

Brasil



Uma Visão sumária sobre o Mercado

Fonte: Wine Intelligence

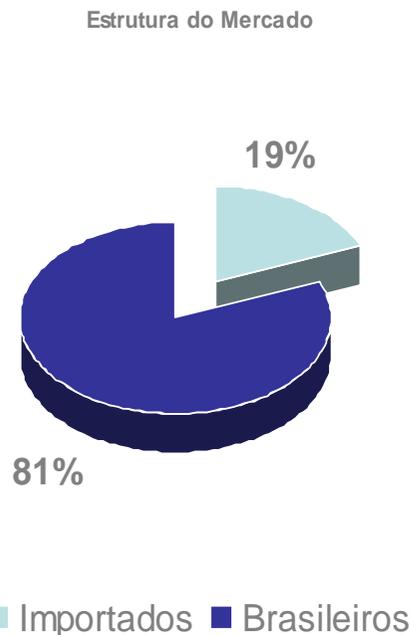
Abril 2011

Um mercado jovem, com níveis de penetração e de consumo per capita muito baixos



O Brasil é o 14º mercado mundial de vinhos tranquilos (cerca de 2,961 milhões de hl), com um consumo per capita ainda pequeno (2,2lit) e está concentrado nos estados do litoral, com destaque para São Paulo.

Cerca de 4/5 do mercado é feito por vinhos nacionais, de um modo geral de menor qualidade e de preço mais baixo.



O mercado tem tido uma evolução negativa (-3%/ano) após um pico de consumo em 2005, mas **com duas dinâmicas muito distintas:**

- ❑ **um decréscimo médio anual dos vinhos domésticos de 5%**
- ❑ **um crescimento médio anual de vinhos importados de 11%**

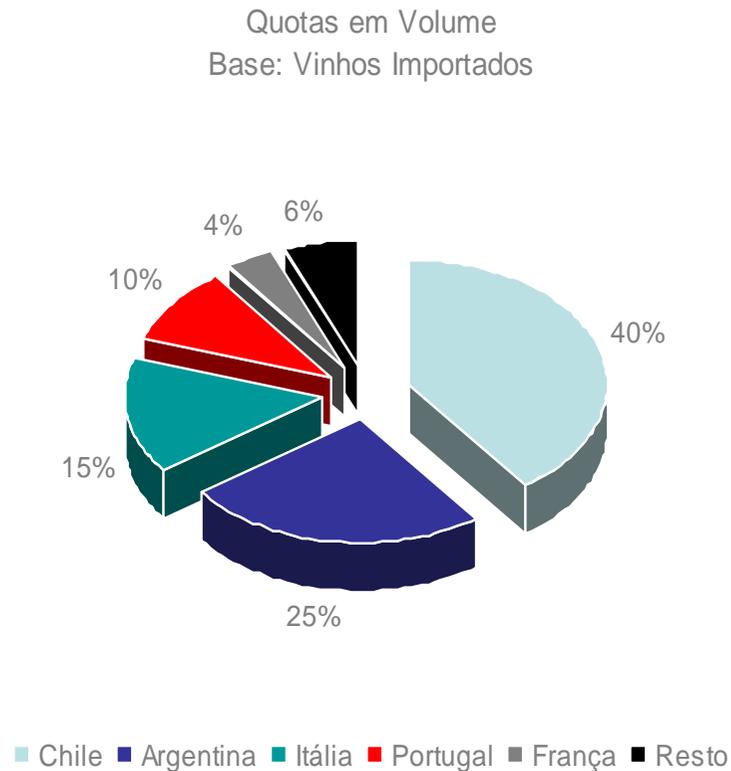
Um mercado dicotômico dinamizado pela faixa de consumidores de estrato social mais elevado

O segmento de vinhos importados cresce de forma saudável e é dominado pelos países do Mercosul e Europeus



