



TENGGARA
STRATEGICS

Um estudo sobre o Mercado de Vinho da Indonésia

Preparado para a Embaixada do Brasil em Jacarta
Junho de 2021

Fundada e Apoiada por



CENTRE FOR
STRATEGIC AND
INTERNATIONAL
STUDIES

TheJakartaPost



UNIVERSITAS
PRASETIYA MULYA

Sumário

Capítulo I	3
Regulamentação e Análise do Mercado do Vinho	3
1. Visão Geral do Mercado de Vinhos da Indonésia	4
1.1. Contexto.....	4
1.2. Indonésia no Cenário do Mercado do Vinho na ASEAN.....	8
2. Análise Regulamentar do Vinho	12
2.1. Processos e exigências de importação de vinho	12
2.1.1. Importador Registrado de Bebidas alcoólicas (IT-MB)	12
2.1.2. Centros Vinculados de Logística (PLB)	13
2.1.3. Quota de Importação.....	14
2.1.4. Carta de Permissão para Importação (SPI)	14
2.2. Tributos e Impostos sobre o vinho	14
2.2.1. Tributos de Importação	15
2.2.2. Tributos Aduaneiros	15
2.2.3. Imposto sobre o Rendimento	15
2.2.4. Como calcular os Tributos de Importação e o Imposto sobre os Rendimentos	16
2.2.5. Regulamentos Anteriores.....	16
Tributos Aduaneiros Anteriores	17
Imposto sobre o Rendimento Anterior.....	17
2.3. Requisitos de Rotulagem	17
Requisitos de Rotulagem Anteriores	19
2.4. Normas Vitivinícolas	19
2.4.1. Normas de Qualidade do Vinho	19
a. Normas de Qualidade dos Vinhos Espumantes	20
b. Normas de Qualidade dos Coquetéis de Vinho.....	21
c. Norma de Qualidade do Vinho com Baixo Teor Alcolóico.....	21
d. Normas de Qualidade Vinho Aguardentado	22
2.4.2. Normas de Higiene, Embalagem e Rotulagem	23
a. Normas de Higiene	23
b. Normas de Embalagem	23
c. Normas de Rotulagem	23
2.5. Distribuição e Vendas Internas de Vinho	23
2.5.1. Vendas a Horeca e varejistas isentos de tributos.....	24
2.5.2. Vendas varejistas fora da Horeca	25
a. Requisitos SIUP-MB em Bali	25
b. Requisitos SIUP-MB em Jakarta	25
2.5.3. Proibição de vendas.....	26
2.6. Vendas online	26
2.7. Projeto de Lei de Proibição de Alcool	26
3. Análise de Mercado	29
3.1. Demográfico	29
3.2. Comportamento de Consumo de Vinho	31
3.3. Conscientização do Vinho Brasileiro	41

Capítulo II	44
Cenário Político do Mercado de Vinhos da Indonésia	44
1. Metodologia	45
2. Principais Questões e Atores	46
2.1. Projeto de lei de proibição de álcool.....	48
2.2. Importações de vinho	52
2.3. Litígio comercial UE-Indonésia	55
2.4. Vendas on-line de bebidas alcoólicas	57
2.5. Bebidas alcoólicas locais	59
Capítulo II	61
Conclusões e Recomendações	61
1. Regulamentação e Análise do Mercado do Vinho	62
2. Cenário Político do Mercado de Vinhos da Indonésia	63
3. Recomendações	63
3.1. Encontrar um parceiro importador confiável e experiente.....	64
3.2. Lançar campanha de promoção para criar a consciência da marca	64
3.3. Preço básico para venda de vinho	64



Capítulo I

Regulamentação e Análise do Mercado do Vinho

1. Visão Geral do Mercado de Vinhos da Indonésia

1.1. Contexto

A Indonésia, um país predominantemente muçulmano, estabelece um regulamento rigoroso sobre o fornecimento, distribuição e venda de bebidas alcoólicas. As suas disposições comerciais são regidas pela regulamentação em substituição da lei (Perppu) n.º 8/1962 relativa ao comércio de mercadorias sob controle, que é ainda regulada pelo Regulamento Presidencial (Perpres) n.º 74/2013 relativo ao controle e supervisão de bebidas alcoólicas. Na aplicação do regulamento, o Governo emitiu o Regulamento (Permendag) n.º 20/2014 do Ministro do Comércio sobre o controle e supervisão do fornecimento, distribuição e venda de bebidas alcoólicas, que foi alterado seis vezes.

O país não tem uma lei específica que regule o consumo de bebidas alcoólicas, mas está amplamente regulamentado pelo Código Penal (KUHP). Houve um esforço para introduzir um projeto de lei de proibição do álcool em 2015, que paralisou por vários anos até que sua deliberação fosse retomada no ano passado como parte do Programa Nacional de Legislação de 2020 (Prolegnas). No entanto, o projeto de lei continua controverso, uma vez que enfrenta uma forte oposição por parte de partidos que acreditam que é melhor controlar e supervisionar o álcool, em vez de ser proibido. Além de serem altamente regulados, as bebidas alcoólicas também são cobradas com altos impostos especiais de consumo. Como resultado, as bebidas alcoólicas, especialmente as importadas, apresentam preços finais elevados e enfrentam distribuição restrita.

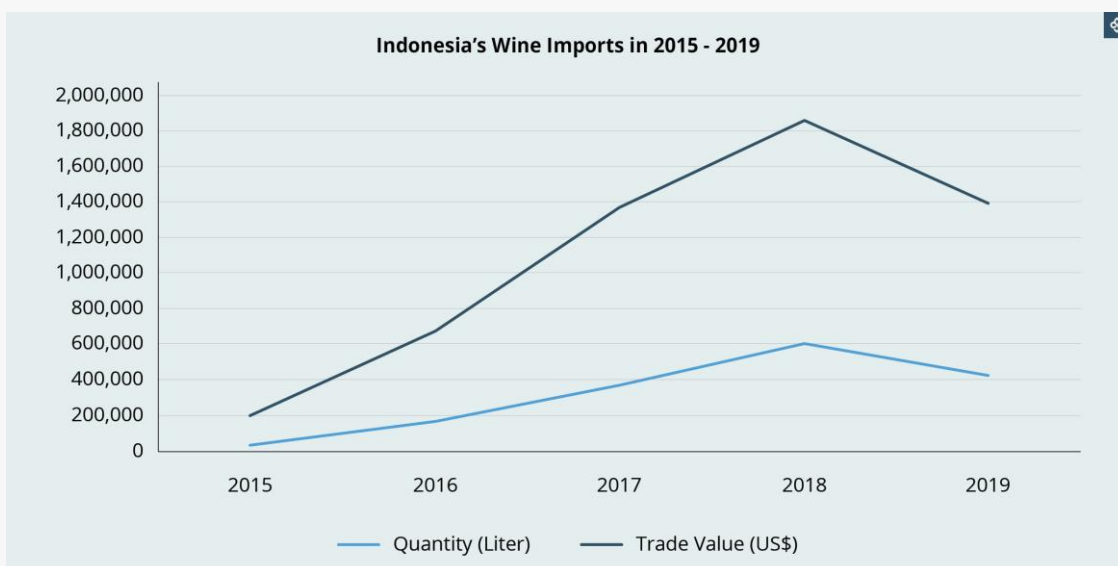
O Ministério das Finanças utiliza os impostos especiais de consumo para duas coisas: controlar o comércio de bebidas alcoólicas e obter receitas do comércio de bebidas alcoólicas. Nos últimos cinco anos, a receita do consumo de bebidas alcoólicas mostra tendências positivas de crescimento, chegando mesmo a atingir um alto em 2019, quando a receita atingiu Rp 7,3 trilhões (504,93 milhões de dólares), um crescimento de 24% em relação a 2018. Isso indica que o consumo de bebidas alcoólicas estava aumentando. No entanto, a COVID-19 reduziu o consumo de bebidas alcoólicas na Indonésia e atingiu o imposto de consumo de bebidas alcoólicas, onde o governo só conseguiu receber Rp 5,76 trilhões, uma diminuição de 21% em relação às receitas de 2019.

Impostos Especiais de Consumo originário de Bebidas Alcoólicas

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Impostos Especiais de Consumo de Bebidas Alcoólicas (em trilhões de IDR)	4,56	5,3	5,33	5,9	7,3	5,76
Crescimento (em percentagem)		16	1	11	24	-21

Fonte: Ministério das Finanças

Além do COVID-19, do lado do consumidor, a classe média crescente cria uma oportunidade sem precedentes para o álcool importado. Em 2016, haviam 5 milhões de pessoas na classe média alta com consumo de Rp 1,2 milhões à Rp 6 milhões (U\$ 20 a 38 \$) por mês, 1,3 milhões de pessoas na classe alta com consumo superior a Rp 6 milhões (\$38) por mês, e pessoas mais prósperas as quais não foram capturadas pelo levantamento nacional.¹ Esta oportunidade pode ser vista a partir da quantidade crescente de importações totais de vinho da Indonésia no período de 2015 a 2018. De apenas 358.371 litros de importações de vinho no valor de U\$ 1.939.393 em 2015, o montante aumentou mais de 16 vezes para 6.073.784 litros e no valor de U\$ 1.646.024 em 2018.



Fonte: UN Comtrade.

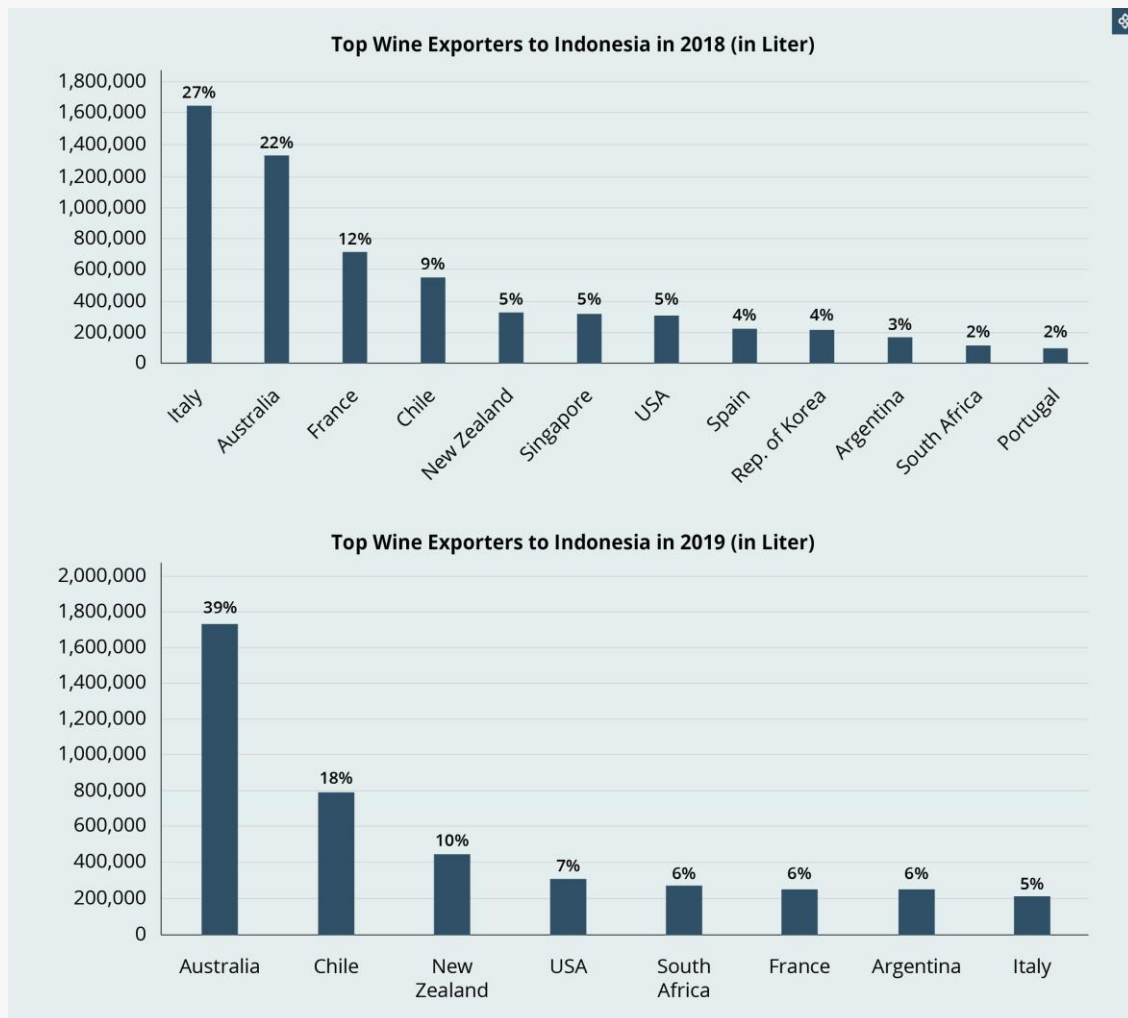
Importações de Vinho da Indonésia em 2015-2019

