

# **Il mercato del vino in Messico**

## INDICE

<b>1. RIASSUNTO E CONCLUSIONI DELLA RICERCA.....</b>	<b>3</b>
<b>2. ANALISI DEI CONSUMI.....</b>	<b>4</b>
<b>3. ANALISI DELL'OFFERTA.....</b>	<b>5</b>
<b>3.1 DIMENSIONI.....</b>	<b>5</b>
<b>3.2 L'IMPORT.....</b>	<b>6</b>
<b>3.3 LA PRODUZIONE NAZIONALE.....</b>	<b>9</b>
<b>4. I CANALI DI DISTRIBUZIONE.....</b>	<b>10</b>
<b>4.1 LA DISTRIBUZIONE DEI VINI IMPORTATI.....</b>	<b>11</b>
<b>4.2 SEGMENTAZIONE DEI PREZZI.....</b>	<b>12</b>
<b>5. COME SI IMPORTA IN MESSICO?.....</b>	<b>13</b>
<b>5.2 CONDIZIONI DI PAGAMENTO.....</b>	<b>14</b>
<b>5.3 CONDIZIONI LEGALI.....</b>	<b>15</b>

# 1. RIASSUNTO E CONCLUSIONI DELLA RICERCA

NOTA: I valori espressi nel presente documento sono in Dollari Americani, a meno che diversamente segnalato.

Il mercato del vino in Messico é caratterizzato dai seguenti aspetti:

- Il profilo del consumatore corrisponde a uomini fra i 30 e i 60 anni appartenenti alla classe alta e medio-alta. Sta emergendo il consumo fra le donne e i piú giovani a partire dai 25 anni;
- Il consumo di vino é molto ridotto rispetto al consumo degli altri alcolici, ciò dipende dalle tradizioni culinarie e dal clima messicano;
- **Il consumo di vino**, comparando il dato registrato nel 2007 e quello registrato nel 2002, è **creciuto del 60%**, con un tasso medio del 10%: il consumo (500 ml. pro-capite), rimane comunque un valore nettamente inferiore rispetto al consumo nei Paesi europei come ad esempio Francia (56 l. pro-capite) e Italia (60 l. pro-capite). Ricordiamo che ciò non solo é determinato da una cultura differente, ma anche dal fatto che il consumo di vino é ristretto al gruppo sociale piú alto;
- I vini importati sono piú consumati dei vini nazionali: Spagna é la principale esportatrice di vini in termini di valore circa il 45% dei vini, Italia invece, circa il 5%;
- Il vino si importa per mezzo di Importatori/Distributori, grandi catene di autoservizi e negozi specializzati;
- La distribuzione si ripartisce in ugual misura tra il canale HORECA (Hotel, Ristoranti e Bar) e al dettaglio al contrario degli altri alcolici che sono venduti soprattutto al dettaglio;
- Importatori/distributori sono i principali distributori per il canale HORECA, ma c'è una tendenza all'importazione diretta da parte delle grandi catene;
- Si è registrata una rilevante presenza di nuovi importatori, che cercano nuovi vini da mettere in commercio. Questo fatto può tradursi in un aumento delle importazioni;
- Sono circa 2000 le marche di vini che si trovano in Messico;
- É molto difficile stabilire un prezzo medio di questo prodotto considerate le differenti caratteristiche che può avere, possiamo dire che il prezzo oscilla fra \$4 e \$80 e va anche oltre fra i vini piú pregiati. Nei ristoranti il prezzo parte da un minimo di \$10, mentre nei negozi si trova anche piú economico ovvero tra \$4 e \$12;
- La legge messicana relativa all'importazione del vino é la NOM-142-SSAI-1995, per maggiori dettagli consultare il sito [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx).

Dal 1° luglio 2008, sono stati aboliti i dazi all'importazione di vino, secondo le disposizioni del TLCUE.

## 2. ANALISI DEI CONSUMI

La popolazione che consuma vino in Messico corrisponde a circa due milioni di persone, di cui l'80% consuma vino una volta a settimana e il 15% lo consuma giornalmente.

Il vino in Messico é consumato soprattutto dalla classe medio-alta della popolazione, generalmente educata e sopra i 30 anni. Gli sforzi promozionali si dirigono per lo piú verso questa fascia di consumatori, é anche per questo motivo che la maggioranza della popolazione vede il vino come un prodotto da consumare occasionalmente. E' bene ricordare che nelle valutazioni relative al mercato potenziale solo il 25% della popolazione messicana (su un mercato totale di 100 milioni di persone) si puó effettivamente ritenere in condizioni economiche stabili, tali da poter acquistare beni quali il vino.

L'attuale tendenza di alcuni produttori é cercare di proporre il vino come prodotto piú accessibile che puó essere consumato da una percentuale piú alta della popolazione. Questi sforzi hanno portato a un incremento dei consumi intorno al **60% durante gli ultimi cinque anni**, dovuti all'incremento dei consumi da parte delle donne e i giovani.

Un altro segmento molto importante di consumatori sono i turisti, infatti il 27% dei consumi si ha nella zona turistica del sud-est del Messico (Cancun, Playa del Carmen, Tulum). L'altra area di maggiori consumi é il centro del Paese e Città del Messico che, assieme al sud-est, costituiscono il 78% del consumo nazionale.

