

IL MERCATO BRASILIANO DELL'OLIO D'OLIVA



20
21



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation

ITCA 
ITALIAN TRADE AGENCY

A cura di ITA – Italian Trade Agency
Ufficio San Paolo

(Agg. 26/10/2021)

INDICE

1. Il mercato brasiliano dell'olio d'oliva	03
2. Cenni sulla distribuzione in Brasile	10
3. Accreditazioni, standard di qualità e etichettatura	16
4. Regime doganale	20
5. Fattura export	22
6. Dichiarazione doganale	23
7. Documenti di trasporto	23
8. Packing list	23
9. Imballaggi	24
10. Documenti di importazione	24
11. Contingente doganale, bioterrorism act e notifica preventiva	24
12. Sistemi di pagamento	24
13. Adesioni ad accordi commerciali internazionali	24
14. Certificazione prodotti biologici	24
15. Principali eventi	25
16. Indirizzi utili	26
17. Pubblicazioni specializzate	27

1. Il mercato brasiliano dell'olio d'oliva

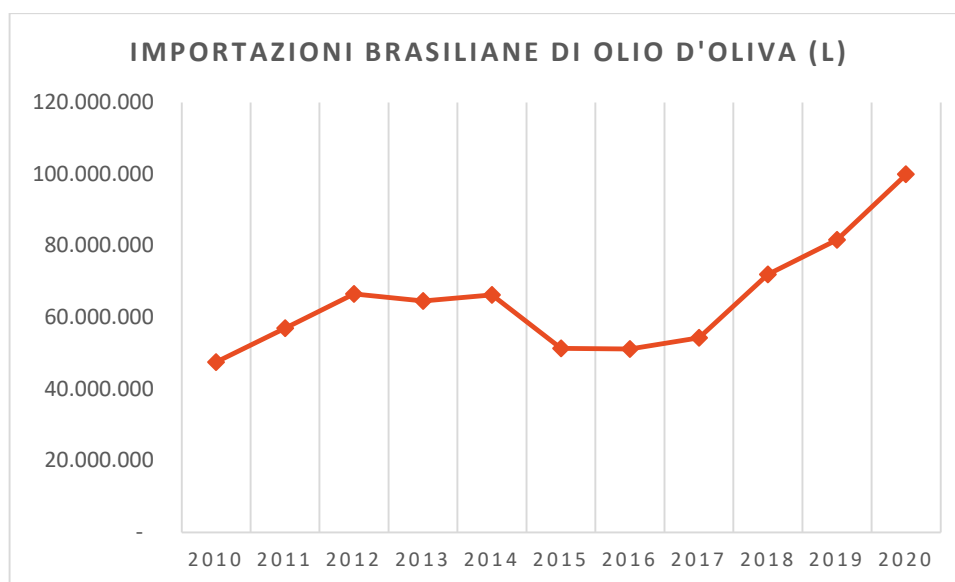
Secondo l'EMBRAPA – Azienda Brasiliana per la Ricerca in Agricoltura, società vincolata al Ministero Brasiliano dell'Agricoltura, circa il 98% dell'olio di oliva consumato in Brasile, stimato in circa 70 milioni di litri all'anno, è importato.

La discreta produzione locale, iniziata nel 1980, è per il 75% concentrata nello stato di Rio Grande do Sul, dove sono stabiliti 200 produttori di oliva e 13 produttori di olio che forniscono al mercato intorno a 40 differenti marchi di olio. La Serra da Mantiqueira, nello stato di Minas Gerais, raggruppa i rimanenti 25%, con 200 produttori di oliva, 23 produttori di olio e oltre 60 marchi del prodotto.

I principali tipi di oliva da olio coltivati in Brasile sono l'arbequina, la koroneiki, la frantoio e l'arbosana.

Il maggior produttore ha circa 40 mila alberi piantati in 500 ettari a Rio Grande do Sul, avendo prodotto nell'ultima raccolta mille tonnellate di olivo e prodotto 136 mila litri di olio, commercializzati con il marchio Batalha, cognome del proprietario.

Nonostante l'olio di soia sia tuttora il principale tipo di olio vegetale consumato in Brasile, l'interesse sempre maggiore dei brasiliani verso i prodotti più sani ha fatto aumentare enormemente il consumo di olio di oliva nell'ultima decade, facendo sì che le importazioni del prodotto passassero da 47,5 milioni di litri nel 2010 a 99,9 milioni di litri nel 2020.



Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

L'aumento delle importazioni è particolarmente maggiore dal 2017 e nemmeno lo scoppio della pandemia da Coronavirus nello scorso anno, con le ricadute sull'economia che hanno provocato una svalutazione del 30,7% del Real nei confronti del dollaro, ha cambiato il trend.

In effetti, solo nel 2020 l'aumento dell'import brasiliano di olio di oliva è stato superiore al 22%.

Il mercato deve continuare a spandersi nei prossimi anni e l'interesse del consumatore verso prodotti sani unito al fatto che un importante parcella della popolazione deve continuare in smart working e pertanto, preparando i propri pasti a casa, deve essere uno dei cardani di questa crescita.

Tuttavia, l'instabilità economica dovuta a diversi fattori e che nel 2021 ha già collaborato perché il Real perdesse altri 10,8% nei confronti del dollaro americano, deve rallentare, almeno a breve termine, l'espansione del mercato. In effetti, le importazioni di olio di oliva tra gennaio e settembre del 2021 sono diminuite del 5,3% rispetto ad identico periodo del 2020, passando da 69,5 milioni di litri a 65,9 milioni di litri.

L'olio d'oliva extravergine rappresenta l'80% del consumo brasiliano di olio d'oliva e, secondo l'Associazione Brasiliana dei Produttori, Importatori e Commercianti di Olio d'Oliva - OLIVA, nei prossimi anni l'intero mercato di olio d'oliva sarà occupato esclusivamente da questa categoria di olio, ritenuta più indicata al consumo umano. Tale tendenza dovrebbe beneficiare maggiormente gli italiani, importante produttore di tale categoria di prodotto.

IMPORTAZIONI

Portogallo, nonostante abbia solo 15 varietà di cultivar di olive e risponda per l'1% della produzione mondiale, è il principale paese fornitore dei brasiliani di olio di oliva, con quote che spaziano nell'ultimo quadriennio tra un minimo del 59,4% ed un massimo del 66,7%.

Le ragioni del primato sono in parte storiche e legate all'importante comunità portoghese presente in Brasile, che hanno introdotto il consumo del prodotto nella dieta locale.

