello Di Montepó (1); Cesari (1); Constellation (1); Ducca De Salaoaruta (1); Farnese (1); Fattoria Felsina (1); FontanaFredda (1); GIV (1); Grupo Castellani (1); IL PALAGETTO (1); Jacopo Biondi Santi (1); Lombardo (1); Luccarelli (1); Marchesi De´ Frescobaldi (1); Marques De Riscal (1); Masi (1); Mastrobernardino (1); Mgm (1); Montessor (1); PODERI DAL NESPOLI (1); Santa Cristina (1); Santadi (1); Sperone (1); Teunuta Nozzole (1); V8+ (1); Valdorella (1); Vinicola Botter Carlo & C. Spa (1); Vinicola Uggiano (1)

INTERFOOD Importação Ltda.

Capitale sociale: R\$ 1.000.000,00

www.interfood.com.br

@interfoodimportacao - 2,8 mila follower su Facebook

Principali prodotti commercializzati: catalogo composto da **432** vini rossi, bianchi, rosè e spumanti provenienti da Italia (96), Francia (90), Portogallo (41), Spagna (26), Germania (2) Ungheria (3), Libano (6), Stati Uniti (24), Canada (1), Cile (55), Argentina (64), Uruguay (18) NuovaZelanda (1), Sudafrica (5).]

Marchi italiani commercializzati: Anella Andreani, Azienda Lisini, Bolla, Caleo, Cavicchioli, Corvo, Duca Di Salaparuta, Elio Grasso, Fattoria Dei Barbi, Fattorie Melini, Frescobaldi, Giuseppe Cortese, Planeta, Ruffino, Sella & Mosca, Sperone e Visconti della Rocca.

LA PASTINA Importação Exportação Ltda.

Capitale sociale: R\$ 8.510.000,00

www.lapastina.com

@LaPastina.Oficial - 62,4 mila follower su Instagram e 128,3 mila follower su Facebook

Principali prodotti commercializzati: catalogo composto da **203** vini rossi, bianchi, rosati e spumanti provenienti da Argentina (32), Cile (48), Spagna (12), Stati Uniti (3), Francia (57), Italia (28) e Portogallo (23). Tra gli italiani, sono disponibili vini toscani, emiliani, veneti, piemontesi e pugliesi.

Marchi esteri commercializzati (italiani in grassetto): Adegas de Silgueiros, Almentra, Alves & Vieira, Baron D'Arignac, Baron Philippe de Rothschild, Beringer, Borsao, **Cantine Riunite**, Carlos Serres, **Cecchi**, Chakana, Chemin des Papes, Cono Sur, Emiliana, Entrecôte, François Montand, GEM, **Gran Sasso**, JP. Chenet, La Grande Clotte, LGI Wines, Louis Eschenauer, **Maschio dei Cavalieri**, Nadaria, Porto Croft, Porto Valdouro, Quara, Quinta da Alçada, Ruca Malen, **Terre di San Vincenzo**, **Val di Suga**, Vicente Gandia.

Principali vini italiani importati: Bosio Barolo Boschi dei Signori DOCG (Bosio), Terre di San Vincenzo dal 1947 Primitivo di Manduria Vigne Vecchie DOP (Terre di San Vincenzo), Sangiovese Toscana IGT (Cecchi), Borgotorre Montepulciano d'Abruzzo DOC (Castellani), Santapietra Chianti DOCG (Castellani), Terre di San Vincenzo La Nave Pinot Grigio (Terre di San Vincenzo), Terre di San Vincenzo La Nave Primitivo IGP (Terre di San Vincenzo), Sette Spezie Negroamaro Salento IGP (Terre di San Vincenzo), Sette Spezie Sussumaniello Salento IGP (Terre di San Vincenzo), Tosti Notte di Bollicine Grand Cuvee Brut (Tosti).

MISTRAL IMPORTADORA Ltda.

Capitale sociale: R\$ 50.448.332,00

www.mistral.com.br

@mistralvinhos - 101 mila follower su Instagram; @mistralimport -42,4 mila follower su Facebook

Ampio portafoglio di prodotti da Argentina, Cile, Francia, Italia, Portogallo, Spagna, Brasile, Uguguai, Asustralia, Nuova Zelanda, Stati Uniti, Sud Africa, Germania, Austria, Ungheria, Grecia e Libano. Sono disponibili prodotti da praticamente tutte le regioni italiane, tra cui evincono Toscana, Piemonte e Veneto, per un totale di 260 etichette fornite da Tasca d'Almerita, Gaja, Coppo, Ca' del Bosco, Bruno Giacosa, Castello di Montepò / Jacopo Biondi Santi, Lungarotti, Mastrobernardini, Livio Felluga, Campagnola, Castello di Amam Tenuta delle Terre Nere, Alois Lageder, Sacchetto, Santadi, Tentua di Capezzana, Vie di Romans, Bonacchi, Giuseppe Quintarelli, Marziano Abbona, Badia a Coltibuono, Ca' Marcanda/Gaja, D'Alessandro, Polziano, Fattoria Felsina, Adami, Colle Massari, Inama, Le Macchiole e Pieve Santa Restituited / Gaja. Il vino più a buon mercato è l'Orvieto Classico 2018 Bonacchi, venduto a R\$ 85,03 (circa Euro 13,50), mentre il più pregiato è il Brunello di Montalcino Riserva 2008 Biondi Santi, venduto a R\$ 7.852,75 (circa Euro 1.200). I vini sono acquistati ad un prezzo FOB stimato tra Euro Euro 4,50 e Euro 420,00.

