

Studio di mercato



BRASILE

Consorzio garanziaBIO Vico 1° Barone Rossi 11- 09125 CAGLIARI

La situazione socio economica generale

Il Brasile, nel corso del 2009, è definitivamente uscito dalla fase recessiva che lo aveva colpito, in concomitanza con la crisi finanziaria globale, tra la fine del 2008 e l'inizio dell'anno successivo. La ripresa dell'economia nazionale ha permesso al Paese di rafforzare il proprio ruolo emergente all'interno dell'economia mondiale.

Nel quarto trimestre del 2009 il PIL è cresciuto del 2 % rispetto al trimestre precedente, accelerando dall'1,7 % registrato nel terzo trimestre. Tali dati segnano la fine definitiva della recessione che aveva portato il prodotto a contrarsi per due trimestri consecutivi tra la fine del 2008 e l'inizio del 2009. Nel complesso del secondo semestre, si registra una crescita dell'attività economica del 3 % rispetto alla prima metà del 2009 e dell'1,4 % rispetto allo stesso periodo del 2008. Nonostante la pronunciata fase di ripresa, la crescita complessiva del PIL nell'arco dei dodici mesi del 2009 è risultata leggermente negativa (-0,2 per cento). Tuttavia, per il 2010 si prevede un aumento del prodotto a tassi superiore al 5%.

Nel corso del secondo semestre i consumi delle famiglie, che rappresentano oltre il 60 % del PIL, hanno continuato la fase espansiva che li aveva contraddistinti anche nella prima metà del 2009, crescendo del 4,9 % rispetto al semestre precedente (5,7 % rispetto allo stesso periodo di un anno fa). Anche la spesa per consumi delle amministrazioni pubbliche, che assorbe una quota del 20 % della domanda, ha registrato tassi di crescita positivi, seppur più contenuti. Tornano a crescere in maniera significativa gli investimenti in capitale fisso, con un aumento di oltre l'11 % rispetto al primo semestre; nonostante i recenti progressi essi si attestano comunque su un livello inferiore del 5 % rispetto al periodo corrispondente del 2008. Rapportando il primo e il secondo semestre 2009, la componente estera ha invece fornito un contributo

negativo al PIL a motivo della dinamica più vivace delle importazioni (+11,6 %) rispetto a quella delle esportazioni (+6,4 %).

Dal lato dell'offerta il settore dei servizi, che rappresenta più del 60 % di questa voce, ha continuato a registrare tassi di crescita positivi, con un aumento del 2,4 % rispetto al primo semestre e del 3,3 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il valore aggiunto nell'industria ha evidenziato una netta ripresa, con una performance del 5,8 % rispetto al semestre precedente, pur rimanendo inferiore dell'1,9 % rispetto allo stesso periodo del 2008. Viceversa, il settore agricolo, ha continuato a contrarsi (-2,3 % rispetto al semestre precedente e -6,4 % rispetto allo stesso periodo del 2008). I dati appena illustrati vanno analizzati nel quadro dell'uscita del Paese dalla fase recessiva che lo ha colpito a causa della crisi internazionale.

Le buone prospettive dell'economia brasiliana si riflettono anche nei flussi finanziari internazionali al Paese. Nel corso del secondo semestre i flussi di capitale hanno ripreso vigore e i mercati finanziari hanno evidenziato un deciso recupero. In questo periodo il conto finanziario della bilancia dei pagamenti ha registrato un surplus di oltre 50 miliardi di dollari, in netto aumento rispetto ai 19 registrati nel corso del primo semestre dell'anno. Si consolida dunque l'inversione di tendenza rispetto ai deflussi registrati nel corso del secondo semestre del 2008 (11 miliardi di dollari). Analizzando le varie componenti si nota, in particolare, che gli investimenti diretti netti sono aumentati nel secondo semestre a quasi 22 miliardi di dollari da poco più di 14 nel primo semestre. Ciò ha riflesso la tenuta degli investimenti stranieri in Brasile (poco più di 13 miliardi di dollari) unita alla diminuzione degli investimenti brasiliani all'estero. Per quanto concerne le altre tipologie di flussi, si continuano a registrare deflussi bancari, mentre aumentano significativamente gli afflussi di portafoglio, che superano i 47 miliardi di dollari. In

quest'ultima categoria, particolarmente significativi sono stati gli afflussi ai mercati azionari, pari a quasi 44 miliardi di dollari, che hanno continuato ad aumentare rispetto ai 2 miliardi registrati nel periodo precedente.

