

MERCADO DE FRUTAS NA RÚSSIA

Estudo setorial de mercados
prioritários para exportação

EURÁSIA



APEX-BRASIL

Roberto Jaguaribe Gomes de Mattos
PRESIDENTE

Márcia Nejaim Galvão de Almeida
DIRETORA DE NEGÓCIOS

Sueme Mori Andrade
GERENTE DE ESTRATÉGIA DE MERCADO

SEDE:

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,
CEP 70.040-020 - Brasília - DF
Tel.: 55 (61) 3426-0202 / Fax: 55 (61) 3426-0263
www.apexbrasil.com.br
E-mail: apexbrasil@apexbrasil.com.br

© 2017 Apex-Brasil
© Euromonitor International

Index

SUMÁRIO EXECUTIVO.....	4
CONTEXTO DA RÚSSIA.....	7
DADOS GEOGRÁFICOS E DEMOGRÁFICOS.....	8
DADOS MACROECONÔMICOS.....	9
INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA.....	11
FLUXO COMERCIAL DO SETOR DE FRUTAS.....	13
VISÃO GERAL.....	14
IMPORTAÇÃO.....	15
PRODUÇÃO INTERNA.....	16
EXPORTAÇÃO.....	18
PRINCIPAIS ALIANÇAS.....	19
MERCADO DE FRUTAS.....	20
CONSUMO HISTÓRICO.....	21
ANÁLISE DE DEMANDA FUTURA.....	23
PRINCIPAIS IMPULSIONADORES DE DESEMPENHO.....	25
CATEGORIAS.....	26
CONCORRÊNCIA.....	31
DISTRIBUIÇÃO.....	38
PRECIFICAÇÃO.....	45
ANÁLISE DE OPORTUNIDADES.....	47
NORMAS E REGULAÇÃO.....	56
VISÃO GERAL.....	57
ANEXO.....	61
INFORMAÇÕES ADICIONAIS SOBRE A RÚSSIA.....	62
METODOLOGIAS E DEFINIÇÕES.....	68
SOBRE A APEX-BRASIL.....	75
SOBRE A EUROMONITOR.....	76

Recessão econômica afetou comércio de frutas, mas há oportunidades para parceiros comerciais de fora da União Europeia

Na Rússia, o PIB Real recuou 3,7% em 2015, mas uma contração mais suave, de 0,8%, é prevista para 2016. A economia russa deverá iniciar sua recuperação em 2017, com a aceleração do crescimento seguindo um ritmo gradual, até atingir em torno de 1,4% ao ano em 2020. O consumo e o investimento privados provavelmente continuarão moderados devido a um crescimento vagaroso na renda real e a desalavancagem das famílias.

Em todo caso, a Rússia ainda é um dos maiores mercados consumidores do mundo, com uma população de quase 150 milhões em 2015. Isso, associado a um território fortemente impactado por condições climáticas severas, compõe um conjunto de fatores favoráveis à importação de alimentos básicos, inclusive frutas.

Afora sua forte dependência de frutas importadas, a Rússia recentemente impôs uma proibição às frutas provenientes de países da região europeia que são chave em seu abastecimento (por exemplo, Alemanha e Turquia), o que acarretou uma redução ainda maior no suprimento de frutas. Os importadores se viram forçados a buscar novos parceiros comerciais, impactando diretamente nos preços do varejo.

A desvalorização do rublo russo também contribuiu para um aumento dos preços, colocando uma pressão negativa extra na demanda de Frutas Frescas, assim como nas margens de lucro do setor. Concomitantemente, os consumidores ficaram mais sensíveis ao preço, em função da redução da renda disponível, levando a uma maior popularidade das frutas que são produzidas nacionalmente durante as estações de verão e outono. Nesses meses, o consumo de frutas importadas ficou limitado.

As frutas em geral, e especialmente as frutas exóticas, são consideradas produtos não essenciais pelos consumidores russos. A alta sensibilidade ao preço para as variedades exóticas põe ainda mais pressão sobre os preços dos importadores. Ao mesmo tempo, o gosto do consumidor russo está mais aberto para as frutas exóticas, de modo a abrir oportunidades para a expansão das frutas tropicais. O mercado de frutas é altamente competitivo, e os varejos de alimentos modernos se desenvolvem em ritmo rápido, resultando em aumento de espaço em prateleira para as Frutas Frescas.

A qualidade da oferta de Frutas Frescas caiu significativamente, devido à reorganização das importações e à mudança de consumo para os produtos de preço mais baixo. O cenário é, portanto, de oportunidades para as frutas brasileiras que combinam alta qualidade e preços competitivos, num momento em que as empresas russas procuram fortalecer parcerias com países que não sejam membros da União Europeia.

Desvalorização do rublo tira atratividade do mercado russo para os exportadores

1

Visão geral do país

O recuo da economia russa levou a uma queda relevante nos gastos do consumidor. A desvalorização do rublo colocou pressão substancial sobre os preços. Uma modesta recuperação da economia é esperada a partir de 2017.

2

Fluxo comercial

A Rússia é um país importador de frutas, devido às suas condições climáticas desfavoráveis para o cultivo de muitas variedades frutíferas. O uso de tecnologias extensivas de cultivo leva à baixa produtividade. No entanto, os consumidores preferem frutas produzidas no país em relação às importadas durante as estações do verão e do outono.

3

Tamanho do mercado e tendências

Em 2015, o consumo de frutas na Rússia atingiu US\$ 27,6 bilhões, registrando um decréscimo de 25% nas vendas em comparação com 2014. As restrições de importação impostas pelo governo russo atingiram o abastecimento de frutas. Um forte aumento nos preços combinado com uma queda na qualidade das Frutas Frescas resultou em uma queda no consumo. A eficácia na reestruturação do custo das importações deverá determinar a demanda futura.

4

Normas e regulamentos

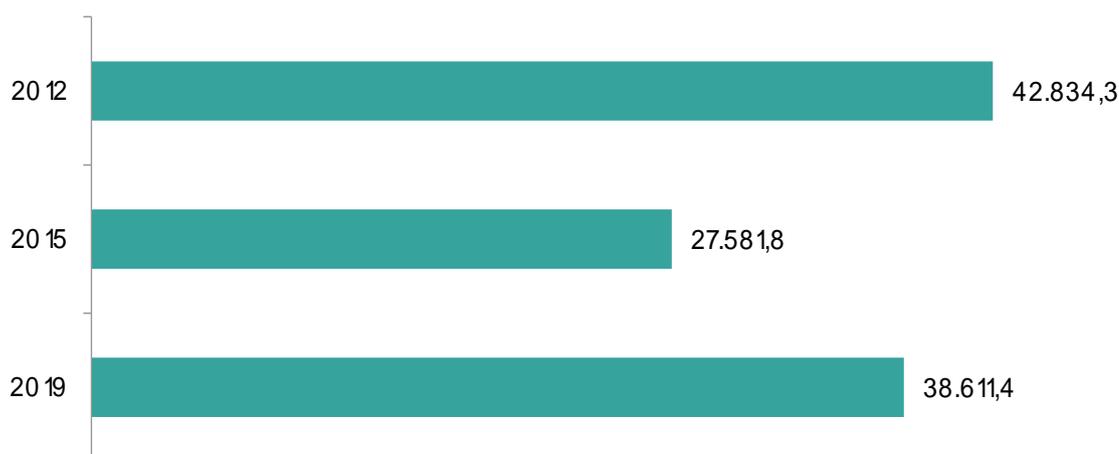
A regulamentação do mercado de Frutas Frescas é complicada, e todos os documentos requeridos dos exportadores devem ser providenciados em russo. Especial atenção deve ser direcionada a garantir a precisão das informações, pois senão as cargas podem ser detidas em função de erros. Os exportadores em geral preferem trabalhar com agentes ou importadores experientes.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Recuperação econômica e melhora na renda disponível devem reacender demanda

Gráfico I: Histórico & *Projeção de venda de Frutas (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

Principais tendências

- Os russos reduziram o consumo de frutas devido à alta dos preços, mas mostraram baixa sensibilidade ao preço para frutas nacionais da estação, em oposição às exóticas importadas.
- Os consumidores também dão mais importância para a aparência e o preço do que aos rótulos nas compras de frutas.

Principais motivadores de compras para os usuários finais

- O foco principal dos consumidores na compra de frutas é a relação qualidade-preço.
- A tendência de saúde e bem-estar deve impulsionar o consumo de frutas no futuro, juntamente com usos alternativos em receitas culinárias, o que deverá estabilizar o consumo de variedades como maçãs, frutas vermelhas, etc.

* O ano de 2019 refere-se a projeções



População russa está em declínio

A Rússia é o maior país em termos de área total, se estendendo a partir do Leste Europeu por todo o Norte Asiático. Tem as fronteiras mais longas do mundo, dois terços das quais são limitadas por água e o restante estabelece os limites com 14 países.

Em 2015, a população da Rússia foi de 144 milhões e a estimativa é que decresça para 142,5 milhões ao fim de 2030. A população vem encolhendo mais de 500 mil em média por ano desde 2000. A idade média foi de 38,6 anos em 2015 – 2,0 anos acima do número de 2000. Em 2030, a idade média chegará a 42,8 anos. A fertilidade bateu um recorde de baixa em 2000 (1,2 nascimento por mulher), mas vem subindo desde então e em 2015 esteve por volta de 1,8 nascimento por mulher. Há uma forte tendência entre as mulheres que se tornam mães de não ter mais do que dois filhos – e com frequência não mais do que um.

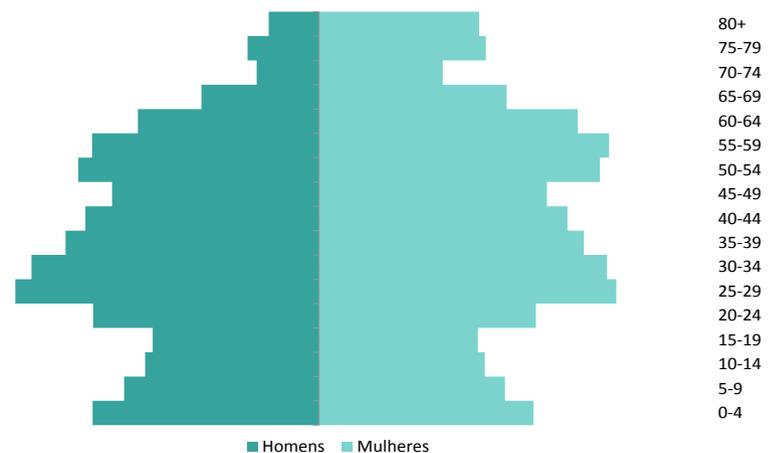
A Rússia é o país com a maior disparidade de gênero na expectativa de vida no Leste Europeu. Em 2014, a expectativa de vida ao nascer para homens e mulheres russos era de 65,1 anos e 76,5 anos, respectivamente. A baixa longevidade dos homens pode ser atribuída aos hábitos muito difundidos de beber e fumar.

Por sua enorme área territorial, a Rússia tem uma baixa densidade populacional. Cerca de 70% da população total concentram-se nas áreas urbanas.

Geografia



Demografia



Fonte: Euromonitor

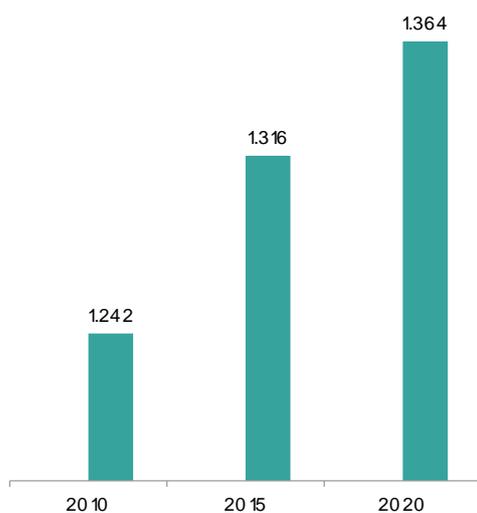
População total: 143,9 milhões

Mínima recuperação econômica é esperada em 2017

Sanções e restrições ao comércio resultaram em um peso para a economia

- A economia russa continua a encolher. O PIB real caiu 3,7% em 2015, e uma contração mais amena, de 1,7%, está prevista para 2016.
- A inflação continua renitentemente alta, assinalando 15,6% em 2015 e uma provável alta de preços ainda maior em 2016. A meta do Banco Central para a inflação é de 5%.
- O crescimento do PIB *per capita* reduziu-se em 2015 e espera-se que desacelere ainda mais em 2016.
- A extrema desigualdade de renda e alta concentração de riqueza em torno de Moscou continua a prevalecer na Rússia.

Figura 1: PIB (US\$ Bi, 2015 fixo)



Fonte: Euromonitor

Figura 2: PIB *per capita*

2015
US\$
9.142



2020
US\$
9.474



Figura 3: Inflação 2015

15,6%
Inflação

* O ano de 2020 refere-se a projeções

Agricultura emprega 6,6% da mão de obra**Agricultura contribui pouco para o PIB**

A participação do setor agrícola no PIB é relativamente pequena. Estima-se que 6,6% da força de trabalho esteja empregada na agricultura. Embora o solo seja fértil, anos de negligência levaram a uma produtividade de apenas um terço do desempenho da Europa Ocidental. Os agricultores estão mal preparados para cumprir o objetivo de buscar a autossuficiência, que as autoridades impuseram abruptamente após as sanções ocidentais. Por exemplo, até metade da produção de frutas de pequenas fazendas e 20% da produção de legumes industriais são perdidas em razão da deterioração a cada ano, ou ainda, devido a condições climáticas severas.

O setor manufatureiro representa 14,4% do PIB e emprega 14,1% da mão-de-obra. Várias empresas automobilísticas internacionais têm instalações de produção na Rússia, mas a indústria foi duramente atingida pelas sanções. As vendas de automóveis caíram mais de um terço em 2015, sendo que a GM fechou a maior parte de suas operações na Rússia. As indústrias química e de alimentos nacionais estão ganhando participação de mercado depois que a Rússia restringiu as importações ocidentais. O crescimento em setores manufatureiros que não o de petróleo e gás também está contribuindo para uma melhor perspectiva econômica.

A Rússia possui enorme quantidade de recursos minerais e florestais, como minério de ferro, carvão, cobre, alumínio, manganês, sal e metais preciosos, todos em produção, embora as instalações precisem de modernização. As matérias-primas, como petróleo, gás natural e metais, representam mais de dois terços de todas as receitas de exportação. Os investidores sul-coreanos, japoneses e chineses esperam entrar no mercado russo para assegurar o fornecimento estável de carvão e outros recursos energéticos. A produção mineira cresceu 4,3% em termos reais em 2015.

Os serviços representam 61,8% do PIB. Apenas dois grandes bancos (Sberbank e VTB) dominam o mercado bancário russo com 60-70% dos depósitos. O crescimento do crédito não garantido representa um risco financeiro crescente. O valor real das receitas turísticas aumentou 6,9% em 2015 e ganhos de 4,3% estão previstos para 2016. As vendas no varejo caíram 10% em 2015 e continuaram a desacelerar em 2016.

Frete sobre trilhos é uma vez e meia mais barato do que o rodoviário

A Rússia é um mercado geograficamente vasto, abrangendo nove fusos horários e mais de 17 milhões de quilômetros quadrados. No entanto, 82% da população, equivalentes a 118 milhões de habitantes, vive na Rússia ocidental, a oeste dos Montes Urais. Os restantes 26 milhões de pessoas estão espalhados pela Sibéria e o Extremo Oriente, que representam dois terços do território russo. O sistema de transporte na Rússia é um dos mais vastos do mundo, embora esteja subdesenvolvido. A posição da Rússia no Índice de Desempenho Logístico foi a 90ª entre 160 países em 2014 e entre os cinco últimos da região, o que indica um baixo nível de desenvolvimento logístico. Isso pode ser atribuído à ineficiência nos serviços aduaneiros e de desembaraço nas fronteiras e à baixa qualidade da infraestruturas de comércio e transporte.

Transporte terrestre

O comprimento das estradas pavimentadas era de 1.154 mil km em 2015. O volume de negócios do frete diminuiu 6% em 2015 em comparação com o ano anterior, em grande parte devido à recessão econômica da Rússia. A indústria de caminhões sofreu com a decrescente atividade econômica no país e foi afetada pela depreciação do rublo, que concorreu para uma queda de 36% nas importações russas. A fraca demanda por serviços forçou a indústria de caminhões a implementar severas medidas de redução de gastos, inclusive tentativas de eliminar agentes de carga da cadeia de abastecimento e contatar diretamente os operadores de frete marítimo. Além da redução de custos, as empresas russas de frete terrestre começaram a expandir seus serviços de valor agregado, introduzindo a entrega de porta a porta e possibilitando os pagamentos a prazo.

A malha ferroviária foi de 86 mil km em 2015. Neste ano, o domínio do setor de transporte de mercadorias coube às ferrovias, já que o transporte rodoviário foi responsável por apenas 10% do total transportado na Rússia. Os volumes do frete ferroviário estagnaram em 2015, em grande medida pela recessão e queda abrupta nas importações. O volume de negócios no transporte ferroviário de mercadorias na Rússia cresceu 0,3% em 2015, em comparação com 2014, atingindo 2,3 trilhões de toneladas por quilômetro. Entretanto, o manuseio de mercadorias nas estações ferroviárias diminuiu 1%, o que pode ser atribuído ao crescimento da distância média do transporte de cargas. Em 2015, a distância média do frete ferroviário aumentou 3% e chegou a 1.570 km. O volume de negócios de carga nacional registrou uma diminuição de 0,3%, enquanto o volume de negócios de carga para exportação aumentou 2,4%, que se contrapõe a uma redução de 15% no volume de frete de importação. Apesar de ainda ser um modo de transporte mais lento e menos flexível, o transporte ferroviário na Rússia é bem mais barato e custa cerca de 30% do transporte rodoviário.

Transporte aéreo

O transporte aéreo não é muito utilizado na Rússia para carga devido ao custo elevado, no entanto, algumas áreas remotas no norte da Rússia são acessíveis apenas por via aérea. O frete aéreo apresentou crescimento de 2,7% em 2015, atingindo 1,1 milhão de toneladas de carga.

