

# Brasil



**Uma Visão sumária sobre o Mercado**

Fonte: Wine Intelligence

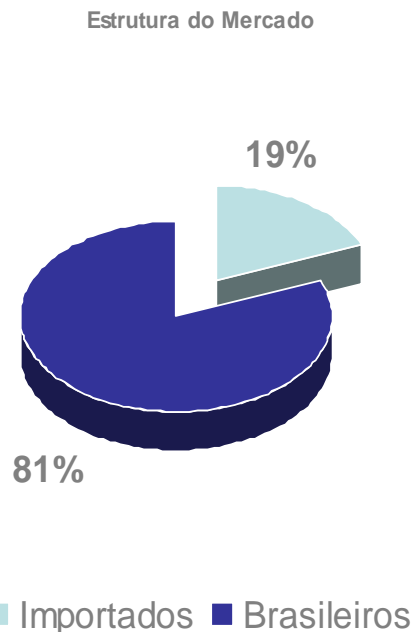
Abril 2011

## 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%**

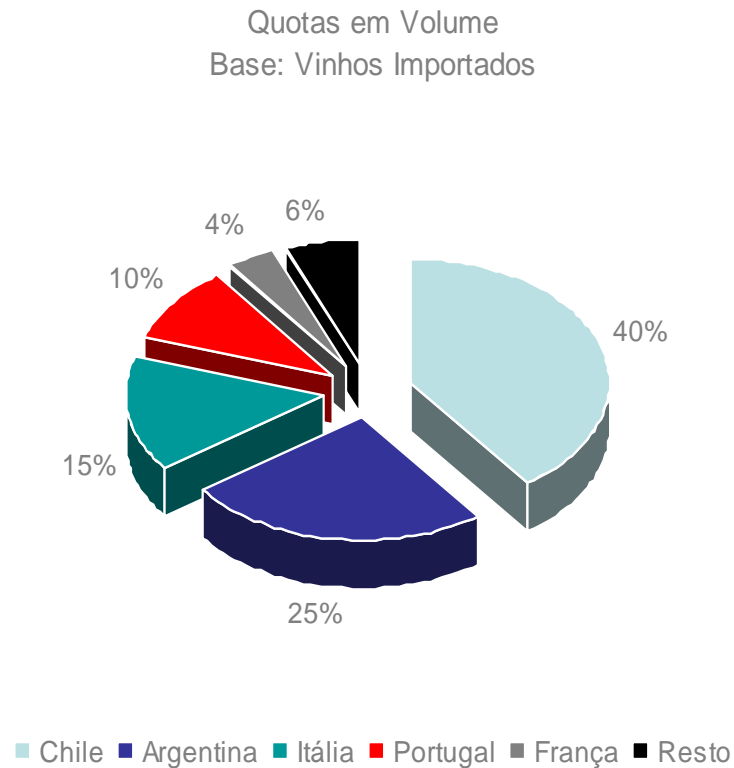
Um mercado dicotômico dinamizado pela faixa de consumidores de estrato social mais elevado

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



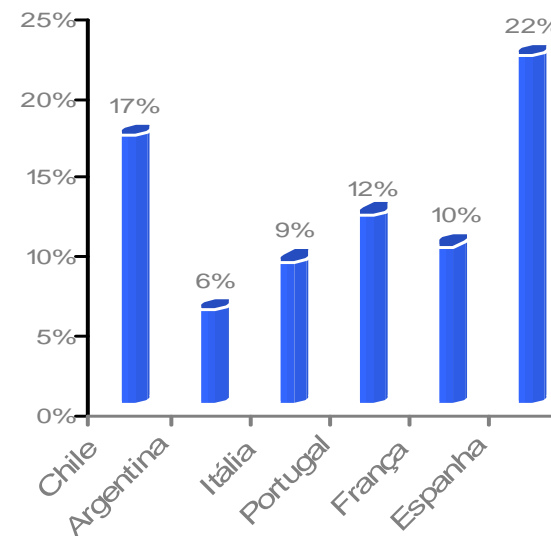
Os vinhos importados são o segmento que está a dinamizar o mercado:

