



Πρεσβεία της Ελλάδος στη Βραζιλία

Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων Αγίου Παύλου

Η αγορά λιανικής τροφίμων στη Βραζιλία

Οκτώβριος 2020



Συντάκτης: **Μάριος Μαθιουδάκης**

Σύμβουλος Ο.Ε.Υ. Β΄

Avenida Paulista 2073, Conj. Nacional, Horsa II, 23^o andar - conj. 2303

CEP. 01311-940 – São Paulo – SP

Τηλ.: +55 11 32831231, 32510675 Fax: +55 11 32621096

ecocom-spa@mfa.gr

<http://agora.mfa.gr/ta-grafeia-oikonomikon-emporikon-upotheseon/grafeia-ana-xora/office/821>

Πίνακας περιεχομένων

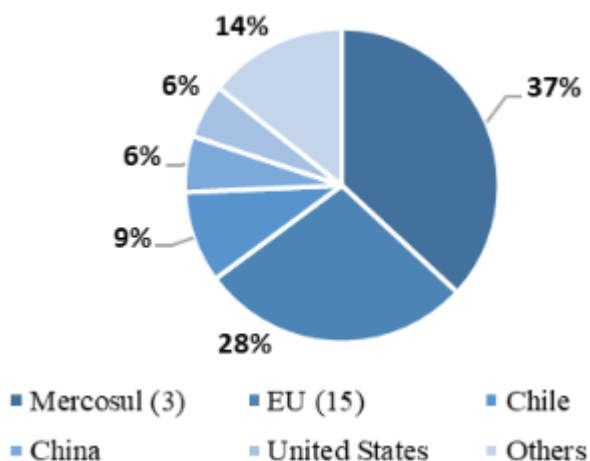
1. Γενικά	2
1.1. <i>Η βιομηχανία επεξεργασίας τροφίμων.....</i>	<i>2</i>
1.2. <i>Η βιομηχανία λιανικής τροφίμων</i>	<i>2</i>
2. Οδικός χάρτης για είσοδο στην αγορά	6
2.1. <i>Στρατηγική εισόδου</i>	<i>6</i>
2.2. <i>Δομή της αγοράς</i>	<i>6</i>
2.3. <i>Προφίλ εταιρειών και κορυφαίοι λιανέμποροι στη Βραζιλία</i>	<i>7</i>
3. Ανταγωνισμός.....	8
4. Προϊόντα που δεν διαθέτουν σημαντικές ποσότητες αλλά παρουσιάζουν σημαντική δυναμική στις πωλήσεις	9
5. Προϊόντα που δεν είναι μπορούν ακόμη να εισαχθούν εξαιτίας σημαντικών προσκομμάτων.....	9
6. Η λιανική τροφίμων στην περίοδο της πανδημίας COVID-19.....	9

Γενικά

Οι οικονομικές και πολιτικές εξελίξεις στη Βραζιλία τα τελευταία χρόνια υπονόμισαν την κατανάλωση και τις επενδύσεις. Οι εισαγωγές καταναλωτικών προϊόντων στη χώρα άγγιξαν τα 4 δισ. δολάρια το 2018, μείωση 3,5% σε σχέση με έναν χρόνο νωρίτερα.

Το ίδιο έτος, η Ε.Ε. αύξησε το μερίδιο αγοράς της στην βραζιλιάνικη αγορά κατά 3%, ενώ η Κίνα και οι χώρες Mercosul γνώρισαν απώλειες.

Εισαγωγές καταναλωτικών αγαθών (2019) (σε εκ. δολάρια)



πηγή: Secex, <http://www.siscomex.gov.br>

1.1. Η βιομηχανία επεξεργασίας τροφίμων

Το 2019 η βιομηχανία επεξεργασίας τροφίμων κατέγραψε ετήσιες πωλήσεις ύψους 699 δισ. ρεάις (177 δισ. δολάρια). Από τις συνολικές πωλήσεις, ο τομέας των τροφίμων αντιπροσώπευε το 81% και ο τομέας των ποτών το 19%. Τα κυριότερα επεξεργασμένα τρόφιμα αφορούσαν κρέας, ποτά, γαλακτοκομικά προϊόντα, τσάι, καφές δημητριακά, λιπαρά, ζάχαρη, σνακς, παγωτά, μπαχαρικά, μαγιά, προϊόντα σιτηρών, φρούτα & λαχανικά, σοκολάτα, καραμέλες και ψάρια.