Transporte aquático é amplamente usado para importação de bens

Transporte hidroviário

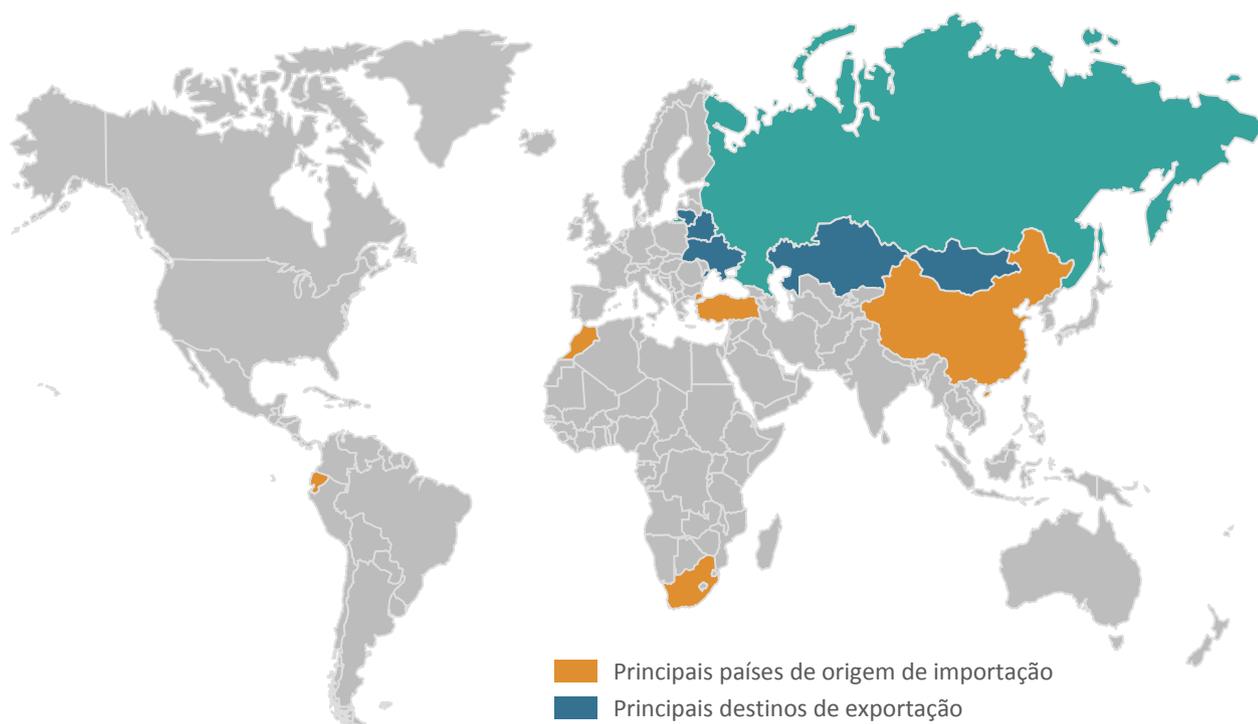
O total de hidrovias internas russas foi de 102 mil km em 2015. A Rússia tem acesso aos oceanos Pacífico e Ártico e ao mar Báltico a noroeste, e aos mares Negro, Azov e Cáspio a sudoeste. Os portos marítimos comerciais tecnicamente mais bem equipados da Rússia são: São Petersburgo, Primorsk, Murmansk, Kaliningrado, Ust'-Luga, Vysotsk, Novorossisk, Tuapse, Vostochny, Vanino e Vladivostok.

A indústria do transporte hidroviário russo cresceu 14% em 2015 e seu volume de negócios totalizou RUB 180 bilhões (US\$ 2,93 bilhões, em valores fixos de 2015). O crescimento foi puxado pelo aumento do transporte de cargas secas e líquidas, que levou a um crescimento de 6% no total do frete nos portos marítimos russos. O comércio de contêineres na Rússia caiu 25% devido a um recuo na demanda de produtos de alimentação e consumo. Em 2015, os portos russos manipularam 676 milhões de toneladas de carga, 6% mais em comparação ao ano anterior, de acordo com a Associação Russa de Portos Marítimos Comerciais. Em comparação com 2014, o comércio de contêineres em 2015 caiu 25% para 3,9 milhões de TEUs. As reduções foram observadas em todas as bacias russas, sendo o maior impacto sofrido pelo mar Báltico, que responde por mais da metade do tráfego total de contêineres na Rússia. O declínio se explica pelo fato de que a maior parte dos contêineres manipulados nos portos marítimos russos consiste em bens importados, cuja demanda caiu significativamente em 2015 em função na queda do poder de compra.



Padrões de importação são mais diversificados, enquanto exportações concentram-se em países vizinhos

FLUXO COMERCIAL RUSSO DO SETOR DE FRUTAS



Importação russa do setor de Frutas – 2015 – US\$ 3.757 mi

Equador	24,09%
Turquia	19,08%
China	7,37%
Marrocos	5,80%
África do Sul	5,75%

Exportação russa do setor de Frutas – 2015 – US\$ 41,6 mi

Bielorrússia	46,11%
Ucrânia	22,40%
Cazaquistão	16,93%
Mongólia	4,56%
Lituânia	1,99%

Fonte: Comtrade

Equador aparece como o maior exportador de frutas para a Rússia

O total de importações russas de frutas em 2015 foi de US\$ 3.387 mi. As importações do Brasil somaram US\$ 41,6 mi em 2015, correspondentes a 1,1% do total. Com isso, o Brasil ocupou apenas o 53º lugar em relevância no comércio de frutas com a Rússia. No entanto, o valor comercializado cresceu a uma taxa média anual de 21,8% desde 2010. Das frutas brasileiras importadas, 58,9% foram maçãs (sob o código SH 0808), seguidas por goiabas, mangas e mangostões (SH 0804.50), com 12,6% do total comercializado. Peras (SH 0808.30), com 8,8% e limões e limas (SH 0805.50), com 5,0% também foram relevantes.

Principais produtos

- (Código SH 0805) Os cítricos frescos e secos foram as variedades de fruta importada mais importantes na Rússia, com uma participação de 31,7% em 2015.
- (Código SH 0803) As bananas, frescas e secas, foram a segunda fruta importada mais relevante na Rússia em 2015, participando com 24,2% das importações em valor.
- (Código SH 0808) As maçãs, as peras e os marmelos frescos apareceram como a terceira maior categoria de Frutas Frescas importadas, com uma participação de 14,4% nas importações russas em 2015.
- (Código SH 0806) As uvas, frescas ou secas (passas), constituíram a quarta maior categoria de frutas importadas, respondendo por 8,3% do total.
- (Código SH 0809) Os damascos, as cerejas, os pêssegos, as ameixas e as ameixas mirabelle frescos representaram a quinta categoria de frutas importadas pela Rússia, com participação de 7,4%, em 2015.

Principais países de origem

- O Equador apareceu como o maior exportador de Frutas Frescas para a Rússia, com uma participação de 24,1% em 2015, sendo a banana sua principal variedade de exportação.
- A Turquia foi o segundo maior exportador de Frutas Frescas para a Rússia, com uma participação de 19,1% em 2015. Os cítricos e as uvas foram as principais frutas exportadas. O governo russo impôs uma proibição à importação de certas frutas da Turquia, que entrou em vigor a partir de 1º de janeiro de 2016 (após a queda de um avião russo na Síria nos últimos meses de 2015). O embargo foi parcialmente removido em 9 de outubro de 2016, sendo mantidas as restrições à importação apenas de uvas, maçãs, peras e morangos.
- A China ocupou a terceira posição, com uma participação de 7,4% no total das importações russas de Frutas Frescas em 2015, sendo os cítricos e as maçãs os seus principais produtos de exportação.
- A participação do Marrocos no total das importações russas de Frutas Frescas foi de 5,8%, posicionando-o como quarto principal fornecedor. A África do Sul manteve a quinta posição, com 5,7% de representatividade.

Consumidores estão atentos a substâncias potencialmente lesivas usadas na produção de Frutas Frescas

- Os consumidores atentam para o modo de cultivo das frutas e o uso de OGMs e pesticidas. Alguns até compram dispositivos especiais para medir o conteúdo de nitrato das frutas.
- Ao mesmo tempo, os consumidores em geral acreditam que as frutas são cultivadas sem substâncias nocivas na Rússia e as preferem às importadas. Nesse sentido, há varejistas que vendem frutas importadas como se fossem nacionais. Isso se aplica sobretudo a maçãs e frutas vermelhas, devido à pouca variedade da produção russa.
- As frutas orgânicas e de comércio justo (*fairtrade*) são categorias de nicho na Rússia, com demanda limitada. Os consumidores russos têm pouca confiança nos selos de origem específicos das frutas e tomam decisões de compra mais baseados em preço e aparência, tendência que cresceu em 2015. Tecnologias sustentáveis e para poupar energia raramente são usadas.
- A maioria das Frutas em Conserva vendidas por empresas russas é produzida para elas por empresas estrangeiras e são importadas já embaladas. A participação da produção interna nessa categoria é baixa e mais voltada para compotas de cereja e ameixa. As conservas nacionais têm fama de ser naturais e não usar conservantes, corantes e aromatizantes, além de percorrerem um curto caminho dos campos até as prateleiras. As receitas tradicionais usadas na produção de compotas são apreciadas pelos consumidores russos.
- Muitos produtores de frutas congeladas têm áreas de plantio próximas das instalações para seleção e produção, de modo a reduzir o tempo do congelamento. Os consumidores não costumam atentar para as práticas de produção e a origem desses produtos. Eles são mais procurados nas grandes cidades, onde a praticidade e a rapidez no preparo são valorizadas.
- Os consumidores russos não veem Frutas Congeladas como saudáveis, apesar de elas preservarem todas as vitaminas e minerais (a tecnologia de congelamento de choque permite produzir Frutas Congeladas de alta qualidade preservando seus nutrientes).

Quais são os cinco principais compradores/usuários finais do setor de frutas?

Processamento de frutas (pastas, sucos)

Fabricantes de confeitaria (por exemplo, Sever, Slavyanka)

Varejistas modernos

Feiras livres

Serviços de alimentação

Quais são os cinco principais setores industriais que fornecem para o setor de frutas?

Maquinário agrícola

Produção de mudas

Embalagem para transporte e venda no varejo

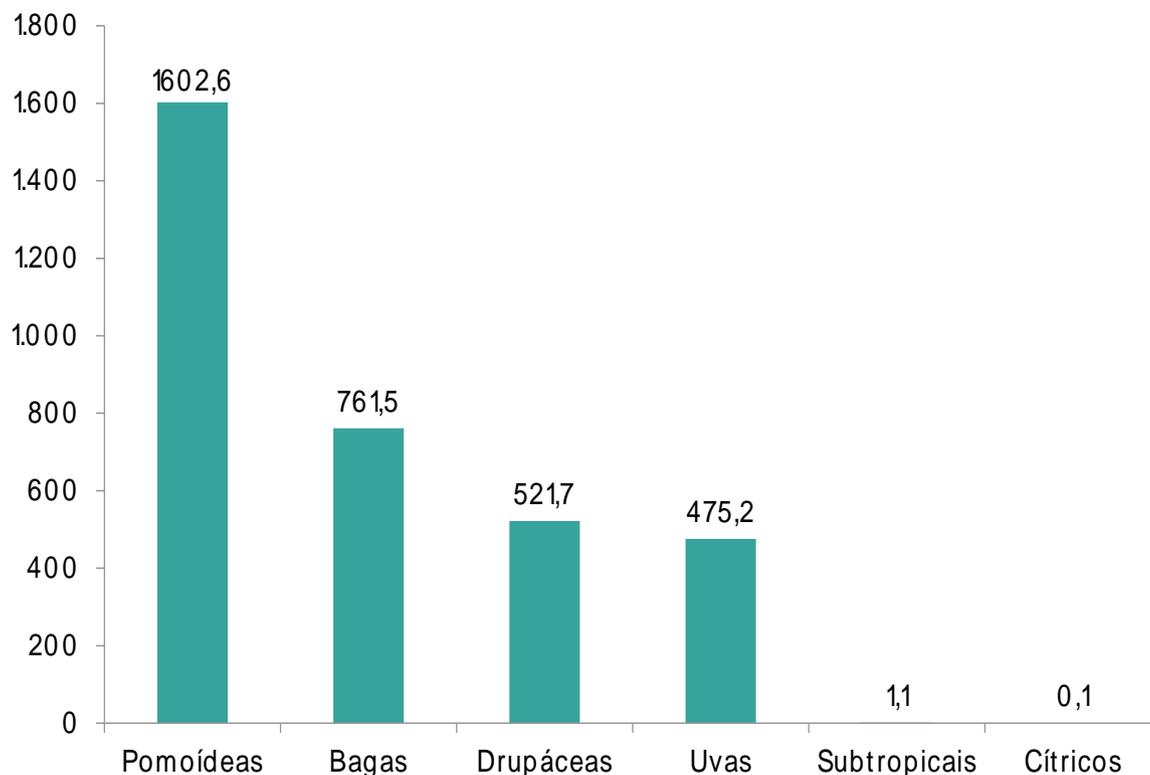
Agroquímica (ou seja, fungicidas, herbicidas)

Embalagem

Produção de Frutas Frescas é baseada em tecnologias extensivas

- As estatísticas oficiais atestam que a produção russa de frutas foi de 3.400 mil toneladas em 2015, respondendo por 27,8% do total das frutas disponíveis no mercado russo.
- Quase metade das frutas cultivadas na Rússia é de pomoídeas, a grande maioria de maçãs. De acordo com dados do USDA, apenas 36% dessas maçãs são cultivadas por empresas agrícolas, o restante é cultivado por domicílios rurais para consumo das próprias famílias ou venda em feiras de rua.
- A maior parte da produção comercial desses frutos concentra-se nos distritos federais do Sul (45% da safra comercial), Centro (33%) e Norte-Caucasiano (13%).
- Muitos produtores de frutas ainda usam tecnologias extensivas, gerando baixos índices de produtividade. A pequena quantidade de armazéns frios limita o desenvolvimento da produção de frutas frescas. De acordo com a Associação de Horticultores da Rússia, os refrigeradores disponíveis permitem estocar apenas 10-15% da produção frutífera.
- De acordo com a revista *Agroactual*, cerca de 80% das frutas vermelhas russas são produzidas em fazendas particulares sem uso de tecnologia moderna. Para o portal Agroru.com, 70% das maçãs produzidas no país são destinadas ao processamento, vendidas a RUB 8-10 (US\$ 0,1 a US\$ 0,2 em valores fixos de 2015) por quilo em 2015. A maioria dos pomares de maçãs requer modernização e tem baixa produtividade. O cultivo intensivo, embora ainda limitado, produz 90% da safra que chega ao varejo.

Gráfico 2: Produção local de Frutas por tipo (milhares de toneladas - 2015)



Fonte: Ministério da Agricultura (Minselkhozitor)

Bielorrússia é o maior importador de Frutas Frescas originárias da Rússia

As exportações russas de frutas atingiram US\$ 41,6 milhões em 2015. De todas as exportações de frutas do país, 85% se concentram em mercados vizinhos como Bielorrússia, Cazaquistão e Ucrânia. Os portos de São Petersburgo e Novorossisk atuam como principais centros de distribuição para os mercados vizinhos.

Principais produtos

- As bananas foram o principal produto de exportação de frutas da Rússia, contribuindo com uma participação de 48,2% em 2015. Trata-se principalmente de reexportações de bens importados.
- Os cítricos representaram a segunda maior contribuição para as exportações russas de Frutas Frescas, com uma participação de 15,1% em 2015.
- Os melões, melancias e mamões ocuparam a terceira posição e contribuíram com 9,0% do valor total de exportações de Frutas Frescas em 2015.
- As maçãs, as peras e os marmelos frescos representaram 5,8% de todas as exportações russas de frutas em 2015.
- A maior parte das frutas exportadas pela Rússia são reexportações, uma vez que nem as bananas nem os cítricos são cultivados no país. A maioria das frutas produzidas na Rússia é consumida internamente. As principais variedades produzidas na Rússia e exportadas são as frutas vermelhas silvestres.

Principais países de destino

- A Bielorrússia foi o principal importador de frutas da Rússia, com uma participação em valor de 46,1% em 2015.
- A Ucrânia foi o segundo maior importador de Frutas Frescas da Rússia, com uma participação em valor de 22,4% em 2015.
- O Cazaquistão ocupou a terceira posição e respondeu por 16,9% do total de exportações russas de frutas em termos de valor em 2015.
- A Mongólia representou 4,6% das exportações russas de frutas em termos de valor em 2015. A Lituânia veio em seguida, com 2,0%.

Principais alianças são entre os países da União Econômica Eurasiática (UEE), mas Vietnã deverá ganhar espaço com acordos recentemente assinados

A Área de Livre Comércio da Comunidade de Estados Independentes inclui Rússia, Ucrânia, Bielorrússia, Uzbequistão, Moldávia, Armênia, Quirguistão e Cazaquistão.

Área de Livre Comércio da CEI

- A Área de Livre Comércio da Comunidade de Estados Independentes (ALC-CEI) permite o livre trânsito de bens em seu território, não aplicação de tarifas de importação, não discriminação e gradual redução das tarifas de exportação e extinção das restrições quantitativas no comércio entre os Estados-membro da ALC-CEI. Os atuais membros do acordo são Armênia, Bielorrússia, Cazaquistão, Quirguistão, Moldávia, Rússia, Tadjiquistão, Ucrânia e Uzbequistão. O tratado entre a Rússia e a Ucrânia está temporariamente congelado desde o início de 2016 devido às tensões políticas entre os países.
- Há algumas exceções no acordo de livre comércio, por exemplo, o Tadjiquistão tem o direito de solicitar as seguintes taxas aduaneiras para exportar suas frutas dentro da CEI: 7% para os códigos 0804-0814; 5% para os códigos 2001-2009.

União Econômica Eurasiática

- A União Econômica Eurasiática de Armênia, Bielorrússia, Cazaquistão, Quirguizistão e Rússia assegura a livre circulação de bens, serviços, capitais e mão-de-obra, além de uma política comercial comum. A decisão de iniciar negociações comerciais com outros países é tomada por consenso pelo Conselho Econômico Supremo Eurasiático, com base em estudos conjuntos de viabilidade, como os que foram feitos com Egito, Índia, Irã e Israel em 2014-15.

Acordo com o Vietnã

- Um acordo de Zona de Comércio Livre assinado entre a UEE e o Vietnã entrou em vigor em 5 de outubro de 2016, abolindo mutuamente as taxas aduaneiras. Uma taxa média simples é cobrada sobre os bens importados do Vietnã pelos Estados da UEE será reduzida para 2% até 2025. Há isenção de tarifas de importação à maioria das frutas, exceto maçãs (código SH 0808.10), outras Frutas Congeladas (código SH 0811.90), misturas de Frutas Secas (código SH 0813.50) e a maior parte das Frutas em Conserva (código SH 2008), para as quais são aplicadas taxas especiais.
- Os abacaxis em conserva são o principal produto nas exportações do Vietnã para a Rússia, com as bananas em segundo lugar. Essa nova parceria deve impulsionar o comércio entre os países.