Quantidade(Litro)
Valor Comercial (US\$)

A quantidade de vinho importado caiu para 4.404.054 litros no valor de U\$ 14.006.611 em 2019. No entanto, em vez de mostrar que houve uma queda na procura de vinho importado nesse ano, a queda das importações de vinho da Indonésia foi mais provável causada por uma tensão comercial entre a Indonésia e a União Europeia (UE). Em Março de 2019, a UE declarou que o óleo de palma já não é considerado um recurso sustentável ou renovável, uma vez que provoca a deflorestação. Mais tarde naquele ano, em setembro, a então comissão responsável pelo comércio da UE,

¹ World Bank, "Aspiring Indonesia: Expanding the Middle Class," [Indonésia Ambiciosa] 30 de jan.de 2020 <https://tinyurl.com/tqxbrc1>

Cecilia Malmstrom, enviou uma carta ao seu homólogo indonésio, Enggartiasto Lukita, manifestando "profundas preocupações" de que, desde o início do ano, a Indonésia vinha constantemente rejeitando os pedidos dos importadores para trazerem destilados e outras bebidas alcóolicas da UE, o que resultou numa proibição de fato. A Indonésia negou a existência de qualquer retaliação aos planos da UE sobre o óleo de palma e disse que se devia à preferência do mercado.²



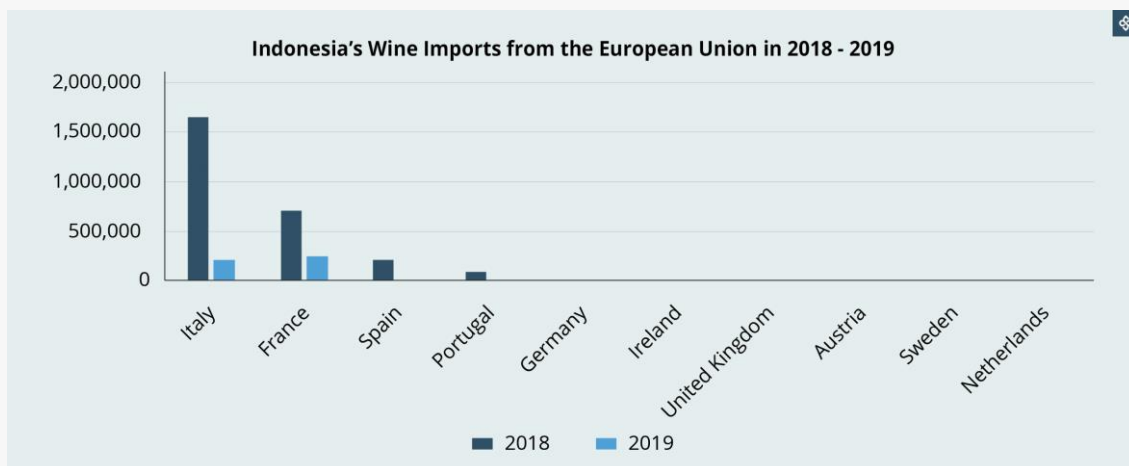
Fonte: UN Comtrade.

Maiores Exportadores de Vinho para a Indonésia em 2018 (em Litro)
Itália, Austrália, França, Chile, Nova Zelândia, Singapura, EUA, Espanha, República da Coreia, Argentina, África do Sul, Portugal.
***MUDAS AS VÍRGULAS SEPARANDO OS NÚMEROS POR PONTOS**

Maiores Exportadores de Vinho para a Indonésia em 2019 (em Litro)
Austrália, Chile, Nova Zelândia, EUA, África do Sul, França, Argentina, Itália.
***MUDAS AS VÍRGULAS SEPARANDO OS NÚMEROS POR PONTOS**

² Reuters, "Licor europeu fora do menu na Indonésia à medida que a linha comercial se expande", 22 de dezembro de 2019 <https://tinyurl.com/1dg1c2sm>

Como pode ser visto no gráfico acima, os países da UE caíram dos 5 maiores exportadores de vinho para a Indonésia em 2019. A Itália, o maior exportador de vinho da Indonésia que tinha controle sobre 27% da participação do mercado de vinho importado em 2018, caiu para o 8º lugar com apenas 5% de participação no mercado de vinho importado em 2019. A França, o terceiro maior exportador de vinho com 12% de participação no mercado em 2018, caiu para o 6º lugar, com apenas 6% de participação no mercado em 2019. Total de vinhos importados de países da UE (Itália, França, Espanha, Portugal, Alemanha, Irlanda, Reino Unido, Áustria, Suécia e Países Baixos) caiu drasticamente de 2.705.997 litros no valor de US\$ 8.381.882 em 2018 para apenas 503.297 litros no valor de US\$ 2.496.873 em 2019.



Fonte: UN Comtrade.

Importadores de Vinho da Indonésia provenientes da União Europeia em 2018- 2019
Itália, França, Espanha, Portugal, Alemanha, Irlanda, Reino Unido, Áustria, Suécia, Holanda.
***MUDAS AS VÍRGULAS SEPARANDO OS NÚMEROS POR PONTOS**

A dinâmica do comércio de vinhos na Indonésia abre uma grande oportunidade para que "novos vinhos mundiais" entrem no país. As exportações de vinho da Austrália para a Indonésia aumentaram de 1.327.661 litros, no valor de U\$ 4.526.265 em 2018, para 1.739.160 litros, no valor de U\$ 5.233.869 em 2019, tornando-a a maior exportadora de vinhos na Indonésia. O mesmo se aplica às exportações chilenas de vinho que passaram de 551.928 litros no valor de US\$ 1.385.592 em 2018 para 791.759 litros no valor de US\$ 2.104.426 em 2019. Embora o consumo de álcool per capita na Indonésia seja tão baixo quanto 0,8 litros, ficando aquém dos seus países vizinhos, como Singapura com 2 litros e Malásia com 0,9 litros per capita,³ a dimensão global do mercado mais elevada da Indonésia para o vinho importado devido ao seu

³ Organização Mundial de Saúde (2018), Relatório Global de Situação sobre Álcool e Saúde 2018

enorme número de populações torna o negócio atraente, como demonstrado pelo seu volume comercial.

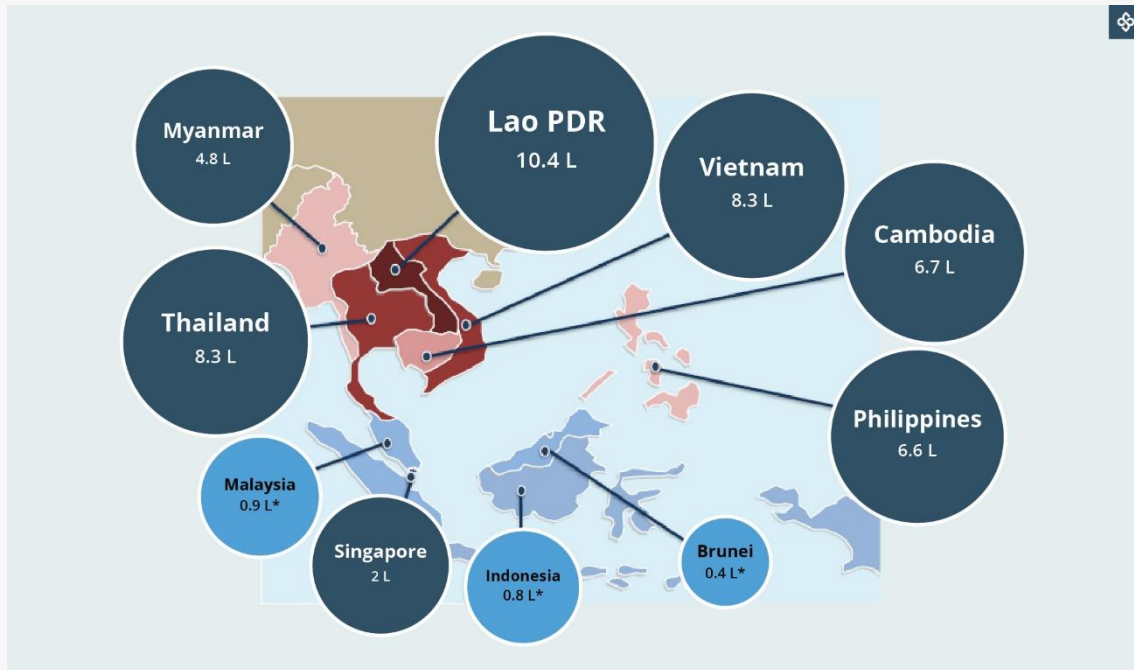
1.2. Indonésia no Cenário do Mercado do Vinho na ASEAN

Na ASEAN, os hábitos de consumo variam entre os membros. Em países como o Vietnã e a Tailândia, em média, cada pessoa bebe cerca de 8,3 litros de álcool por ano. Entretanto, em países de maioria muçulmana como a Malásia e a Indonésia, o consumo de álcool per capita é de 0,9 litros e 0,8 litros, respectivamente, muito abaixo da média de 4,5 litros per capita na ASEAN.⁴

As disparidades do consumo de álcool per capita entre os membros da ASEAN podem ser explicadas por vários fatores, como a religião e os costumes que explicaram o baixo consumo de álcool nos países de maioria muçulmana, e também os regulamentos sobre o álcool — Isso explicou porque o consumo de álcool em Singapura é relativamente baixo, ao contrário da Tailândia e do Vietnã, onde os regulamentos são bastante tranquilos comparados com Singapura.

⁴ Organização Mundial de Saúde (2018), Relatório Global de Situação sobre Álcool e Saúde 2018

Consumo per capita de álcool (APC) na ASEAN



Fonte: Relatório posicional da OMS (2018) sobre o álcool e a saúde 2018.