A conferma della buona salute delle finanze, il Paese si è recentemente trasformato da debitore a creditore nel Fondo Monetario Internazionale e – vale la pena ricordare – nel corso del 2008 due delle principali compagnie di *rating* mondiali (*Standard and Poor's* e *Fitch*) promossero il Brasile al primo gradino del cosiddetto “grado di investimento”. A conferma di ciò, nel corso del periodo in esame, anche la terza compagnia di rating (*Moody's*) ha concesso al Brasile la promozione al primo *step*. Infine, alla luce della valutazione del rischio politico, economico, finanziario ed operativo del Paese, il *Country Risk Rating* complessivo assegnato al Paese da SACE é M2, equivalente a 5 in una scala da 1 a 9, dove 1 è il rischio minimo.

Si conferma quindi l'andamento ormai consolidato del Paese verso una progressiva stabilità macroeconomica ed una considerevole consistente diminuzione del rischio, che ha avuto ampia dimostrazione nella tenuta delle finanze pubbliche e nella stabilità monetaria dimostrata in occasione della crisi internazionale.

La popolazione del Brasile, secondo la stima del governo del luglio 2005 è di 187.369.098 abitanti (il 50% del totale della popolazione del Sud America).

La popolazione economicamente attiva supera i 90 milioni di persone. Il Brasile è un paese altamente urbanizzato (81% della popolazione vive in città) e ha più donne che uomini (50,8% vs 49,2%).

La densità di popolazione è bassa: 19,84 ab/ km², se confrontato con la media mondiale (40 abitanti / km²). Tuttavia, si ha una bassa densità di popolazione, stimata nel 2008 a 22,22 abitanti per km², rispetto ai 40 abitanti per km², che presenta la media mondo.

Questa popolazione è concentrata soprattutto sulla costa , per motivi storici e nelle aree metropolitane, per ragioni sociali e economiche, in questo modo la densità è molto diversa nelle diverse regioni: mentre il nord ha una densità di circa 4 abitanti per km ², sud-est (São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro) raggiunge gli 83 abitanti.

Si rivela , tuttavia un significativo calo nel tasso di crescita della popolazione che è passata dal 3% negli anni '60, fino al 2% negli anni 80 e 1,6% negli anni 90. Nel 2006, il tasso medio di crescita annuo era solo 1,2%. Questa crescita più lenta della popolazione è il risultato di una rapida urbanizzazione - che ha aumentato la popolazione urbana dal 78.4% 1.996 82,8% attuale e il miglioramento dell'istruzione e di una politica attiva di pianificazione familiare da parte del governo brasiliano. La popolazione brasiliana è costituita dalla mescolanza di diverse razze, indigeni, europei, africani e in misura minore asiatici.

Come già accennato, la distribuzione della popolazione non è uniforme, e si trova in genere lungo la costa atlantica dalla punta Nord al profondo sud. La maggiore concentrazione si verifica nello Stato Sao Paulo, con più di 40 milioni di abitanti, di cui oltre metà vive nella capitale, considerata come la terza città più popolosa al mondo. Il tasso di urbanizzazione è dell'82,8%,

Il mercato

Il mercato brasiliano è strettamente legato alla sua estensione geografica e si riscontra nel paese una popolazione che per 2.5% ha un reddito mensile superiore a \$ 10.000 al mese mentre il 66% della popolazione ha un reddito tra 80 a 200 dollari/mese. Nel Sud-Est è concentrato il maggior potere d'acquisto del paese, dove, anche per la grande influenza europea è molto forte la richiesta di prodotti importati e anche di alto costo. Complessivamente il Brasile può essere definito come un consumatore di prodotti importati che differiscono significativamente da quelli locali.

Prodotti di base e quelli simili alle produzioni locali trovano grosse difficoltà di penetrazione commerciale.

Va ricordato che i costi di trasporto interni sono estremamente alti a causa delle carenti infrastrutture e distanze che incidono negativamente sulla distribuzione e i prezzi di mercato finiti. Come già accennato, il tenore di vita in Brasile è segnato dalle differenze sociali estreme: coesistono estrema ricchezza e povertà estrema.