Acordo com a Sérvia

- Desde 2006, há um tratado de livre comércio com a Sérvia, com amplas isenções. As frutas e legumes são as principais exportações da Sérvia para a Rússia (US\$ 188,7 milhões em 2015). As maçãs frescas cresceram 43% em volume, aproveitando a proibição russa às frutas da UE.



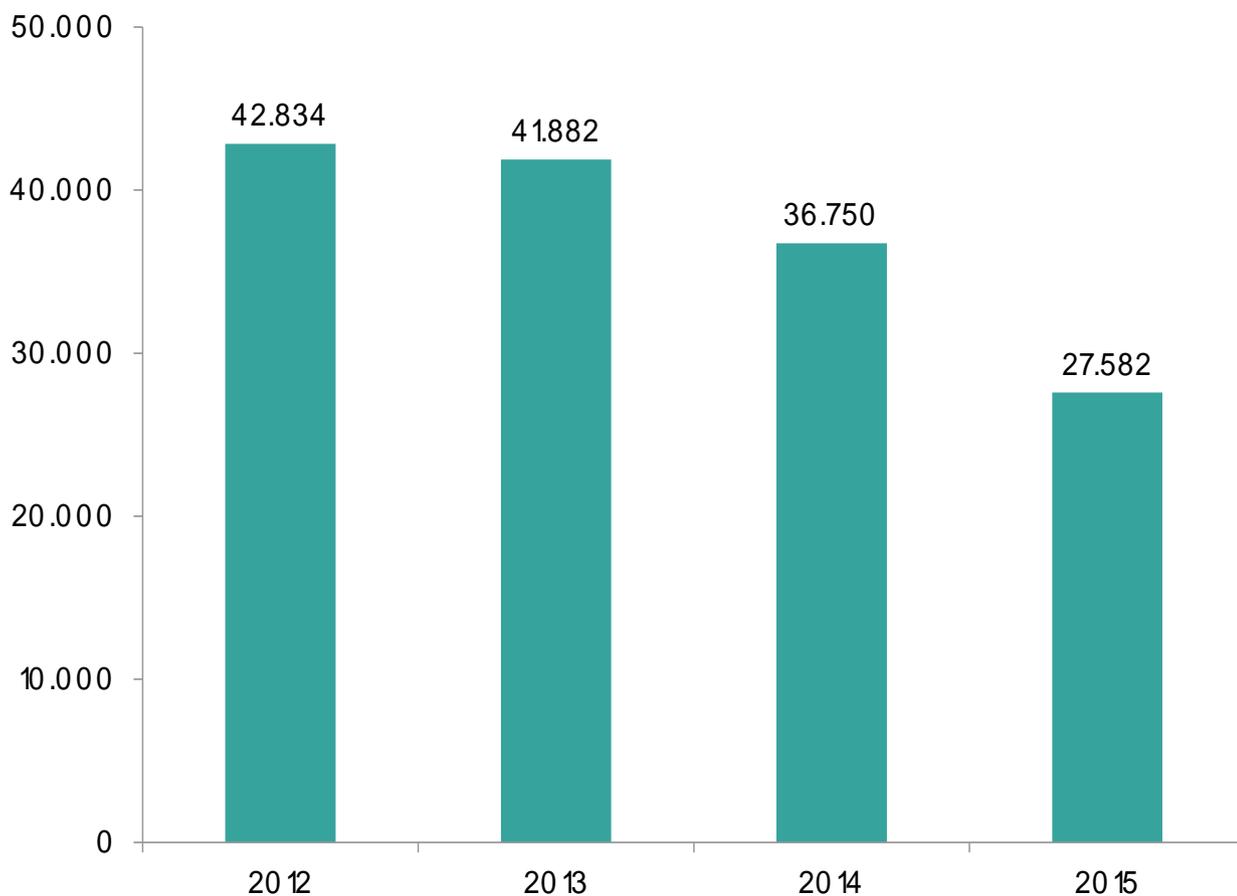
Entre 2012 e 2015 as vendas de frutas sofreram uma retração média anual de 13,2%

A incapacidade de reestruturar rapidamente as importações de frutas resultou em fortes aumentos nos preços do varejo, levando à queda no consumo.

A pior qualidade das frutas nas lojas do varejo afetou negativamente a percepção do consumidor em relação às frutas como alternativas saudáveis.

Gráfico 3: Vendas em valor do setor de Frutas (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 - Valores em termos constantes, preço para o consumidor



Fonte: Euromonitor

Redução na importação e na renda disponível do consumidor resultou em queda no consumo de frutas

Embargo reduziu a disponibilidade de Frutas Frescas no mercado russo

- A Rússia tradicionalmente depende de importações de frutas, devido às suas condições climáticas.
- O embargo russo reduziu a disponibilidade geral e a possibilidade de escolha de frutas no país.
- Fortes aumentos de preços no varejo e medidas inadequadas para contê-los desestimularam as compras de frutas pelos consumidores russos.
- Os conflitos políticos entre a Rússia e a Turquia ampliaram a redução nas importações de frutas.
- Rotulagem inadequada, frequentemente negligenciando o país de origem, são comuns em algumas das redes de varejo no país.
- O aumento do preço dos fertilizantes importados e dos custos em geral impactaram negativamente os produtores de frutas na Rússia.

A sensibilidade ao preço em relação às frutas importadas afetou o consumo

- A redução da renda disponível dos consumidores também desestimulou o consumo de frutas.
- Os russos mostraram uma sensibilidade ao preço mais alta para frutas exóticas importadas do que para as frutas da estação nacionais.
- Os consumidores russos se preocupam menos com origem do que com preço e aparência das frutas.
- A categoria de Frutas Frescas é movida pela decisão do consumidor no ato da compra, de modo que a exposição do produto é extremamente importante para os consumidores. Os serviços de alimentação fora do lar não costumam adquirir frutas por impulso, tendo listas definidas de tipos e quantidades específicas de frutas.
- Os russos também reduziram as compras de frutas processadas e optaram por produtos mais baratos.
- Os preços relativamente mais altos das frutas frescas influenciaram os consumidores a considerar as frutas congeladas como bons substitutos.
- Os preços relativamente mais altos e a baixa importância dada à origem pelos consumidores limitou o crescimento das frutas orgânicas.

Como resposta à instabilidade política, a Rússia impôs uma proibição às frutas provenientes de países que eram fornecedores-chave. Isso reduziu o abastecimento de frutas, forçou os importadores a procurar por novos parceiros comerciais e impactou diretamente os preços do varejo.

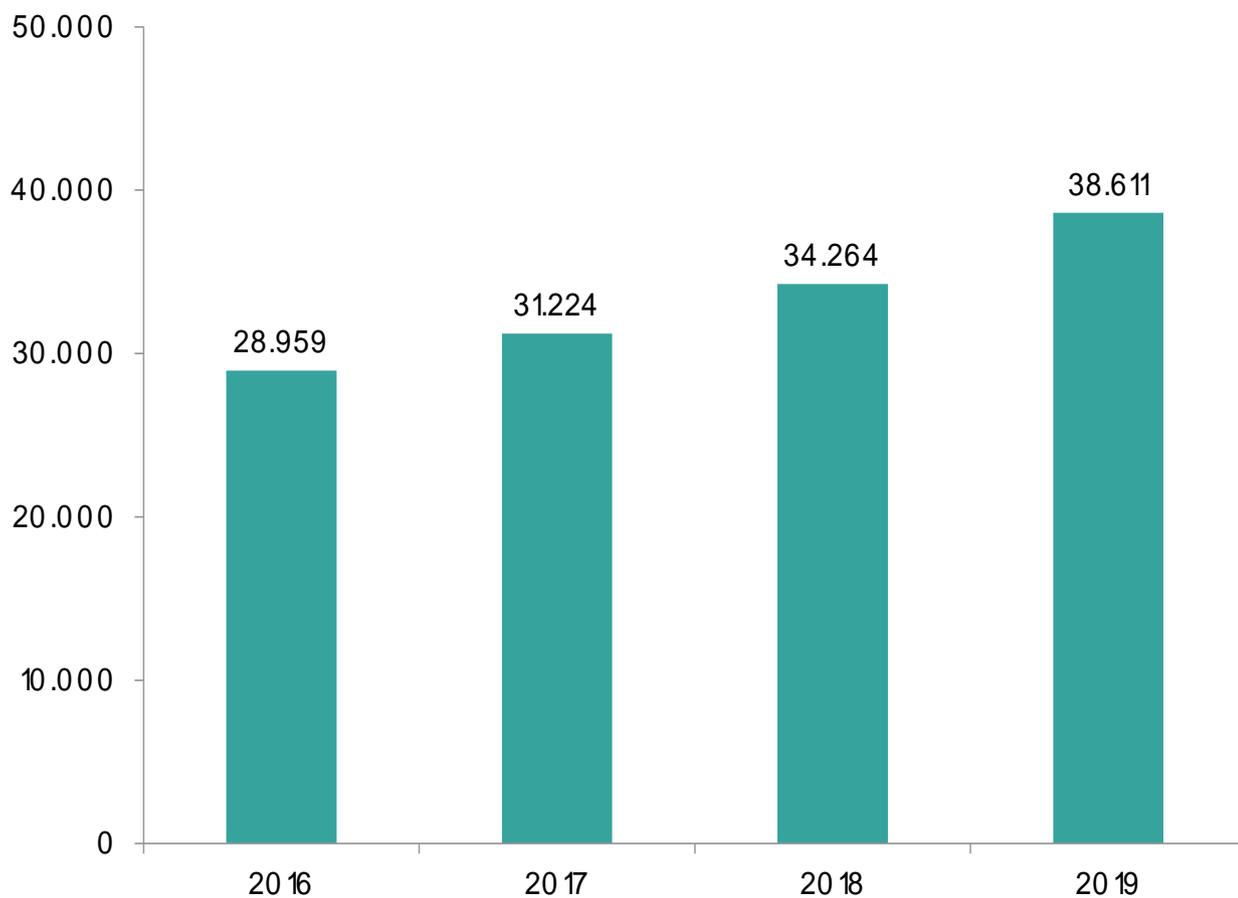
A desvalorização da moeda nacional também contribuiu para a alta dos preços das frutas e a consequente redução na demanda. O resultado foi que varejistas e distribuidores tiveram que reduzir suas margens de lucro na tentativa de estimular as vendas, enquanto alguns importadores até mesmo abandonaram o mercado.

Eficácia na reestruturação dos custos de importação pode determinar demanda futura

O abastecimento de frutas na Rússia continuará dependendo das importações. A retomada da demanda deverá ser impulsionada pela estabilização da situação econômica do país.

Gráfico 4: Projeção* de vendas em valor do setor de Frutas (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

* Os anos de 2016 a 2019 referem-se a projeções

Rússia permanecerá dependente de importações de frutas

O abastecimento de frutas na Rússia continuará dependente das importações e será afetado pela reestruturação dos preços de importação. O alto grau de incerteza em torno da situação política e das relações entre a Rússia e grandes fornecedores de frutas continuará a colocar desafios ao crescimento das frutas no país.

As frutas em geral, e especialmente as frutas exóticas, são consideradas como itens não-essenciais para a compra pelos consumidores russos. Uma recuperação econômica mais lenta do que a esperada seria um obstáculo para o crescimento do consumo de frutas na Rússia.

Expectativa para Frutas Frescas é de crescimento médio anual de 2,4% no período de 2016-2019

Maças, melões, melancias, peras, frutas vermelhas e limões são importantes ingredientes em diversos preparos alimentícios, e fontes de nutrientes essenciais. Essas frutas continuarão a ter papel central no estímulo à demanda futura de frutas na Rússia. A incapacidade de reestruturar completamente as importações e de solucionar as restrições de comércio e conflitos geopolíticos seguirá dificultando o crescimento das frutas na Rússia.

O kiwi deverá registrar o mais forte crescimento médio anual do período projetado (2016-2019), com 14%. O kiwi experimentou a queda mais forte em volume de consumo em 2015 (-40%), mas deve se recuperar e atingir os níveis de 2014 no período projetado.

Os melões e as melancias ganham espaço durante os meses de verão. A sua ampla disponibilidade e sua característica refrescante permitem que os melões e melancias tenham uma alta popularidade entre os russos.

Preço unitário médio de frutas processadas deverá recuar no período projetado

O desenvolvimento de marcas próprias e os esforços dos fabricantes de responder à queda de renda disponível dos consumidores deverão causar um declínio nos preços das frutas processadas no período projetado.

Baixa sensibilidade ao preço das frutas sazonais nacionais estabilizará demanda futura**Usos alternativos e substitutos devem estabilizar consumo de frutas**

- A baixa sensibilidade ao preço em relação às frutas da estação deverão estabilizar o consumo no futuro.
- Embora em sua maioria sejam importadas, frutas como maçãs, melões, melancias, peras, frutas vermelhas e limões deverão crescer no período projetado devido ao seu uso muito difundido em preparos alimentícios.
- Grandes promoções, propaganda de TV e preços relativamente baixos permitiram estabilizar o consumo de Frutas Processadas, apesar de prevalecerem condições econômicas desfavoráveis.
- O aumento da popularidade das Frutas Congeladas como um bom substituto das Frutas Frescas, devido à sua disponibilidade ao longo do ano, deverá contribuir para o seu crescimento nos próximos anos.
- A popularidade de canais de varejo tradicionais, como as bancas de frutas, deverá tornar as frutas mais acessíveis para os consumidores russos.

Restrições comerciais limitarão ainda mais o potencial de crescimento das frutas na Rússia

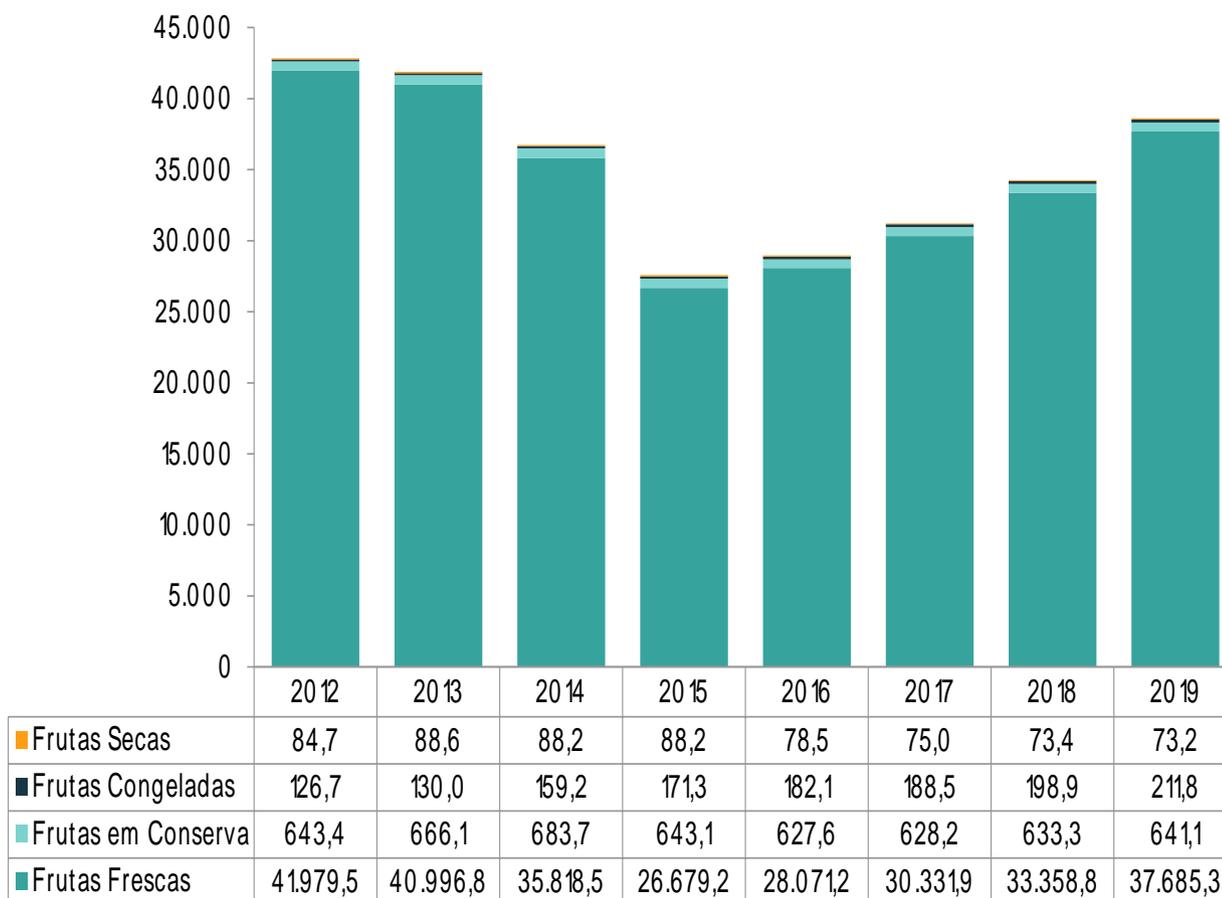
- A expectativa é de que os conflitos políticos e as restrições de comerciais limitem as importações de frutas na Rússia.
- Custos logísticos mais elevados, junto com percursos de transporte mais longos em comparação ao que havia com os fornecedores europeus agora proibidos, pressionam os preços.
- A redução da renda disponível em contexto de recessão econômica tornou os consumidores mais sensíveis aos preços.
- A alta sensibilidade ao preço para as variedades exóticas e importadas deverá pressionar os preços dos importadores de frutas na Rússia.
- A expectativa é de que a alta popularidade das frutas nacionais diminua a atratividade de suas similares importadas durante as estações do verão e do outono.
- Espera-se que o aumento dos gastos do governo em horticultura apoie os produtores de frutas na Rússia, melhorando assim a oferta local e aumentando a concorrência com os produtos importados.
- A desvalorização da moeda também deve tornar o mercado russo um destino de exportação pouco atraente.

Categoria de Frutas Frescas teve maior recuo em 2015 em termos de valor

As vendas de frutas na Rússia retraíram-se 13,5% em valor em 2015, em consequência das restrições à importação e da desvalorização da moeda.

O aumento significativo do preço unitário médio contribuiu para o crescimento da participação de frutas processadas no total de frutas de 2,1% em 2014 para 3,3% em 2015.

Gráfico 5: Histórico e projeção* de vendas em valor do setor de Frutas (US\$ Mi)
Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

* Os anos de 2016 a 2019 referem-se a projeções

Frutas de preço baixo puxarão a demanda

Frutas mais baratas ganham espaço



Frutas tradicionais (maçãs, cítricos e bananas) devem seguir liderando o consumo e ganhar participação devido a preços relativamente baixos. Em relação às variedades exóticas, a expectativa é de que tenham baixa demanda.

Reestruturação dos fluxos de importação afetará o abastecimento



A reestruturação dos fluxos de importação também é esperada, para determinar como será o abastecimento geral de frutas na Rússia. A adoção de esquemas de logística funcionais e de baixo custo deverá limitar o crescimento dos preços das Frutas Frescas e estimular a demanda.