REAL COMERCIAL Ltda. (WORLD WINE)

Capitale sociale: R\$ 2.640.000,00

www.worldwine.com.br

@worldwine - 100 mila follower su Instagram e 39,4 mila follower su Facebook

Ampio catalogo di vini da tutte le parti del mondo, con forte presenza di vini italiani

Fornitori italiani: Alta Mora; Antica Fratta; Bellavista; Bernardi Pietro e Figli; Bibi Graetz; Bruno Rocca; Caiarossa; Cantine Bettona; Cantine Due Palme; Cantine Settesoli; Casa Lucii; Castello Banfi; Corvé; Cusumano; Dai Terra Rossa; De Faveri; di Lenardo; Dievole; Donnafugata; DuediPi; Fantini; Fattoria La Massa; Fattoria Le Pupille; Fazi Battaglia; Gianni Gagliardo; Gran Sasso; Icardi; Luigi Cecchi & Figli; Lunatico; Marchesi Antinori; Maschio dei Cavalieri; Mionetto; Paolo Scavino; Petrolo; Podere Brizio; Poderi Gianni Gagliardo; Poggiotondo; Roberto Voerzio; Schiopetto; Siro Pacenti; Tenuta dell'Ornellaia; Tenuta di Arceno; Tenuta Il Palagio; Tenuta Meraviglia; Tenuta Sette Ponti; Tenute Rossetti; Terre; Terre di Chiara; Terre di San Vincenzo; Torrento; Travaglini; Val di Suga (Tenimenti Angelini); Villa Cerna; Vinosia. Vini italiani venduti tra un minimo di R\$ 99,20 (I Carioli San Giovesi Umbria) ed un massimo di R\$ 1.800,00 (Bruno Rocca Barbaresco Maria Adelaide DOCG). Costo FOB stimato tra un minimo di Euro 5,00 ed un massimo di Euro 95,00.

Principali vini italiani importati: Campania IGO Rosso (Cantine di Tufo F.Ili La Marca), Campi Flegrei DOP Falanghina (Il Quarto Miglio), Montepulciano d'Abruzzo (Crea Vini), Cerasuolo d'Abruzzo DOP (Crea Vini), Pecorino Terre di Chiesti IGP (Crea Vini), Roceno Nero d'Avola DOP (Sibilliana Europa), Campania Aglianico IGP (Il Quarto Miglio), Eughenes Zibibbo DOC (Sibilliana Europa), Morelino di Scansano DOCG (San Felo), L'Aureo di Poggio alla Buca Maremma IGT (La Castellina), Vignaioli Monte Amiata (Podere Montale), Chianti DOCG (Fratelli BInI), Chianti Classico (Dievole), Aska Bolgheri (Banfi), La Bella Sedara (Donnafugata), Etna Bianco (Alta Mora), Primitivo di Manduria Riserva (Zenith), Valpolicella Superiore (Zenato), L'Ariella Greco di TUfo (Vinosia), Montepulciano d'Abruzzo (Fantini), Barbera d'Alba Madama (Gianni Gagliardo), Primivento Prosecco Rosé (Bernardi).

W2W E-Commerce de Vinhos s/a

www.wine.com.br

@winevinhos - 586 mila follower su Instagram e 539,4 mila follower su Facebook

Principali prodotti commercializzati: catalogo composto da oltre **500** vini rossi, bianchi, rosati e spumanti provenienti da Sudafrica (13), Germania (7), Argentina (53), Australia (5), Brasile (11), Cile (64), Cina (1), Spagna (66), Stati Uniti, (37), Francia (133), Ungheria (2), Italia (61), Libano (1), Portogallo (46), Uruguay (3) + altri (Grecia, Marrocco, Nuova Zelanda). Vino italiano più costoso (Antinori Pian delle Vigne 2013) venduto a R\$ 1.049,00 (circa 175 euro) ed il più economico (Cent'Are Terre Siciliane) a R\$ 29,00 (circa 5 euro).

Principali marchi esteri commercializzati: Carpineto, Villa Antinori, Tenuta Sant'Antonio dei Gigli, Beni di Batasiolo, Cantine, Pellegrino, Aurelio, Gazerotte, Fantinel.

WMB SUPERMERCADOS DO BRASIL Ltda. - GRUPO BIG

Capitale sociale: R\$ 5.945.786.656,00

www.big.com.br

www.maxxiatadado.com.br

@bigbomprecooficial - 234 mila follower su Instagram; @maxxi_atacado - 294 mila follower su Instagram; @bompreco - 156 mila follower su Instagram

8° maggior importatore di vino del paese, ma **attualmente distribuisce soltanto prodotti argentini, cileni e portoghese, oltre ai brasiliani.**

36

PROFILO DEL CONSUMATORE

Mercato Brasiliano di Vino e Spumanti (% in volume)

| Vino e Spumante | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <i>Vino fortificato e Vermouth</i> | | | | | | |
| Porto | 0,06% | 0,06% | 0,06% | 0,06% | 0,03% | 0,03% |
| Vermouth | 8,22% | 8,59% | 8,52% | 8,46% | 4,68% | 5,89% |
| <i>Spumanti</i> | | | | | | |
| Champagne | 0,19% | 0,16% | 0,16% | 0,15% | 0,10% | 0,10% |
| Altri spumanti | 6,88% | 7,50% | 7,68% | 7,78% | 5,26% | 6,61% |
| <i>Vino fermo</i> | | | | | | |
| Rosso | 70,35% | 69,79% | 69,86% | 69,87% | 69,87% | 68,20% |
| Rosato | 0,81% | 0,77% | 0,69% | 0,64% | 0,88% | 0,93% |
| Bianco | 13,48% | 13,14% | 12,99% | 12,99% | 19,20% | 18,24% |
| Totale | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Fonte: © Euromonitor International