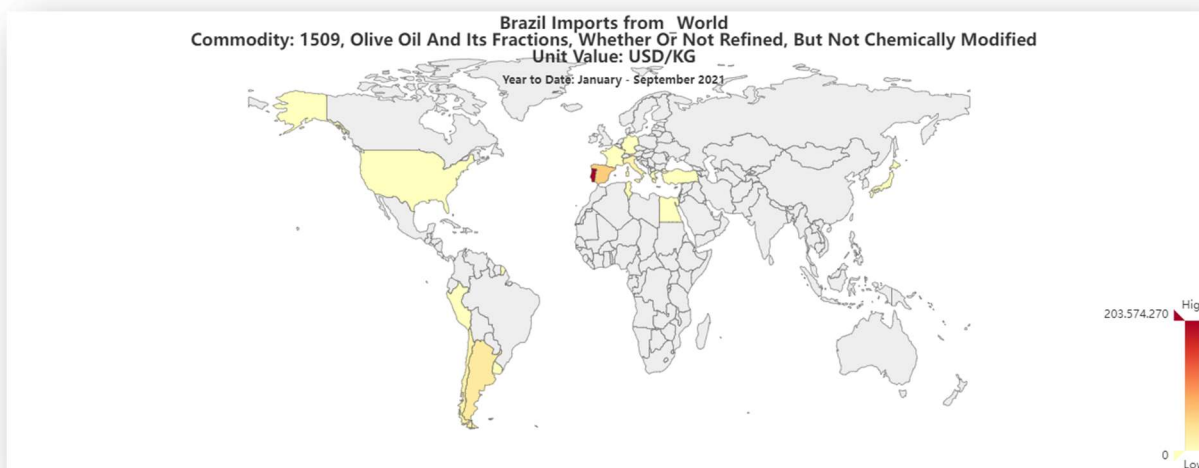
Altro fattore che favorisce l'ingresso dei prodotti portoghesi in questo mercato è il prezzo medio. In effetti, nel 2020, anno in cui il prezzo FOB medio degli oli di oliva importati dal Portogallo ha giunto il minor livello del periodo in analisi, pari a USD 3,5/litro, la quota portoghese sulle importazioni brasiliane ha giunto il record del periodo del 66,7%. Nel 2021, invece, avendo il costo del prodotto portoghese salito del 20,6%, raggiungendo USD 4,2/litro, le importazioni di olio d'oliva dal Portogallo sono scese del 13,8%.

Origine	2018	2019	2020	2021 (Genn.-Sett.)	Var. % 2020/2019	Var. % 2021/2021
_Mondo	100	100	100	100	22,3	-5,3
Portogallo	59,4	65,4	66,7	60,5	24,8	-13,8
Spagna	16,2	16,2	15,3	18,7	15,7	9,2
Argentina	9,5	6,5	7,2	9,1	35,3	24,8
Italia	5,6	4,2	4,1	4,6	20,4	5,3

Cile	7,2	5,4	4,4	4,4	-0,1	3,1
Tunisia	1,2	1,7	1,7	1,7	25,2	3,4
Grecia	0,7	0,3	0,4	0,3	33,6	-13,6
Altri	0,2	0,3	0,2	0,6	-30,9	240

Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

Gli spagnoli sono titolari della seconda maggior quota sull'import brasiliano, la quale ha variato tra il 15,3% ed il 18,7% nell'ultimo quadriennio. Le ragioni comprendono la presenza storica, ma anche la grande produzione – pari al 40% della produzione mondiale –, e la grande varietà di cultivar (circa 300), in grado di garantire tra i minori costi FOB disponibili sul mercato. Nel 2020, l'olio d'oliva spagnolo è stato importato dai brasiliani ad un prezzo medio di USD 3,3/litro, minor valore del quadriennio e che ha collaborato perché la Spagna registrasse la maggior quota sull'import brasiliano nel periodo in questione. L'aumento del prezzo del 13,4% nel 2021 e quindi, inferiore a quello verificato tra i prodotti portoghese, ha garantito agli spagnoli un'espansione delle esportazioni verso il Brasile del 9,2%.



Fonte: Ministero Brasiliano dell'Economia

L'Argentina, terzo maggior fornitore dei brasiliani in questo settore, non ha una grande produzione. Con quota dell'1% della produzione mondiale, in effetti, ha una produzione molto simile a quella portoghese. Tuttavia, perché riesce a sostenere costi di produzione bassi, oltre ad essere geograficamente vicina, nonché stato membro del Mercosur, gode di vantaggi comparati che le permettono di garantire una quota sull'import brasiliano tra il 6,5% ed il 9,5%.

Nonostante il prezzo FOB medio dei prodotti argentini sia aumentato del 18,5% nel 2021, passando da USD 3/litro a USD 3,5/litro, appunto perché il paese sta più vicino ed è esente di dazio, la sua produzione è stata una delle alternative trovate allo scopo di garantire la

fornitura di olio d'oliva richiesta dal mercato a costi più contenuti, anche in vista della perdita di valore della valuta brasiliana.

Con una quota del 4,6% nel 2021, appena superiore a quella cilena, del 4,4%, l'Italia è il 4° principale fornitore del Brasile. Nel 2020 ha esportato in Brasile 4,1 milioni di litri, cifra pari al 20,4% superiore a quella registrata nell'anno precedente e circa 200 mila litri inferiore a quella cilena.

Tra gennaio e settembre del 2021, sono state pari a 3 milioni di litri le esportazioni di olio di oliva italiano in Brasile, cifra in rialzo del 5,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. I cileni, invece, hanno registrato una crescita del 3,1% e quindi, esportato 2,9 milioni di litri ai brasiliani.

Anche in questo caso, le ragioni che spiegano il fatto dei cileni ora stare davanti agli italiani e ora indietro è il prezzo. Nonostante i cileni siano più vicini e quindi godano di costi di trasporto più bassi rispetto agli italiani, oltre ad essere esenti di dazio, quando il loro prodotto ha un costo medio complessivo superiore a quello italiano, tendono a vendere di meno in Brasile rispetto agli italiani. Nel 2021, per esempio, a parità di prezzi (USD 4,3/litro), il prodotto italiano è preferito a quello cileno.






Comunque, la partecipazione italiana non rispecchia quello che sono le reali opportunità di un paese che ha la maggior varietà di olive autoctone del mondo (circa 500) e la seconda maggior produzione (22% della produzione mondiale).

PRINCIPALI MARCHI



I marchi più commercializzati sono portoghesi, tra cui spiccano Gallo e Andorinha. Il primo ha il 6,8% di quota di mercato tra tutti i tipi di olio, mentre il secondo il 2,2%. Dopodiché, evincono lo spagnolo Carbonell (1,3%) e l'argentino Cocinero (0,9%).

La partecipazione dei prodotti private label cresce a ritmi lenti e, comunque, al momento resta bassa. I consumatori brasiliani percepiscono una differenza piccola tra i prodotti più economici e quelli private label eventualmente di maggior qualità forniti da importanti catene di supermercati, quali Carrefour e Grupo Pão de Açúcar.

I principali marchi/fornitori italiani presenti sul mercato sono (cliccare sul logo per avere maggiori informazioni):


	<p>Marchio: Filippo Berio</p> <p>Prodotto da SALOV spa</p> <p>Importato da: Super Vinhos Distribuidora Eireli</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: R\$ 21,52 a R\$ 33,90</p>
	<p>Marchio: Paganini</p> <p>Imbottigliato da: Farchioni Olii spa</p> <p>Importato da: Comexport Trading Comércio Exterior Ltda</p> <p>Distribuito da: Casa Flora</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 46,14 a R\$ 69,90</p>
	<p>Marchio: Colavita</p> <p>Prodotto da: Colavita spa</p> <p>Importato da: Colavita Brasil Comercial Importadora e Exportadora</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 54,99 a R\$ 72,90</p>
	<p>Marchio: La Pastina</p> <p>Prodotto da: Verdeoro srl</p> <p>Importato da: Capital Trade Importação e Exportação Ltda.</p> <p>Distribuito da: Real Comercial Eireli</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 31,90 a R\$ 69,90</p>
	<p>Marchio: Paesano</p> <p>Prodotto da: Oleificio Asaro dal 1916 srl</p> <p>Importato da: Casa Flora</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 52,90 a R\$ 102,30</p>