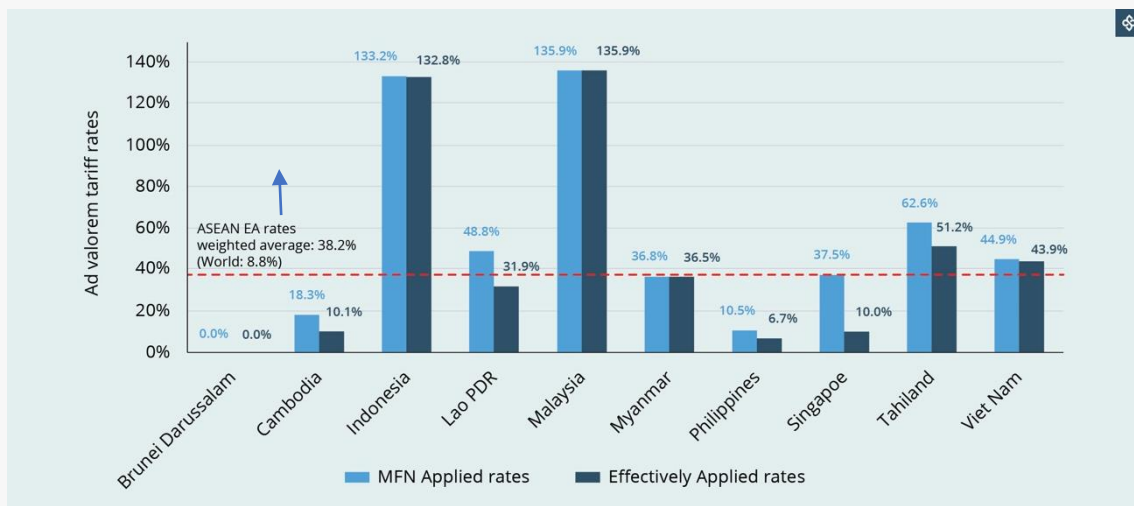


A política comercial adotada pelos membros da ASEAN varia consideravelmente. A Indonésia e a Malásia, ambos países de maioria muçulmana, aplicam as taxas de tarifas mais altas (médias ponderadas) sobre o álcool de 132,8% e 135,9%, respectivamente. Entretanto, as taxas noutros países membros da ASEAN são as seguintes: Brunei Darussalam 0,0 por cento (mas os consumos de álcool em Brunei é praticamente proibido, exceto apenas em determinadas instalações), Filipinas 6,7 por cento, Singapura 10,0 por cento, Camboja 10,1 por cento, República Democrática do Laos 31,9 por cento, Myanmar 36,5 por cento, Vietnam 43,9 por cento, e Tailândia 51,2 por cento. Isto impulsiona a ASEAN efetivamente a aplicar uma tarifa média de importação sobre o álcool de 38,2%, muito mais elevada do que a média global de 8,8%.

Além disso, a Malásia e a Indonésia têm taxas de importação semelhantes porque estes dois países excluem quase sempre bebidas alcoólicas em acordos comerciais, quer bilateralmente, quer no âmbito das negociações da ASEAN. De acordo com o então ministro do Comércio da Indonésia, Thomas Lembong, que apoiou tal exclusão durante o seu mandato como ministro do Comércio, o objetivo é "proteger a cultura e

os valores morais indonésios do impactos negativo das bebidas alcoólicas". A proteção da saúde pública e da ordem pública foram mencionados para argumentar por uma política comercial restritiva.

Taxas tarifárias e importações per capita de bebidas alcoólicas na ASEAN



Fontes: ESCAP perspectivas comerciais de WITS. O ano escolhido é o último ano disponível: 2013 para a Indonésia, Malásia e Filipinas, 2014 para Brunei Darussalam e Viet Nam, 2015 para Camboja, República Democrática de Laos, Myanmar, Singapura e Tailândia.

Taxas ASEAN EA
Média Ponderada: 38,2%
(Mundial: 8,8%)

Eixo X: Taxas Tarifas Ad Valorem

Brunei Darussalam, Cambódia, Indonésia, RDP Laos, Malásia, Filipinas, Singapura, Tailândia, Vietnã
Taxas Tratamento Nação Mais Favorecida Taxas Efetivamente Aplicadas

além da política comercial, os países da ASEAN também têm políticas diferentes em matéria de álcool. Os países de maioria Muçulmanos, como a Indonésia e a Malásia, têm uma idade jurídica nacional mais elevada para beber álcool (21 anos cada), onde países como o Vietnã e Singapura definiram a sua idade legal mínima para 18 anos. Países de destino turístico como a Tailândia têm regulamentos sobre publicidade alcoólica, enquanto Singapura não.

As comparações sobre as políticas em matéria de álcool na ASEAN podem ser vistas na tabela abaixo:

Regulamentos	INA	SIA	MAL	TH	VN	RP
Idade legal mínima	21	18	21	20	18	18
Restrição de venda de bebidas alcoólicas	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Regulamentos de anúncios de álcool	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Não
Rótulo de advertência de saúde	Sim	Não	Sim	Não	Não	Sim

2. Análise Regulamentar do Vinho

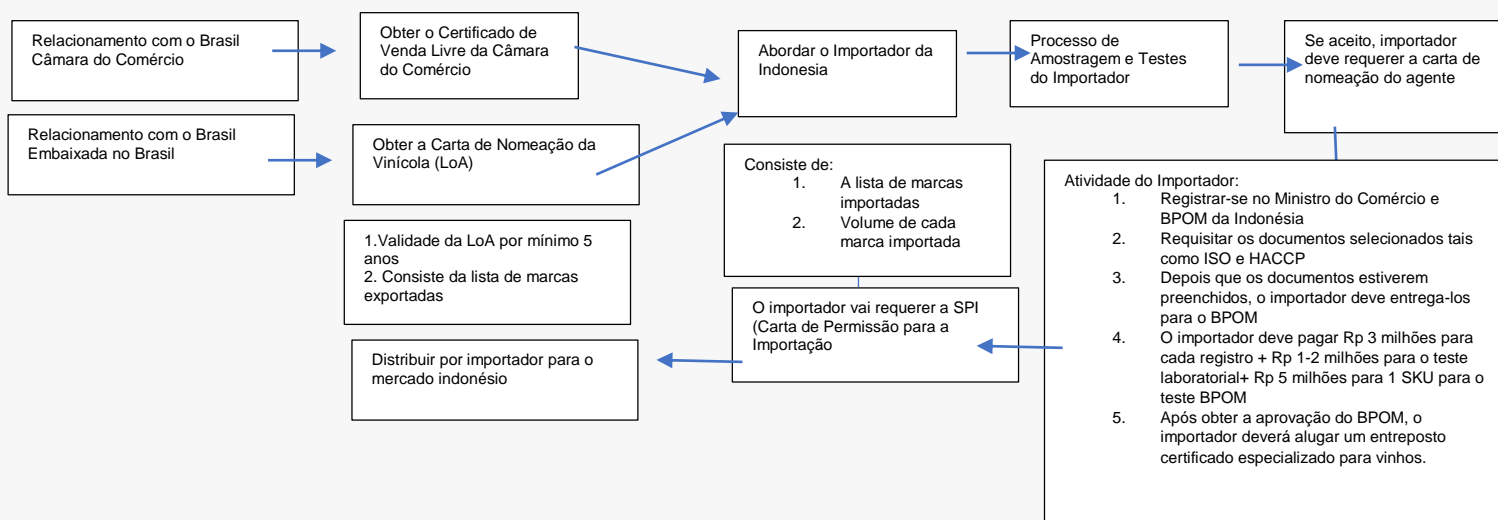
2.1. Processos e exigências de importação de vinho

Os requisitos de importação de bebidas alcoólicas estão estipulados no Regulamento nº 20/2014 do Ministro do Comércio (Permendag), relativo ao controle e supervisão do suprimento, distribuição e venda de bebidas alcoólicas. Este regulamento foi alterado seis vezes para alterar vários artigos do regulamento, enquanto o resto ainda se refere ao regulamento inicial. Os regulamentos seguintes são a regulamentação ministerial do comércio n.º 72/2014, n.º 6/2015, n.º 32/2016, n.º 47/2018, n.º 120/2018, e n.º 25/2019.

O processo de aquisição de documentos para a importação de vinho para a Indonésia pode ser resumido no diagrama abaixo:



2.1.1. Importador Registrado de Bebidas alcoólicas (IT-MB)



De acordo com o artigo 5 do regulamento inicial, que não foi alterado nos regulamentos subsequentes, os importadores de bebidas alcoólicas devem ser certificados como "importadores de bebidas alcoólicas" (IT-MB) e possuir uma licença comercial para o comércio de bebidas alcoólicas (SIUP-MB). O artigo 6 do regulamento estabelece os requisitos para a obtenção do certificado IT-MB, o qual, nos termos do Regulamento n.º 47/2018, é indicado como segue abaixo:

1. Fotocópia do Número de Identificação do Importador (API ou Angka Pengenal Impor);
2. Fotocópia do Registo da Empresa (TDP ou Tanda Daftar Perusahaan);
3. Fotocópia da Licença Comercial de Bebidas Alcoólicas (SIUP-MB ou Surat Izin Usaha Perdagangan Minuman Beralkohol), o qual mostra que a empresa candidata tem experiência como distribuidora de bebidas alcoólicas por pelo menos 3 (três) anos consecutivos;
4. Fotocópia do Número de Referência de Contribuinte (NPWP);
5. Fotocópia do Número de Identificação Aduaneira NIK ou Nomor Identitas Kepabeanan);
6. Fotocópia da Carta de Nomeação de, pelo menos, 20 (vinte) diretores de marca estrangeira/fábrica de, pelo menos, 5 (cinco) países para a compra mínima de 3.000 (três mil) caixas por marca por ano, mostrando os originais das cartas de nomeação, Legalizados pelo Tabelião e pelo Representante Comercial ou encarregado diplomático/consular do setor econômico do país de origem;
7. Certificado da fábrica estrangeira, que certifica que o responsável principal do titular da marca/representante do titular da marca está autorizado a designar o distribuidor no estrangeiro e está legalizado pelo Representante Comercial ou encarregado diplomático/consular no setor econômico do país de origem;
8. Fotocópia do Acordo de Cooperação com o Distribuidor de Bebidas Alcoólicas em pelo menos 6 (seis) províncias; e.
9. Fotocópia do SIUP-MB para distribuidores designados.

O pedido de certificado IT-MB deve ser enviado eletronicamente para <http://inatrade.kemendag.go.id>. O Ministério do Comércio deverá emitir o certificado no prazo de 5 (cinco) dias após a conclusão e a apresentação corretas dos documentos necessários. O certificado é válido por 3 (três) anos

2.1.2. Centros Vinculados de Logística (PLB)

Com base no artigo 1 do Regulamento Ministerial do Comércio número 120/2018, as bebidas alcoólicas só podem ser importadas através de centros vinculados logísticos (PLB) a seguir enumerados:

1. Belawan porto marítimo em Medan, Sumatera Setentrional.
2. Porto marítimo Tanjung Priok em Jakarta,
3. Porto marítimo Tanjung Emas em Semarang, Java Central
4. Porto marítimo Tanjung Perak em Surabaya, Java Oriental

5. Porto marítimo Bitung em Manado, Sulawesi Setentrional
6. Porto Soekarno Hatta em Makassar, Sulawesi Meridional
7. Aeroportos internacionais

No entanto, o artigo 1^oa do regulamento exige que as bebidas alcoólicas saiam do PBB para o álcool, que é apenas em Jacarta. Esse mecanismo infla os custos logísticos dos importadores de bebidas alcoólicas.⁵ Portanto, no ano seguinte, o governo emitiu o Regulamento Ministerial de Comércio nº 25/2019 para permitir a saída de bebidas alcoólicas de todos os portos acima listados.

Embora os regulamentos estipulem que as bebidas alcoólicas poderiam ser importadas através de centros logísticos (PLB), nossa entrevista com os intervenientes do mercado descobre que todos os vinhos importados foram importados através do porto marítimo de Tanjung Priok em Jacarta.

