

# AGROALIMENTARE: Opportunità in Brasile per i prodotti italiani del settore agroalimentare

## Opportunità di investimento per le PMI italiane

L'economia brasiliana vive un momento di forte crescita economica, ciò grazie ad una moneta forte e all'aumento delle esportazioni di materie prime. Tale crescita è sostenuta anche dalle ottime prospettive delle attività realizzate per la produzione del petrolio, l'esportazione di prodotti agro business, di minerali ferrosi e biocombustibili.

Dalla crescita dell'economia brasiliana, due classi sociali hanno avuto il maggiore beneficio: la classe media con un reddito tra R\$ 1.116 e R\$ 4.807 (da € 500 a € 2.000 circa) che rappresenta circa 100 milioni di brasiliani; e quella più abbiente, passata da 130 mila persone nel 2006 a 200 mila nel 2010.

Con lo scenario economico favorevole, i consumatori della classe media ricercano sempre più qualità, brand, packaging appropriati e prezzo competitivo. Molti brasiliani delle classi economiche alte vengono a conoscenza dei prodotti italiani di qualità nei loro viaggi all'estero e nei ristoranti italiani dei grandi centri urbani locali.

Le regioni del Sud e del Sud-Est del Paese, d'influenza gastronomica europea ed italiana, presentano abitudini alimentari simili a quelle italiane, con una grande varietà di pizze, paste, tortellini in brodo e panettoni al cioccolato. In aumento l'uso dei prodotti biologici nelle classi più abbienti. La media di consumo di alimenti biologici, come verdura ed insalata, è del 17% per la classe A, 13% per la classe B e 8% per la classe C.

Da evidenziare l'aumento del reddito dei brasiliani nelle classi basse D e E dove la proporzione del consumo per alimenti è maggiore rispetto alle classi più abbienti e la qualità dei prodotti alimentari è anche in aumento.

Le regioni Nord, Nord-Est e Centro-Ovest hanno visto aumentare il consumo nel 2009 del 14%, mentre a San Paolo la crescita è stata del 3%. La regione centro occidentale, Mato Grosso, Mato Grosso del Sud, Goiás e Distrito Federal, presenta consumi in forte crescita che superano la crescita media nazionale del 10,4%.

### **Vendita al dettaglio e grossisti:**

Secondo l'ABRAS, Associazione Brasiliana dei Supermercati, i due maggiori leader della vendita al dettaglio di alimentari sono: il "Pão de Açúcar", con 600 negozi ed un fatturato annuo di circa € 11,4 miliardi, e Carrefour, con 500 negozi ed un fatturato annuo di circa € 11,1 miliardi.

Entrambi ricercano partnership stabili e durature con i loro fornitori locali ed esteri. *I marchi esteri sono molto apprezzati e ricercati.* Generalmente il prezzo del prodotto varia anche in funzione dei prodotti offerti localmente.

Le grandi reti di vendita al dettaglio acquistano i prodotti considerati Premium, o di alto livello, da società d'importazioni specializzate, generalmente in medio-grandi volumi.

I retailers alimentari distribuiscono una vasta varietà di prodotti importati, come pasta, riso, sughi, olio di oliva, prosciutti e salumi, tradizionalmente di marchi italiani. Il segmento di alto livello rappresenta una nicchia di mercato, stimata nel 2010 al 4% dell'intero mercato degli alimentari in Brasile.

Alcune società di importazione annoverano tra i loro clienti: empori, ristoranti ed alberghi di alto livello oltre ai consumatori finali tradizionali. I responsabili delle società d'importazione brasiliane partecipano spesso a fiere o eventi specifici in Italia al fine di conoscere i prodotti disponibili e prendere contatto con i produttori locali.

Realizzazione:



Appoggio promozionale



Informazioni: [marketing.camara@italcam.com.br](mailto:marketing.camara@italcam.com.br)

# AGROALIMENTARE: Opportunità in Brasile per i prodotti italiani del settore agroalimentare

## Regolazione e promozione degli investimenti stranieri nel settore:

### TRATTAMENTO AMMINISTRATIVO

In conformità alle disposizioni del Decreto SECEX 25, DOU 28/11/2008, per verificare i prodotti soggetti ad Autorizzazione Automatica e non Automatica, e in accordo con altre disposizioni vigenti per la realizzazione di importazioni, dovrà essere consultata la tabella del "Trattamento Amministrativo" del Siscomex (Foreign Trade Secretariat). Le informazioni sono, altresì, disponibili all'indirizzo elettronico del MDIC (Ministério do Desenvolvimento, Industria e Comercio).