	<p>Marchio: Costa d'Oro</p> <p>Prodotto da: <u>Costa d'Oro spa</u></p> <p>Importato da: vari</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 41,99 a R\$ 59,40</p>
	<p>Marchio: Monini</p> <p>Prodotto da: <u>Monini spa</u></p> <p>Importato da: vari</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 24,99 a R\$ 74,99</p>
	<p>Marchio: Olitalia</p> <p>Prodotto da: <u>Olitalia srl</u></p> <p>Importato da: vari</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 30,60 a R\$ 156,14</p>
	<p>Marchio: De Cecco</p> <p>Prodotto da: <u>Olearia F.lli De Cecco srl</u></p> <p>Importato da: vari</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 39,49 a R\$ 56,35</p>
	<p>Marchio: Pietro Coricelli</p> <p>Prodotto da: <u>Pietro Coricelli spa</u></p> <p>Importato da: vari</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 27,99 a R\$ 41,76</p>

	<p>Marchio: Renata Superiore</p> <p>Imbottigliato da: <u>Cavanna Olii spa</u></p> <p>Importato da: <u>Pastifici Selmi s/a</u></p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 17,80 a R\$ 26,90</p>
	<p>Marchio: Giuseppe Cremonini</p> <p>Imbottigliato da: <u>Olitalia srl</u></p> <p>Importato da: <u>Grupo Pão de Açúcar</u></p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 19,79 a R\$ 23,90</p>

Altri marchi importati:

	<p>Marchio: Andorinha</p> <p>Prodotto da: <u>Azeite Andorinha</u></p> <p>Importato da: Azeite Andorinha</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 23,45 a R\$ 39,80</p>
	<p>Marchio: Gallo</p> <p>Prodotto da: <u>Gallo Portugal</u></p> <p>Importato da: vari</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 29,20 a R\$ 44,92</p>
	<p>Marchio: Deleyda</p> <p>Prodotto da: <u>Deleyda</u></p> <p>Importato da: vari</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 47,15 a R\$ 67,91</p>

	<p>Marchio: Herdade do Esporão</p> <p>Prodotto da: <u>Herdade do Esporão</u></p> <p>Importato da: vari</p> <p>Prezzo medio al dettaglio della confezione da 500ml: da R\$ 46,22 a R\$ 48,99</p>
---	---

2. Cenni sulla distribuzione in Brasile

Food Service

Secondo dati della società di consulenza Euromonitor, il Food Service in Brasile è composto da circa 914,4 mila bar, ristoranti, pizzerie e street kiosks che, complessivamente, hanno fatturato nel 2020 intorno a R\$ 299,7 mld (USD 58,1 mld).

Delle 914,4 mila attività, Euromonitor calcola che 313,5 mila sono caffè e bar, 373,5 mila street kiosks e 56,9 mila sono ristoranti, per citarne le principali categorie. La maggior parte (il 90,6%) sono attività indipendenti e quindi, solo il 9,4% appartengono a gruppi/catene di servizi.

Il segmento è stato pesantemente colpito dalle misure di contrasto alla pandemia e di prevenzione del contagio da Covid-19. Si stima che circa il 19% delle attività hanno chiuso e che il fatturato complessivo del settore, che rappresenta circa il 20% del fatturato dell'industria agroalimentare e delle bevande nel paese, è calato del 30% rispetto al 2019.

Molti per minimizzare gli effetti delle restrizioni al funzionamento in presenza hanno avviato servizi online e di delivery, la cui partecipazione sul fatturato è passata dal 5,5% nel 2019 al 18,4% nel 2020.

Si prevede una lenta ripresa a partire dal 2021, con la graduale riapertura delle attività. In effetti, il settore figura tra quelli in cui si registra il maggior numero di assunzione negli ultimi mesi. Il 2021 dovrà chiudere con un aumento del 4,1% nel numero di attività e del 6,4% nel fatturato. Fini al 2025, si prevede un'espansione del numero di attività fino a raggiungere le 1,16 milioni ed un fatturato pari a R\$ 469,3 mld, il che rappresenta un incremento nel quinquennio del 26,5% nel numero di attività e del 56,6% nel fatturato.

GDO – Grande Distribuzione Organizzata

La grande distribuzione organizzata si è in parte avvantaggiata nel 2020 dalla chiusura di tutte le attività legate all'HoReCa ed anche dalla corsa agli acquisti scatenata dai timori legati alla pandemia. Secondo Euromonitor, il settore ha fatturato nello scorso anno l'equivalente a R\$ 82,1 mld (circa USD 16 mld), cifra l'1,6% superiore a quella verificata nel 2019.

Il forte sviluppo dell'e-commerce, utilizzato da quelli che per praticità o per il rispetto alle misure di lockdown, è stato altro importante cardano per la crescita del settore, anche in un contesto di incertezze economiche e aumento espressivo del tasso di disoccupazione. In effetti, secondo ABRAS, l'associazione brasiliana dei supermercati, il numero di ordini nell'e-commerce alimentare è aumentato nel 2020 del 29% ed il fatturato del comparto dell'11% rispetto all'anno precedente.

La stessa ABRAS calcola che il settore raggruppi circa 91,4 mila negozi fisici su tutto il territorio nazionale e che occupi intorno a 3 milioni di professionisti, diretta ed indirettamente. Basata su altre fonti e estrapolazioni, l'associazione stima che il settore abbia fatturato nel 2020 la cifra complessiva di R\$ 554 mld, che sarebbe equivalente al 7,5% del PIL brasiliano.

I più di novanta mila negozi in attività, secondo lo studio di ABRAS, contano su una superficie di vendita di quasi 23 milioni di metri quadrati e poco meno di 236 mila check-out.

Le principali catene per fatturato, secondo la graduatoria organizzata da ABRAS, comprendono:

PRINCIPALI CATENE DI SUPERMERCATI IN BRASILE

RAGIONE SOCIALE	SEDE	Nº PUNTI VENDITA	FATTURATO 2020
CARREFOUR	SP	721	R\$ 74,8 mld
ASSAÍ ATACADISTA	SP	184	R\$ 39,4 mld
GPA – Grupo Pão de Açúcar	SP	873	R\$ 31,1 mld
MATEUS Supermercados s/a	MA	159	R\$ 14,4 mld
CENCOSUD	SP	201	R\$ 9,4 mld
IRMÃOS MUFFATO.	PR	67	R\$ 9,0 mld
SUPERMERCADOS BH	MG	226	R\$ 9,0 mld
SDB Comércio de Alimentos	SP	72	R\$ 8,8 mld
COMPANHIA ZAFFARI Comércio e Indústria	RS	36	R\$ 6,1 mld
DMA Distribuidora s/a	MG	170	R\$ 5,4 mld
MART MINAS Distribuição Ltda.	MG	40	R\$ 4,6 mld

SONDA SUPERMERCADOS	SP	44	R\$ 4,1 mld
SAVEGNAGO Supermercados	SP	53	R\$ 4,0 mld
LÍDER Comércio e Indústria Ltda	PA	24	R\$ 3,5 mld
COMERCIAL ZARAGOZA	SP	37	R\$ 3,3 mld

Fonte: ABRAS

IMPORTATORI

Le grosse catene di supermercati e gruppi di catene minori importano direttamente in modo da limare costi e rendere i prodotti importati più allineati alle esigenze del mercato brasiliano. Tuttavia, è ancora importante la figura dell'importatore/distributore, particolarmente in un paese di dimensioni continentali come il Brasile, di modo a fare arrivare l'offerta estera nelle località più distanti oppure nei piccoli negozi che altrimenti dovrebbero restringere il portafoglio alla produzione locale.