Bem-estar financeiro dos consumidores puxará o crescimento



As melhorias na renda disponível dos consumidores e o bem-estar financeiro geral do consumidor deverá permanecer como um fator chave em relação à demanda de frutas.

Preços acessíveis impulsionarão o crescimento das Frutas Processadas



Devido à recessão econômica, as Frutas Processadas do segmento de preço mais baixo e de marcas próprias se tornarão mais apelativas para os consumidores.

Maçãs, bananas e cítricos são as variedades de Frutas Frescas mais populares

Variedades de Frutas Frescas

A Rússia é um tradicional importador de Frutas Frescas, em razão de suas condições climáticas. A imposição de um embargo às importações oriundas de um grande número de países europeus reduziu significativamente a oferta de Frutas Frescas no país. A oferta reduzida e a incapacidade de reestruturar as importações conduziram a um aumento acentuado dos preços, o que resultou em uma redução das compras pelos consumidores russos. O conflito político com a Turquia no final de 2015 também levou o governo da Rússia a proibir a importação de certas Frutas Frescas da Turquia, inclusive damascos, laranjas, peras, ameixas, uvas e morangos, entre outros.

Como resultado da desaceleração econômica e da redução da renda disponível, juntamente com a alta dos preços, os consumidores russos gastaram menos com Frutas Frescas. Embora a categoria tenha ganhado popularidade entre os consumidores em função da crescente preocupação com de saúde, a baixa qualidade em geral das Frutas Frescas disponíveis no varejo afetou negativamente a percepção de que sejam alternativas saudáveis.

Em 2015, o governo russo alocou RUB 2 bilhões (US\$ 30 milhões em valores fixos de 2015) para o desenvolvimento da horticultura, um aumento de cinco vezes em relação a 2014. Os produtores nacionais de frutas vermelhas, maçãs e peras, que têm o maior potencial de promover a substituição de importações, são os principais destinatários do apoio governamental.

As vendas de Frutas Frescas no varejo tiveram, em 2015, um desempenho ligeiramente melhor do que as realizadas nos canais de serviços de alimentação e institucionais. No entanto, os três canais recuaram. Dentro do varejo, as bancas de frutas, que são tradicionalmente populares na Rússia, especialmente durante os meses mais quentes, contribuíram para a maior parcela das vendas de Frutas Frescas no país.

Variedades de frutas sazonais nacionais como cerejas, morangos, frutas vermelhas, maçãs e ameixas, assim como as importadas, a exemplo de melancias, melões, damascos e pêssegos, tiveram uma demanda ativa durante os seis meses mais quentes.

Os consumidores russos demonstram menos disposição em substituir o consumo de Frutas Frescas tradicionais nacionais, e mostram uma alta sensibilidade ao preço em relação às variedades exóticas. Os consumidores também colocam menos ênfase em selos especiais e de origem, e baseiam suas decisões de compra primeiramente em aparência e preço.

Algumas variedades importadas, como os abacaxis, são percebidas como exóticas. Em relação às bananas, tangerinas e laranjas, toranjas, kiwis, maçãs, peras, uvas e limões, os consumidores russos estão acostumados a consumi-las pois há uma demanda constante ao longo do ano.

Ameixas foram a única variedade de Frutas Frescas com crescimento positivo em 2015

Maçãs

As maçãs estão entre as frutas mais consumidas na Rússia, com um consumo de 1.066 mil toneladas em 2015. A produção local atinge, em média, 1.500 mil toneladas, mas não é o bastante para o suprir o mercado, pois parte dessa produção é exportada e é necessário importar para atender a demanda. O consumo total recuou em relação a 2014 em 22,5% em termos de volume. Em termos de valor, enquanto as vendas de maçãs em 2014 atingiram US\$ 1.274 milhões, em 2015 uma forte queda de 25% foi registrada, com as vendas totais somando US\$ 940 milhões. As vendas também foram afetadas pela atual desaceleração econômica.

Bananas

As bananas são a segunda fruta mais consumida na Rússia, tendo atingido 945 mil toneladas em 2015. Neste ano, o valor das vendas recuou de US\$ 1.274 mi em 2014 para US\$ 993 mi. As bananas são importadas principalmente do Equador (98% de todo o comércio em valor em 2015), seguidas pelas frutas da Costa Rica e das Filipinas.

Laranjas, tangerinas e mexericas

Laranjas, tangerinas e mexericas constituíram o terceiro conjunto de frutas em consumo na Rússia, com 874 mil toneladas consumidas em 2015. As laranjas importadas do Egito, África do Sul, Turquia e Marrocos são as que predominam, concentrando 97% do valor total das importações. Especificamente para as tangerinas e mexericas, a Turquia e o Marrocos responderam por 50% de todo o valor importado.

Kiwis

As importações de kiwis na Rússia tiveram o pior desempenho em 2015. A proibição das importações da Grécia e da Itália, que correspondiam a mais de 50% do total de importações da fruta no país, afetou seriamente o seu desempenho.

Ameixas

Ameixas e ameixas mirabelle foram a única categoria a registrar um desempenho positivo em 2015. Quase 75% de todas as ameixas e ameixas mirabelle consumidas na Rússia são fornecidas por produtores internos, e uma grande parcela das importações provêm de países que não foram afetados pelo embargo. Em todo caso, apesar de ser positivo, o crescimento em volume desta categoria foi apenas marginal em 2015 (0,2%).

Tendências de valorizar estilos de vida mais saudáveis e *snacks* favorecem as Frutas Secas

Frutas Secas

As vendas de Frutas Secas continuaram a diminuir em termos de volume, mas apresentaram um crescimento em valor no varejo de 7%. Com a introdução de um embargo a importações em 2014, que incluiu as frutas, de vários importantes parceiros comerciais da Rússia, a categoria observou uma forte queda no volume das vendas e nos preços do varejo em 2015. Como a redistribuição dos fluxos de importação ficou mais evidente em 2016, o ritmo de diminuição do volume se reduziu e a categoria demonstrou um crescimento positivo no valor do varejo. O desenvolvimento de Frutas Secas em termos de valor foi suplementado pelos esforços dos fabricantes de frutas processadas de suprir os consumidores com embalagens de formatos menores e, portanto, um preço mais baixo por unidade.

Frutas em Conserva

O volume de vendas de Frutas em Conserva recuou mais de 18% em 2015 como resultado do embargo russo às importações da UE. Com a redução do abastecimento, os preços subiram substancialmente, e as vendas acabaram registrando um crescimento de 7% em valor.

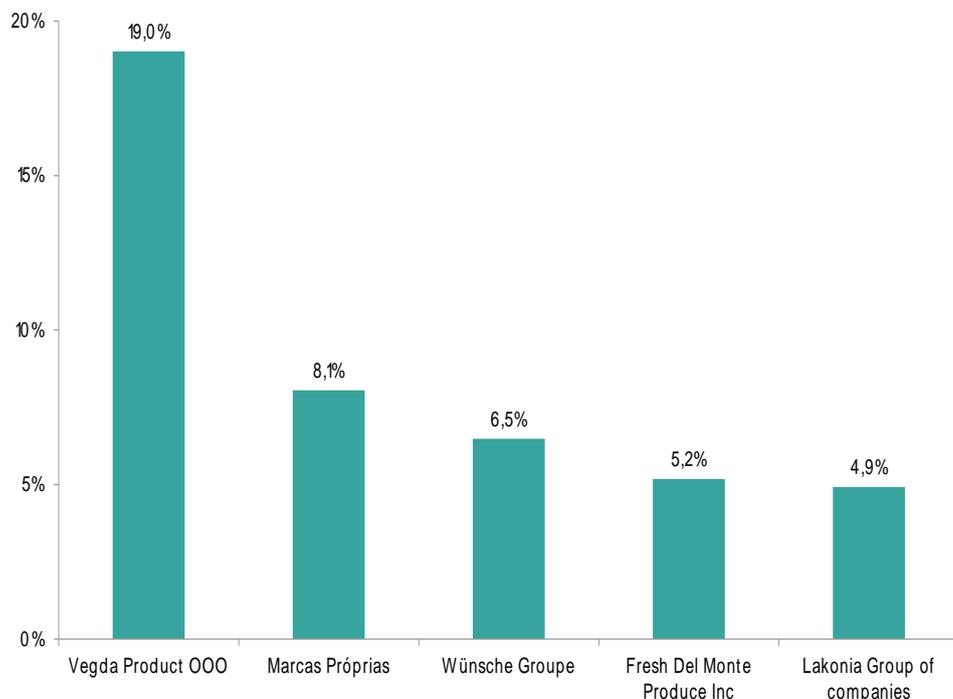
Frutas Congeladas

Essa categoria também é dependente de matérias primas importadas e, em função do enfraquecimento da moeda nacional, teve um recuo de 18% no volume de vendas. As Frutas Congeladas são geralmente vendidas nos varejos de alimentos modernos, onde as marcas próprias são predominantes. As frutas vermelhas silvestres são produtos comumente disponíveis.

Marcas próprias são populares na categoria de Frutas em Conserva

Gráfico 6: Participação das vendas em valor do setor de Frutas em Conserva por principais empresas (%)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

- Vegda Product OOO é a empresa líder em Frutas em Conserva com participação de 19,0 % em valor em 2015.
- As marcas próprias detêm a segunda posição em termos de valor, com 8,1% de participação.
- Wünsche Handelsgesellschaft é a terceira maior empresa em Frutas em Conserva, com uma participação de 6,5% em termos de valor em 2015.
- Fresh Del Monte Produce ocupa a quarta posição no mercado, com participação em valor de 5,2% em 2015.
- O Lakonia Group segue de perto na quinta posição, com 4,9% de participação em valor.

Número aproximado de empresas fabricantes de Frutas em Conserva em 2015

100

Empresas líderes têm ampla carteira de produtos e presença em todo o país

Vegda Product OOO

A empresa é líder absoluta na região Noroeste da Rússia, e está também presente em todas as outras regiões. Oferece uma ampla variedade de frutas em conserva. Além dos produtos tradicionais do varejo, a Vegda Product OOO abastece serviços de alimentação com produtos em embalagens de grandes tamanhos.

Marcas Próprias

As marcas próprias se desenvolvem rapidamente impulsionadas pela busca dos consumidores de cortar despesas. As principais redes do varejo estão ampliando a participação e a abrangência das marcas próprias em suas carteiras de produtos.

Wünsche Handelsgesellschaft

A empresa oferece Frutas em Conserva de alta qualidade sob a marca Lorado. A importadora de produtos para a Wünsche Handelsgesellschaft na Rússia é a East Line OOO, que possui uma rede de distribuição bem desenvolvida em todo o país.

Fresh Del Monte Produce Inc

A empresa é um dos líderes mundiais na produção de Frutas em Conserva de alta qualidade sob a marca Del Monte. Fresh Del Monte Produce oferece produtos posicionados como *premium*.

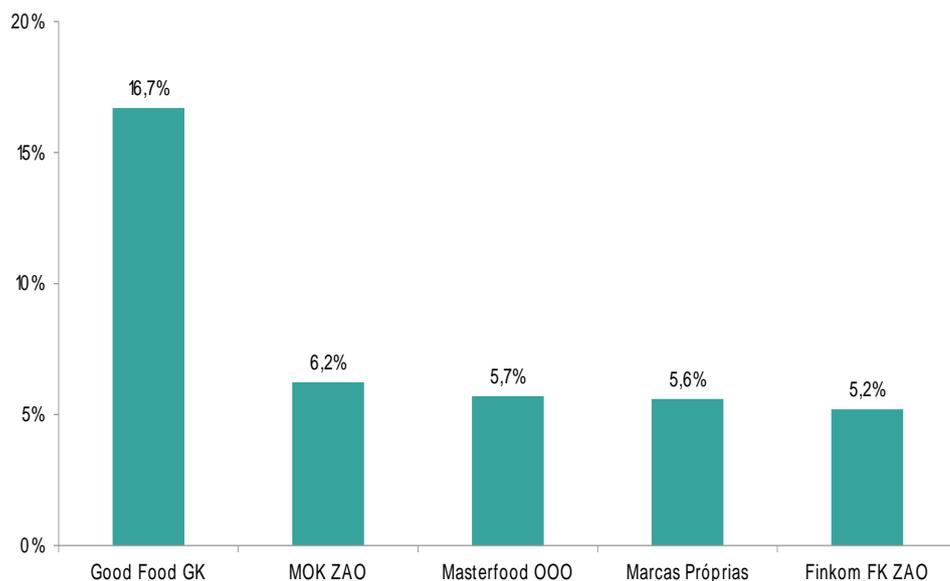
Lakonia Group

A empresa é proprietária da Slavyansky Konservnyi Kombinat no Sul da Rússia, onde as compotas de frutas são produzidas. Também vende outros tipos de Frutas em Conserva sob a marca Eko, cuja história começou na Hungria com a empresa Eko Kft.

Empresas locais fortalecem posições em Frutas Secas

Gráfico 7: Participação das vendas em valor do setor de Frutas Secas por principais empresas (%)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

- Good Food é líder de mercado em Frutas Secas, com uma participação de 16,7% em valor.
- Moskovskaya Drekhovaya Kompania (MOK ZAO) ocupou a segunda posição, com 6,2% de participação em valor em 2015.
- Masterfood se posicionou em terceiro, com participação de 5,7% em termos de valor em 2015.
- As marcas próprias tiveram uma participação em valor de 5,6% nas Frutas Secas em 2015 e ficaram em quarto lugar.
- Finkom FK ZAO, com uma participação em valor de 5,2% em 2015, ocupou a quinta posição no mercado.

Número aproximado de empresas fabricantes de Frutas Secas em 2015

200

Fabricantes locais figuram entre os cinco líderes no mercado de Frutas Secas

Good-Food GK

A Good-Food GK é o maior fornecedor de Frutas Secas na Rússia. Oferece uma grande variedade de Frutas Secas populares e exóticas, tanto com marcas *premium* quanto com marcas econômicas. A empresa mantém relações duradouras com seus parceiros comerciais.

Moskovskaya Drekhovaya Kompania ZAO

A empresa diversificou sua carteira de produtos: castanhas, Frutas Secas, confeitaria. A Moskovskaya Drekhovaya Kompania ZAO oferece Frutas Secas de alta qualidade sob as marcas Daru Prirodu e Jazz a preços moderados.

Masterfood OOO

A empresa oferece uma grande variedade de Frutas Secas sob as marcas Botanica e NaturFoods, importadas de 25 países. Também fornece produtos a granel e marcas próprias. Estão entre os clientes da Masterfood as redes de varejo, os atacadistas e a indústria de alimentos.

Marcas Próprias

As marcas próprias vêm fortalecendo suas posições no mercado de frutas rapidamente. Os consumidores mudaram para o segmento de preços baixos devido à escalada dos preços, o que impulsionou o desenvolvimento das marcas próprias.

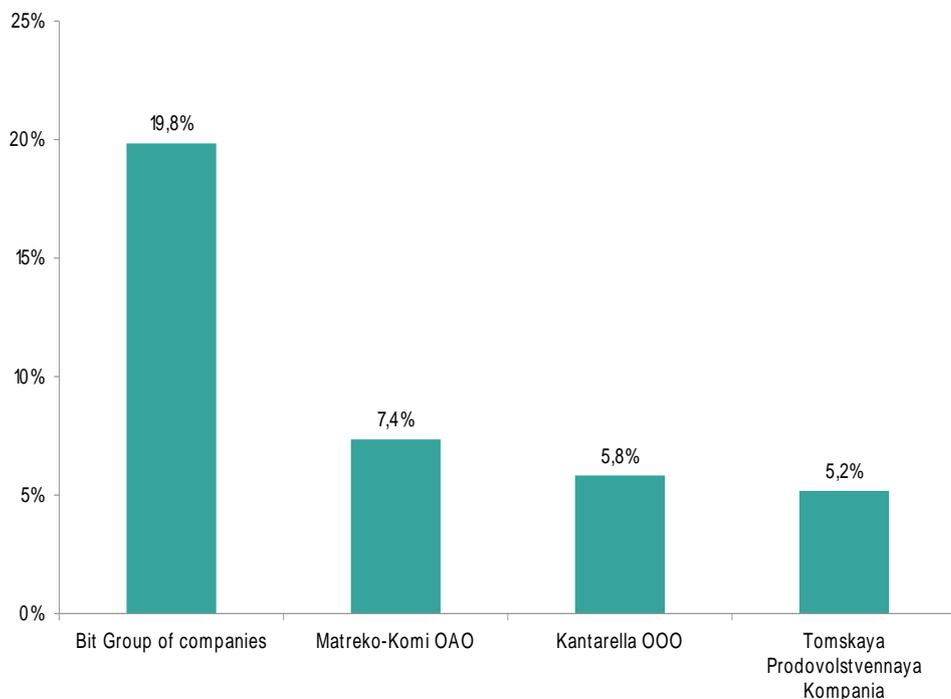
Fincom Fk ZAO

A Fincom FK ZAO produz Frutas Secas sob as marcas Chudo Frukt e Bon Ami. Os produtos são posicionados no segmento de baixo preço.

Empresas locais lideram o mercado de Frutas Congeladas

Gráfico 8: Participação das vendas em valor do setor de Frutas Congeladas por principais empresas (%)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

- O Bit Group lidera o mercado de Frutas Congeladas, com uma participação em valor de 19,8% em 2015.
- Matreko-Komi OAO é a segunda maior empresa em Frutas Congeladas, com uma participação em valor de 7,4% em 2015.
- Kantarella é a terceira maior empresa em termos de valor, com uma participação de 5,8% em 2015.
- Tomskaya Prodovolstvennaya Kompania segue de perto a Kantarella OOO, com 5,2% de participação em valor em 2015.

Número aproximado de empresas fabricantes de Frutas Congeladas em 2015

50

Líderes na categoria de Frutas Congeladas possuem instalações para o ciclo completo de produção

Bit Group

A líder do mercado de Frutas Congeladas opera com a marca 4 Sezona. Tem uma longa história no mercado russo, uma ampla carteira de produtos e uma excelente distribuição. A Bit é proprietária de fazendas e instalações de produção, armazenamento e distribuição de Frutas Congeladas, legumes e hortaliças e refeições prontas-para-comer.

Matreko-Komi OAO

Matreko-Komi OAO lidera o mercado de frutas vermelhas silvestres congeladas. Ela reúne, processa, armazena e entrega as frutas vermelhas silvestres e os cogumelos da região Noroeste da Rússia. Parte da produção é exportada para a Europa.

Kantarella OOO

Produz frutas em geral e frutas vermelhas congeladas sob a marca Kantarella. A empresa possui uma ampla carteira de produtos congelados, e detém instalações para o ciclo de produção completo.