La spesa di una quota significativa della popolazione si concentra esclusivamente su vitto e alloggio, proprio perché una parte importante della popolazione si trova al di sotto della soglia di povertà (la Banca Mondiale stima che nel 2007, il 22% della popolazione viveva sotto la soglia di povertà, fissata a 2 dollari al giorno) e, quindi, virtualmente esclusi dal mercato.

Tuttavia, iniziano ad emergere nuove forme di marketing per affrontare questo segmento della popolazione, che negli ultimi anni ha iniziato ad avere un miglioramento sul potere d'acquisto attraverso i programmi governativi come "Bolsa Famiglia" e la vendita porta a porta comincia ad essere utilizzata oltre la loro normale area (cosmetici) estendo la vendita anche a prodotti

alimentari e raggiungendo anche le zone più depresse come i quartieri poveri delle grandi città.

Oltre a questa popolazione, che può per ora mirare solamente ai prodotti di base vi è un segmento di popolazione di alto potere di acquisto, in quanto il buon funzionamento dell'economia in questi ultimi anni è cresciuto. Così, il Brasile ha quasi raddoppiato il numero di milionari in un anno (da 90.000 del 2005 ai 130.000 del 2006). Chiaramente, l'importazione crescente dei beni di consumo di lusso, nel 2007 ha generato un giro di 4.300 milioni di dollari, il 17% in più rispetto al 2006. Lo sviluppo del settore del lusso in Brasile sta attirando sempre più l'attenzione degli investitori internazionali.

I principali marchi del lusso internazionale stanno aprendo le loro filiali nel paese e per mezzo di rappresentanti di vendita. Tra i due estremi c'è una classe media che, con il buon funzionamento dell'economia, negli ultimi anni è riuscita ad aumentare i suoi livelli di consumo, pur essendo più vulnerabili alla recessione economica così come negli ultimi mesi. I principali centri d'affari e le aree di elevato indice di consumo, si trovano nel sud-est, che appartengono agli Stati economicamente più sviluppati e con un maggiore livello di reddito pro capite. E sono: São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Il biologico in Brasile

La prima domanda da porsi è cosa si intenda per alimento biologico, visto che, a seconda del Paese, ci sono diversi significati sugli alimenti biologici. In Brasile significa sia prodotto agricolo raccolto con il metodo di produzione che utilizza caratteristiche del suolo naturale senza l'uso di prodotti chimici o fertilizzanti chimici che prodotti alimentari trasformati da materie prime senza uso di pesticidi o fertilizzanti chimici e con tecniche di coltura che permettono la conservazione del suolo e minimi alterazione dell'ecosistema.

Esso prende inoltre in considerazione il corretto uso delle risorse idriche, pratiche di buona salute, il rispetto e la capacità migliorare la qualità della vita dei lavoratori coinvolti nel processo.

L'agricoltura biologica ed ecologica è una metodologia per la produzione di alimenti non nocivi alla salute umana, né per l'ambiente. Un impegno per produrre in modo sostenibile, assicurare la qualità ai consumatori di alimenti biologici.

Di pari passo anche l'industria di trasformazione viene considerata Bio quando:

- vengono adottare tecnologie che ottimizzano le risorse naturali, socio-economiche;
- viene rispettata l'integrità culturale al fine di auto-sostenibilità nel tempo e nello spazio;
- Si esalta il vantaggio sociale, riducendo al minimo la dipendenza in materia di energia non rinnovabile;
- Viene escluso l'uso di organismi geneticamente modificati (OGM)
- Non vengono utilizzate radiazioni ionizzanti in ogni fase della produzione, la conservazione e il consumo;

- Viene sostenendo la salvaguardia della salute ambientale e umana;
- Viene garantita la trasparenza in tutte le fasi della produzione e trasformazione.

In sostanza è un situazione simile a quella europea a noi nota.

Questo sistema di produzione viene regolamentato dalle leggi Brasiliane in vigore e secondo gli standard che sono in tutti i casi riconosciuti anche in ambito Europeo e internazionale (vedi Logistica delle produzioni biologiche)

La certificazione. A livello internazionale, non esiste una normativa comune applicabile a tutti i paesi e ogni stato, regola il settore secondo la proprie linee guida applicando comunque tutte le regole sanitarie disposte per i prodotti convenzionali.