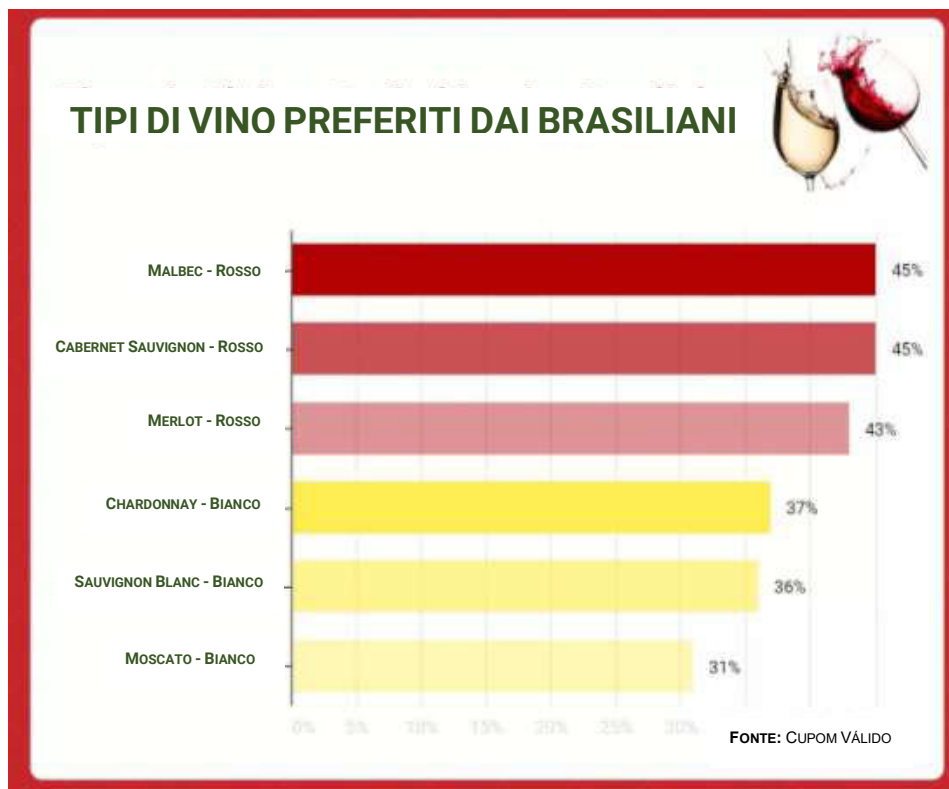
Come precedentemente segnalato, secondo dati di Euromonitor International, il vino rosso è il preferito dei brasiliani, rappresentando nel 2021 il 68,2% del consumo. Seguono il bianco, con il 18,2%, gli spumanti, con il 6,7%, ed i vermouth, con il 5,9%.

Mentre le partecipazioni dei vermouth, degli spumanti e dei rossi è lenta, ma progressivamente diminuita nel corso degli ultimi anni, soprattutto dal 2020, quella dei bianchi cresce, passando dal 13% prima della pandemia, agli attuali circa 18%/19%. Nonostante ancora piccola rispetto agli altri, anche i rosati crescono nella preferenza dei consumatori brasiliani, vedendo la quota passare da circa 0,8% a un po' meno dell'1%.

Nel caso del vino rosso, sottolinea uno studio fatto dalla società Cupom Valido che i tipi preferiti dai brasiliani sono quelli fatti con l'uva Malbec. Seguono nella preferenza i vini fatti

con le uve Cabernet Sauvignon e Merlot. Tra i vini bianchi, la prima opzione è la Chardonnay, seguita dalla Sauvignon Blanc e la Moscato.

Non per caso le suddette varietà vinicole sono quelle maggiormente prodotte in Brasile.



Secondo lo studio di Coupon Valido, circa il 59% dei consumatori brasiliani di vino ha più di 35 anni. Inoltre, il 30% degli stessi utilizza i canali digitali per acquistare i vini desiderati.

Il 70% dei consumatori di vino brasiliani è disposto a provare nuovi tipi di vino, non rimanendo dipendenti da un singolo marchio o tipo di uva.

Sulla base dello studio di segmentazione dei consumatori fatto da Wine Intelligence, due segmenti chiave di consumatori sono a capo delle attuali opportunità di mercato: i cosiddetti Entusiasti e gli Esploratori. Insieme, i consumatori di queste due categorie rappresentano il 29% dei consumatori regolari di vino in Brasile. Rappresentano, tuttavia, il 62% del mercato in valore.

Gli Entusiasti sono più giovani, hanno un maggior potere d'acquisto e grande interesse per il vino. Nonostante siano solo il 12% dei consumatori di vino in Brasile, rappresentano il 32% del mercato.

Gli Esploratori sono giovani per i quali il vino è una parte importante del loro stile di vita. Hanno un ampio repertorio di vini e bevono con maggior frequenza. Rispetto agli Entusiasti, però, gli Esploratori hanno minor disponibilità economica.

Lo studio di Wine Intelligence segnala altri due gruppi che dovrebbero spingere di più la crescita del mercato: i cosiddetti Convenzionali ed i Content Treater.

I primi comprano vino della fascia di prezzo medio-bassa. Bevono vino a casa frequentemente, conoscono bene i prodotti di medio livello ed acquistano i propri vini con coscienza, prevalentemente nei supermercati. Conoscono bene i prezzi dei prodotti che acquistano e scelgono sempre i marchi tradizionali. Sono uno specchio della popolazione brasiliana nel suo complesso.

Le persone del secondo gruppo bevono meno frequentemente, ma a loro piace concedersi vini premium, acquistandoli sia nei supermercati, sia nei negozi specializzati. Anche se non si descrivono come appassionati di vino, hanno una buona conoscenza delle origini e dei vitigni.

Insieme, questi due segmenti rappresentano il 37% della popolazione che beve vino ed il 28% del consumo brasiliano. Hanno aumentato la loro sfera durante la pandemia e quindi, sono un gruppo promettente di consumatori, il cui comportamento va osservato con molta attenzione.

Segnala infine, lo studio di Wine Intelligence, che una delle barriere ad uno sviluppo più consistente e rapido del mercato risiede nella forte dipendenza del periodo invernale.

Durante i mesi più caldi, il vino trova concorrenza di altre bevande alcoliche e non ha ancora trovato il suo spazio, particolarmente nei canali on-trade.

L'educazione del consumatore è fondamentale e già in corso con la creazione dei wine club, tra i cui associati è grande la curiosità sulle varietà disponibili e le loro caratteristiche. Comunque sia, ridurre la stagionalità è imperativo, mostrando il valore del vino e l'attrattiva della bevanda in diverse occasioni che vanno oltre le cene nelle notti fredde e gli incontri in famiglia o con gli amici. Promuovere il vino bianco, il rosato e lo spumante nei mesi estivi potrebbe essere un'altra strategia da adottare, così come svincolare il consumo della bevanda dal pubblico di maggior età ed in quest'ultimo caso, stimolare la commercializzazione di vino in lattine, più facilmente trasportabili e, laddove necessario, raffreddabili, potrebbe rappresentare una soluzione per l'ampliamento del mercato.

Il punto negativo del consumo in lattina è che concorre direttamente con altre bevande, come la birra o le bevande gasate, segmenti in cui la concorrenza è grande ed il potere commerciale dei principali player molto più forte.