Tomskaya Prodovolstvennaya Kompania

Tomskaya Prodovolstvennaya Kompania é um grande produtor de Frutas Congeladas e Frutas Secas, ambas para atacadistas e o varejo sob a marca Zhivitsa. Detém o ciclo completo de produção, desde o cultivo e a colheita das frutas vermelhas até a manufatura e o armazenamento.

Outros

A maior parte das outras empresas que atuam no mercado é de pequenas empresas locais.

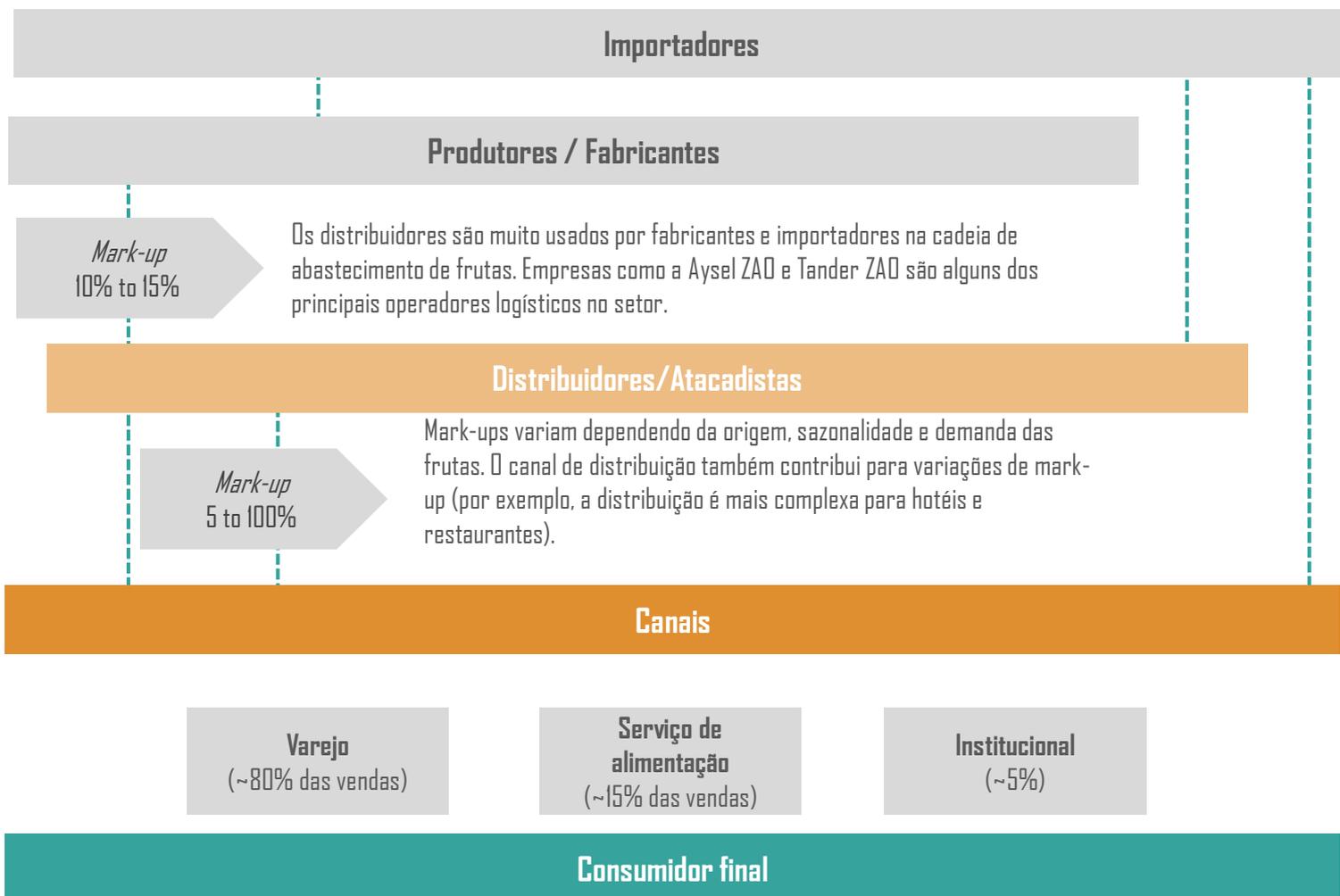
Empresas locais têm papel importante em todos os segmentos de Frutas Processadas na Rússia

As empresas locais russas são atores relevantes no mercado de frutas, não apenas por meio de marcas próprias de grupos do varejo local, mas também por meio dos fabricantes de alimentos sediados na Rússia.

Frutas em Conserva	Frutas Secas	Frutas Congeladas
Vegda Product OOO	Good-Food GK	Bit Group
Marcas Próprias	Moskovskaya Orehovaya Kompania ZAO	Matreko-Komi OAO
Wunsche Handelgesellschaft International	Masterfood OOO	Kantarella OOO
Fresh Del Monte Produce Inc	Marcas próprias	Tomskaya Prodovolstvennaya Kompania
Lakonia Group	Fincom FK ZAO	

- As marcas próprias, em função de seu preço de varejo mais baixo, têm expectativa de ganhar espaço, em função das condições de dificuldade econômica enfrentadas pelos consumidores russos.
- Os principais varejistas modernos de alimentos na Rússia são Magnit OAO, X5 Retail Group NV, Auchan Group SA, Dixy Group OAO e Lenta OOO. A Magnit ampliou a sua participação em valor no mercado de empresas de varejo de 5,6% em 2012 para 9,3% em 2015.

Mark-ups variam bastante a depender da categoria de frutas



Frutas Frescas importadas para o varejo e os serviços de alimentação chegam por meio de importadores, distribuidores e atacadistas. É típico que grandes fornecedores sejam também importadores (por exemplo, redes varejistas como a Magnit). Segundo o USDA, muitos hotéis e restaurantes preferem comprar frutas de importadores/distribuidores especializados em atendê-los.

O mais típico esquema de logística aplicado pelas redes de varejo é usar um centro de distribuição logística no qual os bens são entregues tanto pelo fabricante como por um intermediário. Do centro de distribuição, seguem para pontos de venda do varejo. As frutas da estação locais podem ser distribuídas diretamente dos produtores para os pontos de venda do varejo, permitindo economizar nos custos de logística. Os maiores distribuidores no negócio de frutas da Rússia são Tander ZAO, Aysel ZAO e Diksi Logistik ZAO.

As principais redes de varejo fazem importação direta em cerca de 20% das operações. De acordo com *FruitNews*, o X5 Retail Group, segunda maior rede de varejo na Rússia, importou diretamente cerca de 50% de suas frutas e legumes em 2015. A empresa planeja implementar 100% de importação direta de frutas até o final de 2019. A importação direta envolve usar os serviços de agentes e também empresas de logística ou as instalações logísticas das próprias varejistas. Isso permite à empresa economizar cerca de 5% com serviços de distribuição, reduzir tempo de importação e controlar a qualidade das frutas.

Mark-ups do varejo dependem do produto, da estação e do canal

As importações diretas de Frutas Frescas chegam à Rússia por frete marítimo ou aéreo. A aprovação do tipo, preço e quantidade do produto leva cerca de uma semana, e o processo de envio do centro alfandegado ao centro de distribuição logística leva de 3 a 10 dias. Os procedimentos de desembaraço aduaneiro são acelerados por meio do serviço de agentes alfandegários. Os contêineres com frutas são entregues no centro de distribuição logística, onde a qualidade é avaliada, e então acontece a triagem e entrega aos pontos de venda.

De acordo com fontes entrevistadas, os esquemas aplicados às frutas exóticas podem diferir devido a baixos volumes de carga e exigências de embalagens de alto padrão. Um caminho utilizado pelos varejistas nesses casos é a entrega por via aérea para os Países Baixos, de onde a carga segue de caminhão para a Rússia. O exportador, o importador ou o varejista é responsável pela embalagem. Os *mark-ups* aplicadas às frutas exóticas são altos, e os custos com embalagem são um dos seus principais componentes.

O número de pagamentos adicionais (chamada *back margin*) para a *front margin*, tais como taxas de entrada, pagamentos de serviços de marketing e informação e bônus retroativos contribuem para o aumento dos preços. De acordo com a RBC, a *back margin* pode ser, em média, duas vezes maior do que a *front margin* aplicada.

O sistema de bônus retroativo é comum nas redes de varejo, porém o X5 Retail Group afirma que se recusou de aplicá-lo à categoria das Frutas Frescas, e a Metro cancelará o bônus retroativo a partir de 2017. Uma emenda à Lei nº 381-FZ (Dos Fundamentos da Regulamentação Estatal da Atividade Comercial na Federação Russa) entrará em vigor a partir de 1º de janeiro de 2017; ela definirá que o bônus retroativo máximo sobre os alimentos será limitado a 5% do total fornecido (costumava ser 10% antes da implementação da lei) e já deve incluir alguns serviços relacionados com a *back margin*. Os varejistas devem fortalecer as *front margins* para compensar a perda.

Mark-ups em frutas variam muito dependendo do produto, do canal de varejo, da região e da demanda corrente no mercado. Assim, *mark-ups* de frutas consideradas exóticas no mercado russo (como mangostão, goiaba e mamão) são muito mais elevados do que para as frutas tradicionais (maçã, banana e cítricos) devido à demanda limitada e altos custos logísticos. A margem aplicada pelo varejo moderno em frutas sazonais declina no verão devido à maior concorrência nas feiras livres. De acordo com informantes comerciais, as feiras livres respondem por até 60% das vendas de frutas e legumes no verão, a preços mais baixos do que nas redes de varejo.

Investimentos em distribuição de frutas e melhoria nas instalações de armazenamento estão em curso

Segundo fontes, a maioria dos produtos importados chega à Rússia por via marítima. Mesmo muitos países que têm a opção das remessas por terra preferem enviar seus produtos por navios, porque causa menos danos à carga, é mais barato, e tem partidas/chegadas claramente definidas. Os produtos importados chegam à Rússia por via terrestre, marítima ou aérea através de portos ou entrepostos aduaneiros para despacho, antes de prosseguir para o próximo destino.

O comércio de frutas na Rússia concentra-se em três portos principais: São Petersburgo, Novorossisk e Vladivostok. Enquanto Vladivostok serve como o principal porto de entrada para os mercados da Ásia Oriental e alguns pontos dos EUA, os outros dois operam como portões principais para os parceiros comerciais da Europa e de outras regiões do mundo. As frutas provenientes da América do Sul tendem a chegar por São Petersburgo, e as vindas de Egito, Israel e Turquia em geral chegam por Novorossisk. A carga da América do Sul também pode ser entregue em portos na Alemanha e, ali, abastecer caminhões que alcançam São Petersburgo por balsas e navios cargueiros.

A importância de São Petersburgo para o comércio de frutas está diretamente relacionada ao seu rápido acesso a uma ampla rede ferroviária e de caminhões para transporte de mercadorias, e sua relativa proximidade à região metropolitana de Moscou (~ 1 mil km) em comparação com outros portos importantes no país. Com o desenvolvimento do novo complexo multifuncional de carga marítima de Bronka, em São Petersburgo, aberto à operação em 2015, foram geradas oportunidades adicionais para a entrada de carga, especialmente com volumes acima de 20 mil toneladas. Antes do desenvolvimento de Bronka, os contêineres de frutas provenientes do norte da África tinham que ser submetidos a baldeação nos portos do norte da Europa, para depois chegar a São Petersburgo, o que aumentava o prazo de entrega. Espera-se que a segunda fase do desenvolvimento de Bronka, que também envolverá a construção de um centro de logística, aumente a capacidade de contêineres para 1,9 milhão de TEUs por ano.

O porto de São Petersburgo tem ampla disponibilidade de operadores de logística de frutas, como é o caso de empresas como Aysel ZAO e Tanden ZAO. Fontes de distribuição confirmam que há um déficit atual de espaço de armazenamento na área, o que confere ao planejamento e ao controle de processos logísticos uma importância crucial para produtos perecíveis.

Apesar do atual déficit de armazenagem, há investimentos em curso dos setores público e privado em tecnologias de atmosfera controlada e instalações de armazenamento em geral. O Ministério da Agricultura, por meio de subsídios, busca desenvolver a infraestrutura atual de armazenamento de frutas, e os fabricantes de contêineres refrigerados confirmam que a Rússia é um mercado crescente nessa área. Como exemplo, a análise do USDA atesta que menos de 10% dos produtores de maçã do país têm acesso a modernas instalações de armazenamento, observando-se um cenário semelhante no caso de frutas importadas.

As instalações para o amadurecimento das frutas não são tão desenvolvidas como na Europa Ocidental, mas isso deve mudar nos próximos anos. Empresas locais como Agrostroikomplekt, FoodExpert e PK Vesta são alguns dos principais atores que oferecem equipamentos para instalações de maturação. Exemplos de empresas que oferecem instalações para locação são FM Logistics, Germes-Agro, Globus Group e West-Pereezd. Embora a atual infraestrutura disponível para essas instalações não seja desenvolvida, o mercado existe e há investimentos sendo feitos.

Varejo concentra 80% das vendas de Frutas Frescas, sendo as tradicionais bancas de frutas muito populares nos meses mais quentes



Varejo

De todo o consumo de Frutas Frescas, 81,4% acontece via varejo. As bancas de frutas tradicionais e as feiras livres têm uma participação significativa, em especial nos meses mais quentes, quando as frutas nacionais mais baratas são vendidas. Os varejistas modernos oferecem diversidade de frutas a preços competitivos e localizações convenientes em áreas residenciais.



Serviço de alimentação

Em 2015, o consumo de Frutas Frescas nos serviços de alimentação respondeu por 12,3% de toda a demanda na Rússia, mostrando um leve recuo em relação a 2014 (12,4%). As vendas em serviços de alimentação foram impactadas mais severamente pela crise, pois os consumidores passaram a evitar o gasto com alimentação fora do lar.



Institucional

A demanda de Frutas Frescas por meio de canais institucionais permaneceu estável em termos de porcentagem, caindo de 6,5% em 2012 para 6,3% em 2015. Vendas para escolas e outras instituições geridas pelo governo estão entre as mais relevantes, e consistem na maioria em compra de frutas produzidas localmente.

Vendas de Frutas Processadas concentram-se nas mãos dos varejistas modernos



Varejistas de alimentos tradicionais

Com 31,8% do valor total de vendas, o varejo tradicional é o principal ponto de venda para as Frutas Processadas (Secas, Congeladas e em Conserva). As quitandas independentes são cruciais para a venda de frutas em um país como a Rússia, pois os varejistas modernos não conseguem controlar operações em todo o território. Porém, desde 2012 (quando tinha 42,3% das vendas em valor) a importância do varejo tradicional recuou bastante (31,8%).



Supermercados

De todas as vendas de Frutas Processadas, 28,2% acontecem em varejistas modernos, com lojas em áreas urbanas importantes no país. Redes como a Magnit e X5 estão entre as mais relevantes neste formato de varejo moderno. A Magnit opera cerca de 170 supermercados, e a X5 tem cerca de 500 lojas sob a bandeira Perekrestok, e mais de 5 mil pontos da Pyaterochka.



Minimercados

Em 2015, os minimercados participaram com 23,6% no valor do varejo em Frutas Processadas. Presente nas cidades, esse canal ampliou sua participação em 18,2%, mostrando uma tendência de alta no consumo *on-the-go*. Com a recessão, o canal atraiu atenção, em função de mudanças nas preferências dos consumidores, que passaram a buscar mais rapidez e praticidade na experiência de compra.



Hipermercados

De maneira semelhante ao que ocorreu em supermercados e minimercados, a importância das vendas de Frutas Processadas em hipermercados também se ampliou no período revisado. Se em 2012 apenas 13,2% das vendas de Frutas Processadas aconteciam por este formato de lojas, em 2015 esta cifra cresceu para 15,9%.

Varejistas tradicionais perderão espaço para conceitos modernos

Perspectivas dentro do varejo

Os varejistas de alimentos devem registrar um crescimento médio anual negativo de 1% a preços fixos de 2015 no período projetado (2016-2019). O desenvolvimento do varejo de alimentos na Rússia dependerá fortemente da situação macroeconômica no país, inclusive das tensões geopolíticas com a Ucrânia e diversos países desenvolvidos, a evolução das sanções da UE e dos EUA e a resposta da Rússia sob a forma de embargo a determinados produtos. Ao contrário de outros canais, o varejo de alimentos depende das importações de produtos e matérias-primas, e a maior parte era importada de países da UE antes das sanções e da proibição das importações. Os varejistas russos resolveram essas questões com novos fornecedores de países que não foram interditados, porém as cadeias de abastecimento ainda precisam ser retomadas e melhoradas.

Ao mesmo tempo, o desenvolvimento do varejo de alimentos será influenciado por mudanças nos hábitos de consumo, em função da redução do poder de compra e da renda média. A expectativa é de que os consumidores se tornem mais sensíveis aos preços, reduzam despesas e mudem para segmentos mais baratos, reduzindo também o consumo de bens não essenciais.

Os minimercados deverão registrar o mais rápido crescimento no período projetado, com um crescimento médio anual de 2% a preços fixos de 2015. Trata-se de um canal pouco desenvolvido em comparação com outros do varejo de alimentos. Assim, o crescimento será alcançado principalmente com a abertura de novas lojas, inclusive por líderes como Magnit e Dixy Group, e com a entrada de novas empresas locais.

A expectativa é de que os varejistas de formatos maiores registrem taxas de crescimento mais moderadas durante o período projetado. Tanto supermercados como hipermercados deverão observar um crescimento médio anual insignificante a preços fixos de 2015. Os consumidores estão cada vez mais interessados em formatos menores, como os minimercados, por estarem próximos às suas casas e venderem os produtos de que necessitam. Assim, a maioria das empresas estará mais focada no desenvolvimento de formatos menores. Nesse contexto, o crescimento dos supermercados e hipermercados será impulsionado por preços mais baixos e sua capacidade de oferecer descontos, algo essencial para os consumidores cautelosos e sensíveis aos preços.

Os varejistas tradicionais deverão observar uma taxa negativa de crescimento médio anual de 4% a preços fixos de 2015 durante o período projetado, enquanto a expectativa para os varejistas modernos é de crescimento médio anual positivo de 1%. A situação macroeconômica atual acelerará a transição de canais de varejo dos tradicionais para os modernos. O recuo do varejo tradicional será devido ao mau desempenho do segmento de outros varejistas, que sentirão a pressão dos varejistas modernos, as novas restrições na venda de cerveja e tabaco em quiosques e a decisão do governo de reduzir o número de quiosques nas cidades.