### 3. ANALISI DELL'OFFERTA

#### 3.1 DIMENSIONI

Qui di seguito illustriamo alcuni dati relativi al mercato degli alcolici in Messico.

La tendenza degli ultimi anni indica una crescita della produzione della birra, mentre una lieve contrazione nella produzione locale di vini e liquori.

La seguente tabella illustra la produzione di vino a confronto con i liquori e la birra, (la voce "vini" include le bevande fermentate a base d'uva tra cui rum bianco e brandy).

Bevanda	2003	2004	2005	2006	2007
Birra	41.627,11	46.062,49	49.145,70	57.085,28	58.122,28
Vini	698,68	700,93	655,93	855,07	885,7
Liquori	42.325,79	46.763,42	49.801,63	57.940,00	59.007,98

Dati in Migliaia di Litri

Fonte: Associazione Nazionale dei Viticoltori

Dopo aver messo a confronto i dati sulla produzione di alcolici, analizziamo i dati sui consumi.

Bevanda	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Birra	4.816,3	5.080,9	5,103.3	5,141.8	5,448.0	5,679.3
Sidro	14,6	14,6	14,6	14,6	14,6	14,5
Cocktail	67,3	77,9	83,3	85,4	87,4	93,0
Vino	24,8	26,1	27,7	29,1	34,6	37,4
Liquore	195,5	184,4	168,8	166,9	175,8	180,3
<b>Totale</b>	<b>5.118,5</b>	<b>5.383,8</b>	<b>5.397,7</b>	<b>5.437,8</b>	<b>5.760,3</b>	<b>6.004,5</b>

Dati in Milioni di Litri

Fonte: Euromonitor

Bevanda	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Birra	5.434,5	6.289,3	6.603,7	6.946	7.588,8	8.272,1
Sidro	32,3	33,7	34,8	35,1	35,8	36,1
Cocktail	124,8	155,9	172,8	192,9	205,4	226,3
Vino	260,1	283,7	310,3	336,7	415,1	459,3
Liquore	2.830,1	2.886,1	2.907,8	2.888,4	3.405	3.542,5
<b>Totale</b>	<b>8.681,8</b>	<b>9.648,7</b>	<b>10.029,4</b>	<b>10.399,1</b>	<b>11.650,1</b>	<b>12.536,3</b>

Dati in Milioni di US\$

Fonte: Euromonitor

L'offerta si ripartisce fra vini nazionali e importati: il consumo di vini importati in Messico é nettamente superiore e corrisponde al **65%** del totale consumato, questo perché il 20%-30% della produzione messicana viene esportata.

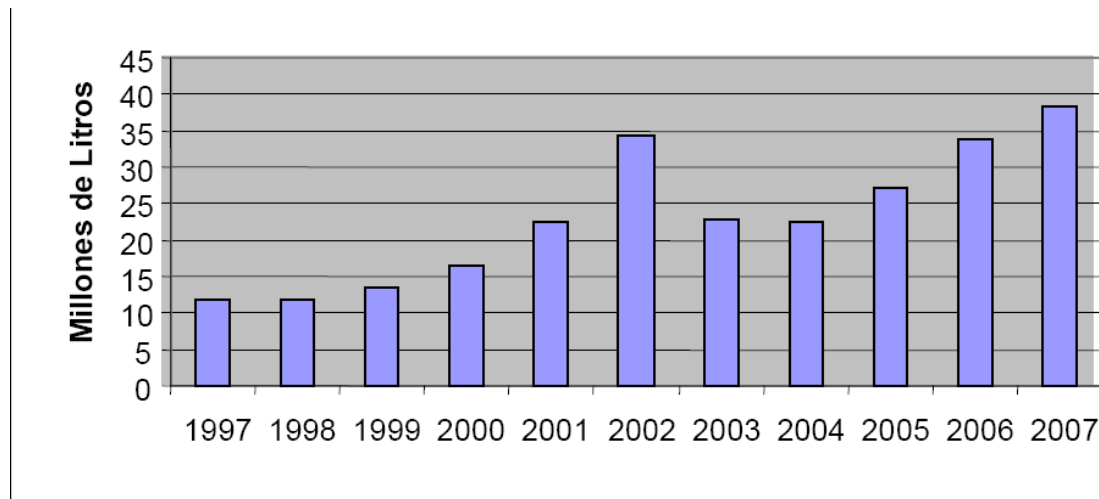
Per quanto riguarda le tipologie di vino, la produzione di vino domestico si divide fra 80% vino rosso, 15% vino bianco e 5% spumanti, la produzione di rosati é minima.

La tendenza di crescita dei consumi degli ultimi dieci anni ha trainato un aumento della produzione di vino da tavola pari a 10.476.000 l. nel 1996 a 14.400.000 l. nel 2004.

### 3.2 L'IMPORT

Per quanto riguarda le importazioni, i volumi sono quadruplicati dal 1996 al 2007.

Il seguente grafico rappresenta l'evoluzione delle importazioni di vino in Messico.



Fonte: WTA

Come si può notare, l'evoluzione delle importazioni di vino ha mantenuto una tendenza crescente, dovuta all'aumento della domanda e del consumo di vino in Messico. Le importazioni nel 2005 sono state quasi 5 volte superiori a quelle realizzate 11 anni fa.

Si presenta, quindi, una visione ottimista per gli esportatori, che possono trovare in Messico un mercato crescente in espansione.