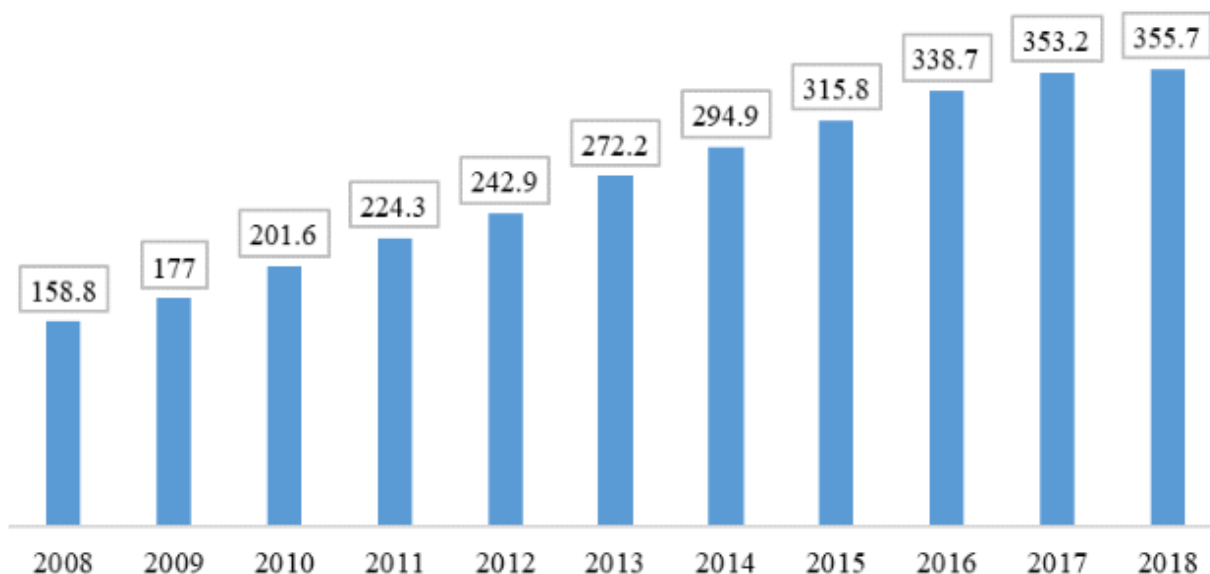
1.2. Η βιομηχανία λιανικής τροφίμων

Σύμφωνα με τον βραζιλιάνικο σύνδεσμο σούπερ μάρκετ (ABRAS), τα έσοδα των τελευταίων το 2018 άγγιξαν τα 355,7 δισ. ρεάις (97 δισ. δολάρια), που αντιπροσώπευαν το 5,2% του Α.Ε.Π. της χώρας. Ο τομέας της λιανικής στη Βραζιλία περιλαμβάνει 89.368 καταστήματα. Οι

επιχειρήσεις τύπου “Cash & Carry” συνεχίζουν να συμβάλουν στην ανάπτυξη της σχετικής βιομηχανίας, δεδομένου ότι οι καταναλωτές ενδιαφέρονται να καταναλώνουν.