O varejo de alimentos e bebidas via internet deverá apresentar um crescimento médio anual de 10% no período projetado, a preços fixos de 2015. O crescimento será puxado pela mudança de hábitos de compra dos consumidores. No entanto, os maiores varejistas, assim como as principais empresas que atuam on-line, permanecerão céticos quanto ao varejo de alimentos na internet. É algo que exige investimentos significativos, enquanto a maioria dos varejistas deve se concentrar na otimização dos custos e na retenção de clientes no início do período projetado.

Magnit ganha espaço no cenário do varejo russo

Panorama competitivo do varejo

Os varejistas de alimentos na Rússia permaneceram fragmentados no final do período revisado, uma vez que as cinco maiores empresas detinham uma participação de 25%. Em 2015, as maiores empresas continuaram a fortalecer suas posições, com a Magnit liderando em termos de valor de vendas, número de lojas e área de vendas no varejo. A empresa detinha uma participação de 9% em valor, de 4% em número de pontos de venda e de 8% em área de vendas no varejo. A Magnit operou em três canais em varejo modernos, com 201 hipermercados, 110 supermercados e 8.890 minimercados, e conseguiu crescer ao longo de todo o período revisado. As principais vantagens do varejista são o seu modelo de negócios multiformato, ampla presença regional, marcas reconhecidas, sistema logístico desenvolvido e 5 mil fornecedores nacionais e 800 fornecedores diretos internacionais.

Entre as principais empresas, o X5 Retail Group registrou o maior crescimento de valor no varejo de alimentos, aumentando sua participação de 7% para 8% em 2015. O X5 Retail Group operou 83 hipermercados Karusel, 5.273 supermercados Pyaterochka, 438 supermercados Perekrestok, 146 minimercados Perekrestok Express e 37 minimercados Kopeyka, no final do período revisado. Sua ampla e diversificada base de lojas, ampla cobertura geográfica, logística desenvolvida e sistemas de TI robustos são as principais vantagens competitivas da empresa. Em 2015, concentrou-se no reforço da sua estratégia multiformato, ampliando as redes de lojas Pyaterochka e Perekrestok e investindo em lojas existentes para melhorar a diversidade de oferta e atualizar o visual das lojas, com um apelo mais moderno.

Em 2015 foram as empresas domésticas que lideraram o varejo de supermercados na Rússia, e a concorrência entre elas permaneceu bastante intensa. Algumas delas conseguiram comprar outras empresas locais para fortalecer suas posições em vários canais. Por exemplo, o Dixy Group adquiriu uma participação de 32% do varejista de bebidas alcoólicas Albion-2000, com sua marca Bristol, em 2015. Além disso, o X5 Retail Group adquiriu 116 minimercados da marca Pokupochka na região de Samara em outubro de 2014 e 26 minimercados da marca Spar em abril de 2014.

Em termos de vendas de Frutas Frescas, o ambiente de varejo na Rússia tem importantes fatores sazonais que devem ser levados em consideração. Durante os meses de verão, as vendas de frutas em feiras livres ganham muito espaço e, de acordo com fontes do comércio, podem ser responsáveis por até 60% de todo o volume de vendas.

Imposto de Valor Agregado (IVA) ou regime de taxa agrícola unificada podem ser aplicados

- O IVA incide sobre a maioria dos bens comercializados e serviços fornecidos na Rússia, inclusive os que são fornecidos sem taxação. O IVA também se aplica à maioria das importações para a Rússia. A transferência de direitos de propriedade e de certas provisões também está sujeita à cobrança de IVA. Como exemplos, pode-se citar o consumo interno de bens e serviços produzidos por um contribuinte, quando os custos associados não forem dedutíveis para fins de taxação de lucros, ou ainda a construção civil para uso pessoal.
- O IVA se aplica a empresas que importam bens para o território aduaneiro da União Econômica Eurasiática da qual a Rússia é membro. Para fins de importação, a base tributável é determinada pelo valor aduaneiro mais as taxas de importação.
- As empresas podem solicitar isenção de IVA se sua receita agregada por três meses consecutivos, excluindo IVA, foi abaixo de RUB 2 milhões (US\$ 300 mil a câmbio fixo de 2015). Os negócios submetidos a regimes especiais de taxas, como o sistema simplificado de taxas (disponível para empresas relativamente pequenas) e o regime unificado de taxas agrícolas, estão fora do escopo de IVA, a menos que importem bens para a Rússia.
- A taxa de 0% aplica-se à exportação de bens. A taxa 18/118 IVA aplica-se às vendas de produtos agrícolas locais (como frutas grandes, frutas vermelhas, cítricos, melões e uvas) e seus derivados, que sejam comprados por indivíduos não sujeitos à tributação de IVA. A taxa de 18% se aplica para todos os outros produtos tributáveis do setor de frutas.
- O regime unificado de taxas agrícolas pode ser escolhido como alternativa ao pagamento de IVA por empresas produtoras de frutas na Rússia. A tarifa da taxa unificada é de 6%, sendo a base tributável a receita menos os custos, e ela substitui os tributos de IVA, renda e propriedade. Esse regime pode ser aplicado se a renda de vendas de produtos agrícolas da empresa não for menor que 70% da receita total.

Intervalo de IVA

0% a 18%

Os importadores de frutas para a Rússia estão sujeitos a taxa de IVA de 18%. Já para os exportadores de frutas, a taxa de IVA é de 0%.

Impostos aduaneiros variam conforme o código de classificação e a origem

A Rússia tornou-se membro de pleno direito da Organização Mundial do Comércio (OMC) em agosto de 2012. As tarifas aduaneiras de importação são cobradas com base no código de classificação e país de origem dos bens importados. Após a adesão da Rússia à OMC, as tarifas de importação para diferentes tipos de mercadorias foram reduzidas ou alteradas.

As tarifas de importação aplicadas às frutas variam de 0% a 10% do valor dos bens importados.

As tarifas de importação não são constantes e podem variar conforme o país de origem dos bens e outros fatores. Para as frutas, a tributação depende do país de origem:

- Para os países em desenvolvimento (inclusive o Brasil), aplica-se 75% da tarifa básica;
- Países menos desenvolvidos e países da CEI são isentos dessas tarifas (exceto a Ucrânia);
- Existem regimes aduaneiros que preveem isenção total ou parcial das tarifas de importação, tais como as Zonas Econômicas Especiais ou o regime de aperfeiçoamento ativo.

Código de SH	Produto	Tarifa de Importação	Tarifa de Importação reduzida para o Brasil
0804.50.000.9	Goiaba, manga e mangostão frescos	5%	$5\% * 0,75\% = 3,75\%$
0804.50.000.1	Goiaba, manga e mangostão secos	3%	$3\% * 0,75\% = 2,25\%$
0805.50.100	Limão siciliano	5%, não menos de € 0,015/kg	$5\% * 0,75\% = 3,75\%$
0805.50.900	Limão taiti	5%	$5\% * 0,75\% = 3,75\%$
0807.19	Melão	5%	$5\% * 0,75\% = 3,75\%$
0807.20	Mamão	3%	$3\% * 0,75\% = 2,25\%$

O mercado de Frutas Frescas na Rússia oferece oportunidades para novos entrantes



Maças brasileiras competem com as variedades argentinas e chilenas em uma janela de três meses durante o verão europeu

Maças

A maçã é a fruta fresca mais consumida na Rússia. A importação é essencial para o abastecimento, pois a produção local não é suficiente para atender a demanda.

A produção local é relevante, com um volume médio anual de 1.500 mil toneladas. As variedades de maçãs produzidas na Rússia mais importantes são Idared, Jonagold e Royal Gala, e fontes afirmam que a Idared ganhou espaço nos últimos anos e representa quase 15% de toda a produção local. Exemplos de cultivares de maçã apenas encontradas na Rússia e outros mercados da Europa Oriental são Antonovka e Bely Naliv, ambas conhecidas por sua capacidade de suportar condições climáticas adversas.

Das variedades importadas, a Royal Gala é uma das principais no mercado russo. Os varejistas confirmam que outras variedades importadas com frequência são Braeburn, Elstar, Fuji, Gloster, Golden Delicious, Granny Smith, Pink Lady, Red Delicious e Red Gala. A proibição de frutas provenientes de países como a Polônia abriu oportunidades para outros países.

De acordo com fontes, as preferências dos consumidores russos variam dependendo da região. Os residentes de Chelyabinsk, Kaluga, Moscou e Tula parecem ter maior preferência pelas variedades agridoces como Granny Smith, enquanto os residentes nas regiões de Tver e de Yaroslavl preferem as variedades mais doces.

O ápice das importações é entre novembro e abril, quando as condições climáticas locais são mais duras. Nesse período, cerca de 60% a 70% de todas as maçãs importadas chegam ao mercado russo, sendo os meses de junho a setembro os que apresentam a menor quantidade de maçãs importadas. Essa é, entretanto, a janela para que as maçãs sul-americanas geralmente entrem no mercado russo. Em 2015, 75% das maçãs argentinas e 83% das maçãs chilenas chegaram à Rússia entre os meses de maio e julho. Neste mesmo ano, as importações brasileiras se concentraram nos meses de junho e julho, competindo diretamente com outras maçãs do hemisfério sul.

Investimentos em instalações de armazenamento e maturação podem ajudar as maçãs brasileiras a chegar ao mercado no mês de agosto, quando as importações da Argentina e do Chile tendem a diminuir. Embora agosto também entre no pico de oferta de frutas produzidas localmente, as variedades brasileiras são mais doces e poderiam se concentrar em mercados regionais conhecidos por preferir essa característica (por exemplo, Tver e Yaroslavl).

Bananas equatorianas dominaram o mercado russo nos últimos anos

Bananas

O consumo de bananas na Rússia é fortemente impulsionado pelas importações, principalmente do Equador. Fontes alternativas são a Costa Rica, assim como outros países da América Central, mas também as Filipinas. De 2014 a 2015, as importações de bananas recuaram de 1.274 mil para 1.226 mil toneladas, enquanto o valor comercializado caiu de US\$ 957 milhões para US\$ 909 milhões.

De março a maio, as importações caem quase a zero, mas têm um pico nos meses de verão, de junho a setembro, que concentram cerca de 40% de todo o comércio anual. Os meses de inverno também são um momento importante para as bananas importadas. Novembro e dezembro concentram, em média, 50% de todo o valor comercial importado. Como grande parte das importações concentra-se em frutos provenientes do Equador, o país sul-americano mostra padrão similar na sazonalidade suas exportações. As importações de frutas da Costa Rica costumavam ter seu ápice nos últimos meses do ano, concentrando entre setembro e dezembro quase 70% de todo o comércio em 2014. As importações das Filipinas estão concentradas no segundo semestre.

O Equador tornou-se o principal parceiro comercial nas exportações de bananas para a Rússia. A Rússia, por sua vez, é também o principal destino das exportações de bananas do Equador. A Associação de Exportadores de Banana do Equador (AEBE) trabalha em parceria com a Pro Equador, a fim de desenvolver estratégias de marketing para continuar a melhorar o desempenho da fruta equatoriana no mercado russo. Representantes da AEBE têm sido citados na mídia, referindo-se às intenções da Associação de gerar novas ocasiões para o consumo de banana durante os meses de verão da Rússia, diretamente relacionadas à prática de esportes (por exemplo, em corridas amadoras, como maratonas).

Os exportadores brasileiros poderiam se beneficiar de estratégias semelhantes, mas é claro que as relações governamentais entre o Equador e a Rússia se desenvolveram nos últimos anos, permitindo que o país sul-americano continue ampliando sua participação nas importações de bananas para a Rússia.

Consumo de uvas tem maior alta entre agosto e novembro**Uvas**

Em 2015, como ocorreu com a maioria das frutas, o consumo de uvas diminuiu, passando de 402 mil toneladas para 307 mil toneladas. A produção local também recuou, de 528 mil para 475 mil toneladas, mas 2015 ainda registrou a segunda maior produção nos últimos 10 anos.

A produção de uvas para vinho é muito mais relevante do que a de uvas de mesa. A produção de uvas de mesa é limitada pelas condições climáticas desfavoráveis, mas também devido à concorrência com uvas de vinho e a variação nas safras. As variedades populares na Rússia são Plevan (verde) e Moldávia (uva preta), que são altamente resistentes ao granizo, e outras condições meteorológicas severas. Os consumidores preferem uvas sem sementes das variedades Uzbek e Moldávia, que também são mais baratas em comparação com outras uvas encontradas no país.

As importações de uvas também experimentaram uma queda acentuada de 358 mil toneladas em 2014 para 275 mil toneladas em 2015. Turquia, Chile, Peru, Egito e África do Sul são os principais parceiros comerciais, que concentraram 75% de todo o comércio em termos de valor em 2015. A Turquia, apesar das proibições russas para o comércio em 2014, continua a ser um exportador relevante, exportando cerca de 50% de todas as uvas que chegam ao mercado russo.

Das uvas originárias da Turquia, 75% chegam à Rússia entre agosto e outubro. As frutas dos países da América do Sul são importadas em momentos diferentes. As uvas do Chile têm se concentrado nos meses de março e junho, enquanto as uvas da Argentina entram no mercado durante os meses de janeiro e fevereiro. As cultivares peruanas são distribuídas de forma mais uniforme e podem ser encontradas entre novembro e fevereiro.

As uvas egípcias são importadas em junho e julho, meses que representam quase 95% de todo o comércio de uva entre o Egito e a Rússia. Das uvas da África do Sul, 80% são importadas entre janeiro e março.

As exportações das frutas brasileiras viveram padrões inconsistentes nos últimos anos, mas o mês de outubro tem concentrado a maior parte do volume. Outubro é o mês em que as uvas da América do Sul não estão disponíveis, mas em que as remessas da Turquia estão no pico. Os meses de agosto a novembro também são chave para o consumo de uvas de mesa, período em que acontecem quase 70% das vendas, segundo análises divulgadas pelo Ministério da Agricultura. Fontes no país indicam que os varejistas preferem as uvas de mesa importadas, pois sua durabilidade na prateleira é maior do que as cultivares locais.

As cultivares brasileiras de uvas de mesa, especialmente as sem sementes, poderiam aproveitar o aumento nos volumes de venda entre os meses de agosto e novembro, quando a concorrência com outras uvas sul-americanas é mínima, mas os níveis de consumo são altos.

O mercado de limões e limas apresenta oportunidades para expansão

Limões e limas

A Rússia é totalmente dependente de importações de limões (como por exemplo, o siciliano) e limas (como por exemplo, o limão taiti), que totalizaram US\$ 171,4 milhões em 2015, com um recuo de 18% em valor e 4% em volume.

A Turquia é o fornecedor de mais da metade dos limões e limas importados pela Rússia, em operações que totalizaram um valor de US\$ 87,6 milhões em 2015. Os limões não foram incluídos na lista do embargo agrícola à Turquia em 2016. No entanto, as atividades das estruturas comerciais turcas que trabalham na Rússia foram limitadas em razão do embargo, afetando negativamente os limões. A retirada de várias proibições em outubro de 2016 deve impulsionar as importações de limões da Turquia em 2017.

A importação de limões turcos na UE foi limitada no final de 2016, pois neles foram encontrados resíduos de pesticidas. As frutas foram incluídas no anexo I do Regulamento (CE) nº 669/2009, por serem oficialmente consideradas produto de risco na temporada de 2016/2017. Com isso, a Turquia deverá se concentrar mais no mercado russo de limão siciliano.

A Argentina e a África do Sul aparecem em segundo e terceiro lugar no fornecimento de limões para a Rússia, e também foram beneficiadas com as restrições a outros países. A Espanha era o quarto maior fornecedor de limões antes do embargo imposto em agosto de 2014. A participação do Brasil no segmento foi de cerca de 1,2%, alcançando US\$ 2,1 milhões em 2015.

De acordo com o USDA, o tamanho mais aceito para o limão é entre 100-130. Segundo o X5 Retail Group, as principais variedades são: Primofiore (ou Verna quando Primofiore não está disponível), Eureka, e variedades turcas como Interdonato, Lamas e Maya.

Os principais fornecedores de limão taiti para a Rússia ao longo do ano são o México, com 54% do valor de importações em 2015, seguido do Brasil, com 41%. As limas são fornecidas ainda sem amadurecer, em função da preferência dos consumidores por essas limas verdes e ácidas. Segundo o X5 Retail Group, apenas a lima persa (um híbrido entre a lima tradicional e o limão) é importado pela Rússia. As principais variedade de lima persa são: Bearss, Idamar, Palmetto, Everglade, e Mexican.

O consumo mais frequente é da Fruta Fresca. O limão é usado em bebidas (chá com limão, limonada, coquetéis) e na cozinha doméstica (peixes, marinadas e pães/bolos). É pouco usado em alimentos processados, sendo em geral substituído por suco concentrado ou raspas.

Já a lima é usada prioritariamente nos serviços de alimentação. Sua popularidade é baixa, sendo usada sobretudo como ingrediente em coquetéis, embora a expectativa é de expansão do consumo nos próximos anos.

O preço médio no varejo é de RUB 150 (US\$ 2,4 em valores fixos de 2015) por quilo de limão e RUB 350 (US\$ 5,7) por quilo de lima.

O mercado de Frutas Frescas na Rússia é muito competitivo, com exigência de alta qualidade. O X5 Retail Group publicou um guia detalhado com os requisitos de qualidade para cada variedade de fruta, incluindo tipo, aparência, tamanho, defeitos e armazenamento. A Rússia é o segundo maior importador de limões no mundo (em volume), com um mercado grande e com potencial para crescer, o que abre múltiplas oportunidades para os exportadores brasileiros.

A Rússia é um dos principais importadores de limões e limas do mundo

O consumo total de limões e limas em 2015 atingiu 19 mil toneladas, com uma expectativa de que o consumo atinja 196 mil toneladas até 2019. As vendas no varejo em 2015 atingiram US\$ 360 milhões. Até 2019, a expectativa é de que as vendas cresçam a uma taxa média anual de 7,4%, passando de US\$ 360 milhões em 2015 para US\$ 470 milhões em 2019.

O mercado de limões e limas é altamente competitivo, com a Turquia na posição de líder incontestável. No entanto, as restrições impostas às importações e o redirecionamento das importações abrem espaço para a entrada de novos mercados exportadores. Apesar do consumo limitado de lima na Rússia, o mercado não está saturado e espera-se que se amplie à medida que os consumidores adotam estilos de vida ocidentais e se interessam mais pelas culinárias dos países.

A força da lima brasileira (limão taiti) é sua disponibilidade ininterrupta, o que torna o país capaz de garantir um fornecimento de frutas estável ao longo de todo o ano. O foco em importadores que trabalham com o serviço de alimentação pode ser viável para as características de produção e oferta do limão taiti brasileiro.

Para o limão siciliano, focar tanto nos importadores quanto nas principais redes de varejo que usam seus próprios esquemas de importação direta, garantindo preços competitivos pode ser muito desafiador, devido à forte concorrência com importações provenientes de outros mercados. É, no entanto, uma realidade do mercado local, que qualquer exportador terá de enfrentar visto que grandes volumes de venda estão nesse canal.