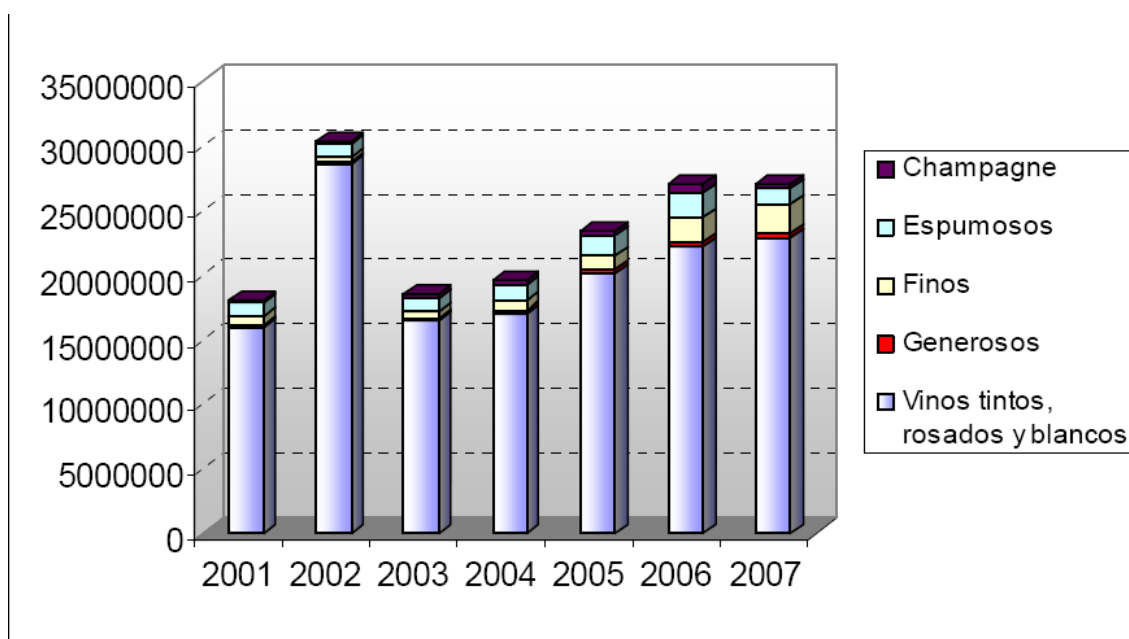
Prima di analizzare chi sono i principali importatori in Messico indichiamo come si ripartisce il mercato.

Le tipologie di vino su cui si basa questa ricerca sono quelle indicate dalla dogana:

- 22.04.10 spumanti
- 22.04.21.01 generosi: la cui gradazione alcolica é maggiore di 14 gradi GL

- 22.04.21.02 vini rossi, bianchi, rosati: gradazione fino ai 14 gradi GL
- 22.04.21.03 vino chiaretto, rosato: gradazione tra 11 e 14 gradi GL
- 22.04.21.04 champagne
- 22.04.21.99 gli altri

In questo grafico si osservano le quantità di vino importate suddivise per tipologia.



Fonte: WTA

Nel grafico si può osservare come la maggioranza dei vini importati corrisponda ai vini rossi, rosati e bianchi. Inoltre, è da sottolineare l'evoluzione dei vini fini, considerevolmente aumentata negli ultimi anni.

- **Vini da Tavola**

La maggioranza dei vini importati dal Messico sono vini da tavola.

La seguente tabella mostra le importazioni in Messico di vini rossi, rosati e bianchi:

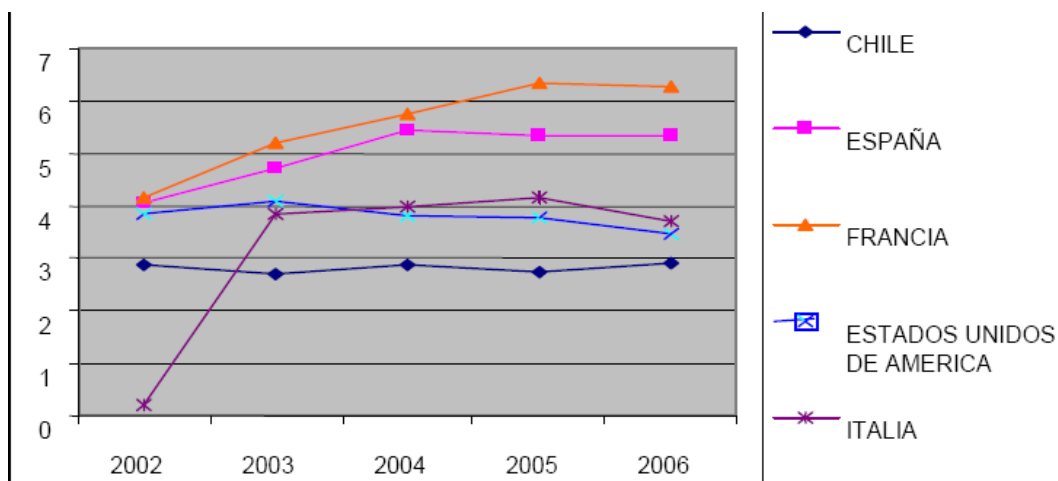
Spagna	24,628,256	4,458,806	41,142,729	7,515,725
	<b>Valore</b>	<b>Volume</b>	<b>Valore</b>	<b>Volume</b>
Cile	13,129,870	4,644,437	24,471,940	12,645,067
<b>Paese</b>	<b>2007</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2008</b>
Francia	7,913,869	1,078,297	12,748,407	1,531,820
	<b>lug-dic</b>	<b>lug-dic</b>	<b>genn-nov</b>	<b>genn-nov</b>