- 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

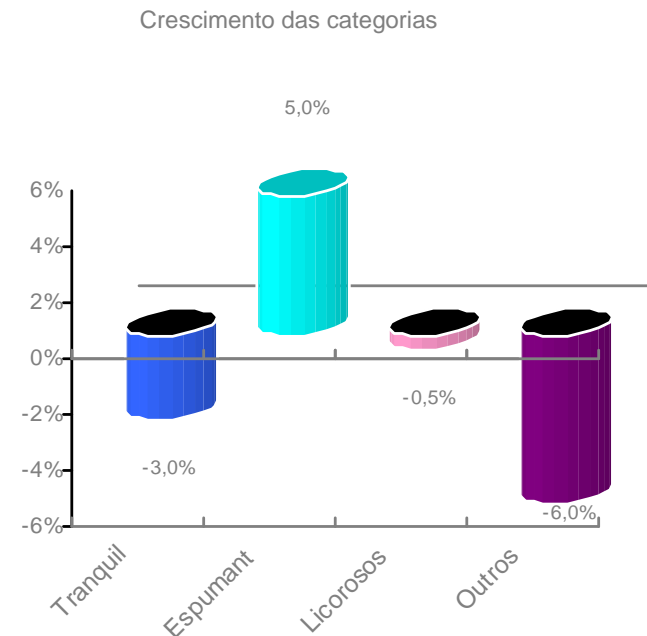
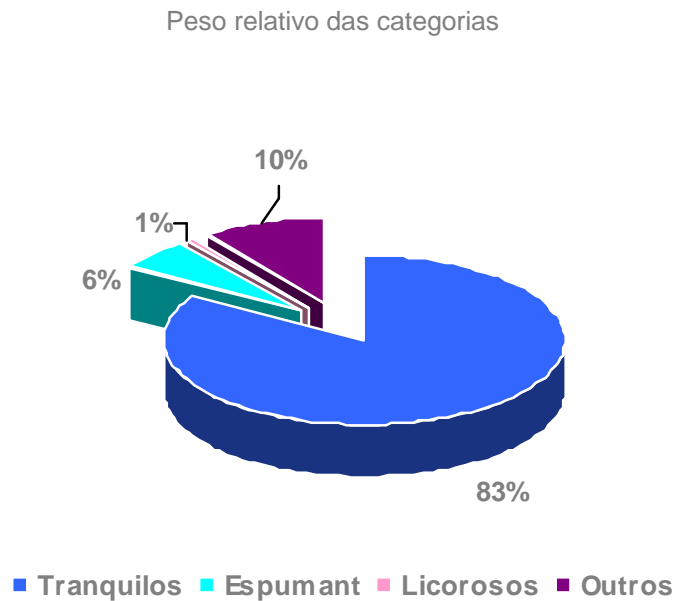


Os vinhos espumantes são a categoria que mais cresce.  
Os vinhos licorosos têm uma expressão muito pequena



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.