Tra i principali importatori di prodotti alimentari attuanti sul mercato figurano:

RAGIONE SOCIALE	CAPITALE SOCIALE	SEDE	PRINCIPALI MARCHI IMPORTATI/INTERESSE NUOVI PRODOTTI
AURORA Bebidas e Alimentos Finos Ltda.	R\$ 30 mln	SP	Principali marchi esteri commercializzati: Ahmad Tea, Al Waadi, Bahlsen, Bonduelle, Bonne Maman, Campbell's, Cavendish & Harvey, De Cecco , Gullón, Jules Destrooper, Kalassi, Lavazza , Lindt, Loacker , Maille, Mama Rice Pasta, Maretti , Mutti , Ponti , Riso Inverni , Tabasco, Tipiak, Valor Principali categorie di prodotti importate: biscotti, salatini, vegetali in conserva, pomodoro, sughi, condimenti, tè, caffè, prodotti dolciari, cioccolatini, pasta, risi, aceti, vini e distillati.
BELPAESE REPRESENTAÇÃO E IMPORTAÇÃO – EIRELI	R\$ 100 mila	RJ	Principali prodotti agroalimentari italiani commercializzati: Riso Scotti, Oleificio Fiorentini, Annalisa, Dais, Dufour, Novi, Villani, Pasta Zara, Pasta Montegrappa, Flott, Dalter, Montosco.
BOTTEGA TOSCANA Importação e Exportação Ltda.	R\$ 200 mila	SC	Principali marchi esteri commercializzati: Costa d'Oro, Pasta Zara, Il Tempio, Il Torrione, Il Casale. Categorie di prodotti importati dall'Italia: olio d'oliva, pastasciutta e vino. Prodotti di interesse: Prodotti lattiero-caseari; Pastasciutta; Olio d'oliva; Aceto, vino.

CASA FLORA Ltda.	R\$ 3 mln	SP	<p>Principali marchi esteri commercializzati: Acqualagna Tartufi; Al Badia; Arrozes Flora; Asaro; Azafranés Sabater; Bacalhau Marnobre; Budweiser; De Cabrón; Deleyda; Develey; Especiarias Flora; Fernando de Castilla; Frontera; Frutas Secas Flora; Gragnano; Happy Vi; Istanbul; João Portugal Ramos; Josep Llorens; La Costeña; La Cumparsita; La Cuna; La Fama; La Masia; Lheritier; Marqués de Tomares; Monsaraz; Montorsi; Myberries; Mykonos; OQ Bebidas Saudáveis; Paganini; Palmito Flora; Pelazza; Pont du Canard; Queijos São Pedro; Quinta do Ribeirinho; Realmar; Reine de Dijon; Rey de Arroces; Sucos de Uva Flora; Vovô Olavo</p> <p>Categorie di prodotti importati dall'Italia: aceto, prodotti a base di tartufo, prodotti ittici in conserva, antipasti, riso, olio, vegetali in conserva (compresi pomodori e passate), biscotti, pasta, prosciutto, mortadella, panettone.</p>
COSTAZZURRA Comercial Distribuidora Importação e Exportação Ltda.	R\$ 600 mila	SP	<p>Principali marchi esteri commercializzati: Pasta Riscossa, Biscotti Matildi Vincenzi, Mister Potato +ampia varietà private label (pomodoro, passata, olio, aceto, conserve, riso)</p> <p>Principali categorie di prodotti importati: pasta, pomodoro, passata, olio, aceto, prodotti dolciari, conserve, riso, salatini + diversi marchi di vino</p> <p>Categorie di prodotti importati dall'Italia: pasta, pomodoro, passata, olio, aceto, prodotti dolciari, conserve, riso + diversi marchi di vino</p>
C-TRADE COMÉRCIO Ltda.	R\$ 50 mila	RJ	<p>Categorie di prodotti importati dall'Italia: pasta di grano duro, pasta ll'uovo, riso carnaroli, arborio e nero venere, riso pronto, pomodori pelati, olio d'oliva e oli vegetali, farine, polenta, tartufi e prodotti a base di tartufo, conserve</p> <p>Principali marchi italiani commercializzati: Valdigrano, Filotea, Riso Morgante, Erbital, Ciao, Olitalia, Muraglia - Antico Frantoio, Molino Caputo, Gruppo Moretti, Urbani Tartufi, Greci - Prontofresco</p>
DIRETTO Importação e Distribuição Ltda.	R\$ 100 mila	SC	<p>Principali marchi esteri commercializzati: La Molisana, Filippo Berio, Don Ravello, Pasini, Acetum, Fini, Menz & Gasser, Nuhealth, Caviro, Witors, Matilde Vicenzi, Kühne, Ica Foods, Balocco, Rauch, Rizzoli Emanuelli, Parmareggio, Italpepe, La Campofilone, Bertagni.</p> <p>Principali categorie di prodotti importati: Pasta, snack, condimenti, succhi, formaggio, conserve, prodotti da forno, vino, marmellata, aceto, riso, passata e pelati, farina di grano, olio.</p>
DITALIA IMPORTADORA DE PRODUTOS ITALIANOS E EXPORTADORA LTDA	R\$ 600 mila	SP	<p>Categorie di prodotti importati dall'Italia: pasta, conserve, prodotti dolciari, olio, aceto, caffè, spezie, sughi, vino, bevande, prodotti da forno, conserve vegetali ecc.</p> <p>Principali marchi italiani commercializzati: Lavazza, De Carlo, Fabbri, Fiore, Italia Tartufi, La Bella di Cerignola, La Toraia, Matteo Gelato, Oliveri, Garofalo, Valle del Cilento, Verdeoro, Zafferano Mantovano, Sibona, Bonsicilia, Cirio, Barbieri, Molino dalla Giovanna.</p>

RAGIONE SOCIALE	CAPITALE SOCIALE	SEDE	PRINCIPALI MARCHI IMPORTATI/INTERESSE NUOVI PRODOTTI
FOOD ITALIA REPRESENTAÇÃO E IMPORTAÇÃO LTDA.	R\$ 50 mila	CE	<p>Principali marchi italiani commercializzati: Riso Vignola, Luglio, Marcozzi, O Sole è Napule, Olibert, D'Autore Food, Pralina, Ghiott, Ceratti.</p> <p>Principali categorie di prodotti importati: Aceto Balsamico; Riso e risotto; Oli d'oliva; Pasta; Pomodori biologici; Funghi secchi e congelati, Pinoli; Sottolio e Sottiaceto; Tartufo; Farine; Pomodori pelati, omodori a dadini, pomodorini e passata di pomodoro italiano; Liquore e Grappa; Pasticceria / Dolci; Olive italiane; Ciliegia a Marrasquino; Salsa di pomodoro in sacchetto ed in scatola; Salse pronte e Brusquetas; Lasagne e pasta senza glutine; Mortadella, Prosciutto di Parma e Prosciutto Cotto.</p>
IRMÃOS RAIOLA & Cia. Ltda.	R\$ 1,3 mln	SP	<p>Principali marchi esteri commercializzati: solo private label.</p> <p>Principali categorie di prodotti importati: olive, olio d'oliva, conserve, sughi, passate, succhi, pomodori pelati, aceti e panettoni.</p>
J A S CARDOSO & Cia. Ltda.	R\$ 350 mila	SP	<p>Principali marchi esteri commercializzati: Compal, Conservas Ramirez, Dacepa, Ferbar, Maçarico, Tomate Pelado Galletto, Lactovil.</p> <p>Principali categorie di prodotti importati: formaggi, conserve vegetali, aceti, prodotti dolciari, olio d'oliva, pomodori e sughi + ampia varietà di vini e distillati</p>
LA PASTINA Importação Exportação Ltda.	R\$ 8,5 mln	SP	<p>Principali marchi esteri commercializzati: Panettone Fraccaro (sotto il marchio Fasano), Riseria Giuseppe Martino (sotto il marchio La Pastina), Rustichella D'Abruzzo, G.A.C. srl (sotto il marchio Fasano), Agostino Recca, Albo, Amanida, Arrocerías Antonio Tomás, Beaufur, Carmencita, Collitali, Crudo, Dada, Divella, Italcariofi, La Baleine, Le Saunier de Camargue, Maldon, Marnoto, Marysol, Maxtris, Montosco, Nova Funghi, Acqua Panna, Acqua San Pellegrino, Acqua Perrier, Adega de Silgueiros, Almendra, 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 Cotte, LGI Wines, Louis Eschenauer, Maschio dei Cavalieri, Nadaria, Porto Croft, Porto Valdouro, Quara, Quinta da Calçada, Ruca Malen, Terre di San Vincenzo, Val di Suga, Vicente Gandia.</p> <p>Categorie di prodotti importati dall'Italia: Aceto, riso, snacks, condimenti, sughi, sale, olio, pastasciutta, funghi, pinoli, prodotti truffati, pomodoro, couscous, carciofi, acciughe, vino, acqua.</p>