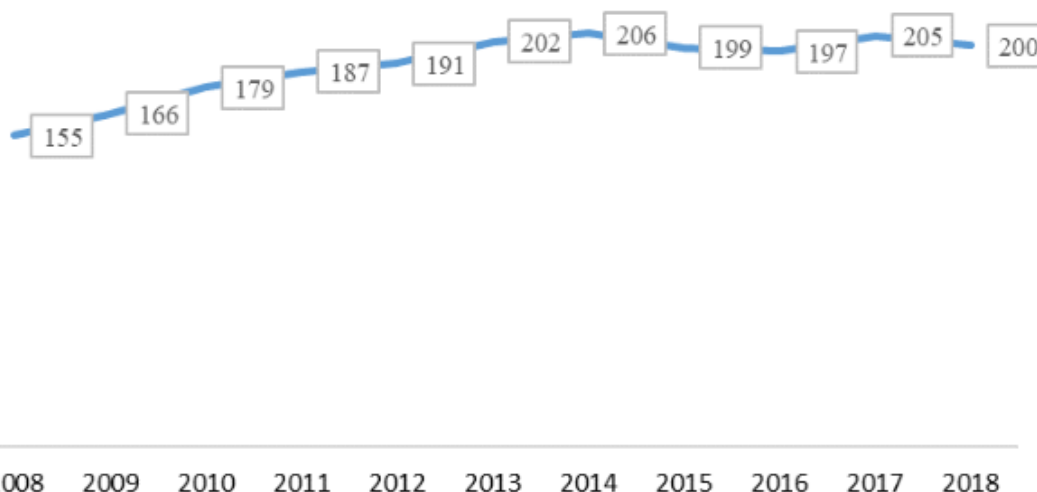
Ο βραζιλιάνικος τομέας της λιανικής είναι το πιο σημαντικό κανάλι στην διανομή τροφίμων, ελέγχοντας το 80% της συνολικής ροής των τροφίμων & ποτών, διά μέσω ενός σημαντικού αριθμού ισχυρών επιχειρήσεων λιανικής. Η σχετική βιομηχανία είναι δυναμική και μοντέρνα.

Πωλήσεις λιανικής βιομηχανίας (σε δισ. ρεάις)



πηγή: Βραζιλιάνικος Σύνδεσμος Σούπερ Μάρκετ (ABRAS, www.abras.com.br)

Δείκτης τιμών λιανικής %

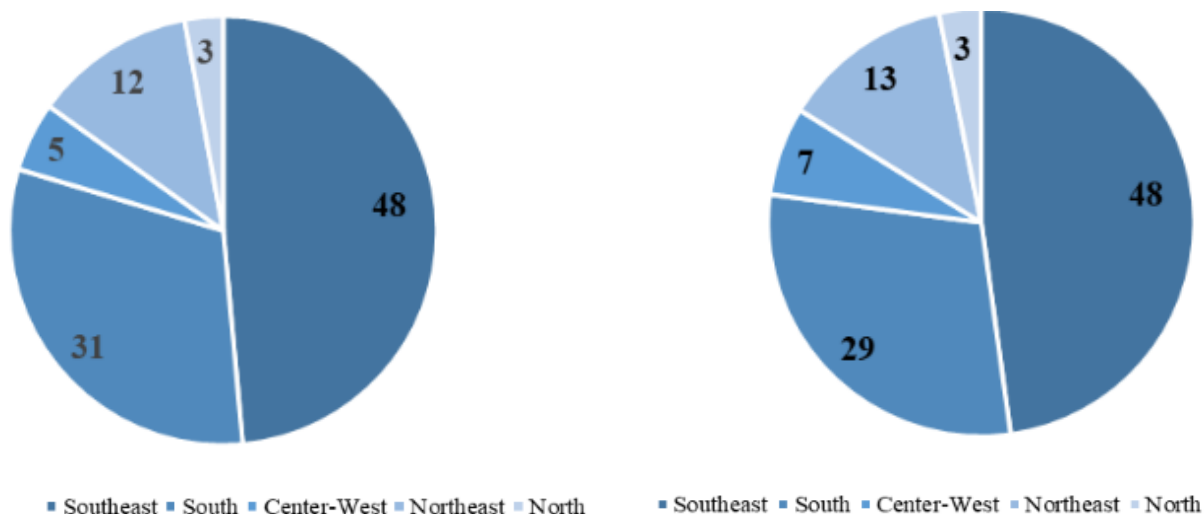


πηγή: Βραζιλιάνικος Σύνδεσμος Σούπερ Μάρκετ (ABRAS, www.abras.com.br)

Η Βραζιλία είναι μία χώρα με ηπειρωτικό μέγεθος και η περιφέρεια διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο. Οι 26 πολιτείες και το ομοσπονδιακό διαμέρισμα κατανέμονται σε 5 περιοχές: Νοτιοανατολική, Νότια, Βόρεια, Βορειοανατολική, και Κεντροδυτική.