2.1.3. Quota de Importação

Ao passo que o artigo 7 do regulamento inicial prevê uma quota de importação de bebidas alcoólicas, o Regulamento número 47/2018 elimina a quota de importação.

Na prática, todos os importadores continuam a falar de "quotas" quando solicitam o seu plano de comércio e distribuição ao Ministério do Comércio, embora a quota de importação tenha sido suprimida e já não exista qualquer quota para a importação de vinho. Os importadores e o governo fingem que a "quota" ainda existe para evitar qualquer desenraizamento da sociedade se constatarem que a quota de importação de bebidas alcoólicas foi suprimido.

2.1.4. Carta de Permissão para Importação (SPI)

As necessidades de bebidas alcoólicas importadas são divididas com base nas necessidades de consumo de bebidas alcoólicas cujas vendas estão sujeitas a tributação (impostos pagos) e não tributadas (impostos não pagos). As bebidas alcoólicas não tributadas só são importados por Empresas Estatais (SOEs) no setor comercial. As SOEs requisitam a carta de licença de importação (SPI), enviando o seu plano de distribuição para <http://intrade.kemendag.go.id>. Entretanto, para as bebidas alcoólicas pagas com impostos, os importadores devem solicitar o SPI, enviando uma cópia digitalizada do seu certificado IT-MB, do plano de importação (como um compromisso da Direção-Geral dos Serviços Aduaneiros e do Imposto Especial de Consumo no Ministério das Finanças para fornecer a fita para impostos especiais de consumo) e do plano de distribuição para <http://intrade.kemendag.go.id>. O Ministério do Comércio deverá emitir o SPI no prazo de 5 (cinco) dias após a conclusão e a apresentação corretas dos documentos necessários. A SPI é válida até 31 de dezembro do ano corrente.

2.2. Tributos e Impostos sobre o vinho

⁵ Imprensa Indonésia, "Permendag Pengendalian Minol Pusingkan Pengusaha," 3 de março de 2019 <https://tinyurl.com/2agq6brn>

Como um produto viciante, o vinho importado e outras bebidas alcoólicas estão sujeitas a tributos de importação, tributos aduaneiros e impostos sobre o rendimento para os importadores. Até agora, não houve qualquer "imposto do pecado" para o consumo de álcool na Indonésia.

O vinhos importado na Indonésia deve pagar:

1. Tributo de importação (com base nos Regulamentos do Ministro das Finanças n.º 6/PMK.010/2017)
2. Tributo aduaneiro (com base nos Regulamentos do Ministro das Finanças n.º 158/PMK.010/2018)
3. Imposto sobre o rendimento para os importadores (com base nos Regulamentos do Ministro das Finanças n.º 110/2018)

2.2.1. Tributos de Importação

Com base nos Regulamentos do Ministro das Finanças n.º 6/PMK.010/2017, todas as bebidas alcoólicas com teor de álcool superior a 5,8 por cento estão sujeitas a um tributo de importação de 90%, caso contrário, custa Rp 14.000 por litro

2.2.2. Tributos Aduaneiros

Os tributos aduaneiros do álcool com base nos Regulamentos do Ministro das Finanças n.º 158/PMK.010/2018 são

Classificação	Teor de Álcool	Tributos Aduaneiros (por litro)
Classe A	Até 5 por cento	Rp 15.000
Classe B	Entre 5 por cento e 20 por cento	Rp 44.000
Classe C	Mais de 20 por cento	Rp 139.000

Assumindo que o teor de álcool no vinho brasileiro está entre 10 por cento - 20 por cento, o vinho brasileiro é classificado como álcool de Classe B, portanto sujeito aos tributos aduaneiros de Rp 44.000. Há uma exceção, se o vinho foi vendido numa loja isenta de impostos, então os vendedores não tiveram que pagar os tributos aduaneiros.

2.2.3. Imposto sobre o Rendimento

Além dos tributos, os importadores devem pagar também imposto sobre o rendimento da venda de produtos alcoólicos. Pelo Regulamento do Ministro das Finanças número 110/PMK.010/2018, todas as bebidas alcoólicas (classe A, B e C) estão sujeitas a 7,5% de imposto de renda para cada garrafa que está sendo vendida.

2.2.4. Como calcular os Tributos de Importação e o Imposto sobre os Rendimentos

Para calcular os tributos, primeiro temos de calcular o preço original do vinho e todos os custos associados a todos os esforços para exportar o vinho para a Indonésia (embalagem, transporte, seguros, etc.). Depois disso, acrescentamos os tributos de importação do custo total. Posteriormente, acrescentamos os tributos aduaneiros ao cálculo. Por último, acrescentamos o imposto sobre o rendimento aos custos e, finalmente, conseguimos obter o preço mínimo de venda a varejo do vinho.

Os cálculos são os seguintes:

1. Calcular os custos totais da importação de vinho para a Indonésia **Fórmula:**
*Preço original e outros custos (embalagem, seguro, transporte, etc.)***Exemplo:**
 Preço original do vinho (750 ml): Rp 200.000 Custos adicionais: Rp 100.000
 Custos totais do preço: Rp 200.000 + Rp 100.000= Rp 300.000
2. Calcular o tributo de importação e adicioná-lo aos custos **Fórmula:**
Custo total do Preço + tributo de importação
Exemplo:
 Preço total do vinho = Rp 300.000
 Tributo de importação (assumir teor alcóolico > 5.8%) =90%
 Preço com tributo de importação - Rp 300.000 + Rp (0,9 x 300.000) = Rp 300.000 + Rp 270.000 = Rp 570.000
3. Calcular o tributo aduaneiro e adicioná-lo aos custos **Fórmula:**
Preço total com o tributo de importação + tributo aduaneiro **Exemplo:**
 Preço total do vinho 750 ml (0,75 L) com tributo de importação= Rp 570.000
 Teor alcóolico (assumir classificação classe B)=
 18 por cento Preço com tributos= Rp 570.000 + Rp (0,75 x 44.000)= Rp 570.000 + Rp 33.000= Rp 603.000
4. Calcular o imposto sobre o rendimento, o imposto sobre o valor agregado (VAT) e obter o preço final **Fórmula:**
*Preço com tributos (imposto sobre o rendimento x preço com os tributos)***Exemplo:**
 Preço com tributos= Rp 603,000
 Imposto sobre rendimentos= 7,5%
 Imposto de valor agregado=10 por cento
 Preço final=Rp 603.000 (7,5 por cento x Rp 603.000) + (10 por cento x Rp 603.000)= Rp 603.000 + Rp 45.255+ Rp 60.300= Rp 708.555

2.2.5. Regulamentos Anteriores

Até o momento da redação, os regulamentos acima referidos eram os regulamentos mais recentes aplicados na Indonésia. Os regulamentos mais recentes cancelaram automaticamente os regulamentos anteriores. No entanto, para evitar qualquer confusão ou mal-entendido, seguem-se as últimas disposições anteriores à última alteração para ajudar na verificação cruzada.

Tributos Aduaneiros Anteriores

Anteriormente, com base no Regulamento do Ministro das Finanças n.º 132/PMK.010/2015, os tributos de importação do álcool são os seguintes:

Classificação	Teor de Álcool	Tributos Aduaneiros Anteriores (por litro)
Classe A	Até 5 por cento	Rp 13.000
Classe B	Entre 5 por cento e 20 por cento	Rp 44.000
Classe C	Mais de 20 por cento	Rp 139.000

As diferenças entre o antigo regulamento e os novos regulamentos são as seguintes:

1. Tributo aduaneiro ajustado com inflação para a classe A
2. Redução do tributo aduaneiro para a classe C devido a um tributo de importação já elevado para bebidas alcoólicas da classe C.

Imposto sobre o Rendimento Anterior

Anteriormente, não havia nenhuma regra relativa ao imposto sobre o rendimento dos importadores de álcool na Indonésia.

2.3. Requisitos de Rotulagem

Para obter uma licença de venda na Indonésia, os produtos vitivinícolas devem ser rotulados corretamente de acordo com as regras estabelecidas pela Agência Nacional de Alimentos e Medicamentos (BPOM). Antes de obter permissão para criar um rótulo, primeiro o produto deve ser verificado e aprovado pelo BPOM. Assim que o produto recebe aprovação da BPOM, o produto pode continuar a obter a sua etiqueta aprovada pela BPOM.

De acordo com os Regulamento da BPOM n.º 31/2018, todos os produtos alimentares (vinho incluído) devem ter um rótulo que contenha as seguintes informações:

- Nome do produto/marca
- Descrição dos ingredientes
- Volume (ou conteúdo líquido)
- Nome e endereço da empresa importadora
- Data e código de produção
- Número da licença de distribuição
- Data de validade

No entanto, uma vez que existem exceções em datas de validade para bebidas alcoólicas com um teor de álcool superior a 7%, não é necessário introduzir datas de validade para os produtos vitivinícolas.

Além da rotulagem acima referida, os produtos alcoólicos como o vinho devem também conter um rótulo de advertência. De acordo com o Regulamento da BPOM n.º 27/2017, a o rótulo de advertência deve conter o seguinte:

1. "MINUMAN BERALKOHOL" (bebida alcoólica) com o tipo de vinho descrito após a linha "Minuman Beralkohol", por exemplo anggur merah (vinho tinto), anggur putih (vinho branco), etc.
2. "DIBAWAH UMUR 21 TAHUN ATAU WANITA HAMIL DILARANG MINUM" (pessoas com menos de 21 anos ou mulheres grávidas proibidas de beber)
3. "Mengandung Alkohol ± ... por cento v/v" (contém álcool ± ... por cento). Esta advertência deve ser colocada em parte que seja fácil de ver

Abaixo está o rótulo das bebidas alcoólicas feitas de acordo com o regulamento da BPOM:

Rótulo de vinho em conformidade com o regulamento da BPOM

MINUMAN BERALKOHOL	
DE LA CHAPELLE	BPOM RI ML
Anggur Merah - Le Merlot	BPOM RI
(Mengandung Alkohol \pm 13.5 % v/v)	2D Barcode
Isi Bersih : 750 ml	
Diimpor oleh : PT.Jaddi Internasional, Jakarta 12560 - Indonesia	
Diproduksi oleh : LOUIS VIALARD , 1, rue des Iris - Zone d'Activites Lamothe FR-33112 ST Laurent Medoc, France	
Komposisi : Hasil Fermentasi Buah Anggur Merah, Pengawet Sulfit	
Mengandung alergen, lihat daftar bahan yang di cetak tebal	
Kode Produksi dan Tanggal Produksi : Lihat pada kemasan	
DI BAWAH UMUR 21 TAHUN ATAU WANITA HAMIL DILARANG MINUM	

Requisitos de Rotulagem Anteriores

O regulamento mais recente da BPOM (n.º 31/2018) foi feito para substituir o antigo regulamento (HK. 03.1.23.06.10.5166) sobre a rotulagem de alimentos. No regulamento anterior, o prazo de validade deve ser colocado no rótulo, com exceção de produtos como:

1. Vinho
2. Bebidas alcoólicas com teor de álcool superior a 10 por cento

Enquanto no novo regulamento, a exceção para o vinho foi retirada, mas o limiar para o teor de álcool foi reduzido de 10% para 7%

2.4. Normas Vitivinícolas

As Normas Nacionais Indonésias (SNI) regulamentam o escopo dos produtos, a definição do produto, o pré-requisito de qualidade, o método de amostragem, o método experimental, método de embalagem e método de designação das bebidas alcoólicas. As normas relativas ao vinho são as seguintes: SNI 4018:2018 (Código ICS: 67.160.10) para Vinho, SNI 01-6103-1999 (Código ICS : 67.160.10) para vinho com baixo teor alcóolico, SNI 01-6102-1999 (Código ICS : 67.160.10) para coquetel de vinho, e SNI 01-6104-1999 (Código ICS : 67.160.10) para o vinho aguardentado.