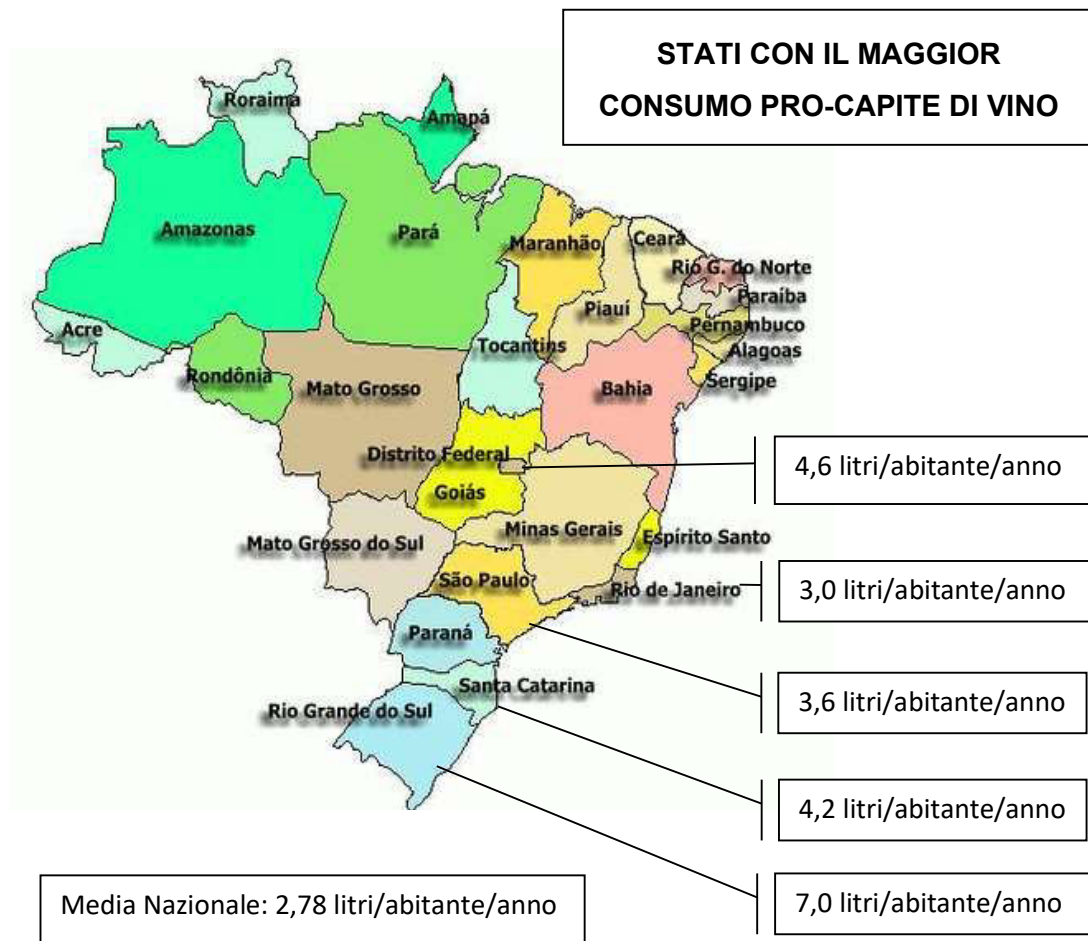
PRINCIPALI STATI CONSUMATORI

Secondo un rilevamento fatto dalla società di consulenza Ideal Consulting, il consumo pro-capite di vino nello stato di San Paolo, il più popoloso della federazione, con circa 46,3 milioni di abitanti, è pari a 3,6 litri/abitante. Appunto perché ha la maggior popolazione ed anche uno dei maggiori pil pro-capite del paese (R\$ 50.264,71 – cifra il 42,9% superiore alla media nazionale), rappresenta anche il maggior mercato per i vini e spumanti, pari a circa il 32,8% del totale commercializzato in Brasile.

Rio Grande do Sul, importante distretto produttore di vino e dove il consumo pro-capite sfiora i 7 litri/abitante ogni anno, concentra il 15,6% del mercato.

Rio de Janeiro, terzo principale mercato consumatore di vino nel paese, rappresenta il 10,4% del mercato ed ha un consumo pro-capite stimato in circa 3 litri/abitante/anno.

Complessivamente, questi tre stati concentrano quasi due terzi del consumo brasiliano di vino. Altri importanti mercati sono Minas Gerais (6,7%), Santa Catarina (6,0%) e Paraná (4,4%).



PRODUZIONE DI VINO IN BRASILE

Secondo l'OIV, Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino, il Brasile ha assistito nel 2021 ad un boom della produzione vinicola, con il livello pari a 3,6 mio hl (+60% rispetto al 2020). Si tratta del volume più elevato dal 2008 e che in parte spiegherebbe la diminuzione delle importazioni nel 2022.

Non sono ancora reperibili dati relativi alla produzione nazionale nel 2022, ma solo quelli riguardanti lo stato di Rio Grande do Sul, dove la vendemia è realizzata a fine state (febbraio/marzo). E poiché la produzione in tale stato, che ha subito un incremento del 10,9% nel 2022 rispetto all'anno precedente, rappresenta circa il 67% della produzione nazionale, si riesce ad inferire che la produzione complessiva di vino e spumante in Brasile dovrebbe registrare un'espansione di almeno il 3% nell'anno in corso per raggiungere circa 3,7 mio di ettolitri.

Non essendo il Brasile un grande esportatore di vino (l'export nel 2022 dovrebbe aggirare intorno a 77 mila ettolitri), la quasi totalità della produzione ha come destinazione il mercato nazionale.

PRODUZIONE DI VINO NELLO STATO DI RIO GRANDE DO SUL

| Vino e Spumante | 2021 | 2022 | Var (%) |
|-----------------------|------------------|------------------|--------------|
| <i>Vino da tavola</i> | 1.747.240 | 1.950.316 | 11,6% |
| <i>Bianco</i> | 264.328 | 301.984 | 14,2% |
| <i>Rosato</i> | 13.912 | 19.890 | 43,0% |
| <i>Rosso</i> | 1.469.000 | 1.628.442 | 10,9% |
| <i>Vini pregiati</i> | 434.750 | 475.118 | 9,3% |
| <i>Bianco</i> | 208.680 | 208.966 | 0,1% |
| <i>Rosato</i> | 21.737 | 21.973 | 1,1% |
| <i>Rosso</i> | 204.332 | 244.179 | 19,5% |
| <i>Altri tipi</i> | 111.366 | 116.985 | 5,0% |
| <i>Liquoroso</i> | 300 | 670 | 123,3% |
| <i>Spumanti</i> | 111.066 | 116.315 | 4,7% |
| Totale | 2.293.355 | 2.542.419 | 10,9% |

Fonte: Segreteria di Politiche Agricole dello Stato di Rio Grande do Sul

Altre regioni, come São Roque e Jundiaí, nello stato di San Paolo, Curitiba e la regione metropolitana, nello stato del Paraná, la regione meridionale del Minas Gerais e la valle di São Francisco, nello stato di Pernambuco, ospitano importanti aree di produzione della bevanda.