Melões brasileiros podem ser competitivos durante as estações de inverno e primavera

Melões

Melões são cultivados na Rússia, embora a safra seja pequena e altamente dependente de condições climáticas. As maiores áreas de produção estão localizadas nas regiões de Volgograd e Orenburg, na Rússia. De acordo com o grupo Rijk Zwaan, existem duas principais variedades de melão cultivadas na Rússia: o russo de maturação precoce (Kolkhoznitsa) e ananas. O torpedo (Mirzanchulskaya) é a variedade sazonal importada mais popular, que vem principalmente da Ásia Central – do Uzbequistão e do Cazaquistão.

A Rússia importa grandes volumes de melão, um total de US\$ 5,7 milhões em 2015, de acordo com o Comtrade. O Uzbequistão é o principal fornecedor, mas há uma inconsistência nos dados oficiais: o volume de melões oriundos do Uzbequistão caiu 30 vezes em 2011-2015, impactando o volume total de importações russas da fruta; no entanto, os melões do Uzbequistão continuam a ser a principal variedade durante o verão russo, com uma demanda bastante estável ano após ano. O Cazaquistão e a Turquia são o segundo e terceiro países em volume de exportação de melões para a Rússia durante o verão. A Espanha costumava ser o quarto maior exportador, até o advento do embargo em 2014. Fora da estação de verão, os maiores fornecedores de melões são Brasil e China.

O consumo de melões é sazonal, principalmente entre julho-setembro. Embora os melões sejam vendidos ao longo do ano, o consumo é baixo fora da temporada. Isso se explica tanto pelos preços quanto pela percepção do melão como uma fruta para ser consumida com tempo quente. Melões são consumidos principalmente frescos, com um limitado uso na culinária. O preço de varejo depende da variedade dos melões e da estação, de RUB 60 (US\$ 1,0 ao câmbio fixo de 2015) por quilo na estação a RUB 350 (US\$ 5,7) fora da estação. Quiosques de rua e feiras livres são os principais canais de distribuição na estação, e o varejo moderno, fora da estação.

As vantagens competitivas dos melões brasileiros em relação às variedades sazonais locais são a possibilidade de um período de armazenamento mais longo e melhor transportabilidade. Os melões brasileiros poderiam ocupar um lugar no mercado russo nos meses de novembro a abril. Os seus principais canais seriam as redes de varejo e serviços de alimentação. Espera-se que o mercado de melões fora da estação cresça com o aumento do poder aquisitivo e a adoção de estilos de vida ocidentais. Outra opção seria uma campanha promovendo formas de consumo de melão durante o inverno, alternativa às tradicionais (por exemplo, em saladas).

A Rússia não produz frutas exóticas e depende totalmente de importações. Mamão, goiaba, mangostão e manga têm consumo limitado, restrito às grandes cidades. As principais redes de varejo e de serviços de alimentação são os canais chave de distribuição dessas frutas. A embalagem aumenta os já altos custos de logística das frutas exóticas, encarecendo o valor de venda. Além disso, os *mark-ups* aplicados pelos varejistas às frutas exóticas também é alto.

As frutas exóticas são percebidas como produtos *premium* comprados para ocasiões especiais, e a exigência para embalagem e qualidade é elevada. As principais redes de varejo têm requisitos detalhados de qualidade, tamanho, maturação e armazenamento para cada variedade de frutas. Apesar de as frutas exóticas serem vendidas ao longo do ano, a temporada-chave para elas é o inverno e a primavera, quando a oferta das frutas mais tradicionais para o mercado russo é limitada. As frutas exóticas são consumidas primordialmente frescas.

Mangas e goiabas são vistas pelos russos como frutas exóticas

Manga, goiaba e mangostão

As importações de manga, goiaba e mangostão (SH 0804.50) foram de US\$ 9,8 milhões em 2015, com a esmagadora parte atribuída à manga. As importações diminuíram 38% em volume e 44% em valor em relação a 2014. A queda drástica do consumo foi causada pela redução do poder aquisitivo e pela abstinência dos consumidores em relação às frutas exóticas. O Brasil é o principal fornecedor com 54% de participação no total de importações em valor, com US\$ 5,2 milhões em 2015. O principal concorrente do Brasil é a Tailândia, com participação de 20% em valor. Peru e Israel ocupam a terceira e quarta posição, com 8% de participação cada.

O consumo de manga, goiaba e mangostão (SH 0804.50) atinge o auge no inverno e na primavera, sobretudo nos períodos de festas do Ano Novo e de março. As mangas do Brasil e da Tailândia são vendidas o ano todo, as de Israel de julho a outubro, e as do Peru de novembro a maio.

A manga é a mais popular das frutas exóticas, tendo relativamente grande oferta em redes de varejo moderno, quitandas e feiras livres localizados em áreas metropolitanas. A manga é vendida sem embalagem e principalmente não madurecida. Os preços médios de varejo variam dependendo da origem e do tamanho, de RUB 90 (US\$ 1,50 em valores fixos de 2015) por unidade (Peru) a RUB 1.100 (US\$ 17,90) por quilo (mangas luxo do Brasil ou Tailândia).

O mangostão é exportado da Malásia (maio-agosto), Tailândia (abril-outubro) e Sri Lanka (julho-setembro). A fruta é vendida sem maturação a cerca de RUB 900 (US\$ 14,70 em valores fixos de 2015) por quilo nas redes de varejo. A oferta é muito limitada, e a fruta é geralmente encontrada em um a três pedaços (fatias) em uma embalagem.

Entre as frutas exóticas, a goiaba é a menos popular e mais difícil de ser encontrada no varejo. A goiaba é importada verde. O preço de varejo médio é RUB 900 (US\$ 14,70) por quilo.

Mamões

As importações de mamão totalizaram US\$ 400 mil em 2015, resultado de um recuo de 46% em volume e 48% em valor, em consequência da diminuição do poder de compra do consumidor. O principal fornecedor de mamão para a Rússia é o Brasil, responsável por 65% das importações totais, com US\$ 280 mil em 2015. Em segundo vem a Tailândia, com 18% de participação, seguida do Equador, que já foi um grande exportador, mas experimentou queda abrupta nos volumes exportados em 2015.

O consumo de mamão atinge seu pico no inverno e na primavera, especialmente durante o período de festas de Ano Novo. De acordo com o X5 Retail Group, as principais variedades de mamão são: Solo, Sunrise Solo, Kapoho, Masumoto Solo, Honeygold, Betty, Amazon Red, Graham, Bahia, Hortus Gold e Red Panama.

O mamão pode ser encontrado nas principais redes de varejo ou usado nos serviços de alimentação. A fruta é vendida por peso, inteira ou cortada. O preço de varejo médio é de RUB 950 (US\$ 15,5 em valores fixos de 2015) por quilo.

Os formatos mais caros e os serviços de alimentação nas grandes regiões metropolitanas abrem as melhores oportunidades para frutas brasileiras

Perspectivas

O consumo de frutas exóticas foi duramente afetado pela queda do poder de compra do consumidor. O mercado é pequeno, mas deverá se expandir com a recuperação da economia. Os russos estão cada vez mais interessados na culinária nacional de outros países e culturas, e espera-se que esses fatores impulsionem o consumo de frutas também.

Outro fator que contribui para o crescimento das frutas exóticas é o aumento do espaço disponível em prateleira nas principais redes de varejo, graças a um *boom* da construção de supermercados. A ascensão das compras on-line de alimentos na Rússia deverá ser outro catalisador do crescimento das frutas exóticas. A Rússia tem o maior número de usuários de internet na Europa, algo que está alimentando uma onda de *e-commerce* de alimentos.

No momento, pequenos varejistas se destacam nesse tipo de operação, enquanto grandes grupos varejistas se mantêm céticos. Em razão do grande número de clientes e forte *brand awareness* desses grandes grupos, qualquer movimentação nesse sentido demandaria altos investimentos em novas estruturas de atendimento e distribuição.

A manga, dentre todas as frutas exóticas, é a que abre as maiores oportunidades para os exportadores brasileiros. Focar nas redes de varejo que trabalham com importação direta pode ser um caminho de sucesso. O mercado para outras frutas exóticas ainda é pequeno, com a aplicação de altos *mark-ups*. Neste caso, o foco pode ser os importadores que trabalham com serviços de alimentação ou as principais redes de varejo que têm lojas voltadas aos formatos de preços mais altos, sobretudo em Moscou e São Petersburgo.



Preocupações com saúde são foco da regulamentaco de produtos orgânicos

Em agosto de 2014, a Rússia introduziu uma lista proibindo produtos de vários países e, embora inicialmente anunciado para valer por um ano, o embargo foi estendido por mais tempo e será mantido enquanto o país sofrer com sanções europeias. Essas medidas são consideradas sanções econmicas e não estão diretamente relacionadas com controles fitossanitários mais rigorosos postos em prática pelas autoridades russas.

O Ministério da Agricultura (Minselkhos) e o Serviço Federal de Vigilância Veterinária e Fitossanitária (Rosselkhozadzor) continuam a ser os órgãos diretivos quanto  regulamentaco dos produtos alimentícios no território russo. Nos últimos anos, as regulamentaces fitossanitárias foram alteradas (por exemplo, pela Decisão n 318 da Comissão da União Aduaneira de 18 de junho de 2010, emendada em 16 de maio de 2016), mas não houve grandes mudanças nos processos de controle dos alimentos.

O aumento da demanda por produtos mais saudáveis, no entanto, levou as autoridades locais a aumentar suas preocupações com relação aos produtos orgânicos. Embora a certificação local para produtos orgânicos ainda esteja por se desenvolver, novas normas técnicas GOST (56508-2015 – Esquema russo de normas técnicas) foram emitidas no início de 2016, a fim de melhorar a regulamentaco dos processos de produção orgânica.

O uso de organismos geneticamente modificados (OGMs) na produção de alimentos é outro aspecto que chamou a atenção das autoridades russas e que deve se tornar mais presente nos processos reguladores.

A regulacao do setor de frutas e complexa e envolve varias entidades

1

Servico Federal de Vigilancia Veterinaria e Fitossanitaria (Rosselkhozadzor)

- O Servico Federal de Vigilancia Veterinaria e Fitossanitaria e responsavel pelo controle veterinario e fitossanitario na Russia e na fronteira externa russa da UEE.
- O orgao estabelece e libera as zonas de quarentena fitossanitaria, e controla o uso de pesticidas e agroquimicos.

2

Servico Federal Russo de Protecao dos Direitos do Consumidor e do Bem-Estar Humano (Rosпотребнадзор)

- Orgao responsavel por estabelecer os padroes e o controle sanitario-epidemiologico na Russia. Na pratica, o Servico Federal de Vigilancia Veterinaria e Fitossanitaria aplica esse controle nos produtos nas fronteiras quando estao tambem sob controle sanitario-veterinario.
- Com base na SanPiN 2.3.2.1078-01 e nas regulacoes da UEE, o Rosпотребнадзор supervisiona o mercado alimenticio interno na Russia. O orgao pode proibir o transporte e a venda de produtos que nao cumpram os requisitos oficiais.

3

Ministerio da Agricultura (Minselkhoz)

- O Ministerio da Agricultura e responsavel pelas politicas agricolas e a regulacao legal das industrias relacionadas com a agricultura na Russia, inclusive a producao da safra, a regulamentacao de produtos agropecuarios, dos alimentos em geral e do processamento de alimentos.

Precisão é um requisito na obtenção de certificados fitossanitários

Principais leis e regulamentos

- Controle sanitário-epidemiológico:
 - A Decisão da Comissão da União Aduaneira nº 299, de 28 de maio de 2010, e suas emendas definem os requisitos e produtos sujeitos ao controle sanitário-epidemiológico, que pode ser o caso das frutas.
- Controle fitossanitário:
 - A Decisão da Comissão da UA nº 318, de 18 de junho de 2010 (emendada em 16 de maio de 2016), aprovou o “Regulamento do Controle (Supervisão) de Quarentena Fitossanitária na Fronteira Aduaneira da União Aduaneira” e a “Lista Comum de Produtos Regulamentados (Materiais, *Commodities*) Sujeitos a Quarentena de Controle Fitossanitário”.
- Certificados de Qualidade (e Segurança)
 - O certificado de qualidade (e segurança) do fabricante é utilizado para determinar se o produto está em conformidade com as especificações do contrato e os requisitos de qualidade da UEE e da Rússia. É um documento utilizado pelo importador para obter uma declaração de conformidade, que atesta o cumprimento dos requisitos das normas técnicas pertinentes.
- Certificados de Origem:
 - As autoridades aduaneiras russas utilizam certificados de origem como prova para determinar as tarifas de importação e elegibilidade para tarifas preferenciais ou isenções de medidas restritivas.
- Requisitos de rotulagem:
 - Em 1º de julho de 2013, entrou em vigor o Regulamento Técnico da União Aduaneira “Rotulagem de Produtos Alimentícios” (TR TS 022/2011).
 - O documento descreve os regulamentos para a rotulagem de produtos alimentícios, incluindo os requisitos quanto a nome, ingredientes, conteúdo e valor nutricionais, quantidade, data de produção, validade, endereço do fabricante e do importador, presença de organismos geneticamente modificados, etc.
- Produtos orgânicos:
 - Uma nova GOST 56508-2015 entrou em vigor em 1º de janeiro de 2016, estabelecendo as regras para os processos de produção de orgânicos. Em todo caso, nenhuma certificação de orgânicos existe ainda em função da falta de uma lei própria para essas certificações. Além disso, outra GOST 57022-2016 estabelecendo os procedimentos para as 19 certificações de orgânicos voluntárias entraram em vigor em 1º de janeiro de 2017.

Novas normas para orgânicos entraram em vigor em 2016

Principais aspectos aos quais os exportadores brasileiros devem prestar atenção

- Para acelerar os procedimentos de desembaraço aduaneiro e reduzir o custo de desembaraço e armazenamento temporário, recomenda-se que o registro e a declaração de conformidade dos produtos importados sejam apresentados aproximadamente um mês antes da chegada da mercadoria à alfândega.
- De acordo com o Procedimento de Controle Fitossanitário na fronteira aduaneira da UEE, os produtos definidos como de "alto risco fitossanitário" na lista de produtos sob controle fitossanitário precisam de um certificado fitossanitário. As frutas sob os códigos 0803, 0804, 0805, 0806, 0807, 0808, 0809, 0810, 0813 estão sob alto risco fitossanitário.
- Todos os certificados devem ser em russo.
- Os regulamentos da UEE exigem que os certificados de exportação acompanhem a carga. Os certificados fitossanitários devem ser emitidos antes da exportação do produto.
- O Serviço Federal de Vigilância Veterinária e Fitossanitária impõe uma tolerância zero para erros no certificado, os quais, se presentes, podem resultar na negação da entrada da carga.
- Os certificados fitossanitários são emitidos para cada lote de produtos.
- As informações no rótulo devem estar impressas em russo.
- Para qualquer produto com componentes biotecnológicos ou processados a partir de materiais de engenharia genética, o rótulo deve mostrar que é um "produto OGM" ou um "produto obtido a partir de OGM", mesmo que o produto não contenha DNA ou proteínas. No entanto, a presença de até 0,9% de cada ingrediente proveniente de engenharia genética é considerada acidental ou tecnicamente inevitável.
- De acordo com a Classificação de Facilidade em Fazer Negócios do Banco Mundial, a Rússia ocupa o 40º lugar entre os 189 países, e a 12ª em termos de execução de contratos. O tempo e o custo médios para resolver uma disputa comercial pelos tribunais é estimado em 310 dias, com um custo de reivindicação de 15%.



INFORMAÇÕES ADICIONAIS SOBRE A RÚSSIA

Todos os grupos etários abaixo de 17 anos têm expectativa de aumento constante até o ano 2019**Bebês e crianças pequenas (0-3 anos de idade)**

Expectativa é de que o número de bebês e crianças pequenas permaneça estável em pouco mais de 5 milhões até 2020. Em 2014, esse grupo etário chegou a quase 5,5 milhões, um pouco acima dos 5,3 milhões em 2013. Recentemente, o país tem observado um ressurgimento de grupos que querem voltar aos "valores familiares tradicionais", inclusive a promoção de famílias maiores. De acordo com um artigo recente no *The Moscow Times*, esses esforços resultaram em um número crescente de pais e mães que optam por ter um segundo e um terceiro filhos.

Crianças (3-8 anos de idade)

Em 2014, o número de crianças chegou a 9,5 milhões. As previsões são de que esse número aumentará de maneira constante para alcançar 11 milhões até 2020. Na Rússia, esta faixa etária caracteriza-se pela ênfase na educação geral pelos pais e por longas listas de espera para frequentar a educação infantil. Devido à escassez de vagas no ensino infantil público, muitos pais registram seus filhos na escola imediatamente após seu nascimento, na esperança de garantir uma vaga quando a criança completar seu terceiro aniversário.

Pré-adolescentes (9-12 anos de idade)

Em 2014, o número de pré-adolescentes cresceu para 5,6 milhões, a partir de uma marca de 5,2 milhões em 2010. A expectativa é de que o número de pré-adolescentes aumente até 6,7 milhões em 2020. Em relação ao consumo, os pré-adolescentes recebem dinheiro de seus pais e frequentemente gastam com comida, bebida e balas. Os pré-adolescentes tendem a apresentar muito mais independência do que as crianças em suas decisões de compras.

Adolescentes (13-17 anos de idade)

Em 2014, o número de adolescentes atingiu 6,6 milhões, uma redução a partir dos 11,1 milhões em 2005. A projeção para este grupo de consumo é de atingir 7,4 milhões em 2020. Os adolescentes em geral são independentes, mas a vida familiar permanece importante para eles.

A maior parte desse grupo etário gasta grande parte de seu tempo frequentando a escola e fazendo a lição de casa.

Adultos e pessoas de meia-idade formam a maior parcela da população russa**Adultos jovens (18-29 anos de idade)**

O número de adultos jovens chegou a 25,4 milhões em 2014, recuando dos 28,4 milhões de 2010. O número deverá continuar a decrescer até chegar a 18,7 milhões em 2020. Um grande número de adultos jovens frequenta a universidade e as aulas tomam a maior parte do seu tempo. De acordo com um artigo publicado recentemente pela *Russia Direct*, muitos adultos jovens encontram dificuldade em se enquadrar no duro mercado de trabalho atual, e têm cinco vezes mais chances de estar desempregados que pessoas de entre 30-39 anos de idade.