2.4.1. Normas de Qualidade do Vinho

As normas de qualidade do vinho, de acordo com a SNI 4018:2018, são as seguintes:

No	Fator	Unidade	Padrão a ser Cumprido
----	-------	---------	-----------------------

1	Aparências		
1.1	Cheiro	-	Normal/Distinto
1.2	Gosto	-	Normal/Distinto
2	Etanol	Volume porcentagem	5,1 - 20,0
3	Metanol	Volume porcentagem	Máximo de 0,01
4	Acidez Total	porcentagem (v/v)	Máximo de 1,0
5	Ácido Acético	porcentagem (v/v)	Máximo de 0,2
6	Contaminação Metal		
6.1	Chumbo (Pb)	mg/kg	Máximo de 0,20
6.2	Mercúrio (Hg)	mg/kg	Máximo de 0,03
6.3	Estanho (SN)	mg/kg	Máximo de 40,0 / 250,0 *
6.4	Cádmio (Cd)	mg/kg	Máximo de 0,20
7	Contaminação por Arsênio (AS)	mg/kg	Máximo 0,10
Nota: * para vinho em embalagem de lata			

a. Normas de Qualidade dos Vinhos Espumantes

As normas de qualidade do vinho espumante, de acordo com a SNI 01-6101-1999, são as seguintes:

No	Fator	Unidade	Padrão a ser Cumprido
1	Aparências		
1.1	Cheiro	-	Distinto
1.2	Gosto	-	Distinto
2	Etanol	Volume porcentagem	8 - 20
3	Dióxido de Carbono	g/l	Mínimo de 5
4	Metanol	Volume porcentagem	Máximo de 0,1
5	Ácido Acético	g/l	Máximo de 1,5
6	Aditivos Alimentares		
6.1	Corantes Alimentares	-	Negativo
6.2	Dióxido de Enxofre	mg/l	Máximo de 300
6.3	Edulcorantes Artificiais	-	Negativo
7	Contaminação Metal		
7.1	Chumbo (Pb)	mg/kg	Máximo de 0,20

7.2	Cobre (Cu)	mg/kg	Máximo de 2,0
7.3	Zinco (Zn)	mg/kg	Máximo de 2,0
7.4	Estanho (SN)	mg/kg	Máximo 40,0/250,0*
7.5	Mercúrio (Hg)	mg/kg	Máximo de 0,03
7	Contaminação por Arsênio (AS)	mg/kg	Máximo 0,10
Nota: * para vinho em embalagem de lata			

b. Normas de Qualidade dos Coquetéis de Vinho

As normas de qualidade do coquetel de vinho, de acordo com a SNI 01-6102-1999, são as seguintes:

No	Fator	Unidade	Padrão a ser Cumprido
1	Aparências		
1.1	Cheiro	-	Distinto
1.2	Gosto	-	Distinto
2	Etanol	Volume porcentagem	8 - 23
3	Metanol	Volume porcentagem	Máximo de 0,1
4	Ácido Acético	g/100 ml	Máximo de 0,2
5	Aditivos Alimentares		
5.1	Corantes Alimentares	-	De acordo com a SNI 01-0222-1995
6.2	Dióxido de Enxofre	mg/kg	Máximo de 200
6.3	Edulcorantes Artificiais	-	Negativo
7	Contaminação Metal		
7.1	Chumbo (Pb)	mg/kg	Máximo de 0,20
7.2	Cobre (Cu)	mg/kg	Máximo de 2,0
7.3	Zinco (Zn)	mg/kg	Máximo de 2,0
7.4	Estanho (SN)	mg/kg	Máximo 40,0/250,0*
7.5	Mercúrio (Hg)	mg/kg	Máximo de 0,03
7	Contaminação por Arsênio (AS)	mg/kg	Máximo 0,10
Nota: * para vinho em embalagem de lata			

c. Norma de Qualidade do Vinho com Baixo Teor Alcólico

As normas de qualidade do vinho com baixo teor alcólico, de acordo com a SNI 01-6103-1999, são as seguintes:

No	Fator	Unidade	Padrão a ser Cumprido
----	-------	---------	-----------------------

1	Aparências		
1.1	Cheiro	-	Normal/Distinto
1.2	Gosto	-	Normal/Distinto
2	Etanol		
2.1	Vinho com Baixo Teor Alcolóico Vinho com Teor Alcolóico Reduzido	percentagem de volume	Máximo 1,15
2.2		percentagem de volume	1,15 - 6,5
3	Metanol	Volume porcentagem	Máximo de 0,1
4	Ácido Acético	g/100 ml	Máximo de 0,2
5	Aditivos Alimentares		
5.1	Corantes Alimentícios	-	De acordo com a SNI 01-0222-1995
5.2	Conservantes (SO ₂)	mg/kg	Máximo de 200
6	Contaminação Metal		
6.1	Chumbo (Pb)	mg/kg	Máximo de 0,20
6.2	Cobre (Cu)	mg/kg	Máximo de 2,0
6.3	Zinco (Zn)	mg/kg	Máximo de 2,0
6.4	Estanho (SN)	mg/kg	Máximo 40,0/250,0*
6.5	Mercúrio (Hg)	mg/kg	Máximo de 0,03
7	Contaminação por Arsênio (AS)	mg/kg	Máximo 0,10
Nota: * para vinho em embalagem de lata			

d. Normas de Qualidade Vinho Aguardentado

As normas de qualidade do vinho aguardentado, de acordo com a SNI 01-6104-1999, são as seguintes:

No	Fator	Unidade	Padrão a ser Cumprido
1	Aparências		
1.1	Cheiro	-	Normal/Distinto
1.2	Gosto	-	Normal/Distinto
2	Etanol	Volume porcentagem	15 - 22
3	Metanol	Volume porcentagem	Máximo de 0,1
4	Ácido Acético	g/100 ml	Máximo de 0,2
5	Aditivos Alimentares		

5.1	Corantes Alimentícios	-	De acordo com a SNI 01-0222-1995 Máximo de 200
5.2	Conservantes (SO ₂)	mg/kg	
6	Contaminação Metal		
6.1	Chumbo (Pb)	mg/kg	Máximo de 0,20
6.2	Cobre (Cu)	mg/kg	Máximo de 2,0
6.3	Zinco (Zn)	mg/kg	Máximo de 2,0
6.4	Estanho (SN)	mg/kg	Máximo 40,0/250,0*
6.5	Mercúrio (Hg)	mg/kg	Máximo de 0,03
7	Contaminação por Arsênio (AS)	mg/kg	Máximo 0,10
Nota: * para vinho em embalagem de lata			

2.4.2 Normas de Higiene, Embalagem e Rotulagem

a. Normas de Higiene

O processo de produção, incluindo a preparação e o manuseamento, deve respeitar as normas de higiene estabelecidas na lei

b. Normas de Embalagem

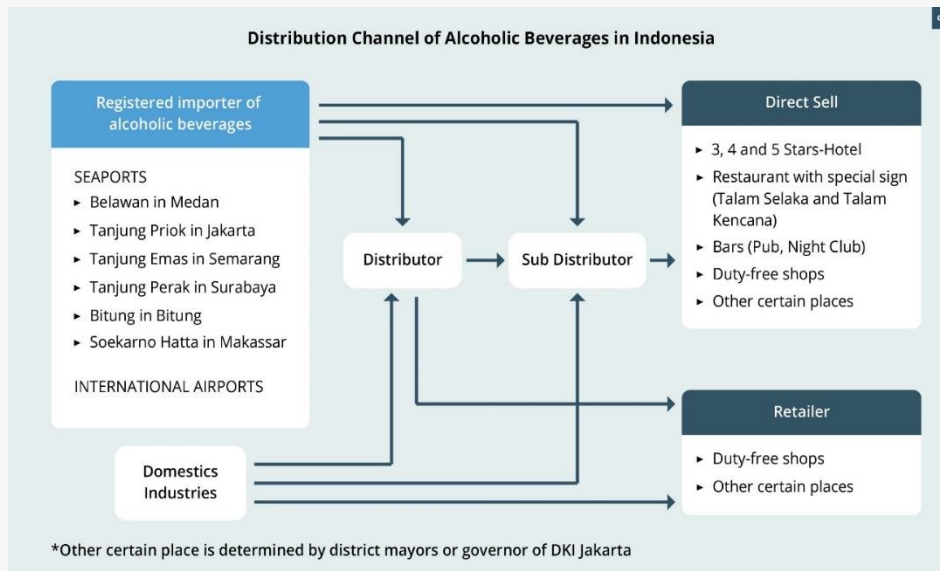
O produto deve ser embalado num recipiente bem fechado que não contamine o conteúdo e seja seguro durante o transporte e a armazenagem.

c. Normas de Rotulagem

Consulte 2.3 Requisitos de Rotulagem para detalhes

2.5. Distribuição e Vendas Internas de Vinho

A distribuição interna de bebidas alcoólicas é altamente regulada dos portos onde pode entrar no país para os lugares, podendo ser vendida aos consumidores finais. As bebidas alcoólicas entram no país através de centros vinculados logísticos e são transportadas pelos importadores para distribuidores ou diretamente para estabelecimentos licenciados varejistas e os abertos ao público. De acordo com o Regulamento Presidencial (Perpres) n.º 74/2013, as bebidas alcoólicas só podem ser vendidas em hotéis, restaurantes, bares (horeca), lojas isentas de tributos e outros locais. Os outros lugares determinados são decididos pelo regente ou prefeito de cada região, e no caso da Região da Capital Especial de Jacarta, é decidido pelo Governador de Jacarta.



Fonte: Ministério da Indústria (2012) com alterações.



2.5.1. Ven

*Outros lugares específicos são determinados por prefeitos distritais ou governadores de Jacarta DKI

As bebidas alcoólicas são um dos produtos mais fortemente regulamentados na Indonésia. Como em outros países, há várias restrições e limitações sobre quem pode comprar bebidas alcoólicas e onde comprar bebidas alcoólicas. Em algumas áreas, há também uma limitação de tempo quando bebidas alcoólicas podem ser vendidas.

Para começar, apenas as pessoas com idade igual ou superior a 21 anos podem comprar bebidas alcoólicas. Todos os clientes que gostariam de comprar bebidas alcoólicas devem mostrar o seu documento de identificação para garantir que têm idade suficiente para comprar uma.

Com base no Regulamento nº 6/2015 do Ministro do Comércio, no artigo 14, as bebidas alcoólicas só podem ser vendidas nestes locais:

1. Hotéis licenciados
2. Restaurantes licenciados
3. Bares, pubs ou clubes credenciados
4. Supermercados ou hipermercados licenciados
5. Varejistas licenciados

As lojas isentas de tributos enquanto varejistas situados na zona aduaneira, só são autorizadas a vender bebidas alcoólicas a pessoas que viajam para fora do país ou a passageiros que se encontrem em trânsito na zona aduaneira. Neste caso, os compradores devem apresentar o seu passaporte e cartão de embarque.

Entretanto, as lojas isentas de tributos localizadas na cidade só podem vender bebidas alcoólicas para:

1. Os membros do corpo diplomático ou das instituições afetos à Indonésia e às suas famílias domiciliadas na Indonésia,
2. Funcionários/peritos que trabalham para agências internacionais na Indonésia que têm imunidade diplomática e suas respectivas famílias,
3. Turistas estrangeiros que deixarão a área aduaneira.

Neste caso, os compradores devem apresentar o seu passaporte e/ou carteira de identidade para provar a sua imunidade diplomática.