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία του Abras, το 2018, η Νοτιοανατολική περιοχή που περιλαμβάνει τις πολιτείες του Αγίου Παύλου και του Ρίο ντε Τζανέιρο, αντιπροσώπευαν το 48,4% των εσόδων της λιανικής και το 47,8% των συνολικών καταστημάτων. Μόνο η πολιτεία του Αγίου Παύλου αντιπροσώπευε το 27,8% των συνολικών βιομηχανικών πωλήσεων.

Κατανομή πωλήσεων ανά γεωγραφική περιοχή/Αριθμός καταστημάτων αντιστοίχως (%)

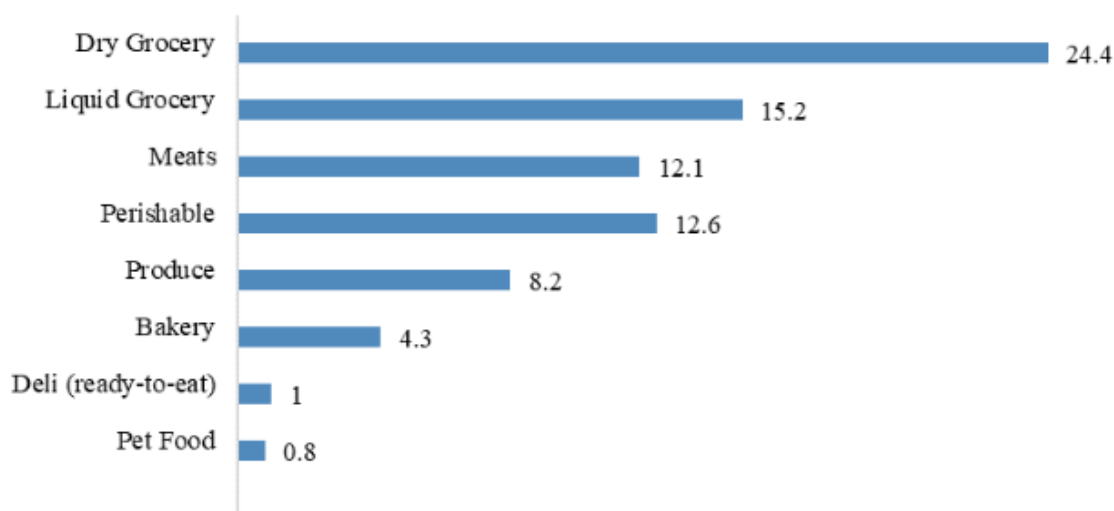


πηγή: Βραζιλιάνικος Σύνδεσμος Σούπερ Μάρκετ (ABRAS, www.abras.com.br)

Κατά τον ABRAS, οι Βραζιλιάνοι καταναλωτές υιοθέτησαν μία εφεκτική προσέγγιση στις αγορές τους κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης και δεν έχουν αλλάξει πολύ έκτοτε.

Σε μεγάλα σούπερ μάρκετ, η ποικιλία των εισαγόμενων προϊόντων δεν είναι η ίδια με αυτήν που συναντούσε κάποιος πριν η Βραζιλία εισέλθει στην ύφεση. Με τους καταναλωτές να μην μπορούν να πληρώσουν υψηλές τιμές, οι λιανέμποροι άλλαξαν την επιλογή των προϊόντων, προκειμένου αυτά να είναι προσιτά σε αυτούς.

Κατηγορίες λιανικής τροφίμων & ποτών (%)



πηγή: Βραζιλιάνικος Σύνδεσμος Σούπερ Μάρκετ (ABRAS, www.abras.com.br)

Αν και τα εισαγόμενα προϊόντα δεν αποτελούν μέρος του καλαθιού των αγαθών ενός βραζιλιάνικου μεσαίου νοικοκυριού, το αυξανόμενο εισόδημα αυτών έχει επιφέρει αλλαγές στη μορφή/δομή της κατανάλωσης. Ωστόσο, η βελτίωση των οικονομικών μεγεθών επηρεάζει την κατανάλωση, αφού διευρύνει τη βάση των καταναλωτών.