L'ANVISA (Agenzia Nazionale di Vigilanza Sanitaria), attraverso la RISOLUZIONE RDC n° 81/08, pubblicata nel DOU 28/11/2008, stabilisce la seguente procedura per l'importazione dei suddetti prodotti:

### **PROCEDIMENTO 5.1 – Alimenti**

- 1) L'importazione di merci sotto forma di materie prime o prodotti semi-lavorati, sfusi e prodotti finiti, è soggetta alla registrazione dell'autorizzazione all'importazione nel Siscomex, dopo l'imbarco all'estero, e al controllo sanitario, prima dello sdoganamento, compiuto dall'Autorità Sanitaria dell'ANVISA operante nel luogo in cui avverrà lo sbarco doganale.
- 2) Deve essere preparata la documentazione obbligatoria per la presentazione all'Autorità sanitaria dove il prodotto verrà immagazzinato:

### DOCUMENTAZIONE TECNICO-AMMINISTRATIVA

L'impresa interessata o il suo rappresentante legale, dovrà esibire all'Autorità sanitaria operante nella dogana, le informazioni e i documenti che seguono:

- a.** Petizione per fiscalizzazione e Liberazione Sanitaria di cui tratta la sottovoce 1.2 del Capitolo II;
- b.** Ricevuta del pagamento della tassa di ispezione sanitaria, quando necessaria (Guida de Recolhimento da União – GRU) della Segreteria del Tesoro Nazionale, secondo la relativa legislazione sanitaria;

**c.** Autorizzazione dell'accesso per l'ispezione fisica (IN SRF 114, de 28/09/98) quando necessaria;

**d.** Fattura commerciale (Invoice);

**e.** Conoscenza del carico imbarcato (AWB, BL, CTR);

**f.** Dichiarazione riguardo a lotti o partite, identificati alfa-numericamente;

**g.** Collaudo analitico del Controllo di Qualità, per lotto o partite, emesso dal fabbricante o produttore del prodotto, secondo la regolamentazione sanitaria pertinente;

**h.** Certificato della ANMAT, per prodotti originari dell'Argentina, quando necessario;

**i.** Dichiarazione del detentore del registro che autorizza l'importazione da parte di terzi;

**j.** Licenza di Funzionamento, permesso o documenti corrispondenti, concernenti le attività svolte (importare, immagazzinare, ecc) per il prodotto, nel territorio Nazionale, emessi dall'Autorità sanitaria competente dello Stato, Comune o del Distretto Federale;

**l.** Documento di rappresentanza della persona giuridica detentrica della regolamentazione del prodotto presso l'ANVISA, a favore del responsabile legale o rappresentante legale;

**m.** Documento che comprova l'autorizzazione (averbação) allo sbarco del prodotto nel luogo di deposito e la sua rispettiva localizzazione, emesso dal rappresentante legale della persona giuridica amministratrice del luogo doganale dove il prodotto si trova immagazzinato.

I documenti che si riferiscono ai punti "f" e "g" dovranno essere attestati per il responsabile o rappresentante legale;

**2.2)** Quando non è specificato l'obbligo di presentazione dei documenti esclusivamente in formato originale, i documenti di cui tratta questa sezione dovranno essere presentati in formato originale e copia, per la loro autenticazione, o precedentemente autenticati.

**2.3)** Sarà esente dalla presentazione del documento al punto "l", il mandatario registrato presso CVPAF di sbarco.

**3)** L'inquadramento dei prodotti di cui tratta questa Sezione è disponibile sul sito dell'ANVISA, e produce i suoi effetti legali per la classificazione dell'importazione con approvazione sanitaria.