Adultos (30-44 anos de idade)

Em 2014, o número de adultos atingiu 32,1 milhões, contra 30 milhões em 2010. As projeções são de que este número aumente para 35,4 milhões até 2020. O aumento se deveu, em parte, ao grande afluxo de imigrantes que foram à Rússia em busca de oportunidades após o colapso da União Soviética. De acordo com um artigo publicado em 2015 pela *Bloomberg Business News*, a Rússia tem o segundo maior número de imigrantes do mundo (os Estados Unidos ocupam o primeiro lugar), sendo a maioria proveniente da Ásia Central, Ucrânia, Bielorrússia, Moldávia e Geórgia.

Meia-idade (45-59 anos de idade)

Em 2014, o número de pessoas de meia-idade atingiu 30 milhões, um recuo em relação aos 32 milhões em 2010. Este número deverá continuar a diminuir nos próximos anos, atingindo 28,9 milhões em 2020. A aposentadoria é uma opção para as pessoas dessa faixa etária, pois a idade de aposentadoria na Rússia é atualmente 55 anos para as mulheres e 60 anos para os homens. Quem decide se aposentar vive com uma pensão média mensal de RUB 10 mil (US\$ 160) a RUB 12 mil (US\$ 195), de acordo com o Fundo de Pensões da Federação Russa.

Idosos (60+ anos de idade)

Esta faixa etária é composta principalmente por pensionistas. São pessoas com níveis de renda muito mais baixos do que outros, e tendem a depender de suas pensões estatais, dos subsídios do governo – para transporte público, saúde, serviços públicos e alimentação – e assistência de familiares. O resultado é que evitam adquirir artigos discricionários e compram apenas itens essenciais para a casa. De acordo com um relatório recente da Reuters, os aposentados russos estão sofrendo com o aumento dos preços dos alimentos e dos remédios.

PIB Real deve ter leve contração em 2016

O PIB real caiu 3,7% em 2015, mas um recuo mais suave, de 0,8%, está previsto para 2016. As exportações e o consumo privado continuam a diminuir, mas a agricultura e a manufatura mostram sinais de recuperação. As autoridades governamentais preveem um corte de 10% nos gastos públicos em 2016. A economia contraiu 0,6% (anualizado) no segundo trimestre.

Embora a inflação apresente alguma queda, ela permanece obstinadamente alta. Prevê-se que os preços aumentem 7,2% em 2016, após uma inflação de 15,6% em 2015. O rublo caiu para novos mínimos no início de 2016, aumentando a pressão ascendente sobre os preços. O Banco Central da Rússia tem reduzido as taxas de juros por mais de um ano para ajudar a economia em queda. A última redução foi de 10,5%. A meta do banco para a inflação é 4%.

O investimento caiu acentuadamente em 2015. A tendência de queda continuará, mas moderada em 2016. A queda não se deve apenas às sanções (que foram prorrogadas até 2016), mas também aos elevados custos de empréstimos e a um ambiente empresarial desfavorável. Enquanto isso, o mercado imobiliário está enfraquecendo – com particular ênfase em Moscou.

Moscou espera que as saídas de capital cheguem a US\$ 40 bilhões em 2016. Embora substancial, esse montante seria inferior aos US\$ 50 bilhões que deixaram o país em 2015. No melhor cenário, esse número cairá para US\$ 25 bilhões até 2018.

O valor real do consumo final privado contraiu 9,8% em 2015 e espera-se outra queda de 3,0% em 2016. O consumo privado é impactado negativamente pela queda dos salários reais e pelo aumento do custo do capital. A renda real das famílias caiu mais de 5% em 2015 e a previsão é de uma perda menor em 2016. O crescimento do crédito do varejo também diminuiu acentuadamente.

O desemprego será de 5,6% em 2016 – a mesma taxa que em 2015. Corroídos pela inflação, os salários reais caíram 2-3% em 2015. O aumento da taxa de desemprego não é maior porque muitas empresas, em vez de demitir trabalhadores, reduziram suas horas e pagamentos. Enquanto isso, o crescimento da produtividade desacelerou. Aproximadamente um quarto da força de trabalho é empregada pelo Estado.

Gastos do consumidor devem cair 3,6% em termos reais em 2016

A taxa de poupança da Rússia subiu para 2,5% da renda disponível em 2015. A taxa de poupança deverá aumentar para 2,6% em 2016.

As despesas de consumo *per capita* totalizaram RUB 289.024 (US\$ 4.708) em 2015. Em 2016, este indicador cairá 3,6% em termos reais. Uma grande proporção da riqueza está concentrada em torno de Moscou, mas a extrema desigualdade de renda impede o crescimento equilibrado do mercado consumidor em todas as classes de renda. Durante o período de 2015-2030, espera-se que as comunicações e o lazer e recreação tenham o crescimento mais rápido entre os gastos de consumo. O aumento dos gastos com comunicações será sustentado por uma maior concorrência das operadoras de telecomunicações.

As despesas totais dos consumidores (em termos reais) cairão 3,4% em 2016. No período de 2015-2030, as despesas totais dos consumidores crescerão a uma taxa média anual de 0,7%, e aumentarão a um valor acumulado de 11,7% nesse período. As despesas totais dos consumidores representarão 51,6% do PIB em 2016.

A renda disponível *per capita* somou RUB 308.764 (US\$ 5.029) em 2015 e a previsão é de queda de 3,1% (em termos reais) em 2016.

Durante o período de 2015-2030, a renda disponível total aumentará a um valor acumulado de 15,8% em termos reais – crescendo a uma taxa média anual de 1,0%.

Lenta recuperação é esperada para 2017

A economia deverá começar uma fraca recuperação em 2017. O crescimento irá acelerar gradualmente, atingindo cerca de 1,4% ao ano até 2020. O consumo privado e o investimento provavelmente permanecerão moderados em função do lento crescimento da renda real e da desalavancagem das famílias. Muito desse cenário depende dos movimentos futuros do preço do petróleo – uma característica que reflete o fraco quadro político. Um aumento da idade legal de aposentadoria poderá aumentar a oferta futura de mão-de-obra. O desenvolvimento de uma produção e mix de exportações mais amplo e sofisticado exigirá um aumento substancial e sustentado do investimento privado.

O investimento fixo é bem inferior ao de outros mercados emergentes e vem diminuindo por vários anos. Formas eficazes de fortalecer a confiança dos investidores são urgentemente necessárias. As autoridades esperavam elevar os investimentos para 25% no futuro próximo (a partir de cerca de 20% em 2011), mas essa meta já não é possível nas atuais circunstâncias geopolíticas. O crescimento da produtividade continua atrasado. Uma das principais prioridades continua sendo encontrar maneiras eficazes de melhorar a confiança dos investidores.

O lento crescimento da renda real e a desalavancagem das famílias tendem a rebaixar ainda mais o consumo e o investimento privados. A grande dependência do setor energético deixa o país vulnerável a choques externos. É essencial uma realocação de recursos para os produtores de bens comercializáveis que não sejam do setor energético.

O governo admitiu abertamente considerar a venda de participações em algumas de suas premiadas empresas, que podem incluir a principal companhia aérea Aeroflot e a gigante do petróleo Rosneft. No entanto, pretende manter o controle majoritário em cada uma, se possível.

A Rússia também deverá reduzir tarifas e taxas em uma ampla gama de produtos para alinhar com os requisitos da OMC. A adesão à OMC também deverá melhorar o ritmo das privatizações na Rússia.

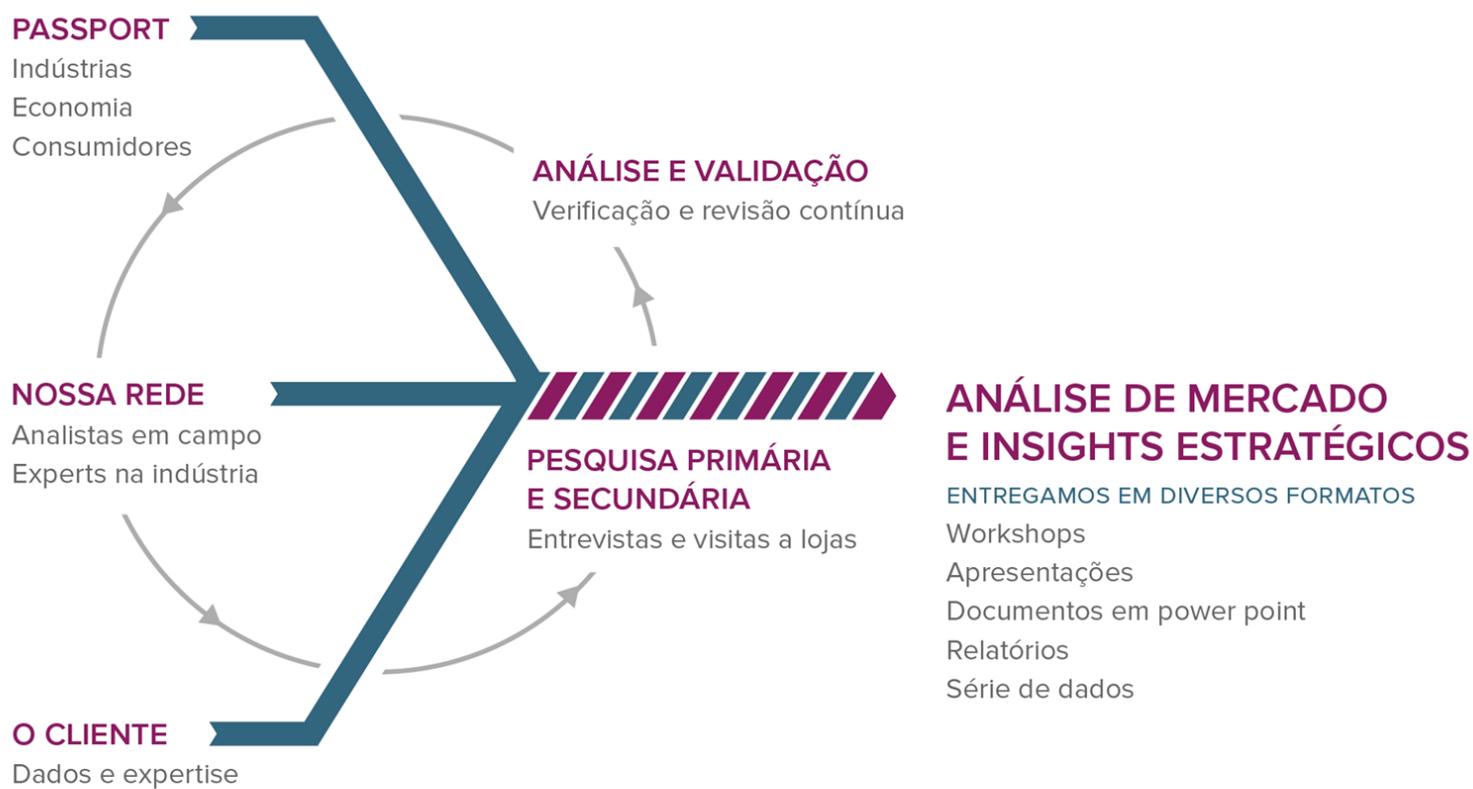
METODOLOGIA E DEFINIÇÕES

Termo	Definição
Frutas Frescas	Este é o agregado de maçãs, bananas, cerejas, arandos & mirtilos, toranja & pomelo, uvas, kiwi, limões e limas, laranjas, tangerinas & mexericas, pêssegos & nectarinas, peras & marmelos, ameixas & ameixas tipo mirabelle, abacaxis, morangos e outras frutas frescas, vendidas tanto embaladas como não-embaladas.
Frutas em Conserva	Frutas em conserva e cozidas (inclusive compotas), tipicamente vendidas em latas, potes de vidros, canecas plásticas ou embalagem cartonada longa-vida. Entre os tipos de produto estão: mix de frutas, toranja, abacaxi, pera, damasco, pêssego, cereja, maçã, salada de frutas, ameixa, lichia, rambutão, etc.
Frutas Secas	Fruta seca ou preservada e geralmente vendida em saquinhos. Estão incluídas frutas secas como uvas passas, ameixas, peras, damascos, cerejas, etc. Alguns produtos também podem ser revestidos (por exemplo, com iogurte), mas produtos cobertos de chocolate, como uvas passas cobertas de chocolate, fazem parte da categoria de confeitos de chocolate.
Frutas Congeladas	Inclui todos os tipos de frutas congeladas embaladas, como os morangos, amoras e mangas fatiados, que são processados antes de serem embalados. O processamento inclui descascamento/descamação e corte, de modo a tornar o produto pronto para o consumo ou para o acréscimo de outros ingredientes.

Termo	Definição
Varejo moderno	Varejo moderno é a agregação dos canais de supermercado incluindo o varejo em rede de lojas (grupos com mais de 10 lojas). Para a Euromonitor, o varejo moderno de supermercados é a agregação de cinco canais principais: Hipermercados, Supermercados, <i>Discounters</i> (lojas de desconto), Lojas de Conveniência e <i>Forecourt Retailers</i> (lojas de conveniência anexas aos postos de combustível).
Varejo tradicional	Varejo tradicional é a agregação dos canais que são independentes (e não parte de uma rede com mais de 10 lojas). O varejo tradicional caracteriza-se por ser de propriedade familiar e/ou administrado por indivíduos sem vínculo com um grupo administrador. Para a Euromonitor, o varejo tradicional de supermercados é a agregação de três canais principais: Pequenas Mercadorias Independentes (Varejo Independente), Especialistas em Alimentos/Bebidas/Tabaco e Outras Mercadorias (Outro Varejo Independente).
Especialistas em Alimentos/Bebidas/Tabaco	O canal de especialistas é formado por lojas de varejo especializadas na venda de uma categoria específica de alimentos, lojas de bebidas e tabacarias. Inclui padarias (pão e farinha de confeitaria), açougues (carne e produtos à base de carne), peixarias (peixe e marisco), quitandas (frutas e legumes), lojas de bebidas alcoólicas e não alcoólicas e tabacarias. Queijarias, <i>chocolatiers</i> e outros especialistas em categorias específicas também estão incluídos nessa categoria.
Pequeno Varejo Independente	Lojas de varejo que vendem uma ampla gama de produtos de mercearia (alimentos e bebidas). Essas lojas geralmente não operam em redes. No caso de pequenos varejistas operando em rede, esses terão menos de 10 lojas.
Outros Varejistas Tradicionais	Outros Varejistas Tradicionais são aqueles que vendem predominantemente alimentos, bebidas e tabaco, ou uma combinação destes itens. Inclui quiosques e mercados que vendam mantimentos. Inclui CTNs (<i>CTN = Confectionery, Tabacconist e Newsagent</i>) e lojas de alimentos saudáveis. A entrega a domicílio de carne e laticínios está excluída.
Serviços de alimentação (<i>foodservice</i>)	Os serviços de alimentação fora do lar, conhecidos como <i>consumer foodservice</i> , são compostos por cafés, bares, restaurantes de serviço completo (<i>a la carte</i>), <i>fast food</i> , serviços de entrega a domicílio (<i>delivery</i>) ou retirada (<i>take away</i>), cafeterias, barraquinhas e quiosques de rua.
Canal Institucional	Inclui todos os canais institucionais legais em uma economia. Serviços de alimentação institucional incluem refeições servidas em empresas, fábricas, escolas, prisões e outras instituições operadas pelo estado ou por instituições privadas. O canal institucional não inclui as entidades fora do aparelho legal/tributário do país.

Termos da indústria e categorias

Termo	Definição
Front Margin	Margem de retorno do produto vendido no varejo. A diferença entre o preço de venda final no varejo (ao consumidor) e o valor da nota fiscal de venda do fabricante do produto para o varejista.
Back Margin	Número de pagamentos adicionais para a <i>front margin</i> , tais como taxas de entrada, pagamentos de serviços de marketing e informação e bônus retroativos.
Bônus Retroativo (<i>Retro-Bonuses</i>)	Remuneração ao varejista por serviços realizados em seu ambiente de vendas para fabricantes de produtos ali comercializados.



Fonte	Website
Agroru	http://www.agroru.com
Aktualnye Agrosistemy	https://www.agroactual.ru
APIEFP	http://www.apiefp.com
Berekat	http://www.berekat.ru
Comtrade	http://comtrade.un.org
Deloitte	http://www2.deloitte.com
Comissão Econômica Eurasiática	http://www.eurasiancommission.org
Exim Pacific	https://www.exim-pacific.ru
Serviço Aduaneiro Federal	http://www.stats.custom.ru
Serviço Federal de Estatísticas do Estado	http://www.gks.ru
Serviço Tributário Federal da Rússia	http://www.nalog.ru
Fresh Plaza	http://www.freshplaza.com
Fruit News	http://www.fruitnews.ru
Garant	https://www.garant.ru
Autoridade para o Desenvolvimento do Investimento do Líbano	http://www.investinlebanon.gov.lb
Kaznexinvest	http://www.kaznexinvest.kz

Fonte	Website
Kommersant	https://www.kommersant.ru
OCDE	http://www.oecd-ilibrary.org
RBC	http://www.rbc.ru
Realnoe Vremya	http://www.realnoevremya.ru
Retail.ru	http://www.retail.ru
Rijk Zwaan	http://www.rijkszwaan.ru
Rosselkhoznadzor, Serviço Federal de Vigilância Veterinária e Fitossanitária	https://www.fsvps.ru
Rossiyskaya Gazeta	http://www.rg.ru
Governo da Federação Russa	http://www.rg.ru
Torres Tropical	http://www.torrestropical.com
Unipack	http://www.unipack.ru
USDA	http://www.usda.gov
Banco Mundial	http://www.worldbank.org/
Fórum Econômico Mundial	http://www.weforum.org
X5 Retail Group	http://www.weforum.org

SOBRE A APEX-BRASIL



A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira.

A Agência realiza ações diversificadas de promoção comercial que visam promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira entre outras plataformas de negócios que também têm por objetivo fortalecer a marca Brasil.

A Apex-Brasil coordena também os esforços de atração de investimentos estrangeiros diretos (IED) para o Brasil com foco em setores estratégicos para o desenvolvimento da competitividade das empresas brasileiras e do país.

 <http://www.apexbrasil.com.br/>

SOBRE A EUROMONITOR



A Euromonitor International é uma das principais empresas de inteligência de negócios e análise estratégica sobre o mercado de bens de consumo e serviços no mundo. A empresa conta mais de 40 anos de experiência no levantamento de dados e publicação de relatórios detalhados sobre o mercado em âmbito internacional.

Além dos serviços especializados de consultoria, a Euromonitor pesquisa sistematicamente e anualmente 29 indústrias de consumo massivo e serviços, 80 setores industriais em 100 países e setores de recursos naturais em 210 países.

A companhia tem sede em Londres, com escritórios regionais em Chicago, São Paulo, Cingapura, Xangai, Vilnius, Santiago, Dubai, Cidade do Cabo, Tóquio, Sydney e Bangalore, e possui uma rede de mais de 800 analistas em todo o mundo. Acompanhe nossas análises mais recentes em blog.euromonitor.com.



<http://www.euromonitor.com/>