



mercati internazionali



ITCA®

ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane



Brasile, il made in Italy cresce insieme ai consumi di qualità

Forte aumento nelle importazioni brasiliane di prodotti alimentari italiani nel 2021, in crescita anche nei primi sei mesi del 2022

a cura di ICE San Paolo - Brasile

Negli ultimi decenni, nuovi elementi di valore sono stati associati ai prodotti alimentari e alle bevande al fine di esaltarne la qualità e l'unicità. Sono un esempio i parametri che tengono conto del rispetto dell'ambiente e dei temi sociali, oppure quelli che valorizzano il prodotto in termini di tradizione e di origine della produzione. Tra questi ultimi spiccano le Indicazioni Geografiche (IG), che associano la reputazione di un prodotto all'interazione inequivocabile dell'uomo con il proprio territorio. Risalgono all'antichità i tentativi di vincolare la qualità all'origine del cibo, nonché le iniziative per regolamentare

questa procedura. In Brasile, la pratica viene legalizzata solo nel 1996 con l'emanazione della Legge 92.279 che stabilisce due tipologie di Indicazioni Geografiche: l'Indicazione di Origine (IP – Indicação de Procedência) e la Denominazione di Origine (DO – Denominação de Procedência).

È del 1996 la legge che stabilisce due tipologie di Indicazioni Geografiche: IP e DO

La IP considera il nome geografico di un paese, città o località che è

diventato noto come un centro per l'estrazione, la produzione o la fabbricazione di un particolare prodotto o fornitura di servizi. Nel caso della DO, la denominazione geografica designa un prodotto o un servizio le cui caratteristiche o qualità sono dovute esclusivamente o essenzialmente all'ambiente geografico, compresi i fattori naturali e umani. La registrazione delle IG è concessa dall'Istituto Nazionale della Proprietà Industriale (INPI). Le condizioni per l'iscrizione sono stabilite nell'Istruzione Normativa INPI n. 95/2018, del 28 dicembre 2018, che sostituisce la precedente, pubblicata dallo stesso Istituto.

La domanda di registrazione può essere presentata da associazioni, sindacati o qualsiasi altro ente che funga da sostituto procedurale. Se nella regione di interesse esiste un unico produttore o prestatore di servizi, la domanda di registrazione può essere presentata dallo stesso. La prima IP, richiesta dall'Associazione dei Produttori di Vino Pregiato della Valle dei Vigneti (Vale dos Vinhos) (APROVALE), è stata concessa dall'INPI nel 2002 e riguarda la produzione di vini rossi, bianchi e spumanti di quella zona del Sud del Brasile, che raggruppa parte dei comuni di Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul.

focus

DO e IP brasiliane

Le IG attualmente registrate in Brasile

68

INDICAZIONI DI
ORIGINE (IP)

31

DENOMINAZIONI DI
ORIGINE (DO)

Attualmente, l'INPI riconosce 68 Indicazioni di Origine – tutte brasiliane – tra cui, 49 si riferiscono a prodotti di origine agricola. Tra questi prodotti spiccano il caffè (8), i vini (8), i formaggi (4) e le acquaviti di canna (3). Altre categorie di prodotti comprendono: frutta (ananas, melone, jabuticaba, uva e cacao), dolci e biscotti, farine di manioca, carni e derivati, miele, melassa ed alcune bevande alcoliche e analcoliche.

Lo Stato brasiliano con il maggior numero di Indicazioni di Origine per i prodotti alimentari e bevande è il Rio Grande do Sul (9), dove si trovano importanti produzioni di vini e spumanti, carne e derivati e cioccolato artigianale. Segue nella graduatoria Minas Gerais (8), Stato in cui sono rilevanti le produzioni di caffè, formaggio e acquavite di canna.

Le Denominazioni di Origine attualmente riconosciute sono 31, tra cui 22 brasiliane e 9 straniere (Região dos Vinhos Verdes, Cognac, Franciacorta, San Daniele, Porto, Napa Valley, Champagne, Roquefort e Tequila).