<b>Italia</b>	<b>5,020,590</b>	<b>1,285,951</b>	<b>9,415,422</b>	<b>2,446,625</b>
USA	2,924,004	771,597	6,075,479	1,563,626
Germania	2,331,985	947,250	3,876,632	1,327,580
Argentina	837,180	249,750	2,433,068	619,557
Australia	1,033,866	232,626	1,711,339	357,026
Sudafrica	146,640	38,883	332,909	90,459
<b>Totale</b>	<b>58,676,383</b>	<b>13,877,014</b>	<b>103,437,613</b>	<b>28,330,196</b>

Valore in US\$/Volume in litri

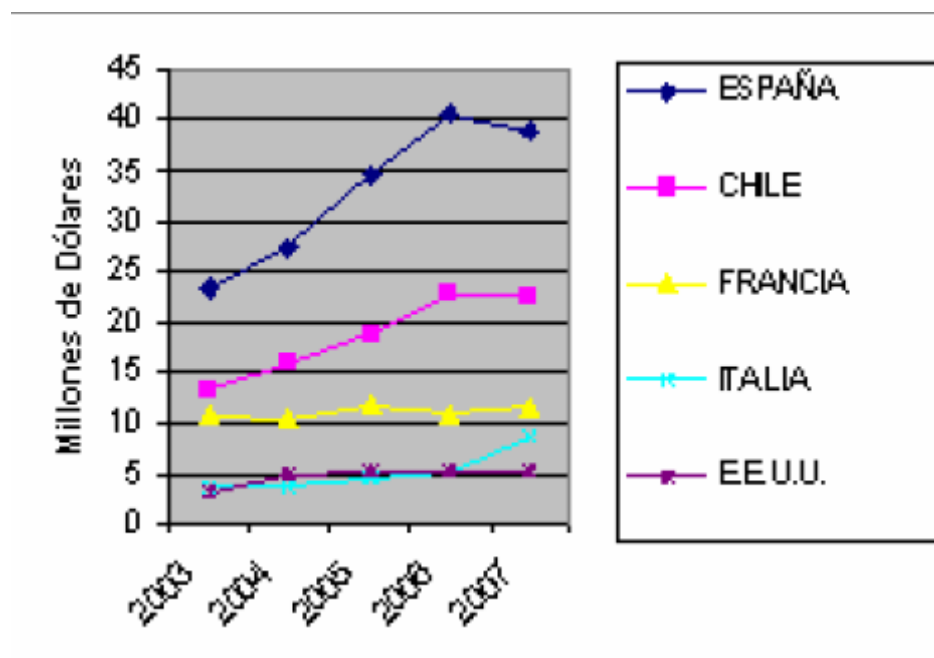
Fonte: Siavi

Valore medio di un litro di vino importato per Paese (US\$):



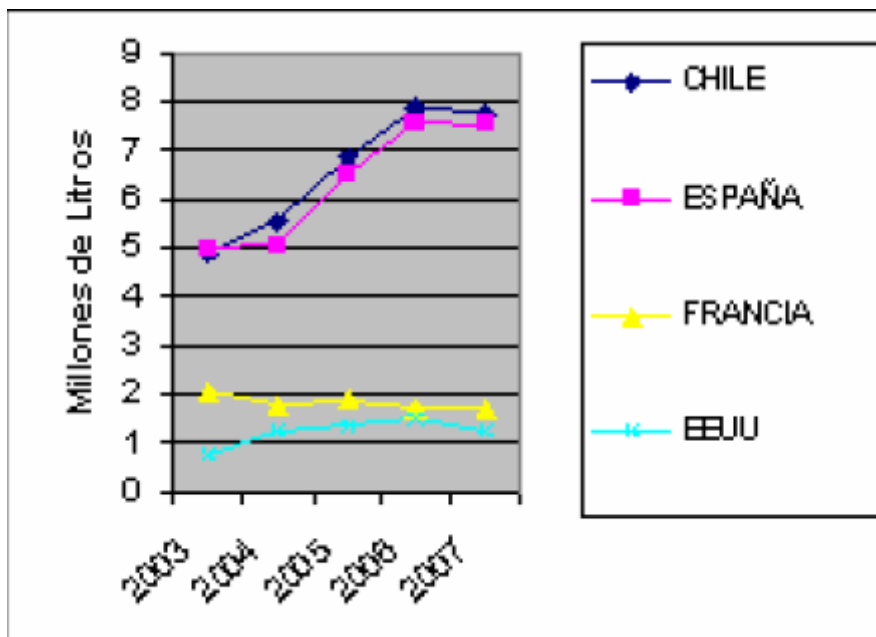
Fonte:WTA

Evoluzione importazioni per valore:



Fonte:WTA

Evoluzione importazioni per volume:



Fonte: WTA

- Vini generosi

Paese	Volume 2007 lug-dic	Valore 2007 lug-dic	Valore 2008 genn-nov	Volume 2008 genn-nov
Portogallo	78,796	729,626	1,018,579	113,141
Spagna	63,096	425,716	614,603	68,200
USA	8,325	32,031	323,938	24,014
Francia	4,773	38,513	169,920	23,850
<b>Italia</b>	<b>2,729</b>	<b>34,876</b>	<b>104,054</b>	<b>12,880</b>
Cile	4,648	28,517	82,329	12,436
Argentina	5,582	37,799	48,721	5,425
Australia	135	3,448	22,071	1,273
Israele	465	867	2,525	1,245
Uruguay	64	1,486	2,109	127
<b>Totale</b>	<b>168,672</b>	<b>1,333,485</b>	<b>2,389,744</b>	<b>262,666</b>

- Vini fini

Paese	Valore	Volume	Valore	Volume
	2007 lug-dic	2007 lug-dic	2008 gen-nov	2008 gen-nov
Argentina	4,635,407	1,164,475	6,880,643	1,824,053
Francia	546,923	99,772	1,106,023	50,248
<b>Italia</b>	<b>168,656</b>	<b>15,380</b>	<b>304,394</b>	<b>22,661</b>
Spagna	28,012	2,611	278,703	45,747
Cile	200,271	58,619	243,364	69,445
Uruguay	39,997	14,149	27,650	8,742
Australia	30,184	6,732	6,996	2,313
Sudafrica	0	0	4	2
Stati Uniti	79,663	2,649	0	0
<b>Totale</b>	<b>5,729,113</b>	<b>1,364,389</b>	<b>8,847,777</b>	<b>2,023,213</b>

- **Vini spumosi**

Paese	Valore	Volume	Valore	Volume
	2007 lug-dic	2007 lug-dic	2008 genn-nov	2008 genn-nov
Francia	6,945,396	265,032	17,113,933	558,805
<b>Italia</b>	<b>474,215</b>	<b>119,154</b>	<b>73,661</b>	<b>23,581</b>
USA	195,308	56,434	42,122	10,750
Spagna	163,663	44,486	40,045	12,828
Cile	20,509	5,062	13,520	3,203
Uruguay	2,731	972	784	243
Argentina	14,815	4,482	718	144
Regno Unito	0	0	424	9
Austria	154	18	289	8
Costa Rica	109	3	0	0
<b>Totale</b>	<b>7,933,464</b>	<b>538,483</b>	<b>17,285,496</b>	<b>609,574</b>

### 3.3 LA PRODUZIONE NAZIONALE

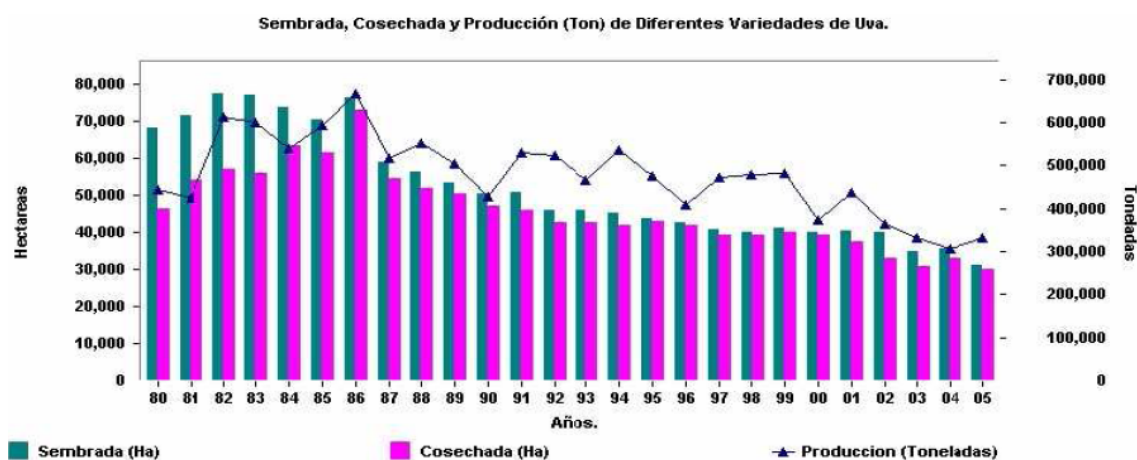
La coltivazione di uva in Messico rappresenta meno dell'1% della produzione agricola, con una media di 375.000 tonnellate di uva delle quali 200.000 corrispondono a uva da tavolo. Questa produzione si ripartisce fra un 80% di vino rosso, 15% di vino bianco e 5% di vino rosato. In Messico vengono prodotti circa 180 tipi di vino provenienti da 40 differenti varietà d'uva coltivate in Messico.

In Messico 18 stati si dedicano alla produzione d'uva, tra cui: Sonora, Baja California, Zacatecas, Coahuila y Aguascalientes; che rappresentano il 96.7% della superficie coltivata a vite a livello nazionale.

Va segnalata una tendenza negativa per quanto riguarda la coltivazione di viti in Messico dal 2000 al 2005 seguita da una ripresa significativa nel 2006.

Ciò può essere giustificato in parte dal fatto che i Messicani preferiscono i vini importati a quelli nazionali.

#### Evolutione della superficie coltivata con uva in Messico



Fonte: Servizio di Informazione SIAP

### 4. I CANALI DI DISTRIBUZIONE

Il settore della distribuzione di vino in Messico si avvale dei seguenti importatori: importatori/distributori, negozi specializzati, grande distribuzione e in misura minore clubs di vini e ristoranti.