2.5.2. Vendas varejistas fora da Horeca

Locais de venda de álcool fora do hotel, restaurante, cafés (horeca) devem ter autorização comercial alcoólica (SIUP-MB), emitida por regentes ou prefeitos e no caso de Jacarta pelo governador de Jacarta. A SIUP-MB pode ser obtida através do governo local, no caso da Indonésia, a SIUP-MB pode ser obtida através do regente, prefeito ou governador. Neste relatório, iremos fornecer os requisitos para a requisitar uma SIUP-MB em Bali e Jacarta.

a. Requisitos SIUP-MB em Bali

Para solicitar a SIUP-MB em Bali, o varejista deve ter:

1. Cartas de nomeação de subdistribuidores
2. Fotocópia da licença comercial (SIUP)
3. Fotocópia do registo da empresa (TDP)
4. Fotocópia do Número de Referência de Contribuinte (NPWP)
5. Fotocópia do carteira de identidade do proprietário (KTP)
6. Fotocópia da Licença Local de Negócios (SITU)
7. Fotocópia do BPJS Kesehatan ou Ketenagakerjaan
8. Quatro (4) cópias de fotos de passaporte (4 x 6 cm) do proprietário

O varejista deve pagar uma retribuição anual ao governo local, no montante de:

1. Rp 800.000 (cerca de US\$ 55 com taxa de câmbio de Rp 14.500 por USD) por ano para venda de álcool de Classe B (nível de álcool entre 5 - e 20 por cento)
2. Rp 1.200.000 por ano para venda de álcool de classe C (teor de álcool superior a 20 por cento)

b. Requisitos SIUP-MB em Jacarta

Para solicitar a SIUP-MB em Jacarta, o varejista deve ter:

1. Carta de solicitação para a SIUP-MB
2. Carteira de identidade do proprietário (KTP)
3. Fotocópia do registo da empresa (TDP)
4. Cartas de nomeação de subdistribuidores
5. Aprovação e fotocópia da carteira de identidade dos vizinhos
6. Proposta de plano de venda
7. Número de Identificação Comercial para Impostos Especiais de Consumo (NPBKC)
8. Carta de declaração relativa à capacidade de pagamento do imposto de arrecadação regional (SKRD)

2.5.3. Proibição de vendas

O Regulamento Presidencial n.º 74/2013 permite aos regentes ou prefeitos, ou no caso da Região da Capital Especial de Jacarta, o Governador de Jacarta, conceder licenças aos varejistas para venderem bebidas alcoólicas fora da horeca e de lojas isentas de tributos. No entanto, os varejistas não estão autorizados a vender bebidas alcoólicas se a sua loja se encontrar perto de um destes locais:

1. Centro da juventude
2. Terminal rodoviário
3. Estação ferroviária
4. Escolas
5. Lugar de adoração
6. Hospitais

2.6. Vendas online

O Regulamento do Ministro do Comércio n.º 20/2014 e as suas seis alterações nunca abordaram as vendas em plataformas online. Há alguma confusão a respeito do mecanismo de venda bebidas alcoólicas online. Como um esforço para controlar as vendas de bebidas alcoólicas on-line, a Agência de Monitoramento de Alimentos e Medicamentos (BPOM) emitiu em 6 de abril a Perka BPOM n.º 8/2020 sobre o controle de medicamentos e alimentos distribuídos on-line. O artigo 29 do regulamento deixava bem claro que as bebidas alcoólicas estão proibidas de serem vendidas on line. No entanto, a agência emitiu a Perka BPOM n.º 32/2020 em 30 de dezembro para alterar a Perka BPOM n.º 8/2020, eliminando o artigo 29.

Durante a pandemia, alguns varejistas oferecem a venda do seu produto online. O Ministério do Comércio finalmente libera instruções para proibir as vendas on-line em fevereiro de 2021, citando as necessidades de rastreabilidade tanto para os consumidores quanto para os varejistas.

2.7. Projeto de Lei de Proibição de Álcool

Os legisladores de partidos islâmicos na Casa Legislativa, especialmente o Partido do Desenvolvimento Unido (PPP) e o Partido da Justiça Próspero (PKS), e um legislador do Partido Gerindra, iniciaram um esforço recente para retomar a deliberação do projeto de lei de proibição do álcool, que foi introduzida pela primeira vez em 2015. Os legisladores argumentaram que era importante que o país tivesse uma lei mais forte que regulasse a produção e o consumo de álcool para proteger o público das consequências negativas do consumo de álcool.

O projeto de lei foi elaborado com o apoio da maioria dos eleitores muçulmanos, mas enfrenta a oposição de províncias predominantemente não muçulmanas, como Bali e Sulawesi Setentrional. Ao contrário do atual regime, que regulamenta a produção, distribuição e consumo de bebidas alcoólicas, o projeto de lei de proibição do álcool proibiria a distribuição da produção e o consumo de bebidas alcoólicas, com algumas exceções.

O projeto de lei argumenta que proíbe a produção, distribuição, armazenamento e consumo de álcool para evitar danos ao público, criar ordem, proteger o público contra alcoólatras e criar consciência sobre os perigos do consumo de álcool. A oposição ao projeto de lei disse que o projeto de lei deixaria milhares de trabalhadores desempregados. Além disso, é provável que a proibição seja um tiro pela culatra, uma vez que as pessoas iriam procurar o mercado negro de bebidas alcoólicas e iriam se expor a riscos maiores de saúde e segurança.⁶ (Leia mais sobre na seção de **Mapeamento de Atores Mercado de Vinho da Indonésia**).

A seguir estão artigos controversos na lei de proibição do álcool⁷:

Artigo 4

(1) As bebidas alcoólicas proibidas incluem álcool do tipo A, com teor de etanol de 1 por cento a 5 por cento, álcool do tipo B, com teor de etanol de 5 por cento a 20 por cento e álcool do tipo C, com teor de etanol de 20 por cento a 55 por cento.

(2) As bebidas alcoólicas proibidas do tipo (1) incluem as bebidas alcoólicas tradicionais e as bebidas alcoólicas mistas.

Artigo 5

Ninguém pode produzir bebidas alcoólicas do tipo A, do tipo B, do tipo C, tradicionais ou mistas

Artigo 6

Ninguém pode armazenar, distribuir ou vender bebidas alcoólicas do tipo A, do tipo B, do tipo C, tradicionais ou mistas

Artigo 7

Ninguém pode consumir bebidas alcoólicas do tipo A, do tipo B, do tipo C, tradicionais ou mistas

⁶ The Jakarta Post, "Last call?: A Indonésia retoma a deliberação da proibição do álcool", 13 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/1pj3hnc3>

⁷ O Jakarta Post, "Os produtores de álcool que suportam regulamentação, rejeitam a proibição", 15 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/1qkwfpd2>

Artigo 8

A proibição do álcool não se aplica a rituais tradicionais, cerimônias religiosas, turistas, usos farmacêuticos e estabelecimentos com autorizações especiais.

Artigo 9

O governo é obrigado a usar 20 por cento das receitas fiscais de bebidas alcoólicas para educar o público sobre os perigos de bebidas alcoólicas e para reabilitar alcoólatras.

Artigo 17

O público, individualmente ou em grupos, pode participar na imposição da proibição do álcool, informando as autoridades se encontrar a produção, distribuição, venda e/ou consumo de bebidas alcoólicas. Qualquer pessoa que participe na imposição das regras de proibição do álcool será protegida por lei.

Artigo 18

Qualquer pessoa que seja descoberto produzindo bebidas alcoólicas terá um máximo de 10 anos de prisão e Rp 1 bilhão em multas.

Artigo 19

Qualquer pessoa que seja descoberto armazenando, distribuindo ou vendendo bebidas alcoólicas terá um máximo de 10 anos de prisão e Rp 1 bilhão em multas.

Artigo 20

Qualquer pessoa que seja descoberto consumindo bebidas alcoólicas terá um máximo de 2 anos de prisão e Rp 50 milhões em multas.

Artigo 21

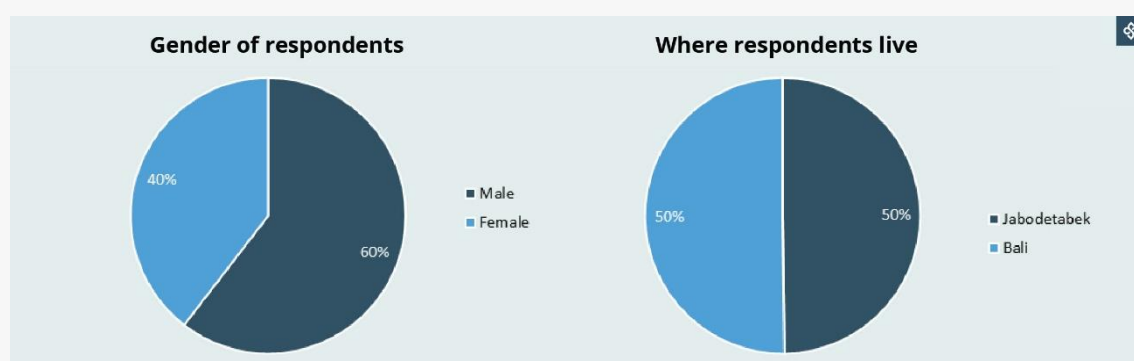
Qualquer pessoa que seja descoberto perturbando a ordem pública como consequência do consumo de bebidas alcoólicas terá um máximo de cinco anos de prisão e Rp 100 milhões em multas.

3. Análise de Mercado

Para entender o comportamento do consumo de vinho do consumidor e sua perspectiva sobre o vinho brasileiro, a Strategics realizou um estudo de análise de mercado utilizando questionário que foi distribuído através do Google Docs. O questionário foi especificamente dirigido às pessoas que vivem em Jabodetabek (Jacarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) e Bali. Há 215 pessoas participando do estudo.

3.1. Demográfico

Dos 215 respondentes, 130 deles ou 60,5% são do sexo masculino, enquanto os restantes 85 (39,5%) são do sexo feminino. A proporção de pessoas que moravam em Jabodetabek e Bali era quase igual, com 107 pessoas morando em Jabodetabek (49,8%) enquanto o restante 108 morava em Bali (50,2%)



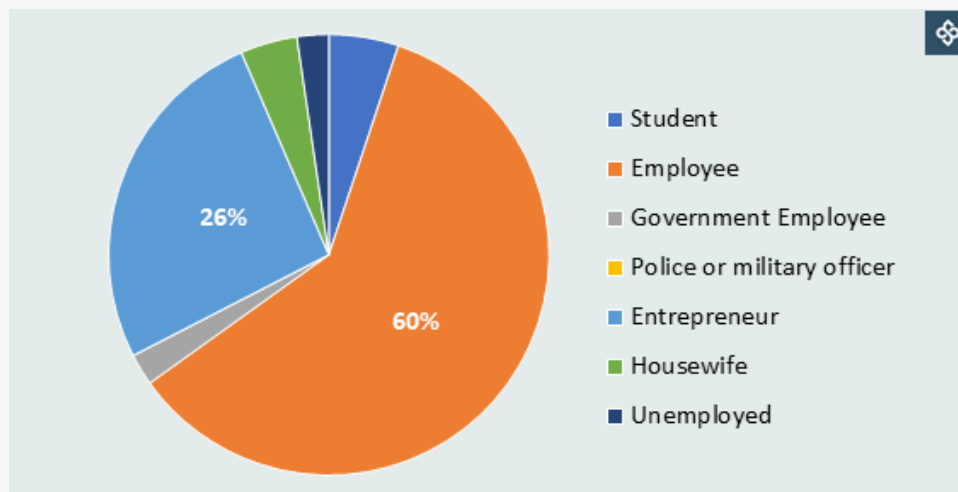
Sexo dos entrevistados

Masculino
Feminino

Onde os entrevistados moram

Em termos de ocupação, a maioria dos entrevistados estava trabalhando como empregado (60 por cento) e como empresário (26 por cento), seguido por estudantes com 5,1 por cento, donas de casa (4,2 por cento), funcionário do governo e desempregado (2,3 por cento cada).