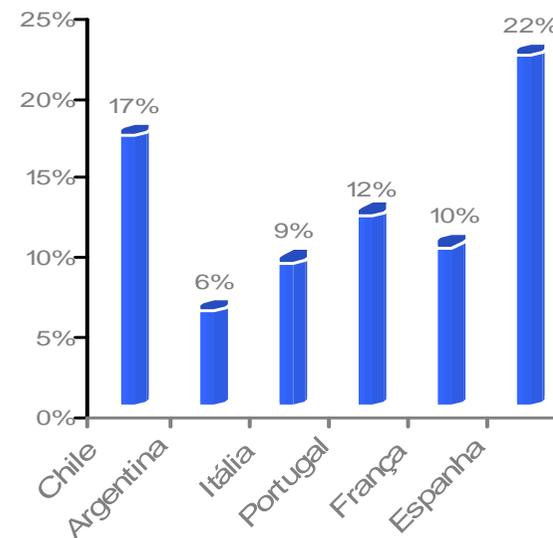
Os vinhos importados são o segmento que está a dinamizar o mercado:

- 2/3 deste segmento é feito pela Argentina (Mercosul) e Chile
- o restante do mercado é dominado por vinhos europeus
- Portugal é 4º país exportador. No mercado total a sua quota é de 2%



Os vinhos importados registam fortes crescimentos em volume, com especial destaque para:

- Chile pelo volume de base
- Espanha, o que mais cresce
- Portugal, que solidifica o seu 4º lugar e pode estabelecer como objectivo atingir o 3º lugar

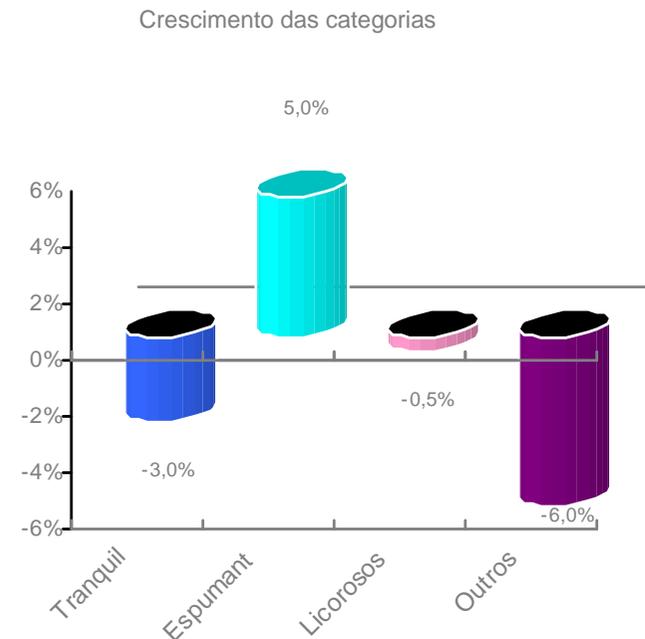
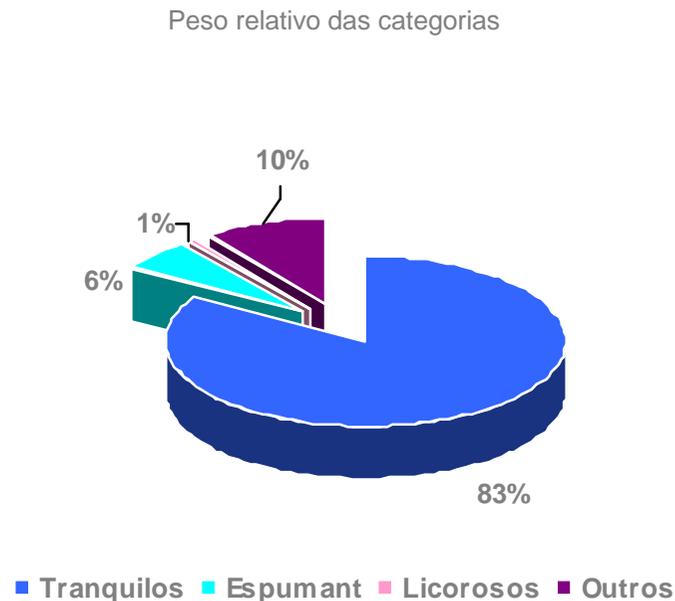




Os vinhos espumantes são a categoria que mais cresce.
Os vinhos licorosos têm uma expressão muito pequena

Os Espumantes (*Sparkling wines*) com 6% do mercado em volume, são o segmento com maior dinâmica de crescimento (CAGR 2005-2009 em volume de 6%). Portugal tem uma presença residual nesta categoria.