La maggior parte degli Stati hanno regole di base: l'Unione Europea (direttiva 834/07), Giappone (JAS), Stati Uniti (NOP), ma non uniformità nella legislazione. Per facilitare l'immissione sul mercato, alcuni paesi stanno lavorando per la standardizzazione delle norme relative a tali produzioni. Ad esempio, l'Unione Europea sta negoziando con altri paesi il regime di equivalenza della legislazione. Le esportazioni e le importazioni di prodotti biologici sono sottoposti come prescritto dai regolamenti dei mercati dei paesi di destinazione. Il legislatore brasiliano in questo momento sta cercando di adeguarsi alle norme comuni dei paesi di destinazione per poter facilitare l'esportazione delle proprie produzioni.

La produzione. Il Brasile sta dimostrando una grande potenzialità nel mercato che può essere un punto di riferimento nella produzione di prodotti biologici.

Secondo l'Agenzia per la promozione delle esportazioni (Apex-Brasile), la produzione di alimenti biologici è aumentata del 30% all'anno contro la media mondiale di circa il 25%. Attualmente l'agricoltura biologica Brasiliana rappresenta solo l'1% del mercato mondiale che viene valutato a 25 miliardi di dollari, pur essendo il sesto il sesto (x estensione) più grande al mondo. Secondo l'IFOAM, la Federazione internazionale dei movimenti dell'agricoltura biologica biologica, sono dedicati all'agricoltura biologica più di 30 milioni di ettari in 120 paesi. In Brasile si contano più di 300.000 ettari dedicati a questo tipo di produzione, lo stato del Parana vanta la più rapida crescita in termini di produzione.

Circa il 70% della produzione biologica nazionale viene esportata, soprattutto in Europa, USA e Giappone. Tra i principali prodotti di esportazione del Brasile troviamo i semi di soia, lo zucchero, caffè, succhi di agrumi, miele, riso, frutta come mango, banana, melone e papaia, oli essenziali, noci, mate, funghi, babassù, oli vegetali, essenze di bosco, estratti vegetali, frutta disidratati, liquori e caramelle.

Nel mercato domestico, i prodotti biologici più comuni sono: verdure, seguite da caffè, zucchero, succhi di frutta, miele, marmellate, fagioli, cereali, latte, dolci, tisane, erbe officinali. In minore quantità si può trovare anche delle bevande come vino, birra e alcolici, così come il pollo, manzo, uova, prodotti tessili e cosmetici. Questi prodotti sono provenienti da importazioni e produzioni interne.

I tassi di consumo di Biologico in Brasile sono ancora molto bassi e la ragione principale è il maggior prezzo in relazione ai prodotti che possono variano rispetto ai convenzionali tra il 20% e il 300%, rendendo il biologico un prodotto di nicchia.

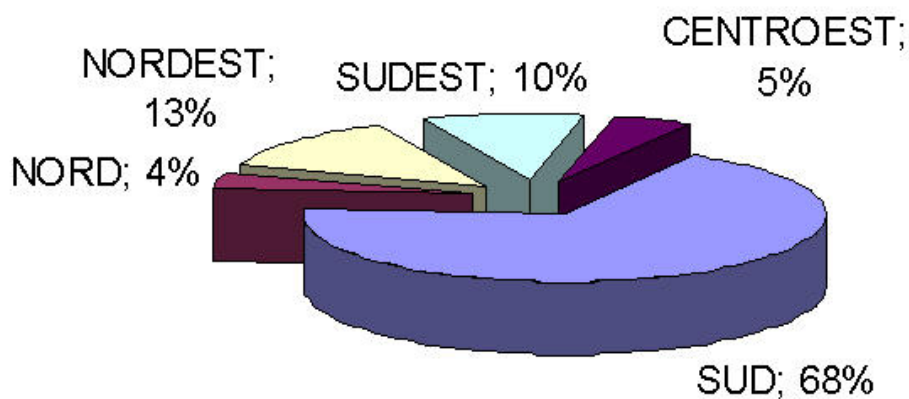
Tuttavia, il segmento dei prodotti biologici siano essi interni che di importazione sono considerati da vari specialisti dei consumi, come un mercato con grandi potenzialità a medio e lungo termine. L' Agro-alimentare è uno dei segmenti più dinamici dell'economia brasiliana, e occupa un ruolo sostanziale nelle esportazioni del Paese. Il settore genera occupazione oltre che nell'attività agricola anche nei numerosi stabilimenti di trasformazione. Il mercato biologico genera un giro d'affari di circa 25 miliardi di dollari nel mondo e poco più di 250.000.000 di R\$ all'anno in Brasile. Questa cifra è una stima poiché non si dispone nel paese di dati ufficiali.