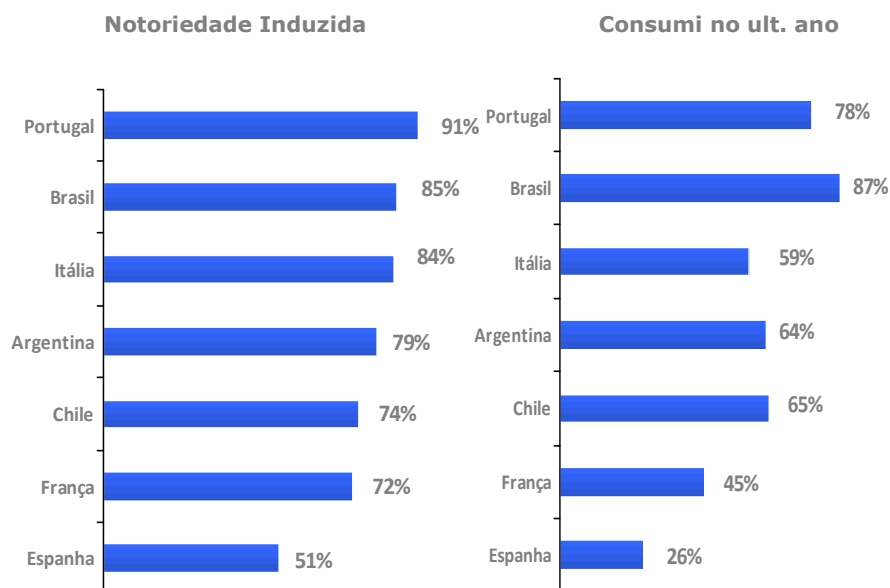
As bebidas licorosas (*Fortified*), têm uma expressão residual neste mercado, basicamente repartido entre produtos locais e **vinho do Porto (44% de quota de mercado de licorosos)** e ainda **consegue crescer 2%.**, mas de uma base muito reduzida (95 mil caixas em 2009).



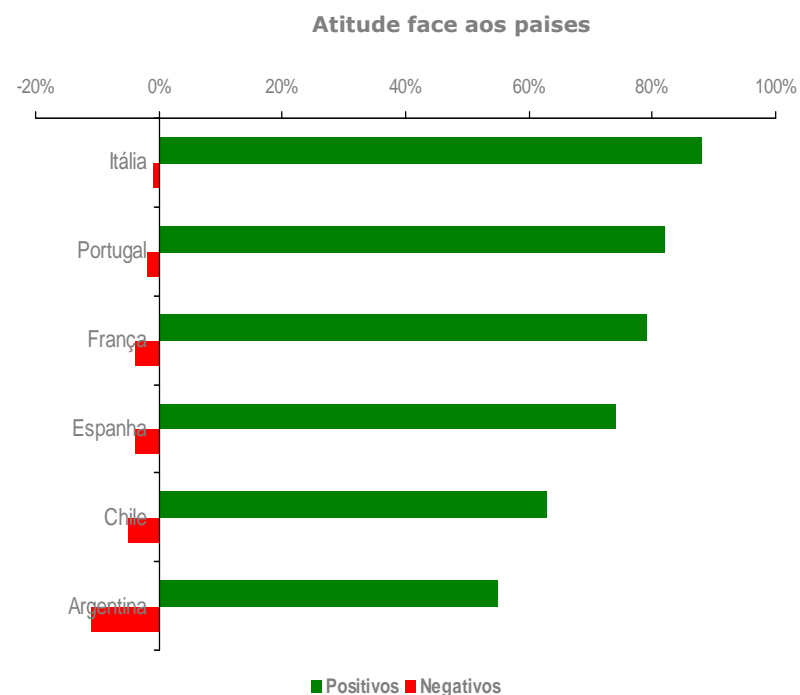
# Os vinhos portugueses têm uma presença muito forte no imaginário do consumidor brasileiro



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).