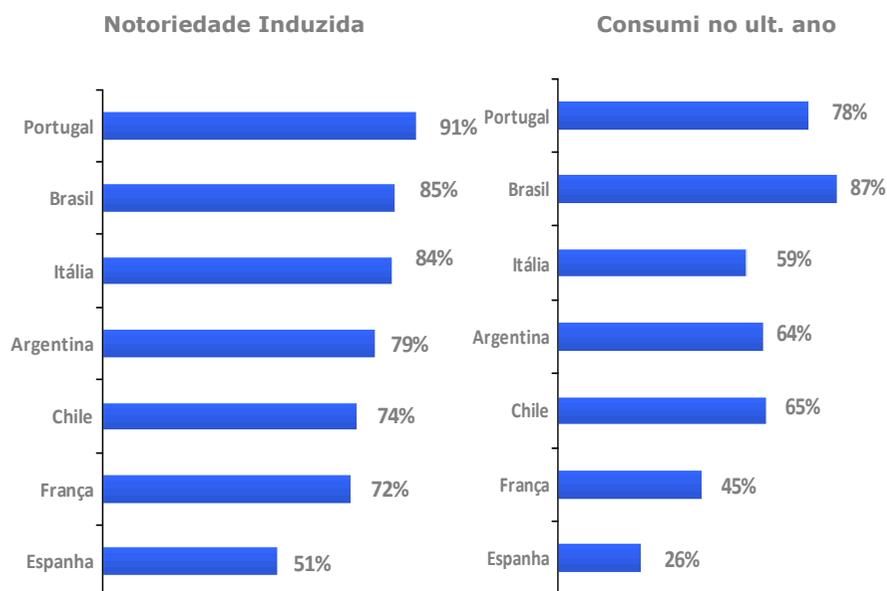
As bebidas licorosas (*Fortified*), têm uma expressão residual neste mercado, basicamente repartido entre produtos locais e **vinho do Porto (44% de quota de mercado de licorosos)** e ainda **consegue crescer 2%.**, mas de uma base muito reduzida (95 mil caixas em 2009).



Os vinhos portugueses têm uma presença muito forte no imaginário do consumidor brasileiro



Portugal é o país mais conhecido pelos brasileiros como produtor de vinho, e entre os vinhos importados o que tem uma maior penetração (perde por ter uma inferior frequência de consumo face aos vinhos chilenos e argentinos, a que não é alheio o factor preço).



Para além de conhecidos, os vinhos portugueses têm uma excelente afinidade com os consumidores, só suplantada ligeiramente pelos vinhos italianos.