RAGIONE SOCIALE	CAPITALE SOCIALE	SEDE	PRINCIPALI MARCHI IMPORTATI/INTERESSE NUOVI PRODOTTI
M.G.A. Importação, Indústria e Comércio de Alimentos Ltda.	R\$ 4 mln	SP	MGA – di Salerno ha in portafoglio circa 80 prodotti (aceto balsamico, carciofi, capperi, asparagi, tonno, olio d'oliva, olive, erba cipollina, filetti di acciughe, funghi, pasta, origani, palme, peperoni rossi, formaggi, pomodori, frutta secca e frutta in conserva, prodotti senza glutine ecc.) provenienti da Italia, Spagna, Portogallo, Turchia, Cina, Perù, tra gli altri.
NOR-IMPORT Comercial de Alimentos Eireli	R\$ 600 mila	SP	Principali marchi esteri commercializzati: Riso Scotti, Falani, Bon Apetit, Barbera , Rafael Salgado, Sapori , Misura , Colussi , Noche Buena, Dux, Jacobsens, Frigosto, Colcafé , Matiz Gourmet, Sello Rojo, Surfrut, Bacchini , Nocciolino , Melilla, Filotei Loreto , Ebia , Giulio Pagani , Agnesi , Pasta Zara , Bella Parma , Crystal, Zaghis, Stephan, Brescia Lat , Calcar , Indulacsa , Noal , Italpepe , Quinta do Cais, Zironi , Vilani , Gardeli , Le Crevere. Principali categorie di prodotti importati: Aceti, alice, riso, tonno, olio d'oliva, merluzzo, bevande di riso, bevanda d'avena, biscotti, caffè, ciliegie, couscous, crema di nocciole, frutti di mare, funghi secchi, marmellate, pasta, miele, salse, panettone, creme spalmabili, risotto senza glutine, sardine, condimenti, formaggi e prosciutti
PORTO A PORTO Comércio, Importação e Exportação Ltda.	R\$ 17,9 mln	PR	Principali marchi esteri commercializzati: Acqualagna Tartufi ; Asaro ; Azafranes Sabater; Bodegas Rey Fernando de Castilla; Carmim; Casa dos Queijos; Dalla Costa; Deleyda; Gragnano ; Happy Vi ; João Portugal Ramos; Josep Llorens; La Costeña; La Cumparsita ; La Cuna; M&L Pato; Marnobre; Marqués de Tomares; Montorsi ; Mykonos; Realmar; Reine de Dijon; Rey de Arroces; Van Camp's; Vergani . Principali categorie di prodotti importati: aceto; riso; olio d'oliva; merluzzo; conserve; couscous, funghi, grissini, grissini; pasta; salse; senape; panettone; polenta, prodotti surgelati, prodotti spalmabili; tartufo; condimenti; pomodori + ampia varietà di venvande tra vini e distillati.
PORTO DE MAR Comércio de Gêneros Alimentícios Ltda.	R\$ 600 mila	RJ	Principali marchi esteri commercializzati: Ducato D'Oro , Viento del Sur, Pramesa, Quinta da Serra, Cordilheira, Benfica, Aviko, Sunny Fries, Gadus Morhua, Prima Donna , Vincent, Orange Windmill, Old Dutch Master, Kroon, San Ignacio, Calcar Negro , Frans Hals. Principali categorie di prodotti importati: oli d'oliva, vini, piatti surgelati, frutta disidratata e secca, formaggi e baccalà

RAGIONE SOCIALE	CAPITALE SOCIALE	SEDE	PRINCIPALI MARCHI IMPORTATI/INTERESSE NUOVI PRODOTTI
SANTAR Comércio de Gêneros Alimentícios Ltda.	R\$29,9 mln	SP	Principali marchi esteri commercializzati: Fedora, Zarotti, Mueloliva, St. Michel, Luciano, Ferrero Franco, Halawy, Montegrappa, Vilux, Perrins Worcest, Arthur D, Luzdmar, Villani, Maasdam, Parrano, La Paulina, La Serenissima, Uniekaas. Principali categorie di prodotti importati: aceto; carciofi; capperi; acciughe; riso; oli d'oliva; biscotti; ciliegie al maraschino; couscous, prodotti dolciari; paste; salse e conserve; senape Dijon; cuor di palma, prodotti spalmabili; sardine; pomodori pelati, formaggi e prosciutti + ampia varietà di distillati ed altre bevande.
SATORI Importação e Exportação Ltda.	R\$ 1,1 mln	SC	Principali categorie di prodotti importati: vino, formaggi, affettati, frutta disidratata, vegetali, pomodoro in conserva, passata, olio d'oliva, aceto, prodotti dolciari ecc. Interesse: marmellate, pastasciutta, biscotti ripieni oppure ricoperti con cioccolato, biscotti al burro, passata, pelati.
SENZA FRONTIERE COMÉRCIO INTERNACIONAL Ltda.	R\$ 200 mila	SP	Principali marchi italiani commercializzati: Pasta Reggia (pasta), Molino Casillo (farina), Ellebi (pomodoro pelato e passata), D'Amico (conserve vegetali), Basso (olio), Feudo di Morro (vini), Zicaffè (caffè), Vecchia Cantina Montepulciano (vini), Alcesti (vini), Abazia di San Gaudenzio (spumanti).
UNIAGRO Indústria e Comércio de Produtos Alimentícios Ltda.	R\$ 4 mln	RS	Principali categorie di prodotti importati: Frutta secca, semi oleosi, conserve, oli d'oliva e altre spezie gastronomiche selezionate e confezionate, principalmente nella sede di Uniagro a Porto Alegre
VPS Importação, Exportação e Comércio de Alimentos Ltda ME.	R\$ 800 mila	SP	Principali categorie di prodotti importati: vini, olio d'oliva, pomodori e conserve, pasta, riso, farina di frumento.