Con una crescita costante negli ultimi anni (circa il 30%/anno) della produzione biologica, in Brasile c'è attualmente una superficie rappresentativa a livello globale, ponendo il paese tra i maggiori produttori al mondo di biologico.

Il salto di classifica è stato guidato dalla decisione di inserire i raccolti sostenibili e spontanei nel calcolo delle certificate biologiche del paese.

Ci sono diversi milioni di ettari di vegetazione autoctona che consentono il raccolto di produzione spontanea di castagne, noci del Brasile, acai, pupunha, lattice, frutta e altre specie di piante tropicali, principalmente nell'Amazzonia. Il numero delle aziende agricole biologiche è aumentato considerevolmente .

L'IBD (Associazione Biodinamica, organismo di Certificazione) ha più di 3.500 produttori biologici certificati. Almeno l'80% delle aziende certificate in Brasile sono le "famiglie di agricoltori". Le produzioni biologiche in Brasile variano a secondo dell'area geografica. Di seguito la distribuzione nelle aree geografiche.



Gli incentivi per il biologico. Non esiste una strategia nazionale per la produzione biologica, ma Ci sono programmi di incentivazione e politiche in diversi organi statale a sostegno degli agricoltori che producono alimenti biologici.

Alcuni di essi sono:

Il ministero dell'Agricoltura, dell'allevamento e dell'approvvigionamento (MAPA) con il Programma di sviluppo "Orgânica (Pró-Orgânico)" avviato nel 2004, che mira a sostenere e rafforzare la produzione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti biologici e stimolare la crescita del segmento.

Il progetto Pro-Orgânico è composto da un insieme articolato di azioni con enti del settore pubblici e privati.

Il "Projeto Orgânicos Brasile", presentato nel luglio 2005, mira a promuovere l'esportazione di prodotti biologici e lo sviluppo di agricoltura biologica del paese. Si tratta di un'iniziativa dell'Agencia di Promozione delle esportazioni brasiliane (APEX-Brasil) e la Federazione delle Industrie Parana (FIEP).

Il Banco do Nordeste do Brasil (BNB) supporta la produzione biologica attraverso due programmi di finanziamento per gli agricoltori biologici.

La domanda e la distribuzione di prodotti biologici

Fattori che influenzano i consumi variano da paese a paese, secondo la cultura, la tradizione e il tipo di alimentazione.

In paesi come Germania, Inghilterra, Australia e Stati Uniti inizialmente viene valutata la salubrità del prodotto biologico, seguita dalla loro relazione con la tutela dell'ambiente e il rapporto con il gusto.

In Brasile, sembra che vi sia una tendenza simile. Uno studio condotto da IBOPE, Istituto Brasiliano di Opinione Pubblica e statistica, rileva che il consumatore brasiliano è disposto a pagare di più per i prodotti ottenuti senza aver contaminato l'ambiente.

Il problema della salute diventa anche uno dei motivi principali per il consumo di alimenti biologici.

Un alimento biologico viene associato ad un prodotto, senza particelle tossiche e ottenuti attraverso un processo naturale di crescita.

Non perdendo di vista gli aspetti qualitativi, la buona apparenza, il gusto e la freschezza.

In relazione alla diversità, molti consumatori sostengono che è ancora difficile mantenere una dieta biologica per la mancanza di prodotto. Ad eccezione di frutta, cereali e prodotti di origine animale, i prodotti biologici sono piuttosto difficili da trovare.