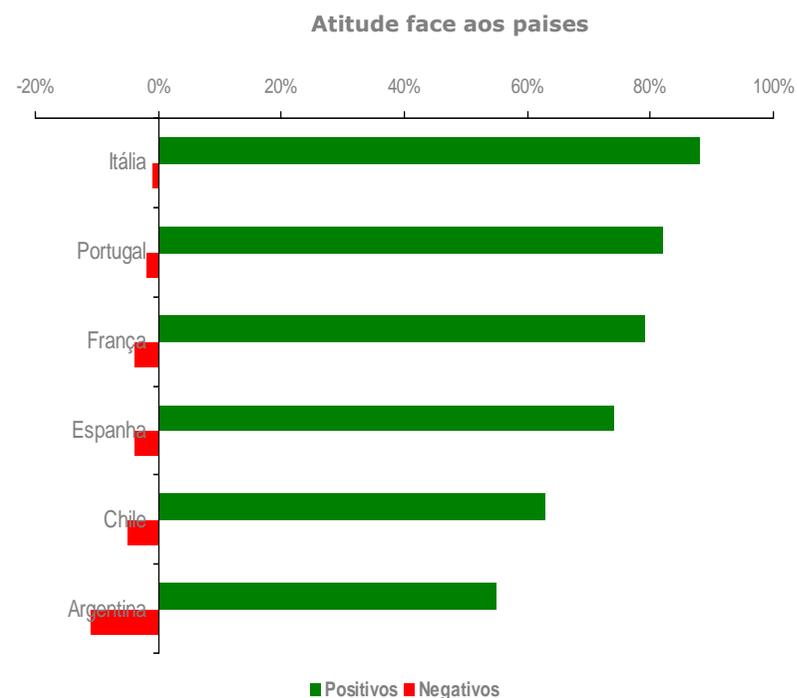
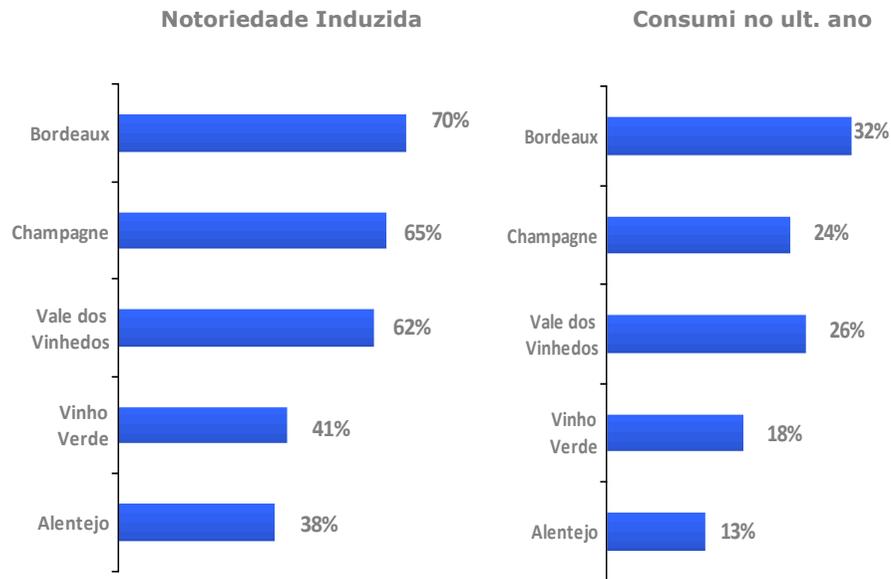


Imagem extensiva a algumas das nossas regiões e mesmo marcas (facto só extensivo aos restantes PALOP)



Esta notoriedades dos vinhos portugueses, suas regiões e marcas, não tem qualquer paralelo com outros mercados competitivos e com a dimensão do Brasil.



Lugar no Ranking Mais Conhecidos
 Vinho Verde - #9
 Alentejo - #10

Lugar no Ranking Maior Penetração
 Vinho Verde - #6
 Alentejo - #9

O trabalho desenvolvido por diferentes entidades associativas e pelos produtores, tem no Brasil resultados visíveis

- um conhecimento elevado do consumidor brasileiro de regiões como o Alentejo e Vinho Verde (e Douro embora sem esta no Top 10)
- marcas referência, com Periquita no Top 10, o que é notável dada a dimensão média das marcas nacionais

São elementos que demonstram a capacidade dos vinhos portugueses penetrarem no mercado brasileiro, o que o torna potencialmente a prioridade nº 1 em termos de investimento

| Marcas | Awareness | Penetração | Rank (Penetração) |
|-----------|-----------|------------|-------------------|
| Periquita | 43% | 18% | 8 |

Penetração = beberam nos últimos 3 meses



EXPORTAÇÃO BRASIL O VINHO PORTUGUÊS

Elaborado por Instituto da Vinha e do Vinho, IP

Fonte: INE, IP

PORTUGAL E O MERCADO DO BRASIL



A exportação de vinho português para o Brasil em 2010:

Volume: **74.100 hl**
(823.600 caixas 9 litros)