Realizzazione:



Appoggio promozionale



Informazioni: [marketing.camara@italcam.com.br](mailto:marketing.camara@italcam.com.br)

# AGROALIMENTARE: Opportunità in Brasile per i prodotti italiani del settore agroalimentare

## LEGISLAZIONE DOGANALE IMPORTAZIONE

*Informazioni Generali:* Per il calcolo del costo d'importazione di merci in Brasile, vengono considerati 5 tipologie di imposte:

### **1. TASSA D'IMPORTAZIONE - Tariffa esterna comune TEC - Common External Tariff - (II):**

Il Mercosur ha introdotto la tariffa esterna comune TEC, creata dal "Protocollo di Ouro Preto" e sottoscritta dal Brasile attraverso il Decreto n. 1343 del 23 dicembre 1994. La tariffa TEC è applicata nell'interscambio commerciale tra i firmatari del Mercosur con paesi terzi, e contiene diverse fasce che vanno dallo 0% al 16%, potendo in alcuni casi raggiungere il 20%.

Il principale obiettivo della TEC è di evitare flessioni negli scambi tra i Paesi membri, dal momento che ciò causerebbe problemi a livello macroeconomico, con dannose conseguenze per lo sviluppo del Mercosur.

### **2. TASSE SUI PRODOTTI INDUSTRIALI (IPI):**

L'IPI è una tassa federale sui prodotti industriali a tassi variabili, a seconda della classifica dei prodotti contenuta nella tabella della legge fiscale dell'IPI (Legge n. 4.502 / 64 e Decreto-Legge n. 34/66). Per prodotto industrializzato si intende il prodotto risultante da un qualsiasi processo classificato come industriale, quantunque parziale, incompleto o intermedio.

### **3. CONTRIBUTO AL (PIS):**

I contributi al Programma d'Integrazione Sociale sono stati istituiti nel 1970. Tutte le imprese commerciali che sono classificate come tali dagli statuti delle tasse sul reddito, sono soggette a tale tassa. Questo contributo grava per uno 0,65% sugli incassi lordi delle vendite.

### **4. CONTRIBUTO SOCIALE SUL VENDUTO (COFINS):**

La Legge supplementare n. 70 del 30 dicembre 1991 ha istituito il contributo sociale su fatturazione per sostenere il Programma di Sicurezza Sociale. Il contributo sociale deve essere corrisposto al tasso del 2% sui guadagni lordi delle vendite e sulla prestazione di servizi di qualsiasi natura, con cadenza mensile.

### **5. TASSE SULLE OPERAZIONI DI CIRCOLAZIONE DI MERCI E SUI SERVIZI DI QUALSIASI NATURA (ICMS):**

L'ICMS è una tassa statale che grava, con aliquota unica, su tutti i prodotti indipendentemente dal fatto che siano considerati essenziali o di lusso. L'aliquota applicata nei diversi Stati della Federazione brasiliana è determinata dallo Stato stesso e, nel caso di San Paolo, corrisponde al 18% del valore della merce o dei servizi. Al momento dell'acquisto delle merci o dei servizi, la tassa ICMS è già inclusa nel prezzo (Decreto-Legge n. 4, 31 dicembre 1968).

Con riferimento all'acquisto all'ingrosso di un prodotto, l'ICMS è registrato come un debito nel registro di controllo fiscale della ditta che acquista il prodotto e, al momento della vendita del prodotto finito, il valore della tassa segnalata sulla fattura fiscale è registrato come credito. Il bilancio che risulta ogni mese corrisponde alla tassa che deve essere versata all'Autorità statale. L'ICMS è, quindi, una tassa statale sul valore aggiunto. Tale imposta è paragonabile all'IVA ed è regolata dal sistema credito/debito di imposta.

Le tasse sono calcolate "a cascata", cioè:

L'**II** = percentuale sul valore CIF

L'**IPI** = percentuale sul valore CIF + II

Il **PIS** = percentuale sul valore CIF + II + IPI

Il **COFINS** = percentuale sul valore CIF + II + IPI + PIS

L'**ICMS** = percentuale sul valore CIF + II + IPI + PIS + COFINS

**Nota:** Base Valore CIF della merce Valore FOB merce (X)

Assicurazione (Y)

Nolo Aereo / Marittimo (Z)

Valore CIF = X+Y+Z

**Oss.:** Tanto il PIS quanto il COFINS ora incidono sul valore dell'importazione del prodotto, che subisce variazioni in relazione alla tipologia del prodotto.