Nel Rio Grande do Sul spicca la produzione di uve bianche come chardonnay, riesling e moscato. Nel sud del Minas Gerais, spicca l'uva syrah. Nella Valle di São Francisco, l'unica regione del paese a produrre due raccolti all'anno, le principali varietà piantate sono l'aragonez, l'alicante bouschet, la touriga nacional, la syrah e la cabernet sauvignon.

FATTURA EXPORT

La fattura commerciale (Fatura Comercial, in portoghese) va emessa dall'esportatore su carta intestata. Va redatta in lingua portoghese, inglese, spagnolo o francese. Se in un'altra lingua, potrà essere richiesta dall'autorità doganale competente la traduzione in portoghese. Dev'essere firmata e di solito presentata in n° 3 esemplari originali ed altre n° 3 copie semplici (senza firma con sopra la scritta COPY).

Nel caso di trasporto aereo, va emessa prima dell'imbarco, mentre nel caso di trasporto marittimo, va emessa solo due giorni dopo la conferma dell'imbarco.

Non segue un modello in particolare ma, secondo il Regolamento Doganale in vigore in Brasile, deve contenere le seguenti informazioni:

- a) Nome e indirizzo completo dell'esportatore;
- b) Nome e indirizzo completo dell'importatore;
- c) Data di emissione;
- d) Numero di controllo progressivo che la identifichi in modo inequivoco;
- e) Modalità di trasporto utilizzata;
- f) Porto/Aeroporto di partenza;
- g) Porto/Aeroporto di destinazione;
- h) Quantità di ogni singolo prodotto, peso netto unitario, descrizione (tipologia, marchio, volume, gradazione alcolica), classifica doganale, costo unitario, costo totale e valuta di riferimento;
- i) Peso netto e peso lordo totale;
- j) Numero di colli;
- k) Cubatura totale (valore stimato)
- l) Incoterms
- m) Paese di origine (in cui la merce è stata prodotta), paese di acquisizione (in cui la merce è stata acquistata) e procedenza (dalla quale la merce è stata spedita);

- n) Modalità di pagamento pattuita;
- o) Costo del trasporto ed altre eventuali spese inerenti all'esportazione;
- p) Estremi bancari dell'esportatore.

Il mancato rispetto da parte dell'importatore dell'obbligo di presentare la fattura commerciale all'ispettore doganale, nel caso di caso di dubbi sui prezzi dei prodotti, fatte salve altre eventuali sanzioni (art. 70 della legge n. 10.833/03), comporta l'applicazione cumulativa delle seguenti ammende:

- 5% sul valore della merce;
- 100% sulla differenza tra il prezzo dichiarato e il prezzo effettivamente praticato o tra il prezzo dichiarato e quello arbitrato.

DICHIARAZIONE DOGANALE

La dichiarazione doganale viene registrata a seguito del differimento della Licenza di Importazione (L.I.), documento mediante il quale la Dogana brasiliana autorizza l'importazione della merce, previa presentazione in via elettronica, da parte dell'importatore o di chi per lui (doganalista), di un'apposita domanda.

Nel caso dell'importazione di bevande, la L.I. viene differita solo dopo dell'arrivo della merce. Tuttavia, si suggerisce che la preparazione di questo documento sia effettuata immediatamente dopo il rilascio del documento di trasporto, al fine di garantire una maggior celerità nella conclusione dei procedimenti di analisi documentale presso l'ufficio competente del Ministero delle Politiche Agricole, i quali possono richiedere tra 25 e 35 giorni.

Poiché i documenti richiesti per l'ottenimento della L.I. vanno presentati in formato digitale, l'importatore o il suo doganalista possono avviare la pratica prima dell'arrivo della merce, lasciando per dopo solo l'eventuale raccolta di campioni per le analisi di controprova e la verifica fisica della merce spedita.

DOCUMENTI DI TRASPORTO

La polizza di carico, rilasciata da uno spedizioniere o vettore, è emessa in forza di un contratto di trasporto "port to port". Costituisce un documento rappresentativo di merce caricata su determinata nave e quindi, d'obbligo di consegna alla destinazione. Viene chiamata Bill of Lading, nel caso di trasporto marittimo, oppure Air Waybill, nel caso di trasporto aereo.

PACKING LIST

Documento utile alle procedure di imbarco e sbarco. La packing list deve contenere i seguenti elementi:

1. Numero di controllo;
2. Nome ed indirizzo dell'esportatore e dell'importatore;
3. Data di emissione;
4. Descrizione della merce, quantità, unità di misurazione, peso lordo e netto;
5. Luogo di imbarco e sbarco;
6. Nome del trasportatore e data di imbarco;
7. Numero di colli, identificazione di ciascuno per ordine alfabetico, tipo di imballaggio, peso lordo e netto totale e cubatura.

43

CERTIFICATO DI ORIGINE

L'importazione di bevande, fermentati acetici e derivati dell'uva richiede la presentazione di un certificato di origine rilasciato dall'organismo ufficiale del paese di provenienza oppure da un'entità da esso riconosciuta a tal fine.

Secondo quanto stabilito dall'Istruzione Normativa [n° 67, del 5 novembre 2018](#), detto **certificato deve seguire il modello previsto nell'Allegato I della riferita istruzione.**

CERTIFICATI DI ANALISI

L'importazione di bevande, fermentati acetici e derivati dell'uva richiede anche la presentazione di un certificato di analisi rilasciato dall'organismo ufficiale del paese di provenienza oppure da un'entità da esso riconosciuta a tal fine, accreditato al sistema [Siscole del Ministero Brasiliano delle Politiche Agricole](#)). Il documento non segue un modello specifico.