Manca una distinzione netta fra l'importatore, il distributore ed il dettagliante. In Messico la figura dell'agente e mandatario non é molto diffusa, solitamente gli stessi importatori si occupano dello stoccaggio, del trasporto e della distribuzione.

Non esistono distributori grossisti che coprano tutto il territorio nazionale, solitamente anche i piú forti devono fare accordi con altri distributori.

Distinguiamo due canali di distribuzione:

- Ho.re.ca. che comprende tutti i locali dove il vino viene consumato all'atto dell'acquisto
- Dettaglianti che comprendono tutti i luoghi per il consumo posteriore (supermercati, negozi, ipermercati etc)

La seguente tabella indica i volumi di vendita dal 1999 al 2004 in milioni di litri:

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Dettaglio	12.0	12.5	13.1	13.9	14.6	15.4
HORECA	11.7	12.4	13.0	13.8	14.4	15.1
Totale	23.7	24.9	26.1	27.7	29.0	30.5

Fonte: Euromonitor

La seguente tabella indica i valori in volumi delle vendite di bevande alcoliche nel 2004:

	DETTAGLIO		HORECA		TOTALE	
	milioni di litri	%	milioni di litri	%	milioni di litri	%
Birra	4,156,300	79.6	1,064,800	20.4	5,221,100	100
Sidro	14,151	99	145	1	14,296	100
Cocktails	79,432	90.9	7,955	9.1	87,387	100
<b>Vini</b>	<b>15,400</b>	<b>50.4</b>	<b>15,100</b>	<b>49.6</b>	<b>30,500</b>	<b>100</b>
Liquori	112,490	66.5	56,655	33.5	169,145	100
<b>totale</b>	<b>4,377,773</b>	<b>79.3</b>	<b>1,144,655</b>	<b>20.7</b>	<b>5,522,428</b>	<b>100</b>

Fonte: Euromonitor

La seguente tabella indica i valori in milioni di dollari americani della vendita di bibite alcoliche nel 2004:

	DETTAGLIO		HORECA		TOTALE	
	milioni di dollari	%	milioni di dollari	%	milioni di dollari	%
Birra	6,082,143	33.90	11,858,743	66.10	17,940,886	100
Sidro	48,619	97.07	1,467	2.93	50,086	100
Cocktails	2,317,048	97.41	61,695	2.59	2,378,744	100
<b>Vini</b>	<b>117,781</b>	<b>19.94</b>	<b>472,952</b>	<b>80.06</b>	<b>590,733</b>	<b>100</b>
Liquori	1,866,686	21.03	7,011,314	78.97	8,878,000	100
<b>totale</b>	<b>10,432,277</b>	<b>34.96</b>	<b>19,406,171</b>	<b>65.04</b>	<b>29,838,448</b>	<b>100</b>

Fonte: Euromonitor

Per quanto riguarda la distribuzione del vino i due canali sono parimenti utilizzati, in termini di valore però, il canale Ho.re.ca ha un peso maggiore, questo perché i vini venduti a ristoranti e altre attività ricettive in generale, sono di più alta qualità e si applica un margine più elevato.

Vendite di vino del canale al dettaglio :

vendite di vino per luogo di distribuzione	2004
Supermercati	43.0
negozi	0.0
negozi di convenienza (24 hr)	2.0
clubs	1.0
negozi specializzati	30.0
altri	24.0
Totali	100.0

fonte: Euromonitor

#### 4.1 LA DISTRIBUZIONE DEI VINI IMPORTATI

La distribuzione dei vini importati in Messico utilizza come principali canali le figure degli importatori/distributori che realizzano i tramiti doganali e successivamente indirizzano il prodotto ai potenziali clienti. L'altra modalità molto comune è per mezzo della grande distribuzione che importa i prodotti direttamente, a volte con marchio proprio; lo stesso succede con alcuni ristoranti e negozi specializzati che hanno l'esclusiva nell'import di alcuni prodotti.