Anche se il prezzo dei prodotti biologici è superiore ai prodotti convenzionali, il consumo continua a crescere. E' interessante notare che quando si effettua un prezzo equo, nel confronto tra biologico e convenzionale, nei mercati bio, non vi è alcuna differenza di percezione tra i prezzi.

Per contro, nel supermercato, dove i margini sul prezzo dei prodotti biologici sono estremamente elevati, dovuti anche al packaging

(obbligatorio per la differenziazione del corrispettivo convenzionale) i consumatori lamentano prezzi elevati.

In generale, si trovano due tipi di consumatori di alimenti biologici. I primi sono quelli adulti che sono motivati, ben informati, sono esigenti in termini di qualità biologica del prodotto e frequentano i mercati biologici.

I secondi, più giovani, ma meno sensibili e frequentatori di grandi catene di supermercati.

I dati disponibili sul primo tipo di consumatore mostrano che in termini generali, è un libero professionista, di sesso femminile, tra 31 e 50 anni. Presenta un elevato livello culturale, ha abitudine alla pratica sportiva e frequentemente, vive in città e cerca di stare il più possibile a contatto con la natura, frequentando regolarmente parchi e boschi.

Secondo l'Associazione Brasiliana dell'Industria di Alimentazione, ABIA il 60 % dei consumatori di alimenti biologici, ha livello di studio universitario, il 76 % è nato in aree urbane ed il 60 % ha abitudini alimentari diversificate e mangiano carne rossa.

Questo consumatore è consapevole della questione ambientale ed il suo livello di reddito è medio-alto. È un consumatore fedele e costante che frequenta regolarmente i mercati di prodotti biologici.

La commercializzazione. Uno dei principali problemi del settore è la mancanza di statistiche ufficiali sugli scambi commerciali; per cui posto la difficoltà a realizzare analisi fidate sulla commercializzazione internazionale di questo tipo di prodotti. Il governo e i produttori devono contare su proiezioni a medio-lungo termine sull'offerta e la domanda al fine di adottare politiche e decisioni su basi ben documentate. Nel mercato relativamente piccolo dei prodotti biologici, l'aumento della produzione deve basarsi su un'informazione

fedele al fine di evitare l'eccedenze e la diminuzione dei prezzi. La domanda di prodotti biologici ha creato anche nuove opportunità per le esportazione nei paesi in via di sviluppo che consapevoli che nessun paese può soddisfare la domanda interna di una certa varietà di alimenti biologici hanno iniziato ad esportare con successo una vasta gamma di prodotti biologici.

Possiamo dire che le principali ragioni che hanno permesso lo sviluppo del mercato di questi prodotti sono:

Dal punto di vista della domanda:

- Maggiore incertezza e preoccupazione per la sicurezza degli alimenti;
- Agenti inquinanti;
- Benessere animale - aspetti Sanitari- Malattie, encefalite bovina;
- Organismi geneticamente modificati;
- Maggiore interesse e coscienza nelle tematiche ecologiche, alle modificazioni ambientali e climatiche;
- Responsabilità Sociale;
- Incremento della popolazione e dei consumatori con alto potere d'acquisto;
- Maggiore interesse per la salute e la nutrizione.

Dal punto di vista dell'offerta:

- Maggiore disponibilità di prodotti biologici nei Bio-supermercati, supermercati, mercati convenzionali,
- Maggiore pubblicità e promozione per i prodotti biologici;
- Maggior richiesta di prodotti biologici da parte dell'industria alimentare mondiale, della cosmesi naturale e tessile;

- Sensibilizzazione ai problemi della biodiversità, responsabilità sociale;
- Maggiori prezzi: in media 20-30 % in relazione ai prodotti convenzionali.

La domanda di prodotti biologici organici sta crescendo nei paesi sviluppati ed in modo costante con tassi di crescita che variano da un 5 a 40 %. I mercati si vanno sviluppando in volume e varietà di prodotti richiesti.

Si denota chiaramente, dal confronto della domanda di questi prodotti biologici con gli equivalenti convenzionali che il mercato degli alimenti biologici si presenta come uno dei pochi settori in crescita a livello mondiale.

Canali di distribuzione. Viste le peculiarità del mercato brasiliano, risulta consigliabile iniziare operazioni di vendita in questo mercato mediante un agente o un agente o distributore locale.