Realizzazione:



Appoggio promozionale



Informazioni: [marketing.camara@italcam.com.br](mailto:marketing.camara@italcam.com.br)

# AGROALIMENTARE: Opportunità in Brasile per i prodotti italiani del settore agroalimentare

## Attività e modalità di investimento nel settore:

### TIPOLOGIE DI INVESTIMENTO

In Brasile, l'operato delle imprese agroindustriali non solo ha attratto nuove opportunità per il mercato estero, ma ha anche facilitato la presenza di concorrenti stranieri nel Paese. Considerata l'importanza della tecnologia nella crescita economica, le imprese agroindustriali necessitano di continui finanziamenti tecnologici per meglio affrontare le sfide internazionali.

Davanti a questa realtà, esistono in Brasile, come in altri Paesi, organizzazioni pubbliche di ricerca e sviluppo (P&D) per assistere sotto il profilo scientifico-tecnologico le imprese agroindustriali. L'impresa Brasiliana di Ricerca Agroalimentare (**EMBRAPA**) ha un ruolo fondamentale nella ricerca e nello sviluppo di nuove tecniche agricole e agroalimentari.

Riconosciuta come una delle grandi responsabili dell'aumento della produzione brasiliana di cereali, l'EMBRAPA guida il *Sistema Nazionale di Ricerca Agroalimentare* (SNPA). Questa rete comprende, oltre alle unità di ricerca agroalimentare statali, alcune università brasiliane e altre istituzioni private. Inoltre, fanno parte del sistema i laboratori virtuali all'Estero (LABEX), operanti attualmente negli Stati Uniti e in Europa (Francia). Gli studi di simulazione eseguiti dall'**Istituto di Ricerca Economica Applicata (IPEA)** dimostrano che gli investimenti in ricerca e sviluppo possono far aumentare la produzione di cereali in Brasile fino a 295 milioni di tonnellate, con l'utilizzazione della tecnologia già disponibile, oggi usata soltanto da una parte dei produttori brasiliani.

In accordo con gli specialisti del mercato, l'EMBRAPA sviluppa il 52% dei progetti in agricoltura in Brasile. I Governi statali contribuiscono con il 20%, le Università con il 21%.

L'immenso potenziale dell'agroindustria brasiliana, insieme alla capacità applicata dalle sue istituzioni e dei suoi ricercatori, offre ampie opportunità per gli investimenti esteri e privati nella ricerca e sviluppo nel Paese. Cosmetici, integratori, biotecnologie, insieme all'informatica agroalimentare e agricoltura di precisione, rappresentano alcune delle aree di migliore opportunità d'investimento, con il supporto di un partner pubblico-privato per la creazione di *know how* tecnico-scientifiche.

### PRODOTTI ALIMENTARI IMPORTATI

Il mercato brasiliano dei prodotti alimentari importati è cresciuto negli ultimi anni grazie a diversi fattori interni quali l'aumento del potere d'acquisto dei consumatori locali e l'apprezzamento del Real rispetto all'Euro e al Dollaro. Le previsioni dell'**ABIA - Associazione Brasiliana dell'Industria Alimentare** - sono di ulteriore crescita di questo trend: nei prossimi cinque anni, infatti, si stima che il consumo pro capite di prodotti alimentari aumenterà del 46%. Il motore di tale crescita è rappresentato dalla propensione dei consumatori all'acquisto di prodotti di marca, high value e premium price. I prodotti alimentari Made in Italy sono considerati in questo contesto sinonimo di qualità e ricercatezza.

Le vendite di prodotti alimentari importati rappresentano una parte consistente ed in crescita di quelli venduti nei supermercati brasiliani: dal 2008 al 2010, la presenza di prodotti importati è aumentata del 42%. Nuovi ristoranti, ma anche gastronomie, enoteche, bar e caffè, contribuiscono a diffondere nuove abitudini di consumo e a rispondere alle nuove esigenze dei consumatori più attenti ai cambiamenti ed aperti a nuove esperienze gastronomiche.