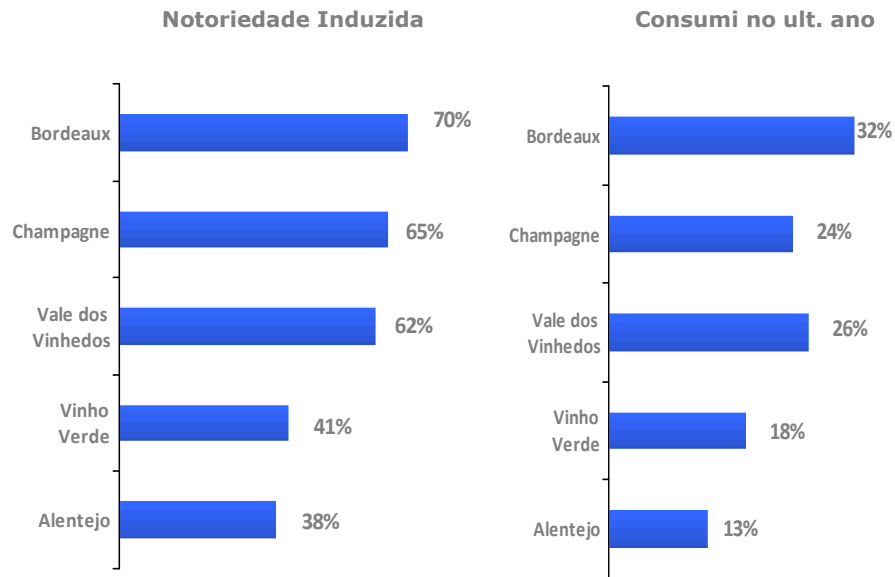
Para além de conhecidos, os vinhos portugueses têm uma excelente afinidade com os consumidores, só suplantada ligeiramente pelos vinhos italianos.



# 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:**

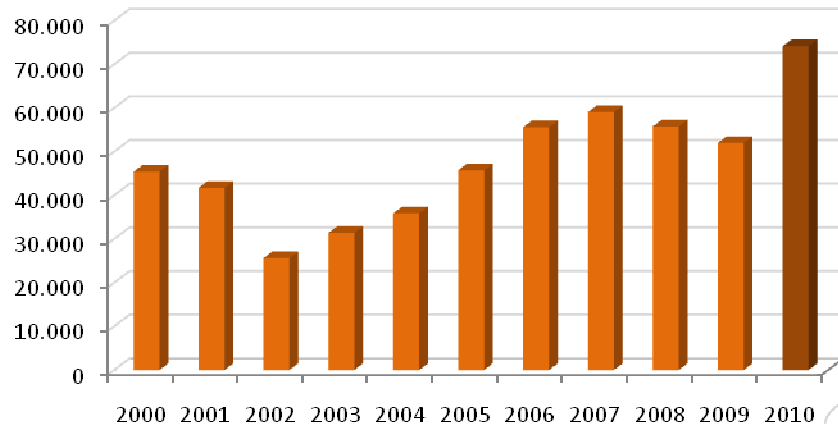
***BRASIL ocupa o 6º lugar***  
***em volume e em valor***



## EVOLUÇÃO DO MERCADO

Em volume

(hectolitros)



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

Em 2010

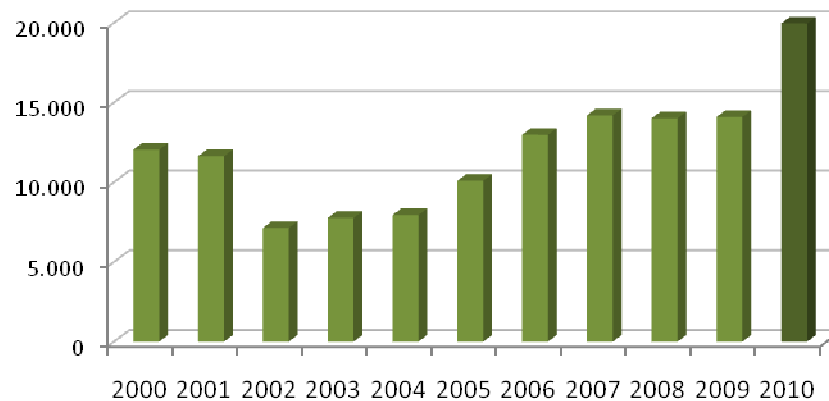
**As exportações para o Brasil atingiram os valores mais elevados de sempre**