Tra le Denominazioni di Origine brasiliane, 19 si riferiscono a prodotti di origine agricola e alcune possiedono anche il titolo di Indicazione di Origine. Le categorie più numerose sono caffè (5), miele e propoli (5) e frutta (banana, guaranà e mela).

Dopo 26 anni dall'entrata in vigore della legge che ha istituito le Indicazioni Geografiche in Brasile, l'Istituto Nazionale per la Proprietà Industriale ha ricevuto 170 richieste di riconoscimento, provenienti da regioni/istituzioni brasiliane e straniere. Il procedimento di riconoscimento richiede lunghi tempi per il suo completamento. Il più breve è stato concluso in 12 mesi. Ce ne sono altri, come è il caso della domanda di riconoscimento dell'Indicazione Geografica presentata dal Consorzio del Prosciutto di Parma, in corso dal 1997. Ad altri ancora è stato negato il riconoscimento, come è avvenuto con la richiesta avanzata dal Consorzio per la Tutela dell'Asti. Tra le richieste più recenti c'è quella presentata dal Consorzio per la Tutela del Formaggio Asiago nel febbraio 2022.



La Valle dei Vigneti

La Valle dei Vigneti (Vale dos Vinhos), che ha ricevuto questa denominazione più di 100 anni dopo la sua occupazione, è il perfetto connubio tra cultura italiana e suolo gaúcho (come vengono chiamati gli abitanti dello Stato di Rio Grande do Sul). Le regole per la designazione della loro Denominazione di Origine sono molto rigide e consentono solo l'uso di uve coltivate entro i limiti della Valle, che devono essere piantate esclusivamente in strutture che ne permettano una crescita verticale. I vini rossi devono avere almeno il 60% di Merlot e possono essere mescolati con Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc e Tannat. Nel caso dei bianchi, la presenza predominante è Chardonnay e l'abbinamento è possibile solo con Riesling Italia. Per i vini spumanti, prodotti esclusivamente secondo il metodo champenoise, si usa Chardonnay e/o Pinot Nero, che devono essere presenti in almeno il 60% della composizione. Solo 10 cantine della zona hanno etichette con tale Denominazione di Origine.



Il caffè del Cerrado Mineiro

Il caffè del Cerrado Mineiro, regione relativamente giovane nella coltivazione della pianta, ha origine intorno al 1960, quando le regioni di produzione tradizionali negli Stati di San Paolo e Paraná sono state colpite da carestie ed il governo federale ha offerto incentivi ai produttori per stabilirsi nella regione del Cerrado de Minas, bioma che copre circa il 50% dello stato. Attualmente, il Cerrado Mineiro rappresenta il 12,7% del caffè coltivato in Brasile, con una produzione per raccolta pari a 6 milioni di sacchi da 60Kg. Ci sono più di 4.500 produttori distribuiti su 234.000 ettari di superficie coltivata.

In così poco tempo, la città di Patrocínio, situata nella regione, è diventata il più grande produttore del Paese, vantando 52.000 ettari destinati alla coltivazione del caffè. Inoltre, i 55 comuni della regione sono tra i maggiori fornitori al mondo di Nespresso e Illy, i giganti del settore.

Non esistono dati statistici che misurino l'aumento delle vendite di un prodotto IG rispetto agli altri: al pari dei prodotti biologici, consumati notevolmente con la pandemia, le Indicazioni Geografiche non solo tutelano la proprietà intellettuale di una regione, ma stabiliscono anche sistemi di controllo della qualità, tracciabilità e differenziazione dei prodotti, promuovendo lo sviluppo sostenibile delle località di provenienza. È abbastanza probabile, pertanto, che anche il consumo di prodotti IG sia cresciuto.