Πλεονεκτήματα & προκλήσεις στο λιανικό εμπόριο

Πλεονεκτήματα	Προκλήσεις
Οι λιανέμποροι προσφέρουν εισαγόμενα αγαθά προκειμένου να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές, αναπτύσσουν νέες niche αγορές και έτσι κερδίζουν την προσοχή των καταναλωτών υψηλού επιπέδου.	Τα εισαγόμενα αγαθά κατατάσσονται στην κατηγορία των πολυτελών αγαθών. Οι καταναλωτές συνδέουν την Ευρώπη με μοντέρνα αγαθά και την παράδοση, γεγονός που δίδει κάποιο πλεονέκτημα στις ευρωπαϊκές εταιρείες.
Η τιμή δεν είναι πάντοτε ο καθοριστικός παράγοντας για τους καταναλωτές υψηλού επιπέδου.	Οι καταναλωτές υψηλού επιπέδου είναι ιδιαίτερα απαιτητικοί όσον αφορά χαρακτηριστικά προϊόντων όπως η καινοτομία, η συσκευασία, το status, νέες τάσεις κλπ.
Οι Βραζιλιάνοι εισαγωγείς ψάχνουν συχνά για νέα προϊόντα στην αγορά, αφού θα πρέπει να εμπλουτίσουν το portfolio τους.	Οι εισαγωγείς τείνουν να αγοράζουν μικρές ποσότητες για να τεστάρουν την αγορά.

2. Οδικός χάρτης για είσοδο στην αγορά

2.1. Στρατηγική εισόδου

Όταν μία εταιρεία βολιδοσκοπεί τη βραζιλιάνικη αγορά, θα πρέπει να γνωρίζει ότι πολλά εισαγόμενα τρόφιμα και ποτά δεν έχουν τις ίδιες ανταγωνιστικές τιμές, σε σύγκριση με τα τοπικά προϊόντα. Η βραζιλιάνικη βιομηχανία τροφίμων είναι ανεπτυγμένη και μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες έχουν εγκαθιδρυμένη ήδη θέση στην αγορά, καθιστώντας τον συγκεκριμένο τομέα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό. Η δε ανάπτυξη μίας σχέσης με τους λιανεμπόρους εγγυάται την τοποθέτηση του προϊόντος σε όλη την Βραζιλία. Οι εξαγωγείς πριν στείλουν τα εμπορεύματά τους στη Βραζιλία, θα πρέπει να διασφαλίσουν ότι τα προϊόντα τους συμμορφώνονται με την βραζιλιάνικη σχετική νομοθεσία.

Σε γενικές γραμμές, τα εισαγόμενα προϊόντα από την Ευρώπη, έχουν να αντιμετωπίσουν τιμές F.O.B., 3 ή 5 φορές υψηλότερες σε σημεία λιανικών πωλήσεων. Οι εξαγωγείς θα πρέπει να γνωρίζουν επίσης πως όταν ένα εισαγόμενο προϊόν φθάσει τα ράφια ενός σούπερ μάρκετ, αυτό θα τιμολογηθεί με την υψηλότερη τιμή, αφού οι καταναλωτές θεωρούν πως αυτό έχει ανώτερα χαρακτηριστικά από τα εγχώρια προϊόντα.