L'orientamento regionale dell'economia continua ad essere determinante in un paese di dimensioni continentali, per questo e in funzione degli obiettivi dell'impresa, sarebbe preferibile che l'agente o distributore avesse capacità ed autonomia operativa per assumere agenti locali. Nella maggioranza dei casi, questi distributori sono ubicati nell'area di San Paolo.

È da notare che nella distribuzione dei beni di consumo si deve distinguere tra settore Atacadista (all'ingrosso) e il settore Varejo (al dettaglio). Il grossista o il distributore è il principale canale di vendita tra l'industria/importatore e piccoli e medi supermercati.

La loro azione è indispensabile a causa delle grandi dimensioni geografiche del Brasile, che rendono quasi impossibile per l'industria agroalimentare soddisfare la domanda proveniente da tutte le regioni.

Questi operatori, stanno modificando la loro attività sviluppando anche il settore della logistica e il brokeraggio, un vero e proprio raccordo che permette all'industria/importatore di fatturare direttamente al cliente finale siano questi supermercati, piccoli dettaglianti, alberghi, bar e altri.

Secondo Abad (Associazione Brasiliana di grossisti e distributori), l'industria ha fatturato nel 2006 un totale di 95 900 milioni di R\$ servendo circa 900.000 punti vendita. Questo dato rappresenta una crescita reale del 2,6% rispetto all'anno precedente e un incremento del 53% delle forniture ai consumatori sul mercato interno.

Il lavoro di queste aziende è concentrato soprattutto negli stati di São Paulo, seguita per importanza di Minas Gerais, Paraná e Santa Catarina.

In termini di fatturato, la regione sud-est (Stati di São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo) rappresenta il 71% del fatturato del commercio all'ingrosso.

Le vendite on-line di, ovvero via Internet, stanno raggiungendo cifre record, grazie all'incremento del consumo e l'abitudine crescente dei consumatori a fare acquisti su Internet. Tuttavia, poche aziende hanno la concentrazione del fatturato di questo settore, offrendo una grande opportunità di crescita per i grossisti.

La distribuzione di alimenti biologici può variare a seconda del fornitore e le caratteristiche del mercato e dei consumatori. I paesi fornitori con maggiore potenziale di produzione hanno una tendenza ad un maggiore sviluppo nei mercati esterni che non nei mercati interni. Al contrario, i paesi caratterizzati per un mercato interno importante (forte domanda) sono orientati maggiormente allo sviluppo nel mercato interno.

Per esempio il 50 % della produzione degli alimenti biologico in Brasile ed in Messico è destinato al il mercato esterno. In Argentina invece, il 90 % della produzione è esportata in gran parte verso il mercato europeo.

In Brasile, circa il 70% dei prodotti biologici sono venduti in Supermercati con il lancio di marche specifiche e nelle grandi aree urbane si stanno espandendo e crescendo le vendite in esclusiva dei prodotti bio, dove il prezzo può variare tra 20 e 300%.

I punti di commercializzazione bio comprendono trasformatori, negozi del "naturale" , ristoranti, alberghi, mercatini di strada , grandi e piccoli punti vendita al dettaglio, ingrosso di piante, ospedali e consegna domiciliare dei cestini, una delle caratteristiche della commercializzazione di alimenti biologici in Brasile.

La vendita

- Vendita domiciliare: fornitura di ortaggi assortiti in sacchetti presso la residenza del consumatore.
- Fruttivendolo: vendita diretta di prodotti biologici e convenzionali.
- Mercati liberi: vendita o fornitura diretta per i negozianti che operano con queste aziende.
- Fiere-mercato: ci sono già alcune di queste fiere dove si possono acquistare ortaggi biologici, frutta, miele, pane, latte e uova direttamente dai produttori certificati. Solo a São Paulo ci sono cinque di queste fiere.
- Supermercati, varejo (al dettaglio) e ristoranti vegetariani: vendita in vassoi con il marchio e il sigillo biologico. Secondo l'Associazione Brasiliana supermercati, nel 2008, le vendite di questi prodotti nei supermercati hanno mostrato una crescita di circa il 25%, pari a circa 1,25 miliardi R\$. I grandi supermercati hanno una sezione dedicata ai prodotti biologici che sono di solito ben segnalati con imballaggi molto ben curati anche per giustificare il prezzo

elevato. Le principali catene che vendono prodotti biologici presenti in Brasile sono: Pao de Açúcar, Carrefour, Walmart, Extra, Santa Luzia.