Solo nel 2021 il numero di consumatori che seguono una dieta più sana e che quindi fanno uso di prodotti biologici è aumentato del 61%, lo afferma la Organix, associazione brasiliana per promozione dei prodotti biologici. L'ente brasiliano stima, inoltre, che il mercato brasiliano dei prodotti biologici è stato pari a R\$ 6,3 mld (circa Euro 1,2 mld) nel 2021, in aumento dell'8,6% rispetto all'anno precedente. Secondo una ricerca della società PwC, la pandemia ha suscitato una maggiore preoccupazione della popolazione verso la tutela del pianeta e scelte più sostenibili, con i consumatori disposti a pagare di più per opzioni più sane, il che giustificerebbe l'aumento del consumo di prodotti biologici e, certamente, di prodotti IG che seguono gli stessi precetti.

Sulla scia di questa tendenza verso l'aumento del consumo di prodotti di qualità, si è verificato un forte aumento nelle importazioni brasiliane di prodotti alimentari italiani di diverse categorie nel 2021, ulteriormente ampliate nei primi sei mesi del 2022. È il caso, per esempio, delle farine, le cui importazioni sono cresciute del 19,2% nel 2021, passando da 4,4 mila tonnellate a 5,7 mila tonnellate, e del 43,5% nei primi 6 mesi del 2022, passando da 2,3 mil tonnellate a 3,3 mila tonnellate. Altri prodotti made in Italy molto graditi dai brasiliani, tra cui diverse DOP, figurano le paste alimentari, i pomodori e le sue preparazioni, il riso e le preparazioni per i risotti, i vini, gli oli d'oliva, i prodotti da forno, i formaggi ed i prodotti della salumeria. Per alcune di queste categorie, l'Italia, peraltro, figura tra i principali fornitori esteri del Brasile.



Canastra

Per essere riconosciuto come un vero Canastra, il formaggio deve essere prodotto in uno dei 7 comuni che compongono la regione e che si estendono su una superficie di 7.452 Km². Gli 800 caseari locali producono circa 600 tonnellate di formaggio all'anno, ma solo i 60 associati ad APROCAN possono utilizzare il marchio IP.

I formaggi freschi della regione, considerati tra i migliori al mondo, sono venduti per circa R\$ 12,00 al chilo (Euro 2,50), mentre quelli stagionati arrivano a R\$ 30,00 a R\$ 40,00 (Euro 5,70 – Euro 7,50).



Sabores da Itália

Realizzata dal 2018 e prevedendo di raggiungere nel 2021 un risultato commerciale superiore al 10% rispetto a quanto realizzato nell'anno precedente, la campagna "Sabores da Itália" – ideata dall'Agenzia ICE per il Brasile, Ufficio di San Paolo – ha superato le migliori previsioni, registrando un aumento dell'89% rispetto ai risultati del 2020, con vendite pari a 11,3 milioni di reais (circa 2,1 milioni di dollari), a dimostrazione che il consumatore brasiliano è sempre più conscio della qualità della produzione italiana e desideroso di approfondire la conoscenza dello stile alimentare sano dell'Italia.

L'azione si è svolta negli stati di San Paolo, Paraná, Minas Gerais e Goiás, oltre al Distretto Federale, in 150 negozi di 4 importanti catene di supermercati (Festival, Oba Hortifrutti, Supermercados Mambo e Supernosso). All'iniziativa hanno partecipato anche il negozio boutique di prodotti alimentari e bevande Casa Santa Luzia, a San Paolo, e l'e-commerce di vini Evino, attivo su tutto il territorio nazionale.

Con l'obiettivo di promuovere la produzione made in Italy in Brasile, ampliare la base dei consumatori, presentare novità e descrivere le caratteristiche distintive dei prodotti italiani, la campagna ha visto la partecipazione di 241 aziende italiane, tra produttori di vini e altre bevande, biscotti, pasta, torte e dolci industrializzati, riso e preparazioni per risotti, pasta secca e ripiena, pomodori, salse e conserve, oli d'oliva, aceti, latticini, prosciutti, prodotti della salumeria ed altri prodotti alimentari.

L'edizione 2022 della campagna è in programmazione per il secondo semestre dell'anno a beneficio di un numero sempre maggiore di aziende e settori.