A 10 anos

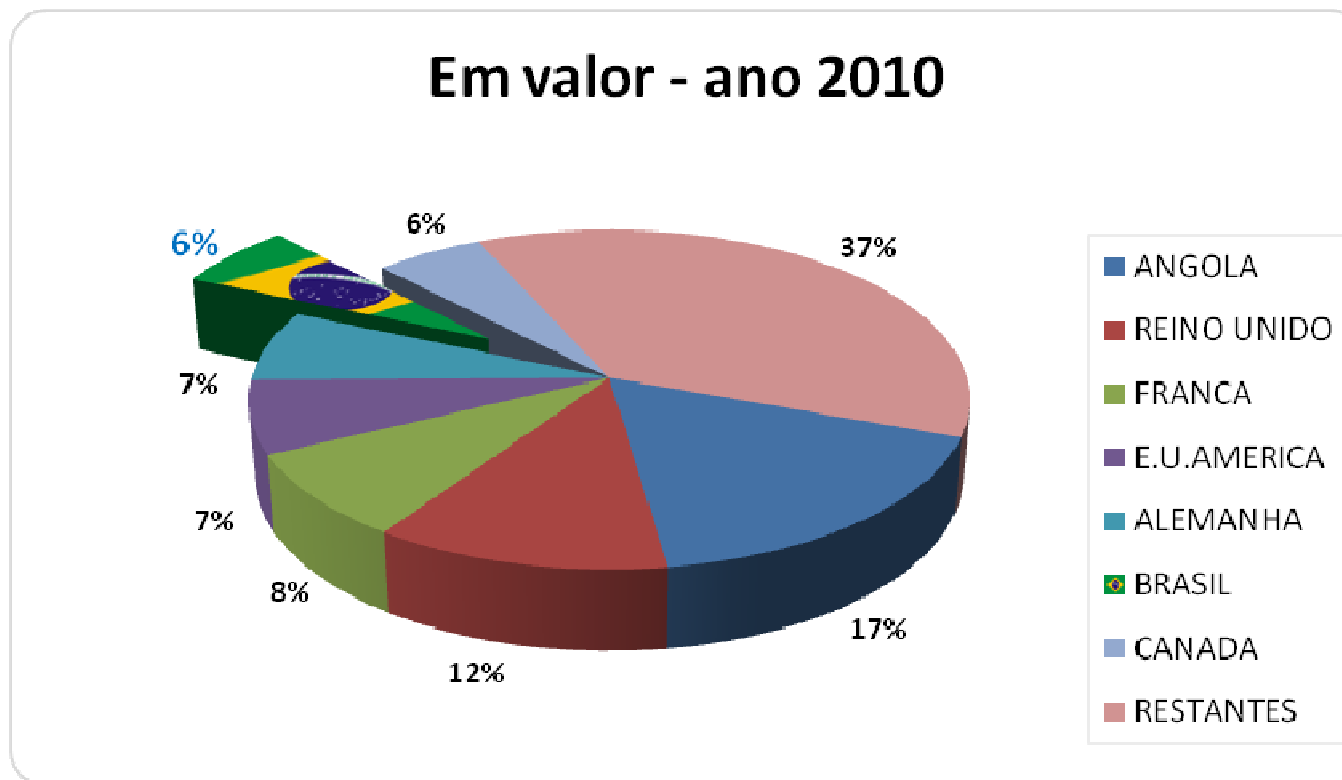
Um crescimento médio anual de **6%**

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

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

<i>CUSTO CIF</i>		
FOB		13.000,00
	<b>CIF</b>	<b>14.335,75</b>

<i>TAXAS DE IMPORTAÇÃO</i>		
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
		<b>78,57</b>

<i>DESPESAS COM O DESEMBARQUE</i>		
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
	<b>C.S. = carga solta Sal. Min. = R\$ 415,00</b>	<b>1.436,68</b>

<i>IMPOSTOS DA NACIONALIZAÇÃO</i>		
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
		<b>13.256,81</b>

<i>CUSTO TOTAL DE NACIONALIZAÇÃO</i>		
		<b>29.107,81</b>

### 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