3. Accreditation, quality standards and labelling

Ad eccezione dei prodotti in natura, i prodotti di origine vegetali, quali salse, conserve in salamoia e sottolio, creme spalmabili, sughi, accetti, olio o vini non sono soggetti a particolari adempimenti all'importazione. Ciascuno di essi, però, deve rispettare la normativa di riferimento che, nel caso dell'olio di oliva, comprende:

- RDC n°. 270, del 22 settembre 2005 dell'ANVISA (Agenzia Brasiliana Vigilanza Sanitaria) – la quale tratta dei parametri chimico fisici ed altre caratteristiche degli oli vegetali, tra cui acidità e valore del perossido;
- Codex Stan 33 -1981 - Standard for Olive Oils and Olive Pomace Oils – adottato nel 1981 – Revisioni del 1989, 2003, 2009, 2013 e 2015;

- Istruzione Normativa n° 1 del 30 gennaio 2012 – regolamento tecnico MAPA (Ministero Brasiliano dell'Agricoltura) riguardante l'olio d'oliva e l'olio di sansa che, tra altre cose, tratta nei paragrafi 22 e 23 delle informazioni obbligatorie che devono essere riportate sull'etichette degli oli vegetali commercializzati in Brasile;
- DL 8.078, dell'11 settembre 1990 – Codice per la Difesa dei Consumatori;
- RDC n° 42 del 29 agosto 2013 – Ministero della Salute, che tratta della presenza di contaminanti e tossine inorganiche nei prodotti alimentari.

Per quanto concerne i contaminanti, la legislazione di riferimento stabilisce quanto segue per gli oli vegetali: arsenico $\leq 0,10$ mg/Kg; piombo: $\leq 0,10$ mg/Kg.

ETICHETTATURA

L'istruzione normativa n° 1 del 30 gennaio 2012 stabilisce che l'etichettatura degli oli vegetali devono contenere le seguenti informazioni in lingua portoghese:

- Classifica del prodotto (azeite de oliva virgem; azeite de oliva; azeite de oliva refinado; óleo de bagaço de oliva; óleo de bagaço de oliva refinado – ovvero, olio di oliva vergine, olio di oliva raffinato, olio di sansa, olio di sansa raffinato), secondo i parametri stabiliti dalla legislazione brasiliana;
- Denominazione commerciale, composta dalla classifica + marchio. Nel caso degli oli extravergini, si può utilizzare l'espressione Azeite de Oliva Extra Virgem + Marchio;
- Numero del loto (informazione a carico del produttore/imbottigliatore), preceduto dalla lettera L;
- Data di imbottigliamento e scadenza (informazioni a carico del produttore/imbottigliatore). Per comunicare la scadenza, si possono utilizzare le seguenti espressioni: "Consumir antes de ...", "Válido até ...", "Validade ...", "Val. ...", "Vence ...", "Vencimento ...", "Vct ...", "Venc. ...", "Consumir preferencialmente antes de ...". In tutti i casi, le suddette espressioni vanno seguite dal giorno, mese e anno della scadenza oppure di indicazione chiara dove, nella confezione, tale informazione può essere reperita;
- Nome dell'imbottigliatore e rispettivo recapito postale completo;
- Paese di origine del prodotto (e non dell'imbottigliatore, che possono essere differenti). Per l'identificazione del paese di origine possono essere utilizzate una delle seguenti espressioni: "Fabricado em + Paese"; "Produto + nazionalità del prodotto", "Indústria + nazionalità del prodotto";
- Nome, indirizzo e CNPJ dell'importatore.

È facoltativo riportare sull'etichetta l'acidità oppure l'acidità massima del prodotto. Nel caso si decida far constare tale informazione, la stessa deve essere accompagnata dal valore di perossido e dal coefficiente di estinzione molare alla lunghezza d'onda, che indica lo stato ossidativo dell'olio ed in conformità all'allegato 1 dell'istruzione normativa n°01 del 30/01/2012.

L'etichettatura deve essere di facile visualizzazione e di difficile rimozione.

Non è permesso l'uso della parola AZEITE per l'olio di sansa.

I caratteri utilizzati per informare la denominazione del prodotto sull'etichetta devono avere la stessa altezza di quelli usati per riportare il volume netto di liquido custodito all'interno del contenitore.

Non è permesso l'uso di espressioni che inducano il consumatore ad interpretare erroneamente quali sono i procedimenti usati nella produzione dell'olio e/o relativi alla sua qualità.

L'etichettatura di prodotti alimentari, tra cui gli oli vegetali, deve essere conforme anche alla RDC n° 259 del 20 settembre del 2002, che stabilisce quanto segue:

- Le etichette devono riportare gli ingredienti dei prodotti alimentari custoditi nelle confezioni sulle quali sono applicate. La lista degli ingredienti deve essere preceduta dalla dicitura "Ingrediente" oppure, nella sua forma abbreviata "Ingr.";
- Il contenuto netto in "ml", nel caso di liquidi in quantità inferiori a 1 litro, oppure il "l", se la quantità è uguale o superiore a 1 litro;
- Istruzione sul preparato o sull'uso del prodotto, se necessario;
- Laddove richieste condizioni particolari per la conservazione del prodotto, le stesse devono essere comunicate in maniera molto evidente;
- Qualsiasi altra informazione non obbligatoria può essere riportata perché non in contrasto con le informazioni obbligatorie;
- Numeri e caratteri utilizzati non possono avere altezza inferiore a 1mm. Inoltre, i caratteri alfanumerici utilizzati per informare il peso netto e/o il volume netto devono rispettare le seguenti regole: se il contenuto netto è uguale o inferiore a 50 g/ml, il carattere alfanumerico utilizzato deve avere altezza di almeno 2mm; se il peso/volume netto è superiore a 50 g/ml e uguale o inferiore a 200g/ml, l'altezza minima del carattere alfanumerico è di 3mm; se il peso/volume netto è superiore a 200g/ml e uguale o inferiore a 1000 g/ml, l'altezza minima del carattere alfanumerico è di 4mm; se il peso/volume netto è superiore a 1.000 g/ml, l'altezza minima del carattere alfanumerico è di 6mm. In tutti i casi, l'unità di misura deve essere uguale ad almeno 2/3 dell'altezza del corrispondente carattere alfanumerico. Il peso/volume, nel caso di liquidi deve essere preceduto dalle diciture "CONTÈM + volume", "Conteúdo + volume" oppure "Contém + volume".

La RDC n° 251 del 26 dicembre 2003 dell'ANVISA, infine, tratta della dichiarazione nutrizionale sui prodotti alimentari confezionati. Tali istruzioni non sono applicabili a prodotti le cui confezioni non hanno una superficie utile su cui applicare un'etichetta di almeno 100cmq. In tutti gli altri casi vanno comunicati il valore energetico e le quantità di carboidrati, proteine, grassi, acidi grassi saturi, acidi grassi transgenici, fibra alimentare e sodio, nonché le rispettive partecipazioni percentuali sull'assunzione giornaliera raccomandata. Le unità di misura da utilizzare sono "kcal" e "kJ" per il valore energetico, "g" per le proteine, carboidrati, grassi e fibra e "mg" per il sodio.

Il valore energetico della porzione di riferimento e la relativa partecipazione percentuale sulle assunzioni di riferimento di un adulto medio (2000kcal oppure 8400kj) devono essere dichiarati in numeri interi.

I componenti, invece, devono rispettare le seguenti regole: se l'importo è maggiore o uguale, lo stesso va dichiarato in numeri interi a 3 cifre; se sono minori di 100 a maggiori o uguali a 10, vanno dichiarati in numeri interi e 2 cifre; se sono minori di 10 e maggiori o uguali a 1, vanno dichiarati con una cifra decimale; se sono minori di 1, vanno dichiarati con due cifre decimali se si trattano di vitamine e minerali (non obbligatori) e con una cifra decimale in tutti gli altri casi.

Caso le quantità di carboidrati, proteine, grassi e fibra siano minori o uguali a 0,5g/ml, possono essere dichiarati come "zero", "0" oppure "não contém". Nel caso degli acidi grassi, la soglia è di 0,2 g/ml e nel caso del sodio di 5mg.