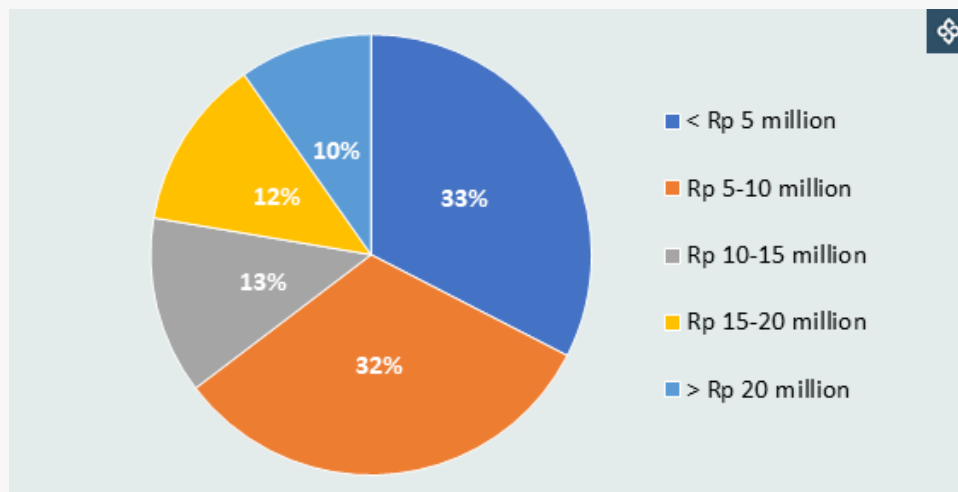
A ocupação dos entrevistados



Estudante
 Empregado
 Empregado Governo
 Policial ou oficial militar
 Empresário
 Dona de casa
 Desempregado

Em média, o nosso levantamento revelou que a maior proporção do nossos entrevistados, 32,6 cento, tem uma despesa mensal total inferior a Rp 5 milhões, seguida por 32,1% dos entrevistados que gastavam entre Rp 5 milhões – Rp 10 milhões por mês. 13 por cento deles gastaram entre Rp 10 – 15 milhões, enquanto 12,6 por cento gastaram entre Rp 15 – 20 milhões e 9,8% gastaram mais de Rp 20 milhões por mês.

Média de gastos mensais

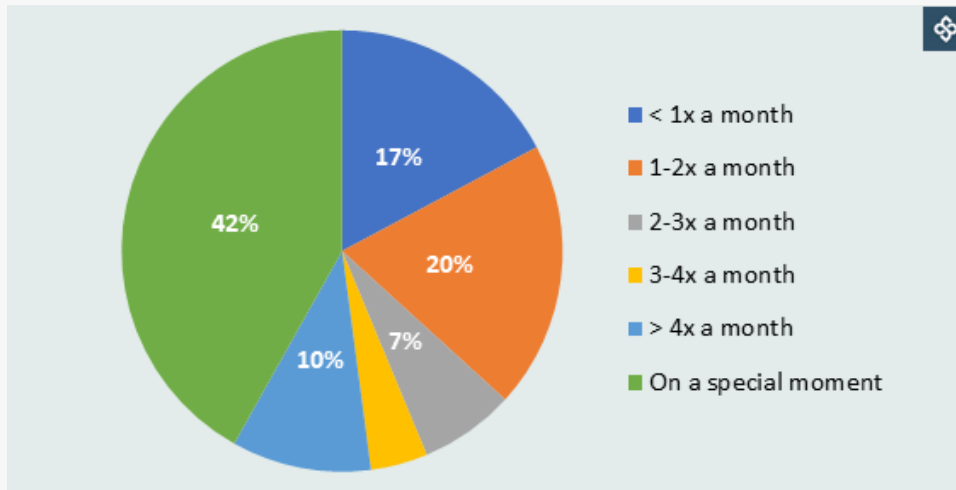


Million= milhões

3.2. Comportamento de Consumo de Vinho

A maior proporção de nossos entrevistados, 41,9%, disseram que bebiam vinho quando havia um momento especial para celebrar. 19,5% deles disseram que bebiam vinho 1 a 2 vezes por mês, enquanto 17,2% deles disseram que bebem vinho menos de 1 vez por mês. Curiosamente, 10,2% dos entrevistados disseram que estavam bebendo vinho mais de 4 vezes por mês, e para essas pessoas, beber vinho é parte de seus hábitos.

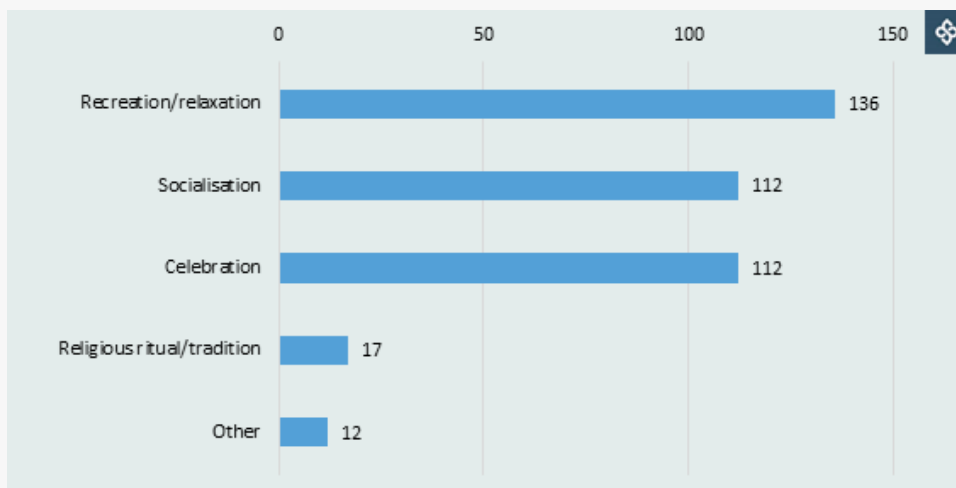
Frequência de consumo de vinho



a Month= por mês
On a special moment= em momentos especiais

Ao ser perguntado sobre sua principal razão de beber vinho (os entrevistados podem indicar mais de 1 razão pela qual eles bebiam vinho), 63,3% deles disseram que bebem vinho para relaxamento/recreação, enquanto 52,1% deles disseram que bebem vinho para socialização e celebração.

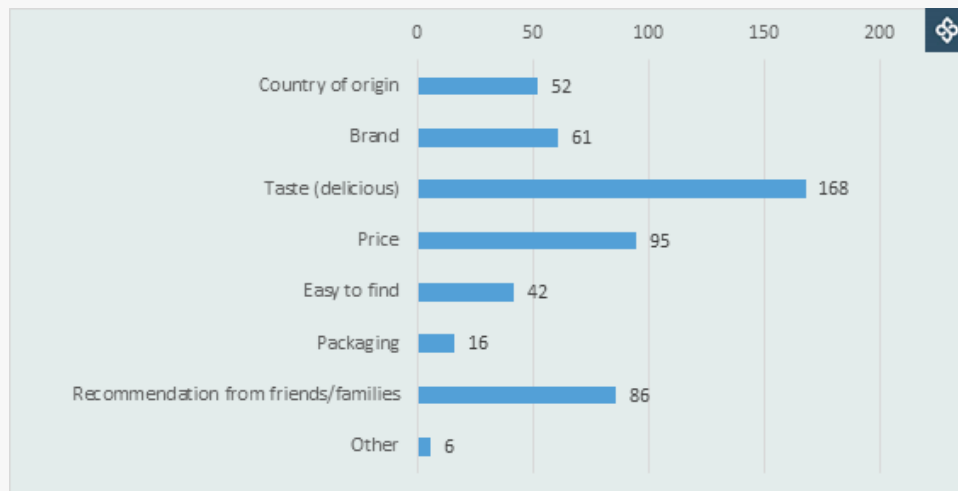
As principais razões das pessoas beberem vinho



Recreação/descontração
Socialização
Celebração
Ritual religioso/tradição
Outros

Sobre os motivos de compra de vinho, os entrevistados podem escolher mais de uma resposta, as três principais repostas para comprar vinho são o sabor do vinho (78,1 por cento), seguido pelo preço (44,2 por cento), e recomendação de amigos/colegas (40 por cento)

Considerações ao comprar vinho



País de origem
 Marca
 Gosto (delicioso)
 Preço
 Fácil de encontrar
 Embalagem
 Recomendação de amigos/familiares
 Outros

No que diz respeito ao vinho mais consumido, o levantamento revelou que o vinho tinto é o vinho mais consumido (70,7 por cento), seguido de vinho branco (32,1 por cento) e rosê (31,6 por cento)

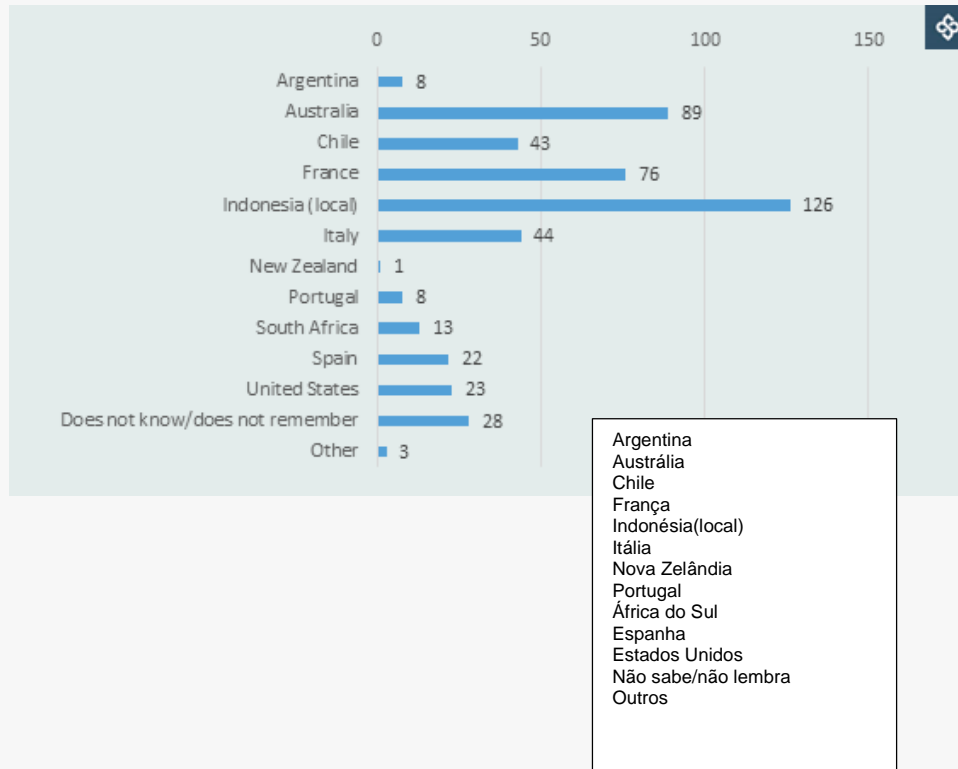
Tipo de vinho normalmente consumido



Vinho vermelho
 Vinho branco
 Rosê
 Vinho vermelho espumante
 Branco espumante
 Vinho aguardentado
 Vinho de arroz
 Kolesom/Vinho de Ginseng
 Outros