Il prodotto importato deve rispettare gli stessi parametri qualitativi previsti dalla legislazione brasiliana (Norma Interna DIPOV n° 01 del 2019) e, per quanto riguarda i vini e spumanti, specificamente quanto riportato tra le [pagine 1477 e 1527 dell'allegato della riferita normativa](#), aggiornamento del 23/07/2021.

Se per qualche ragione il rispetto della normativa locale non potrà verificarsi, la commercializzazione sul territorio brasiliano del prodotto non conforme potrà avvenire solo ed esclusivamente attraverso la presentazione preventiva di un certificato rilasciato

da un organismo ufficiale del paese di origine oppure da un'entità da esso riconosciuta a tal fine che attesti:

- Possesso da parte del prodotto di caratteristiche tipiche, regionali e specifiche del paese di origine;
- rispetto della normativa in vigore del paese di origine;
- l'essere oggetto di consumo regolare e corrente nel paese di origine ed avere nome e composizioni consacrati nella regione e/o paese di origine.

Il certificato di tipicità deve seguire il seguente modello previsto dell'allegato XI della surriferita Istruzione Normativa 67 del 05/11/2018.

ETICHETTATURA

All'etichetta originale va sempre aggiunta una retro-etichetta in lingua portoghese – che potrà essere applicata dal produttore o all'arrivo, presso il magazzino doganale, prima dello sdoganamento, oppure, nel magazzino dell'importatore, prima che il prodotto sia messo in vendita – contenente le seguenti informazioni, in colore che contrasti con lo sfondo in maniera tale da essere visibili ed in osservanza di quanto previsto dalla disposizione [IN n° 55 del 18/10/2002](#) in materia di etichettatura di bevande, vini, derivati dell'uva e del vino ed aceti:

- Denominazione legale del prodotto secondo quanto previsto nell'[allegato della norma interna DIPOV n° 01/2019](#): vinho composto, vinho de mesa, vinho espumante, vinho fino, vinho fricante, vinho gaseificado, vinho leve, vinho licoroso, vinho moscato espumante e vinho nobre (seco; meio doce / meio seco; suave / doce). I *font* utilizzati in conformità al [Decreto n° 10.2026/2019](#), art. 12, paragrafo 2°, devono avere almeno 2mm di altezza;
- Elenco degli ingredienti, compresi eventuali additivi, conservanti, aromi, in ordine decrescente di peso e preceduto dalla parola "Ingredientes:". Per quanto riguarda gli additivi, deve essere dichiarata la categoria alla quale appartengono seguita dal rispettivo codice come specificato sul Codex Alimentarius. La dichiarazione non è obbligatoria nel caso di prodotti composti da un unico ingrediente;
- In conformità al dispositivo [N° 10.674, del 16 maggio 2003](#), qualora un prodotto sia idoneo al consumatore celiaco (assenza di ingredienti contenenti glutine e garanzia del processo produttivo entro limiti dei 20 ppm), come è il caso dei vini, va

obbligatoriamente inserito in etichetta il *claim* **NÃO CONTÉM GLÚTEN**, in maiuscole, grassetto e caratteri aventi almeno **2mm di altezza**;

- Quantità netta di liquido che, come previsto nel paragrafo 4, della [IN n° 55 del 18/10/2002](#), se uguale o inferiore a **600ml**, deve essere riportata con caratteri numerici aventi almeno **1,50mm di altezza**. Nel caso la quantità di liquido sia superiore a **600ml e uguale o inferiore a 1.000ml**, l'altezza minima dei caratteri numerici deve essere di **2,00mm**. Se la quantità di liquido è **superiore a 1.000ml e uguale o inferiore a 2.500ml**, l'altezza dei caratteri numerici deve essere di almeno **3,00mm**. Per i contenitori con **più di 2.500ml fino a 4.000ml**, l'altezza minima dei caratteri numerici è di **4,00mm**. Nel caso di contenitori con **più di 4.000ml**, l'altezza minima dei caratteri numerici è di **6,00mm**. I caratteri impiegati per informare l'unità di misura della quantità netta di liquido devono avere almeno 2/3 dell'altezza dei caratteri numerici che indicano detta quantità.

La quantità netta di liquido, in conformità alla [Portaria Inmetro n° 249/2021](#), allegato, item 4, deve essere preceduta da una delle seguenti diciture: "PESO LÍQUIDO", "PESO LÍQ.", "Peso Líquido", oppure "Peso Líq.";

- Identificazione dell'origine: nome (ragione sociale), indirizzo (completo della città e paese) e codice di identificazione presso le autorità competenti del produttore, dell'imbottigliatore oppure del proprietario del marchio, preceduti dalle diciture: "Produzido por ..." oppure "Engarrafado por ..." oppure "Produzido e Engarrafado por ...".

Per l'identificazione dell'origine deve essere utilizzata una delle seguenti espressioni: "Fabricado em ...", "Produto ...", oppure "Indústria ...";

- Nome (ragione sociale), indirizzo completo dell'importatore, nel caso di bevande importate, preceduto dalle diciture: "Importado por ...", oppure "Distribuído por ...", oppure "Importado e Distribuído por ..." + n° di accreditamento al MAPA (Ministero Brasiliano delle Politiche Agricole). Il numero di accreditamento, preceduto dalle espressioni "Registro MAPA:" oppure "Registro do importador no MAPA:" deve avere larghezza totale minima di 30mm, come richiesto dall'istruzione normativa del Ministero Brasiliano delle Politiche Agricole [n° 72 del 16/11/2018](#), art. 19, paragrafo 1;
- Gradazione alcolica espressa in numero di parti in volume di alcol puro alla temperatura di 20°C contenuto in 100 parti in volume del prodotto alla stessa temperatura – [Decreto n° 6.871 del 04/07/2009](#) e [Decreto n° 8.198 del 20/02/2014](#);
- Numero del lotto preceduto dalla lettera L;

-
- Diciture: “EVITE O CONSUMO EXCESSIVO DE ÁLCOOL” (nel caso di vini con 13° GL e oltre, conforme previsto dalla L. n° 9.294/96, art. 4°, paragrafo 2) e “PROIBIDA A VENDA A MENORES DE 18 ANOS” (in conformità al [Codice Brasiliano per la Autoregolamentazione Pubblicitaria](#), Allegato A, clausola 5);

Nessun carattere utilizzato potrà avere altezza inferiore a 1mm.