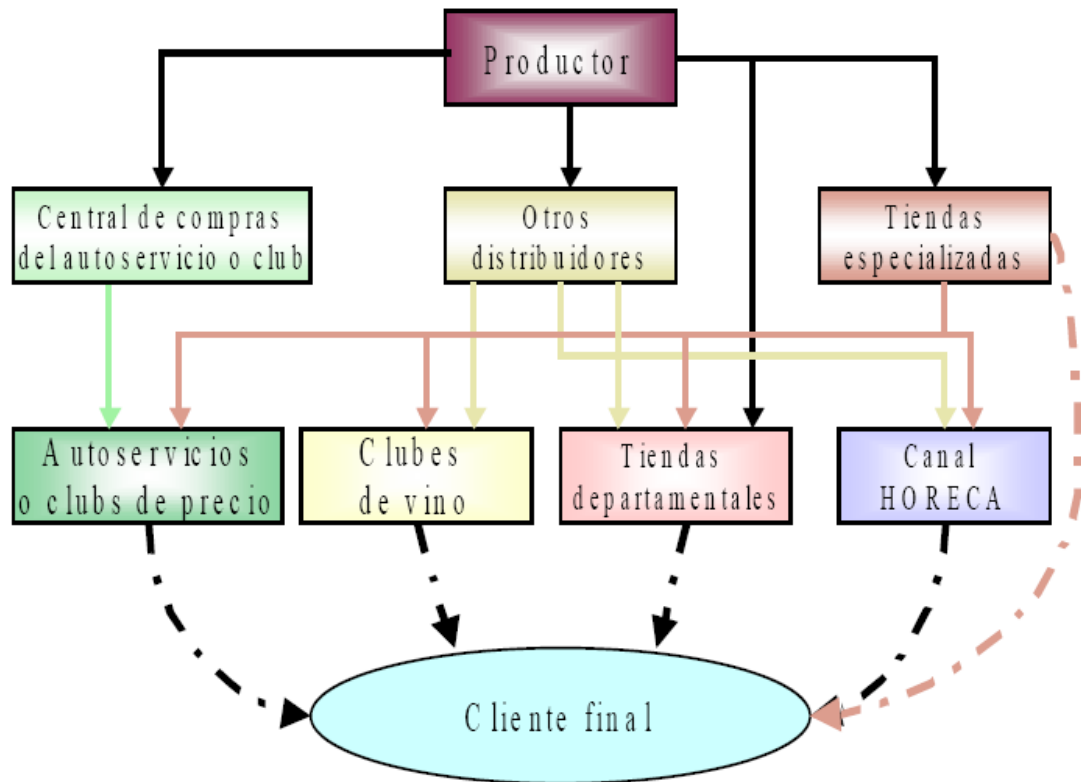
L'importatore deve mostrare tutti i documenti relativi all'importazione, successivamente si procede alla revisione bottiglia per bottiglia per mettere i bollini (etichette obbligatorie per gli alcolici), gli importatori svolgono questa procedura in depositi fiscali considerati territorio franco, questi depositi sono presenti anche a Città del Messico. Gli importatori evitano di applicare i bollini nei depositi preso la dogana, per non rischiare eventuali furti durante il trasferimento delle merci.

In seguito i vini vengono trasportati al magazzino dell'importatore; è molto comune che gli importatori abbiano un'assicurazione sulle merci e contrattino custodi per il controllo delle merci durante il trasporto.

##### Principali distributori:

- Importatori/Distributori: solitamente di prodotti alcolici e gourmet, per lo più operano a livello regionale e la maggior parte si trova a Città del Messico (considerato centro di distribuzione per il paese); i margini si aggirano tra il 20-30%
- canale HORECA (50%)
- catene di supermercati, grande distribuzione. Tra cui: Wal-Mart, Comercial Mexicana, Gigante, Soriana
- grandi magazzini: tra cui Liverpool e Palacio de Hierro

- negozi specializzati: tra cui grupo La Europea, vinos y Licores La Castellana, la Criolla, Vinoteca.
- negozi tradizionali: piccoli negozi tradizionali



## SEGMENTAZIONE DEI PREZZI

Definire un prezzo medio per un prodotto come il vino é praticamente impossibile visto le differenti caratteristiche che questo puó avere; a seconda del tipo, il prezzo puó variare da da 2 a 200 dollari.

Una netta distinzione va fatta fra i prezzi dei vini nel canale HORECA e nel canale al dettaglio.

Nei ristoranti il prezzo parte da un minimo di \$10, anche se possiamo approssimare che i maggiori consumi si hanno fra vini il cui prezzo é compreso tra i \$30 e \$50, mentre nei negozi e supermercati il prezzo varia dai \$2 ai \$15 di media.

Suddividiamo in tre segmenti il mercato del vino: superiore, medio, economico.

Per vini superiori intendiamo vini pregiati che costituiscono nicchie di mercato, per vini economici intendiamo soprattutto quelli utilizzati per cucinare.

Il vino medio ha un prezzo che oscilla tra i \$5 e \$15 nei negozi al dettaglio, e costituisce piú del 50% delle vendite, le restanti vendite si ripartiscono in maniera equa fra vini economici e superiori

## Percentuale di vendite di vino rosso per categoria di prezzo (15 pesos = 1 US\$)

	<u>2003</u>	<u>2006</u>
Menos de 50 pesos	45.0	13.0
De 50 a 150 pesos	43.0	66.0
Más de 150 pesos	12.0	21.0
Total	100.0	100.0

Fuente: Euromonitor, investigaciones propias, visitas a establecimientos...

### Percentuale di vendite di vino bianco per categoria di prezzo (15 pesos = 1 US\$)

	<u>2003</u>	<u>2006</u>
Menos de 50 pesos	46.0	28.0
De 50 a 150 pesos	43.0	56.0
Más de 150 pesos	11.0	16.0
Total	100.0	100.0

Fuente: Euromonitor, investigaciones propias, visitas a establecimientos...

### Percentuale di vendite di vino rosato per categoria di prezzo (15 pesos = 1 US\$)

	<u>2003</u>	<u>2006</u>
Menos de 50 pesos	50.0	38.0
De 50 a 150 pesos	38.0	51.0
Más de 150 pesos	12.0	11.0
Total	100.0	100.0

Fuente: Euromonitor, investigaciones propias, visitas a establecimientos...

### Percentuale di vendite di vino spumoso per categoria di prezzo (15 pesos = 1 US\$)

	<u>2003</u>	<u>2006</u>
Menos de 50 pesos	8.0	5.0
De 50 a 150 pesos	55.0	45.0
Más de 150 pesos	37.0	50.0
Total	100.0	100.0

Fuente: Euromonitor, investigaciones propias, visitas a establecimientos...

