vinetur

Новый налог на вино в Бразилии может поднять цены всего на 2–3%

По оценкам импортеров, налог с февраля 2027 года может примерно на 25% увеличить потребность в капитале при таможенном оформлении

понедельник, 9 ноября 2026 г.



Бразилия планирует с 2 февраля 2027 года взимать 8-процентный селективный налог на вино в соответствии с Временной мерой № 1.399/2026. Это решение вызвало беспокойство у импортеров, дистрибьюторов, производителей и розничных продавцов, однако его влияние на цены на полках может оказаться меньше, чем предполагали первые оценки.

О мере объявили 4 ноября. Она заменит действующий налог на промышленную продукцию — IPI, который взимается с вина. Как сообщили участники рынка изданию VEJA в публикации от 8 ноября, главная непосредственная проблема может заключаться не в конечной цене для потребителей, а в том, что при ввозе товаров импортерам потребуется больше средств.

Новый налог — часть масштабной налоговой реформы в Бразилии. Он относится к категории так называемых «налогов на грех» — этот термин в разных странах используют для налогов на товары, связанные с привычками, которые правительства стремятся ограничить. Однако на бразильском винном рынке возникла путаница относительно того, насколько сильно нововведение действительно увеличит расходы.

В отрасли звучали первые оценки, согласно которым новый налог может поднять цены на вино вплоть до 20%. Как сообщило VEJA, генеральный директор консалтинговой компании Ideal BI Фелипе Гальтароса оспорил такую трактовку. По его словам, 8-процентный селективный налог следует рассматривать как замену действующему IPI в размере 6,5%, а не как дополнительный налог сверх нынешней общей нагрузки.

Таким образом, разница между действующей и новой ставками составит 1,5 процентного пункта. Согласно оценкам Ideal BI, приведенным VEJA, цены для конечных потребителей могут вырасти примерно на 2–3% в зависимости от структуры операций каждой компании.

Эта оценка указывает на более умеренное влияние на розничные цены, чем опасались многие участники рынка поначалу. Тем не менее любое увеличение расходов имеет значение на рынке, который уже сталкивается со слабым спросом и ограниченными бюджетами домохозяйств.

По оценке Гальтаросы, более серьезное давление связано с порядком уплаты налога. Согласно новой модели, налог нужно будет платить при таможенном оформлении, а не по прежней схеме дебетовых и кредитовых начислений в момент продажи товара импортером. В результате импортерам придется заранее выделять больше средств на ввоз вина в Бразилию.

По данным VEJA, Ideal BI оценивает возможный рост потребности в капитале при таможенном оформлении примерно в 25%. В условиях высоких процентных ставок и дорогого финансирования это может создать нагрузку на оборотный капитал, даже если дополнительные расходы не будут полностью переложены на потребителей.

Для индустрии напитков последствия затронут не только винный сектор. Импортерам, производителям и дистрибьюторам, возможно, придется пересмотреть ценовую политику, финансирование и управление запасами на одном из крупнейших рынков напитков в Латинской Америке. Экспортеры, работающие с Бразилией, также могут столкнуться с более медленным принятием решений о закупках или ужесточением условий со стороны местных партнеров, пока компании адаптируются к более затратному с точки зрения денежных средств процессу импорта.

Обсуждение налога развернулось в непростой для винного бизнеса период. VEJA приводит анализ рынка, согласно которому в 2026 году зимние продажи были особенно слабыми. На спрос повлияли снижение покупательной способности, долги домохозяйств, обеспокоенность здоровьем, растущее использование препаратов для похудения и кампании за сокращение потребления алкоголя.

Такой фон объясняет, почему предложение о новом налоге вызвало столь резкую реакцию, хотя прямое влияние на цены может быть умеренным. Участникам рынка приходится иметь дело не только с изменениями налогообложения, но и с потребителями, которые, судя по всему, стали осторожнее и разборчивее.

Гальтароса также сообщил VEJA, что Бразилия остается привлекательным рынком для международных производителей вина, однако предложение росло быстрее фактического потребления. Согласно приведенным им данным, за

последнее десятилетие импорт вина в Бразилию удвоился, тогда как реальный рост рынка с учетом запасов за тот же период составил около 20%, или примерно 2% в год. Более половины учтенного в этих расчетах объема пришлось на столовые и сладкие вина.

Эта динамика говорит о том, что рынок может продолжить меняться и без нового налога. Гальтароса ожидает, что в ближайшее десятилетие объемы продаж сократятся, а их стоимость вырастет: потребители будут покупать меньше, но выбирать более дорогие товары.

Обсуждение налога также переплелось с другой темой — торговым соглашением между Mercosur и Европейским союзом. В некоторых комментариях на рынке высказывалось предположение, что селективный налог сведет на нет выгоды соглашения для европейских экспортеров вина. Как сообщило VEJA, Гальтароса отверг такую точку зрения, пояснив, что эти меры действуют на разных уровнях.

Торговое соглашение предусматривает постепенное снижение импортных пошлин между двумя блоками. Селективный налог — это внутренний бразильский налог, введенный в рамках национальной налоговой реформы. Одно не отменяет другого: европейское вино по-прежнему сможет воспользоваться снижением пошлин в рамках торгового соглашения, но при этом на него будет распространяться и новый внутренний налог.

Некоторые элементы налоговой реформы со временем могут упростить дистрибуцию, говорится в анализе, который цитирует VEJA. Ожидается, что масштабная реформа упростит налоговую систему, которую компании, занимающиеся импортом и дистрибуцией вина в разных штатах Бразилии, давно считают сложной. В ходе переходного периода, который продлится до 2033 года, компании могут столкнуться с меньшими региональными различиями и менее сложной логистикой.

Пока же винный бизнес сосредоточен на периоде до того, как проявятся долгосрочные преимущества. Запланированный запуск налога в феврале 2027 года оставляет производителям, импортерам и дистрибьюторам мало времени, чтобы скорректировать планы по управлению денежными средствами и

коммерческие условия, даже если опасавшегося сначала скачка цен на бутылки не произойдет.