IMBALLAGGI

Gli imballaggi non devono apportare modifiche inaccettabili alla composizione degli alimenti e delle bevande o alle caratteristiche sensoriali degli stessi.

Pedane di legno eventualmente utilizzate per le spedizioni devono essere fumigate.

DOCUMENTI DI IMPORTAZIONE

Per l'accertamento doganale, occorre presentare all'autorità doganale, in via elettronica, i seguenti documenti accompagnatori che fanno parte del plico documentale:

- Fattura commerciale;
- Packing list;
- Documento di trasporto;
- Certificato di origine;
- Certificato di analisi eventualmente accompagnato, laddove necessario, dal certificato di tipicità.

Se l'analisi documentale risulta conforme, si passa all'analisi a campione presso laboratori accreditati al Ministero Brasiliano delle Politiche Agricole di modo da confermare se sono veritiere le informazioni dichiarate nei certificati di analisi fatti all'origine. A tale scopo, vengono prese due bottiglie/contenitori di ciascun prodotto spedito.

Superata l'analisi qualitativa, se non sono state riscontrate anomalie o difformità, viene emesso il Certificato di Ispezione e quindi, differita la Licenza di Importazione.

Si passa quindi, alla registrazione della Dichiarazione Doganale ed alla quantificazione degli oneri doganali che devono essere pagati dall'importatore. Con l'assolvimento degli oneri avviene il rilascio della bolletta doganale di importazione (Comprovante de Importação). Dopodiché, viene emessa la fattura in entrata e avviate le procedure per il ritiro della merce.

CONTINGENTE DOGANALE

Non previsto.

BIOTERRORISM ACT

Non previsto.

NOTIFICA PREVENTIVA

Non prevista.

REGISTRAZIONE ETICHETTE

Non prevista.

DAZI E IMPOSTE A CARICO DELL'IMPORTATORE

Le principali imposte/contributi che incidono sulle importazioni sono:

- **Dazio**, imponibile su tutti i prodotti importati provenienti da paesi con i quali il Brasile non ha accordi di collaborazione che ne preveda l'esenzione totale o parziale. L'aliquota varia dallo Zero al 18%. Nel caso dei vini (compresi i fortificati) e gli spumanti, è pari al 16%;
- **IPI** (Imposta sui Beni Industriali), tributo federale, con aliquota diversa a seconda del prodotto, da Zero al 40%. Nel caso dei vini, l'aliquota è pari al 6,5% (13% nel caso di vini liquorosi);
- **PIS/PASEP** e **COFINS**, contributi destinati all'integrazione sociale ed alla formazione degli impiegati e funzionari della pubblica amministrazione, nonché al finanziamento della sicurezza sociale. Nel caso degli aceti, l'aliquota della PIS/PASEP è del 2,10% e quella della COFINS del 9,65%;
- **AFRMM**, contributo pari all'8% sul nolo marittimo destinato a formare un fondo per la rinnovazione della marina mercantile brasiliana;

- **Costi vari considerare:** brokeraggio doganale (Euro 415,00), magazzino doganale (varia da Porto/Aeroporto a Porto/Aeroporto. A Santos, un container da 20" paga 0,90% sul valore CIF per i primi 10 gg o frazioni – minimo R\$ 2.759,01), trasporto dal Porto/Aeroporto al destino finale (dipende dall'ingombro e dalla distanza); assicurazione sul trasporto dal Porto/Aeroporto fino al destino finale; movimentazione (dipende dall'ingombro e quindi, dal numero di operai necessari, muletti ecc.); costi amministrativi (minimo Euro 100);
- **ICMS** (Imposta sulla Circolazione delle Merci e dei Servizi). Imposta statale, con aliquote che variano a seconda del prodotto e/o servizio, nonché dello Stato, dal 4% al 25%. È calcolata sul valore CIF + Dazio + IPI + Altri contributi e Costi di Sdoganamento (compresi quelli sopra citati), oltre che sull'ICMS stessa (cosiddetto calcolo "sotto cento").

SISTEMA DI CALCOLO DELLE ACCISE

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.

Per il calcolo del **DAZIO**, **IPI**, **PIS/PASEP** e **COFINS**, l'Ufficio Doganale (Receita Federal) mette a disposizione un [calcolatore](#) in cui l'interessato inserisce la voce doganale del prodotto ricercato, il valore CIF della merce e la rispettiva valuta ed il calcolatore restituisce gli oneri in reais da assolvere.

Per maggiori informazioni in merito, si invitano gli interessati a rivolgersi all'Ufficio di San Paolo dell'Agenzia ICE.

SPECIFICA SUL COMMERCIO ELETTRONICO

Il Brasile è il terzo mercato per l'acquisto di vino attraverso i canali online, con circa il 12% delle bottiglie vendute via web, dopo la Cina ed il Regno Unito.

Oltre alla facilità di ricevere i prodotti desiderati a casa, la società di consulenza Wine Intelligence sottolinea che fattori come prezzo, varietà dell'offerta ed ampiezza di informazioni attirano sempre più i consumatori verso questa modalità di acquisto.

Sono oltre 8 milioni i consumatori brasiliani di vino online, di cui 1,7 milioni fanno acquisti regolari su Internet. Il consumatore on line è normalmente giovane, con una maggiore disponibilità a conoscere le novità e reddito.

Purtroppo, la legislazione brasiliana vieta l'importazione di bevande alcoliche (compresi i vini) per consumo proprio, anche di poche unità, dovendo l'importatore essere previamente accreditato presso il Ministero Brasiliano delle Politiche Agricole, pratica seguita solo dagli importatori.

APPROFONDIMENTI, NOTE O DOCUMENTI SECONDO IL PAESE IMPORTATORE

SPEDIZIONE CAMPIONATURA

Le spedizioni via corriere di bevande alcoliche e di prodotti alimentari di origine animale, come salumi, formaggi, e miele, possono avere come destinatario esclusivamente aziende registrate presso la dogana brasiliana e quindi, in possesso del RADAR, l'autorizzazione che permette loro di importare. La procedura richiede la nomina di un broker doganale per lo sdoganamento ed il pagamento di imposte, con oneri a carico dell'importatore che spesso rendono la pratica di difficile attuazione.