## 5. COME SI IMPORTA IN MESSICO?

### 5.1 FASI DELL'IMPORTAZIONE

2. L'esportatore deve avere la partita iva.
3. L'esportatore deve fornire i seguenti documenti:
  - fattura
  - packing list
  - certificato EUR 1 (normalmente é fatto dal trasportatore) se la merce ha un valore superiore ai 6000€, altrimenti é sufficiente una dichiarazione sulla provenienza europea fatta dall'esportatore
  - certificazione da parte del produttore sul contenuto di alcol del vino
4. Il metodo piú comune per importare in Messico é stipulare un contratto con una impresa importatrice distributrice messicana.
5. L'importatore messicano deve essere iscritto al "Registro Federal de contribuyentes", al "Padrón de importadores" y al "Padrón sectorial de bebidas alcoholicas".
6. É obbligatorio per l'importatore contrattare un agente doganale, preferibilmente con esperienza nel settore, che sbrighi le pratiche doganali e fornisca le informazioni necessarie riguardanti tariffe e tramiti in questione. L'importatore deve fornire i seguenti documenti:
  - anexo 18: é un documento di identificazione della mercanzia.
  - carta de valores.
7. L'importatore dovrà essere in possesso del "pedimento de importación" e "manifestación de valor", due documenti elaborati dall'agente doganale.
8. Le imposte e tramiti da pagare per importare il prodotto in Messico sono:
  - **Dazi doganali aboliti dal 1° luglio 2008.**
  - IVA: al 15%.
  - IEPS (impuesto especial sobre producción y servicios), é una tassa che si applica agli alcolici, ai tabacchi, alla benzina ecc. Per quanto riguarda gli alcolici fino ai 14 gradi GL é al 25%, tra 14 e 20 gradi é al 30%, sopra i 20 gradi GL é al 50%.
  - DTA (derecho de tramite aduanero ) é un valore che varia ogni sei mesi: consultare [http://www.aduanas.sat.gob.mx/webadunet/Boletines\\_SAAI/2006/BOL\\_ETIN\\_P002.doc](http://www.aduanas.sat.gob.mx/webadunet/Boletines_SAAI/2006/BOL_ETIN_P002.doc)
  - Diritto di stoccaggio: i primi due giorni di traffico aereo e terrestre sono gratuiti, mentre per il traffico marittimo i primi cinque.

9. Tutti i beni importati in Messico devono essere etichettati in spagnolo (senza pregiudizio per le altre lingue). L'etichetta del vino deve essere conforme alla legge messicana: NOM-142-SSA1-1995, Bienes y Servicios. Nell'etichetta devono figurare:

- Nome, marca e sottomarca commerciale del prodotto, tipo o invecchiamento (es. vino da tavola Marqués de Cáceres, rosso; etc.). Nei vini da tavola, inoltre, si annotará la denominazione di origine e l'anno della vendemmia (es.: Vino da tavola Marqués de Cáceres, rosso, Rioja, 1988; Vino de mesa Chateau Lafite-Rothschild, tinto, Burdeos, 1991, etc.).
- Nome e denominazione generica del prodotto (es. vino spumoso, da tavola, Champagne, etc).
- Numero di bottiglie e rispettiva unità di misura.
- In caso di esistenza, numero di lotto o codice di produzione.
- Indicazione sulla quantità conforme alla legge NOM-030-SCFI-1993.
- Paese d'origine.
- Ragione sociale e dominio fiscale dell'importatore.
- Quantità di gradi centesimali Gay Lussac.
- Grado alcolico volumetrico.
- Dovrà riportare la seguente indicazione "El abuso en el consumo de este producto, es nocivo para la salud".

10. Per proteggere la marca rivolgersi al IMPI Instituto Mexicano de la Propiedad industrial

Relativamente alle imposte riportiamo qui di seguito un esempio su come vengono calcolate:

1. prezzo della bottiglia	100 \$
2. IGI	0 (sui valori superiori ai 5\$ non si applicano dazi)
3. Diritti di tramite doganali	0,8 (tasso del 0.8% o opzione di pagare 147 pesos =14 \$ aprox)
4. IEPS	25.2 (25% di 1+2+3)
5. IVA	18.9 (15% di 1+2+3+4)
6. TOTALE	144.9 \$

## 5.2 CONDIZIONE DI PAGAMENTO

Solitamente l'azienda, soprattutto finché non si crea un rapporto di fiducia duraturo con l'importatore, richiede il pagamento anticipato della merce.

Per quanto riguarda la grande distribuzione il pagamento delle merci può anche avvenire a 60 giorni dalla loro spedizione o a 90 giorni.

Il pagamento avviene con carta di credito irrevocabile e confermata da una banca di fiducia dell'esportatore.

### **5.3 CONDIZIONI LEGALI**

Etichetta, imbottigliamento, imballaggio, certificati e requisiti necessari secondo la norma NOM-142-SSA1\_1995

## **BIBLIOGRAFIA**

- Aduanas de Mexico <http://aduanas.sat.gob.mx/webadunet/body.htm>.
- INEGI [www.inegi.com.mx](http://www.inegi.com.mx).
- Base de datos: World Trade Atlas.
- Euromonitor: estudios de mercado.
- Secretaría de Economía del Gobierno [www.economis-noms.gob.mx](http://www.economis-noms.gob.mx).
- ICEX: “El mercado del vino español en México”