Valor: **20 milhões de euros**

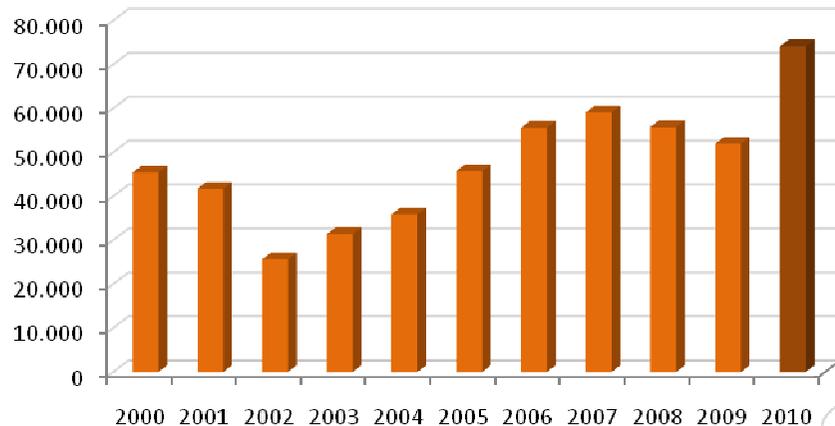
Nas exportações portuguesas:

BRASIL ocupa o 6º lugar
em volume e em valor

EVOLUÇÃO DO MERCADO

Em volume

(hectolitros)



Face a 2009:
 crescimentos **superiores a 40%**
 em volume e valor

Em 2010

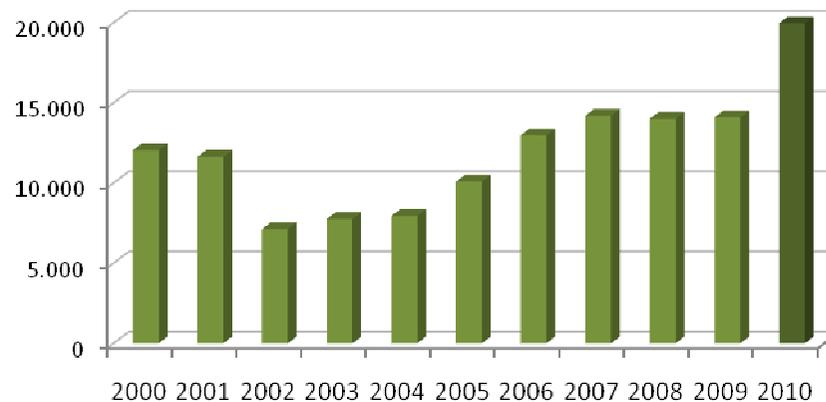
As exportações para o Brasil atingiram os valores mais elevados de sempre

A 10 anos

Um crescimento médio anual de **6%**

Em valor

(1.000 €)



OS MERCADOS DE EXPORTAÇÃO



O BRASIL representa **6%** do valor das nossas exportações

É o **3º** maior mercado fora da UE

QUESTÕES:

- CUSTO DA IMPORTAÇÃO – IMPOSTOS e TAXAS**
- FORMALIDADES NA EXPORTAÇÃO**
- SELAGEM DAS EMBALAGENS**

ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE IMPORTAÇÃO

Exemplo

3.000 garrafas vinho mesa
(13.000 € FOB)

Acréscimo de valor na
exportação

+124% do v. FOB

| | | |
|------------------------------------|------------------------------|--------------|
| Cliente: ICEP | Data: | 01-01-10 |
| Origem: Portugal | Moeda: | Euros |
| Porto de Embarque: Porto | FOB: (EUR 1,00 por €) | 13.000,00 |
| Porto de Destino: Santos | Frete: (estimado) | 1.300,00 |
| Local da Entrega: São Paulo | Taxa de Conversão / U | 2,1800 |
| Produto: Vinhos de Mesa | Taxa de Conversão / E | 2,8000 |
| | Quantidade: garrafas | 13.000 |
| NCM: 2204.21.00 | Dimensão | 1 ctn de 20' |
| | Inco term: | FOB |