Pao De Acucar offre più di 130 prodotti biologici distribuiti anche con il loro marchio "TAEQ" creato di recente per i prodotti legati al benessere e agli alimenti biologici.

CARREFOUR ha sviluppato un marchio "TERRATTIVA" per consentire l'accesso ai piccoli produttori biologici nel mercato. Il produttore biologico viene così integrato per fornire i suoi prodotti alla grande distribuzione senza intermediari.

I prodotti biologici possono essere acquistati anche nei negozi specializzati dove esiste una grande varietà di prodotti disponibili. Questi negozi affiancano sempre i prodotti biologici ad altri naturali e destinati alla salute del consumatore come per esempio prodotti dietetici naturali. Questi offrono anche materiali promozionali e pubblicazioni che spingono verso il consumo e informando sui vantaggi derivanti dall'utilizzo di questi prodotti.

Di seguito 5 catene di negozi specializzati presenti a São Paulo

Caminhos da roca



Offre più di 480 prodotti certificati biologici. AAO, IBD, Ecocert, Rede Ecovida sono alcune delle aziende che certificano i loro prodotti. Offerta di unavasta gamma di prodotti, tra cui: pane, dolci, caramelle, marmellate, miele, cereali, pasta, pizza, yogurt, formaggio, calamari surgelati, succhi, olio, tè, frutta, verdura. www.caminhosdaroca.com.br

KORIN www.korin.com.br



Vendono i prodotti ottenuti con il metodo di agricoltura naturale Moniti Okada basato sul perfetto equilibrio tra la conservazione e l'uso di risorse naturali. Si trovano carne di pollo, uova, frutta, legumi, verdure e acqua minerale.

MUNDO VERDE www.mundoverde.com.br



MUNDO VERDE è la più grande rete di negozi alimenti naturali dell' America Latina. Ha una rete in Franchising ed pioniere nel mercato del benessere in Brasile. Ha più di 113 negozi. Oltre ai prodotti biologici sono presenti anche quelli dietetici, funzionali, per la cura del corpo, la fitoterapia e la cucina giapponese a base di erbe.

PONTO VERDE www.lojapontoverde.com.br



PONTO VERDE offre cassette di ortaggi di dimensioni diverse e completa la propria offerta con latte, tofu, marmellate, miele, cereali, pane integrale, pollo, uova, zucchero, olio e pubblicazioni varie sul cibo, la salute, la terapia alternative e spiritualità.

A BOA TERRA www.aboaterra.com.br



A BO ATERRA offre la consegna a domicilio dei prodotti biologici. Un sito completo che, oltre mostrare la varietà di prodotti disponibili, pubblica degli articoli

sull'alimentazione sana e naturale, ricette a base di prodotti biologici, informazioni sui corsi di formazione e dettagli sulle produzioni alimentari biologiche.

I mercati intesi come fiera mercato, sono un punto di incontro importante per i consumatori abituali di alimenti biologici. Solitamente vengono fatti ogni fine settimana e si possono trovare prodotti a prezzi accessibili. A San Paolo per esempio si svolgono tutte le settimane i mercati di Água Branca, di Santana do Parnaíba, di Ibirapuera, de SEMAB e il "Mercado minorista de CEAGESP.

Si può trovare una vasta gamma di prodotti: frutta, verdure, ortaggi, e prodotti invasati

In riferimento ai principali problemi distributivi in Brasile distinguiamo i seguenti:

- Mano d'opera poco qualificata;
- Infrastrutture stradali molto carenti;
- Scarso uso del trasporto refrigerato fuori dai centri urbani

Per terminare citiamo le principali tendenze della distribuzione per i prossimi anni:

- Maggiore concentrazione della distribuzione;
- Maggior quota di marche/prodotti da distribuire;
- Crescita delle aziende di alta gamma di frutta e verdura.

IL gruppo Pão de Açúcar attualmente sta acquistando i prodotti dell'agricoltura biologica direttamente dal produttore, circa il 70% della produzione. In questo modo è stato possibile migliorare i prezzi di vendita al consumatore.