Nel caso di una dichiarazione semplificata, si usa la frase "Não contém quantidade significativa de ...".

Segue un modello di dichiarazione nutrizionale:

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL		
Porção 13 ml (1 colher de sopa)		
QUANTIDADE POR PORÇÃO		% VD(*)
Valor energético	107 kcal = 448 kJ	5
Carboidratos	0 g	0
Proteínas	0 g	0
Gorduras totais	12 g	22
Gorduras saturadas	1,8 g	8
Gordura <i>trans</i>	0 g	**
Fibra alimentar	0 g	0
Sódio	0 mg	0

*Valores diários de referência com base em uma dieta de 2000 kcal ou 8400 kj. Seus valores diários podem ser maiores ou menores, dependendo das necessidades energéticas.

In alternativa, si può usare il seguente formato:

Informação Nutricional: Porção 13 ml; (1 colher de sopa) Valor energético 107 kcal = 448 kJ (5%VD); Carboidratos 0 g (0 %VD); Proteínas 0 g (0 %VD); Gorduras totais 12 g (22 %VD); Gorduras saturadas 1,8 g (8%VD); Gorduras trans 0 g; Fibra alimentar 0 g (0%VD); Sódio 0 mg (%VD).

*Valores diários de referência com base em uma dieta de 2000 kcal ou 8400 kj. Seus valores diários podem ser maiores ou menores, dependendo das necessidades energéticas.

Perché le quantità proteine, carboidrati, acidi grassi trans, fibra e sodio nell'esempio sono zero, si può, inoltre, usare il seguente formato:

Informação Nutricional: Porção 13 ml; (1 colher de sopa) Valor energético 107 kcal = 448 kJ (5%VD); Gorduras totais 12 g (22 %VD); Gorduras saturadas 1,8 g (8%VD). "Não contém quantidade significativa de carboidratos, proteínas, gorduras trans, fibra alimentar e sódio.

*Valores diários de referência com base em uma dieta de 2000 kcal ou 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores, dependendo das necessidades energéticas.

Per ultimo, è necessario riportare sull'etichetta la dicitura NÃO CONTÉM GLÚTEN. Il riferito testo deve essere messo in evidenza, di maniera ad avere facile e immediata lettura.

20

4. Regime Doganale

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. È indispensabile, pertanto, essere a conoscenza di diversi elementi per avere un quadro preciso del carico tributario a cui è soggetta l'importazione, tra cui: lo Stato in Brasile di destinazione della merce (ogni stato gestisce la propria IVA, con aliquote e regole molto diverse); il sistema fiscale utilizzato dall'importatore e quindi la possibilità di recuperare parte delle imposte pagate; il vettore utilizzato per la spedizione; l'ingombro ecc.

In linee generali, le principali imposte/contributi che incidono sulle importazioni sono:

☞ Dazio: (I.I. = Imposto de Importação) imposta che incide su tutti i prodotti importati provenienti da paesi con i quali il Brasile non ha un accordo di collaborazione che ne preveda l'esenzione totale o parziale, come è il caso dei paesi appartenenti al Mercosud e, per certe tipologie di prodotto, a seconda di trattati bilaterali siglati tra i rispettivi governi, Cile, Bolivia, Venezuela, Messico ecc.

Detta imposta viene calcolata direttamente sul valore CIF della merce, con aliquote che variano da prodotto a prodotto e che nel caso degli agroalimentari e bevande oscillano tra un minimo dell'8%, come nel caso dei vegetali in natura, ad un massimo del 20% nel caso del vino. Per gli oli di oliva, l'aliquota del dazio è del 10%.

☞ IP (Imposto sobre Produtos Industrializados, ovvero Imposta sui Beni Industriali). Imposta federale, assolta alla fonte dal produttore o importatore del bene. Viene regolamentata dal Decreto n° 7.212/2010 ed ha un'aliquota media del 20%, oscillando tra lo 0% nel caso di alcuni prodotti alimentari quali riso e farina, ed il 30% nel caso dei superalcolici, con aliquote speciali maggiorate del 330% applicate ai cosiddetti beni superflui o di lusso, tra cui rientrano le sigarette. Per quanto riguarda gli oli di oliva, l'aliquota è Zero.

Il calcolo dell'imposta sui prodotti importati (il metodo di calcolo per i prodotti fatti in Brasile è diverso) prevede l'applicazione dell'aliquota in vigore sul valore CIF + Dazio.

- ☞ **ICMS** (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços, ovvero Imposta sulla Circolazione delle Merci e dei Servizi). Viene calcolata sul valore CIF + Dazio + IPI + Altri contributi e Spese di Sdoganamento, oltre che sull'ICMS stessa (cosiddetto calcolo "sotto cento"). L'aliquota è territoriale, nel senso che varia da uno Stato all'altro della Federazione brasiliana, oscillando dal 7% al 25% in conformità con la legislazione interna dello Stato dove transita la merce. A San Paolo, per esempio, per la maggior parte dei prodotti, le aliquote variano dall'8,8% al 18%, mentre in Stati come Santa Catarina, purché la merce arrivi e sia sdoganata in un porto o aeroporto dello stato, l'aliquota applicata è del 4%;
- ☞ **AFRMM** (Adicional de Frete para Renovação da Marinha Mercantil, ovvero Addizionale sul Nolo Marittimo). Si tratta di un contributo creato al fine di generare un fondo per favorire il rinnovo della Marina Mercantile Brasiliana. Regolamentato dal Decreto n° 8.257 del 29/05/2014, ha un'aliquota del 25% imponibile sul valore del nolo marittimo, comprese le spese di carico e movimentazione connesse al trasporto della merce.
- ☞ **PIS/PASEP** (Programa de Integração Social) e **COFINS** (Contribuição para o Financiamento da Seguridade). Contributi destinati all'integrazione sociale ed alla formazione degli impiegati e funzionari della pubblica amministrazione, nonché al finanziamento della sicurezza sociale. Sono regolati dalle leggi 10.865/2004 e 11.488/2007. Le aliquote sono rispettivamente del 2,10% e del 9,65% ed incidono sul valore CIF della merce. Nel caso di prodotti fatti in Brasile, il contributo incide sull'utile lordo mensile delle società.

Si sottolinea che l'ICMS regolato nelle operazioni di importazioni va a credito di imposta, ovvero potrà essere dedotto dalla ICMS inerente all'attività aziendale da versare mensilmente. Vale la stessa regola per l'IPI.

PIS e COFINS possono essere sia un credito che un costo. Tutto dipende dalla metodologia che l'azienda utilizza per il calcolo del lucro (presunto o reale).

Per il calcolo del **DAZIO**, **IPI**, **PIS** e **CONFINS**, gli uffici doganali brasiliani mettono a disposizione il seguente link, attraverso il quale basta informare il codice doganale di interesse (nel caso degli oli di oliva, la classifica doganale è 1509.90.10 per gli oli non raffinati e 1509.9090 per gli oli raffinati), il valore CIF della merce e la valuta, che un calcolatore elettronico fornisce gli importi delle citate imposte da pagare in occasione dello sdoganamento:

<http://www4.receita.fazenda.gov.br/simulador/BuscaNCM.jsp>

L'ICMS nello stato di San Paolo ha aliquota del 18%, mentre a Santa Catarina del 12%.

Altri 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).

Per le altre spese/imposte/contributi, date le loro particolarità, si invitano gli interessati a rivolgersi all'Ufficio di San Paolo dell'Agenzia ICE.