PRINCIPALI EVENTI

☞ ANUFOOD BRAZIL

www.anufoodbrazil.com.br

Anufood Brazil è la versione brasiliana dell'omologa fiera tedesca specializzata esclusivamente in prodotti alimentari e bevande. Organizzata in Brasile dalla Koelnmesse Organização de Feiras, l'edizione 2022 si è tenuta presso il quartiere fieristico Imigrantes, dal 12 al 14 aprile, ed ha riunito su un'area espositiva di circa 14.000mq intorno a 12 mila visitatori e 300 espositori in rappresentanza di 300 marchi brasiliani e di altri 16 paesi, tra cui Germania, Argentina, Bulgaria, Cile, Grecia, Olanda, Portogallo e Italia.

APAS SHOW

www.apasshow.com

Fiera annuale dedicata ai prodotti e servizi per i supermercati. Nel 2022, ha registrato circa 850 espositori provenienti da 22 paesi ed oltre 58 mila visitatori in rappresentanza di circa 11 mila aziende. L'Agenzia ICE ha partecipato all'edizione 2022 ed è prevista la partecipazione all'edizione 2023, dal 15 al 18 maggio presso il quartiere fieristico Expo Center Norte.

☞ FISPAL FOOD SERVICE

www.fispalfoodservice.com.br

Fispal Food Service è la più importante manifestazione annuale in America Latina dedicata ai prodotti ed alle tecnologie per il *food service* (bar, ristoranti, gelaterie, pizzerie ecc.). La scorsa edizione, realizzata a giugno 2022, presso il quartiere fieristico Expo Center Norte, ha riunito 470 espositori, in rappresentanza di 1.800 marchi e ha contato sulla presenza di oltre 50.000 visitatori. La prossima edizione è prevista dal 13 al 16 giugno 2023.

☞ SUPER RIO EXPO FOOD

www.sretradeshow.com.br/

L'evento è organizzato dall'Associazione dei Supermercati dello Stato di Rio de Janeiro, ed è dedicato alla promozione di prodotti alimentari e bevande sia per i canali *on-trade* che *off-trade*. A cadenza annuale, la prossima edizione sarà realizzata nell'ultima decade del 2023, presso il quartiere fieristico Rio Centro, di Rio de Janeiro.

L'edizione 2022 ha visto la partecipazione oltre 500 marchi in esposizione (praticamente tutti nazionali), più di 56 mila visitatori e circa 100 incontri seminariali/formativi.

☞ PROWINE SÃO PAULO

www.prowinesaopaulo.com

Fiera di vini e distillati. È stata 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. La scorsa edizione, realizzata dal 27 al 29 settembre, ha visto la partecipazione di oltre 450 espositori e 900 marchi (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 cantine, tra cui molte francesi e diversi altri internazionali) che hanno potuto presentare i propri prodotti ad un pubblico qualificato di importatori, giornalisti e *buyers*. La prossima edizione è in

calendario dal 03 al 05 ottobre 2023 presso il Quartiere Fieristico Expo Center Norte, di San Paolo. È in corso di valutazione una partecipazione collettiva dell'Agenzia ICE.

☞ WINE SOUTH AMERICA

www.winesa.com.br

Organizzata da Veronafiore, la manifestazione fieristica ha cadenza annuale e nel 2022 è giunta alla terza edizione, con la presenza di sommelier, *buyers*, giornalisti. È stata realizzata dal 21 al 23 settembre, presso il Centro Fieristico Fundaparque di Bento Gonçalves, città della cosiddetta Valle dei Vigneti, conosciuta per la forte presenza migratoria italiana e per l'importante produzione vitivinicola.

Realizzata su un'area espositiva di circa 10 mila mq (+20% rispetto all'edizione precedente), l'evento ha riunito 360 marchi, di cui 240 brasiliani e 120 internazionali provenienti da Argentina, Cile, Francia, Georgia, Italia, Portogallo, Romania, Slovenia, Spagna e Uruguay. Tra le partecipazioni estere, quelle di maggior rilevanza erano la collettiva argentina e due regionali cilene, oltre a quella italiana.

Diretta esclusivamente ad operatori del settore, tra i quali delegazioni di top buyer e giornalisti provenienti da tutto il Brasile e da paesi limitrofi, la manifestazione ha ricevuto circa 6 mila visitatori di tutto il paese.

L'edizione 2023 è in agenda dal 12 al 14 settembre presso il quartiere fieristico di Bento Gonçalves (Stato di Rio Grande do Sul). È allo studio la realizzazione di un padiglione ufficiale italiano.

LINK UTILI

☞ ABAD – Associazione Brasiliana dei Distributori e Grossisti

www.abad.com.br

☞ ABRACOHR – Associazione Brasiliana dei Buyer per il Foodservice (Ristoranti ed Alberghi)

www.abrchr.com.br

☞ ABRAS – Associazione Brasiliana dei Supermercati

www.abras.com.br

☞ ABRASIL – Associazione Brasiliana dei Bar e Ristoranti

www.abrasel.com.br

☞ ANAV – Associazione Brasiliana dei Produttori di Aceti

www.anav.com.br

- ☞ ANVISA – Agência Brasileira Vigilância Sanitária
www.portal.anvisa.gov.br
- ☞ APAS – Associação dos Supermercados do Estado de São Paulo
www.portalapas.org.br
- ☞ BCB – Banco Central do Brasil
www.bcb.gov.br
- ☞ BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
www.bndes.gov.br
- ☞ CNA – Conselho Nacional de Agricultura
www.cna.com.br
- ☞ EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
www.embrapa.br
- ☞ IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
www.ibge.gov.br
- ☞ IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho
www.ibravin.org.br
- ☞ MAPA – Ministério Brasileiro das Políticas Agrárias
www.agricultura.gov.br

PUBBLICAZIONI SPECIALIZZATE

- ☞ DISTRIBUIÇÃO
<https://distribuicao.abad.com.br>
- ☞ GO WHERE
www.gowhere.com.br
- ☞ PRAZERES DA MESA
www.prazeresdamesa.uol.com.br
- ☞ REVISTA ADEGA
www.revistaadega.uol.com.br
- ☞ REVISTA SABORES DO SUL
www.revistasaboresdosul.com.br
- ☞ SUPERHIPER

www.abras.com.br/superhiper/ultima-edicao



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 