2.2. Δομή της αγοράς

Το 2018 ο ABRAS πραγματοποίησε έρευνα σε 451 λιανέμπορους, προκειμένου να κατηγοριοποιήσει την δομή του βραζιλιάνικου λιανεμπορίου. Βάσει εν λόγω έρευνας, τα καταστήματα λιανικού εμπορίου χωρίστηκαν σε 5 κατηγορίες:

	Μέσος όρος επιφάνειας πωλήσεων (m2)	Μέσος όρος Check-outs	Μέσος όρος προϊόντων
Convenience καταστήματα	81	1	3.365
Καταστήματα γειτονιάς	426	3	8.303
Supermarket	1.556	10	16.052
Hypermarket	3.968	23	27.403
Club λιανικών πωλήσεων	3.459	12	7.416

πηγή: Βραζιλιάνικος Σύνδεσμος Σούπερ Μάρκετ (ABRAS, www.abras.com.br)

Οι εισαγωγές τροφίμων & ποτών, συστατικών ή έτοιμων για κατανάλωση αγαθών, μπορεί να πραγματοποιηθούν άμεσα ή έμμεσα. Εάν ο εισαγόμενος όγκος δεν είναι σημαντικός, οι λιανέμποροι προτιμούν να αγοράσουν τα εισαγόμενα αγαθά τοπικά από τους διανομείς.

Η τεχνολογική καινοτομία και οι αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά, επηρεάζουν το δεδομένο επιχειρηματικό μοντέλο. Σύμφωνα με το βραζιλιάνικο Ινστιτούτο Γεωγραφίας & Στατιστικής (IBGE), το 70% του πληθυσμού (άνω των 10 ετών) διαθέτει πρόσβαση στο διαδίκτυο.

Επιπλέον εκτιμάται πως οι online αγορές αντιστοιχούν στο 3-5% των συνολικών εσόδων.

Ωστόσο, τα σούπερ μάρκετ αποτελούν το πιο σημαντικό “κανάλι” για τα εισαγόμενα τρόφιμα και ποτά.

Αυτό το κανάλι διαθέτει περισσότερη ποικιλομορφία-χαρακτηριστικό που ενδιαφέρει τους πιο πολύ τους εύπορους καταναλωτές. Επίσης τα αλλοδαπά αγαθά διαθέτουν μεγάλη διείσδυση στα σούπερ μάρκετ, οποία κυμαίνεται από 30-60%.

2.3. Προφίλ εταιρειών και κορυφαίοι λιανέμποροι στη Βραζιλία

Το 2018, η βιομηχανία λιανεμπορίου είχε καταγράψει πάνω από 50 μεγάλους λιανέμπορους. Ενώ το 2017 το λιανεμπόριο αντιπροσώπευε το 44,8% των συνολικών πωλήσεων, το 2018 αυτό αντιπροσώπευε το 46,5%- εξαιτίας κυρίως της επέκτασης των επιχειρήσεων cash-and carry.

Οι συνολικές δε μικτές πωλήσεις υπολογίζονται σε 355,7 δισ. ρεάις (97 δισ. δολάρια).

Οι 10 κορυφαίοι λιανέμποροι (2018)

Εταιρεία	Έδρα	Πωλήσεις (δισ. Δολάρια)	Ποσοστό (%)	Αριθμός καταστημάτων
Carrefour	São Paulo	15,4	15,8	435
Grupo Pão de Açúcar	São Paulo	14,7	15	1.057
Walmart	São Paulo	7,7	8	450
Censosud	São Paulo	2,3	2,4	201
Irmãos Muffato	Paraná	1,9	1,9	57
SDF Comercio	São Paulo	1,7	1,7	63
Supermercados BH	Minas Gerais	1,6	1,7	198

Εταιρεία	Έδρα	Πωλήσεις (δισ. Δολάρια)	Ποσοστό (%)	Αριθμός καταστημάτων
Companhia Zaffari	Rio Grande do Sul	1,4	1,5	36
DMA Distribuidora	Minas Gerais	1	1	138
Sonda	São Paulo	3,4	1	42

πηγή: Βραζιλιάνικος Σύνδεσμος Σούπερ Μάρκετ (ABRAS, www.abras.com.br)