| CUSTO CIF | | |
|--|--|------------------|
| FOB | | 13.000,00 |
| | CIF | 14.335,75 |
| TAXAS DE IMPORTAÇÃO | | |
| Licença de Importação - DECEX | | |
| LI Substitutiva | | |
| Licença de Importação - M. Agricultura | R\$100,00 | 35,71 |
| LI Substitutiva - Ministério da Saúde | | |
| Declaração de Importação - DI | R\$120,00 | 42,86 |
| | | 78,57 |
| DESPESAS COM O DESEMBARQUE | | |
| AFRMM | 25,00% | 325,00 |
| Capatazia Porto | C.S. R\$ 30,00 / ton; 20' R\$ 205,00; 40' R\$ 255,00 | 73,21 |
| Armazenagem Porto | 0,65% 1 Período | 93,18 |
| Desconsolição | US\$ 80,00 | 62,29 |
| Liberacão de B/L | R\$150,00 | 53,57 |
| Complemento de Seguro - Nacional | 0,25% | 38,57 |
| Despachante | 1,00% mín 2,0 sal mín | 143,36 |
| S D A | 2% sobre CIF; Max: R\$ 584,00; Min: R\$ 292,00 | 208,57 |
| Despesas retirada de amostra (MA) | R\$120,00 | 42,86 |
| Frete Entrega - São Paulo | R\$1.000,00 | 357,14 |
| Contrato de Câmbio + Corretagem | US\$ 50,00 | 38,93 |
| | C.S. = carga solta Sal. Min. = R\$ 415,00 | 1.436,68 |
| IMPOSTOS DA NACIONALIZAÇÃO | | |
| Imposto de Importação | 27,00% | 3.870,65 |
| IPI - Nacionalização | 10,00% | 1.820,64 |
| PIS - Nacionalização | 1,65% | 394,35 |
| Cofins - Nacionalização | 7,60% | 1.816,39 |
| Taxa Siscomex - D.I. + 01 adição | R\$40,00 | 14,29 |
| ICMS | 18,00% | 5.340,50 |
| | | 13.256,81 |
| CUSTO TOTAL DE NACIONALIZAÇÃO | | |
| | | 29.107,81 |

QUESTÃO ACTUAL: COLOCAÇÃO DO SELO

Instrução Normativa SER n.º 504 de 3 de Fevereiro 2005 – obrigatoriedade de selagem em todas as embalagens de vinhos nacionais e importados que entrou em vigor a partir de Janeiro de 2011

⇒ Quando e Onde se coloca o selo?

- a. no porto desde 1 de Janeiro de 2011 (IN 1026 de 16 de Abril 2010)
- b. no estabelecimento do importador desde Março de 2011 (IN 1128 de Fevereiro de 2011)
- c. na origem (no produtor) a partir de Junho de 2011 (IN 1135 de 18 de Março 2011)**

⇒ Como?

1. Importador requer ao Delegado da DRF ou Defic do seu domicilio fiscal o fornecimento do selo, prestando a seguinte informação:
 - a. Nome do fabricante no exterior
 - b. Quantidade de unidades, marca e características físicas do produto a importar
 - c. Preço do fabricante no país de origem, preço FOB e preço a retalho a que será comercializado no Brasil

QUESTÃO ACTUAL: COLOCAÇÃO DO SELO (cont.)

2. O Delegado da DRF ou Defic com base na informação:
 - a. ACEITA o requerimento e divulga através de ADE publicado no DOU a identificação do importador, a marca comercial e características do produto a quantidade e o tipo e cor dos selos
 - b. NÃO ACEITA, comunica o facto ao requerente
3. O importador tem 15 dias para pagar os selos e retirá-los da SRF
4. Os selos são remetidos pelo importador ao fabricante no exterior para serem colocados em cada unidade de produto
5. O importador tem 90 dias para efectuar o registo da declaração de importação (pode ser prorrogado apenas 1 vez)

QUESTÃO ACTUAL: COLOCAÇÃO DO SELO

(cont.)

3. No desembaraço aduaneiro as bebidas que tiverem sido seladas no exterior a unidade da SRF onde se processar deve observar:
 - ➡ a. Se as bebidas importadas correspondem à marca comercial e se estão devidamente seladas
 - ➡ b. Se a quantidade corresponde
 - ➡ c. Se na embalagem constam todas as informações exigidas

QUESTÃO ACTUAL: COLOCAÇÃO DO SELO

A partir de Janeiro de 2012 grossistas e retalhistas não podem comercializar vinhos sem o controle do selo

➡ Por resolver:

Garrafas de vinhos importadas antes de Janeiro de 2011 e que não sejam vendidas até Janeiro de 2012