5. 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 (da cui la merce è spedita);
- n) Modalità di pagamento del prezzo pattuito;
- o) Valore 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'ispezione doganale, quando richiesto, in caso di dubbi sui prezzi dei prodotti, comporterà, fatte salve altre eventuali sanzioni (art. 70 della legge n. 10.833/03) 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.

6. 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 vini, 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.

7. 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.

8. PACKING LIST

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

- a) Numero di controllo;
- b) Nome e indirizzo dell'esportatore e dell'importatore;
- c) Data di emissione;
- d) Descrizione della merce, quantità, unità di misurazione, peso lordo e netto;
- e) Luogo di imbarco e sbarco;
- f) Nome del trasportatore e data di imbarco;

-
- g) Numero di colli, identificazione di ciascuno per ordine alfabetico, tipo di imballaggio, peso lordo e netto totale e cubatura.

9. IMBALLAGGI

Non risultano disposizioni specifiche. Normalmente gli oli vengono importati in bottiglie di vetro da 250ml, 500ml e 1l, oppure in latte da 3l e 5l, raggruppate in cartoni di capienza adeguata, che possono o meno essere caricati su pallet di plastica o legno (in questo caso, deve essere trattato e accompagnato dal rispettivo certificato di fumigazione).

10. 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.

11. CONTINGENTE DOGANALE, BIOTERRORISM ACT e NOTIFICA PREVENTIVA

Non previsti.

12. SISTEMI DI PAGAMENTO

I mezzi di pagamento impiegati in Brasile sono in linea con quelli più abitualmente utilizzati in tutto il mondo, tra cui il cash on delivery e il forfaiting. Le grandi catene di supermercato chiedono pagamento dilazionato ad almeno 90 giorni.

Prima di decidere sulla modalità più opportuna, l'operatore deve prendere in considerazione una serie di variabili che vanno dal grado di rischiosità che grava sul compratore alla tempestività ed onerosità nell'esecuzione dell'operazione.

13. ADESIONI AD ACCORDI COMMERCIALI INTERNAZIONALI

La maggior parte degli accordi commerciali siglati dal Brasile – tra cui quello che ha istituito il Mercosur - sono stati fatti nell'ambito dell'ALADI, l'Associazione Latino-americana per l'Integrazione, istituita nel 1980 dal trattato di Montevideo e che ha lo scopo di dar seguito al processo di integrazione economica regionale avviato nel 1960 dall'Associazione Latino-Americana per il Libero Commercio – ALALC. Questo processo mira alla creazione, graduale e progressiva, di un mercato comune in America Latina, caratterizzato principalmente dall'adozione di aliquote preferenziali (dall'esenzione a riduzioni sostanziali del dazio) e dall'eliminazione delle restrizioni non tariffarie. L'ALADI ha attualmente 13 paesi membri: Argentina, Bolivia, Brasile, Cile, Colombia, Cuba, Ecuador, Messico, Paraguay, Panama, Perù, Uruguay e Venezuela.

14. CERTIFICAZIONE PRODOTTI BIOLOGICI

Secondo il DL 10831/03, entrato in vigore l'01 gennaio 2011, per essere commercializzati in Brasile come biologici, a prescindere se prodotti in Brasile o all'estero, gli alimentari e le bevande

bio devono essere prodotti in conformità alla normativa brasiliana in materia di produzione biologica e certificati da un organismo accreditato dal Ministero dell'Agricoltura, dell'Allevamento e dell'Approvvigionamento (MAPA).

La certificazione prevede l'audit di tutta la catena produttiva, dalle materie prime alla lavorazione del prodotto finito che, nel caso di un olio bio, per esempio, comprenderebbe il controllo sia della produzione dell'oliva che dell'olio.

Il tempo per il rilascio della certificazione dipende da una serie di fattori e solitamente varia dai 60 ai 90 giorni contati dai sopralluoghi necessari.

Per quanto riguarda i costi, per i prodotti brasiliani si aggirano intorno ai 5/6 mila reais. Nel caso dei prodotti importati ci sono altri costi da considerare di difficile stima senza avere maggiori dettagli sul prodotto da certificare.

Per maggior dettagli ed eventuali riferimenti di società certificatrici, si invitano gli interessati a contattare l'Ufficio di San Paolo dell'ITA – Italian Trade Agency.

15. 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, nel 2022 si terrà presso il quartiere fieristico Imigrantes, dal 12 al 14 aprile. L'edizione 2019 ha avuto oltre 350 marchi in esposizione, provenienti da 20 paesi, 14.000m² di spazi espositivi e più di 10.000 visitatori specializzati.

☞ APAS SHOW

www.apasshow.com

Fiera annuale dedicata ai prodotti e servizi per i supermercati. Nel 2019, ha registrato 840 espositori provenienti da 22 paesi ed oltre 58 mila visitatori in rappresentanza di circa 11 mila aziende. Le edizioni 2020 e 2021 sono state rinviate a causa della pandemia. Nel 2022 giunge alla 36° edizione e verrà realizzata dal 17 al 20 maggio presso il quartiere fieristico Expo Center Norte. **È prevista la realizzazione di un padiglione ufficiale italiano.**

☞ 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 nel 2019 presso il quartiere fieristico Expo Center Norte, ha riunito 470 espositori, in rappresentanza di 1.800 marchi e ha contato sulla presenza di 57.000 visitatori. Nel 2022 Fispal Food Service raggiungerà la 36° edizione e avrà luogo presso il quartiere

Fieristico Expo Center Norte, dal 7 al 10 di giugno. È prevista la realizzazione di un padiglione ufficiale italiano.

☞ **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 dal 21 al 23 marzo 2022 presso il quartiere fieristico Rio Centro, di Rio de Janeiro.

L'edizione 2019 ha visto la partecipazione oltre 500 marchi in esposizione (praticamente tutti nazionali), più di 50 mila visitatori e circa 100 incontri seminariati/formativi.

26

16. INDIRIZZI UTILI

☞ ABAD – Associazione Brasiliana dei Distributori e Grossisti

www.abad.com.br

☞ ABBA – Associazione Brasiliana degli Importatori ed Esportatori di Bevande e Prodotti Alimentari

www.aabba.org.br

☞ ABIA – Associazione Brasiliana dell'Industria Alimentare

www.abia.org.br

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

www.abrachr.com.br

☞ ABRAS – Associazione Brasiliana dei Supermercati

www.abras.com.br

☞ ABRASIL – Associazione Brasiliana dei Bar e Ristoranti

www.abrasel.com.br

☞ ABS – Associazione Brasiliana dei Sommelier – SP

www.abs-sp.com.br

☞ ANVISA – Agenzia Brasiliana Vigilanza Sanitaria

www.portal.anvisa.gov.br

☞ APAS – Associazione dei Supermercati dello Stato di San Paolo

www.portalapas.org.br

☞ BCB – Banco Central do Brasil

www.bcb.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

☞ MAPA – Ministero Brasiliano delle Politiche Agrarie

www.agricultura.gov.br

☞ USDA – US Department of Agriculture

www.usda.gov

☞ OLIVA – Associazione Brasiliana dei Produttori, Importatori e Commercianti di Olio di Oliva

www.oliva.org.br

17. PUBBLICAZIONI SPECIALIZZATE

☞ DISTRIBUIÇÃO

<https://distribuicao.abad.com.br>

☞ GO WHERE

www.gowhere.com.br

☞ ITALIAN FOOD

www.revistaitalianfood.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

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

[company/ICE-Sanpaolo](#) 

[ICESanPaolo](#) 

[ICEBrasil](#) 

[icesanpaolo](#) 

[Ita.Brasil](#) 