3. Ανταγωνισμός

Το 2018, οι εισαγωγές της Βραζιλίας σε καταναλωτικά προϊόντα τροφίμων άγγιξε τα 4 δισ. δολάρια, μειώθηκαν δηλαδή κατά 3,5% σε σχέση με έναν χρόνο νωρίτερα. Με μία μη ευνοϊκή ισοτιμία ευρώ-ρεάλ, οι εισαγωγείς ήταν πολύ επιφυλακτικοί στις εισαγωγές προϊόντων. Την ίδια χρονιά, οι χώρες Mercosul έχασαν 2% του μεριδίου αγοράς τους, αν και διατήρησαν την πρώτη θέση ως εξαγωγείς καταναλωτικών προϊόντων στην Βραζιλία. Από την άλλη πλευρά, η Ε.Ε. κέρδισε 3% μερίδιο αγοράς, προμηθεύοντας τη Βραζιλία με προϊόντα πολυτελείας, καθώς και επιλογές λιγότερο ακριβών προϊόντων.

Εισαγωγές καταναλωτικών αγαθών από τη Βραζιλία (σε εκ. δολάρια)

	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%
Κόσμος	4,482	100	4,539	100	3,935	100	4,090	100	4,165	100	4.019	100
Mercosur	1,976	44	1.797	40	1.439	37	1.695	41	1.587	39	1.483	37
ΕU	1.030	23	1.176	26	1.036	26	958	23	1.058	25	1.124	28
Χιλή	392	9	410	9	355	9	407	10	393	9	378	9
Κίνα	280	7	246	7	253	6	303	7	278	7	232	6
Η.Π.Α.	296	7	329	7	296	8	240	6	258	6	225	6
Άλλες χώρες	508	11	581	13	557	14	495	12	592	14	575	14

πηγή: Γραμματεία Εξωτερικού Εμπορίου, Secex

4. Προϊόντα που δεν διαθέτουν σημαντικές ποσότητες αλλά παρουσιάζουν σημαντική δυναμική στις πωλήσεις

Ειδικά προϊόντα που προλαμβάνουν αλλεργίες όπως gluten-free ή lactose-free προϊόντα καθώς και άλλα σχετικά λειτουργικά τρόφιμα (functional foods), παρουσιάζουν ιδιαίτερη δυναμική στην αγορά λιανεμπορίου. Οι προμηθευτές μπορούν να βρουν πολλές επιχειρηματικές ευκαιρίες σε αυτή την niche αγορά.

5. Προϊόντα που δεν είναι μπορούν ακόμη να εισαχθούν εξαιτίας σημαντικών προσκομμάτων

Η βραζιλιάνικη νομοθεσία προβλέπει πως όλα τα προϊόντα τροφίμων θα πρέπει να εγκριθούν πρώτα από το Υπουργείο Υγείας της Βραζιλίας καθώς και το Υπουργείο Γεωργίας. Ως εκ τούτου, ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα και μέλι, ακόμη δεν μπορούν να εισαχθούν στη βραζιλιάνικη αγορά.

6. Η λιανική τροφίμων στην περίοδο της πανδημίας COVID-19

Οι περιορισμοί που τέθηκαν κατά τη διάρκεια της έξαρσης της πανδημίας του COVID-19 στη Βραζιλία, φαίνεται πως συνέβαλαν στη μερική μετατόπιση των πωλήσεων από το παραδοσιακό λιανεμπόριο, προς το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ειδικότερα εκτιμάται πως το κομμάτι των ηλεκτρονικών πωλήσεων στις συνολικές πωλήσεις προϊόντων αναμένεται να αυξηθεί από 8% το 2019, σε 12% το τρέχον έτος. Το ηλεκτρονικό εμπόριο στη Βραζιλία υπολογίζεται να “κινήσει” συνολικά προϊόντα αξίας 27,6 δισ. δολαρίων το έτος 2020. Τα δε διατροφικά προϊόντα φαίνεται να κατέχουν και την “μερίδα του λέοντος”.

Η ανωτέρω εξέλιξη, οδήγησε στην αλλαγή της στρατηγικής των λιανεμπόρων, ιδιαίτερα όσον αφορά τον τομέα της διανομής των προϊόντων (ανακατανομή στοκ καταστημάτων), προκειμένου αυτοί ανταποκριθούν στις αυξημένες ζητήσεις που προέρχονται από το ηλεκτρονικό εμπόριο.