Tra gli alimenti italiani più ricercati nel mercato brasiliano vi sono: la pasta di grano duro, l'olio d'oliva e l'aceto balsamico, preparati di verdure e sottoaceti, biscotti, formaggi ed affettati.

### AZIENDE COMMERCIALI

Secondo gli ultimi dati forniti dall'Istituto di statistica brasiliano IBGE, nel 2009 in Brasile erano attivi circa 1,5 milioni di esercizi commerciali. La grande distribuzione organizzata, con una prevalenza di prodotti alimentari, ha rappresentato l'11,5% delle imprese commerciali in Brasile, per un totale di più di 168.000 stabilimenti.

La presenza di questo tipo di imprese si mantiene costante, ma è sempre di grande importanza se si considera il mercato brasiliano nel suo complesso. Infatti, questo settore rappresenta piccole imprese focalizzate nella vendita di prodotti alimentari e le stesse aziende possono stabilirsi in regioni differenti, senza la necessità di possedere una grande struttura organizzativa, cosa che sarebbe necessaria per gli iper e supermercati.

Molto diffusa è anche la vendita al dettaglio di prodotti alimentari, delle bevande e del tabacco, pari all'8% (116.000 impianti).

Realizzazione:



Appoggio promozionale



Informazioni: [marketing.camara@italcam.com.br](mailto:marketing.camara@italcam.com.br)

# AGROALIMENTARE: Opportunità in Brasile per i prodotti italiani del settore agroalimentare

## VENDITA AL DETTAGLIO E GROSSISTI

Alcune società di importazione hanno tra i loro clienti, empori, ristoranti ed alberghi di alto livello oltre ai consumatori finali. I responsabili delle società d'importazione brasiliane partecipano spesso a fiere o eventi specifici in Italia al fine di conoscere i prodotti disponibili e prendere contatto con i produttori locali. Alcuni dei principali negozi specializzati in delicatessens, come ad es. *l'Emporio Santa Luzia* a San Paolo, importano direttamente da produttori italiani e possiedono generalmente l'esclusività di mercato di alcuni marchi italiani, in particolar modo di prodotti con volumi di vendita elevati. Gli stati brasiliani che più acquistano prodotti italiani di alto livello sono localizzati nella regione Sud-Est: San Paolo, con più di 500 società di import e grandi negozi di vendita, seguito dallo stato di Minas Gerais e da Rio de Janeiro.

## ANALISI DELL'OFFERTA LOCALE

In Brasile esistono importanti *player* del settore alimentare.

Secondo l'**ABIMA - Associazione Brasiliana di Pasta Alimentare**, che rappresenta i produttori di pasta alimentare e derivati del grano in Brasile, i suoi associati coprono circa dell'85% del mercato nazionale, con una produzione di 1,3 milioni annui ed un fatturato di R\$ 5 miliardi.

Esistono oltre 80 imprese di piccole, medie e grandi dimensioni, oltre a svariate microimprese, che producono pasta artigianale.

La pasta alimentare secca in Brasile è prodotta a partire da grano tenero, solo il 3% della pasta è di grano duro e questa materia prima è esclusivamente importata. Riguardo ai formaggi, la presenza di formaggi prodotti realmente in Italia è ancora esigua; si trovano una grande quantità formaggi "italiani" prodotti in Brasile, come il gorgonzola o il grana padano.

Nel caso del pecorino o del parmigiano reggiano, questi vengono spesso re-imballati dalle società di import brasiliane, con il proprio nome e la propria marca. Quando si parla di affettati, la gran parte dei prodotti è prodotta localmente, con una presenza poco rilevante di marchi di mortadella e prosciutti, come il *San Daniele, Parma e Villani*.

Per quel che riguarda il sugo di pomodoro, esiste una grande varietà di prodotti provenienti dall'Italia. Il sugo di pomodoro italiano è di qualità superiore rispetto a quello nazionale e propone una varietà di combinazioni ed un'immagine di interesse per i consumatori locali.

Realizzazione:



Appoggio promozionale



Informazioni: [marketing.camara@italcam.com.br](mailto:marketing.camara@italcam.com.br)