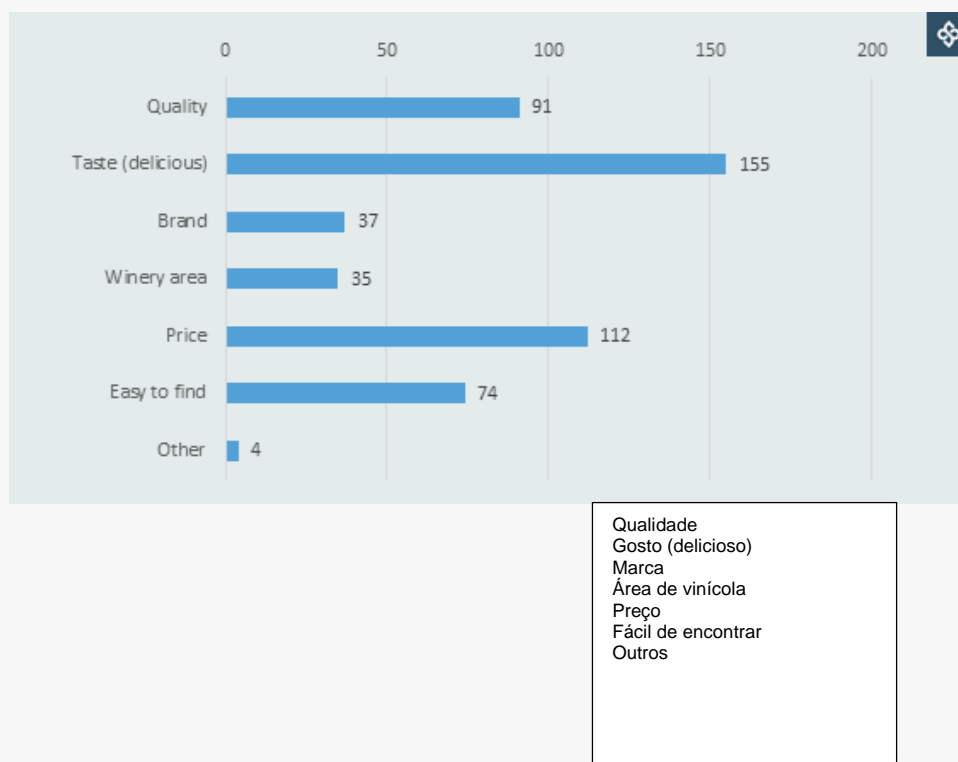
Sobre o país de origem, o levantamento descobriu surpreendentemente que o vinho indonésio local é o vinho mais preferido (por 58,6% dos entrevistados), seguido pelo vinho australiano (41,4%), vinho francês (35,3%) e vinho chileno (20%).

Vinho favorito baseado no país de origem



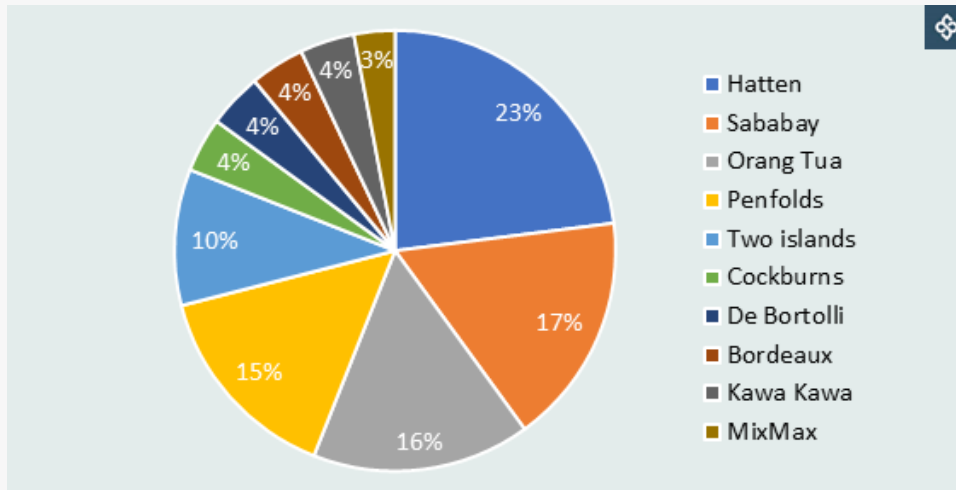
Ao serem questionados por que preferem o vinho de um determinado país, a maioria dos entrevistados disse que um gosto decente se tornou a principal razão pela qual eles escolhem o vinho (72,1%), seguido pelo preço (52,1%) – isso indica que os bebedores de vinho indonésios são sensíveis ao preço.

Considerações sobre a compra de vinho de um determinado país



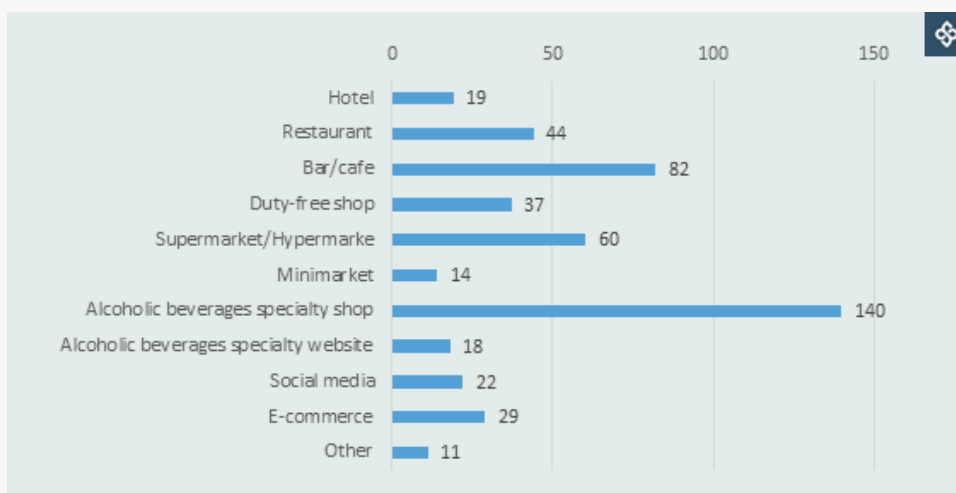
Sobre as marcas de vinho favoritas, o levantamento descobriu que as 3 primeiras posições foram preenchidas por produtos vitivinícolas locais - Hatten (23%), Sababay (17%) e Orang Tua (16%). Isto está de acordo com as conclusões anteriores que a maioria dos entrevistados prefere o vinho local. Entretanto, as principais marcas de vinhos importados são a Australian wine Penfolds (15 por cento) e Two Islands (10 por cento). Outras marcas têm menos de cinco por cento. Isto também está de acordo com os dados de que a Austrália se tornou o maior exportador de vinho para a Indonésia.

As 10 principais marcas de vinhos favoritas



Considerando as regras estritas sobre onde os vinhos podem ser vendidos na Indonésia, não é uma surpresa que a maioria dos nossos entrevistados comprou vinho através da loja especializada que vende vinho (65,1 por cento) e bar/café (38,1 por cento). Entretanto, 27,9 por cento dos entrevistados disseram que compraram vinho em supermercado / hipermercado licenciados

Onde comprar vinho

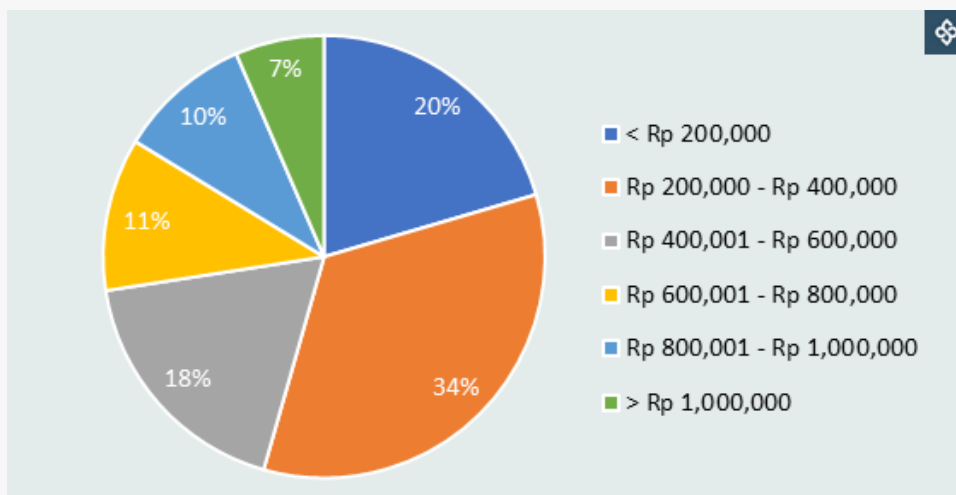


- Hotel
- Restaurante
- Bar/Café
- Loja isenta de tributos(duty-free)
- Supermercado/Hipermercado
- Minimercado
- Lojas especializadas em bebidas alcóolicas
- Website especializado em bebidas alcóolicas
- Mídia Social
- E-comércio
- Outros

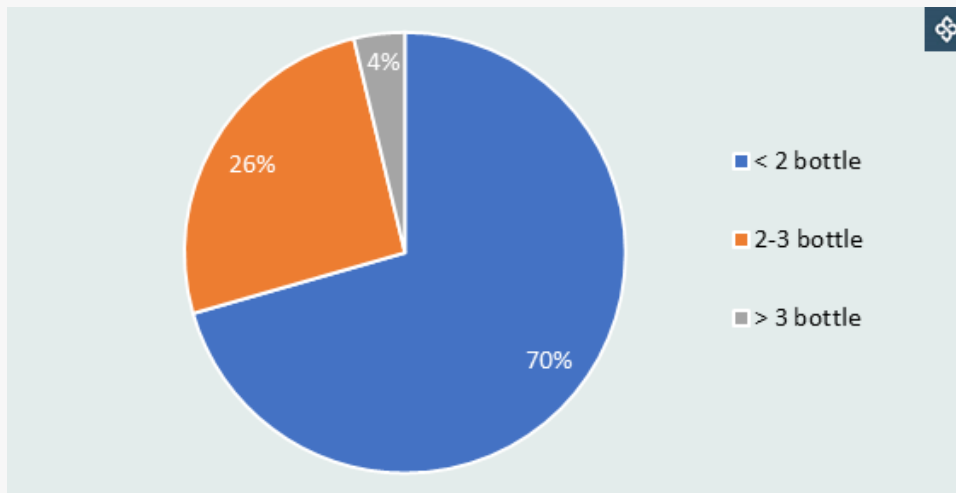
Quando se trata de quanto os consumidores gastaram para comprar uma garrafa de vinho, 34 por cento disseram que gastaram cerca de Rp 200.000 – Rp 400.000 para uma garrafa de vinho, e 20.5 por cento disseram que gastaram menos de Rp 200.000 por uma garrafa de vinho. Isto significa que 45,5 por cento das pessoas estão dispostas a gastar mais de Rp 600.000 por uma garrafa de vinho. Nosso levantamento também descobriu que a maioria das pessoas (70,2%) comprava menos de 2 garrafas de vinho por transação.

Em média, os entrevistados disseram que estavam dispostos a gastar cerca de Rp 200.000-Rp 400.000 por uma garrafa de vinho. Um levantamento posterior descobriu que os padrões de consumo eram diferentes conforme a ocupação. Os empregados e os empreendedores, porque têm o poder de compra melhor comparado a outras ocupações, estão dispostos a gastar mais do que Rp 400.000 por uma garrafa de vinho.

Despesa média por 1 (uma) garrafa de vinho



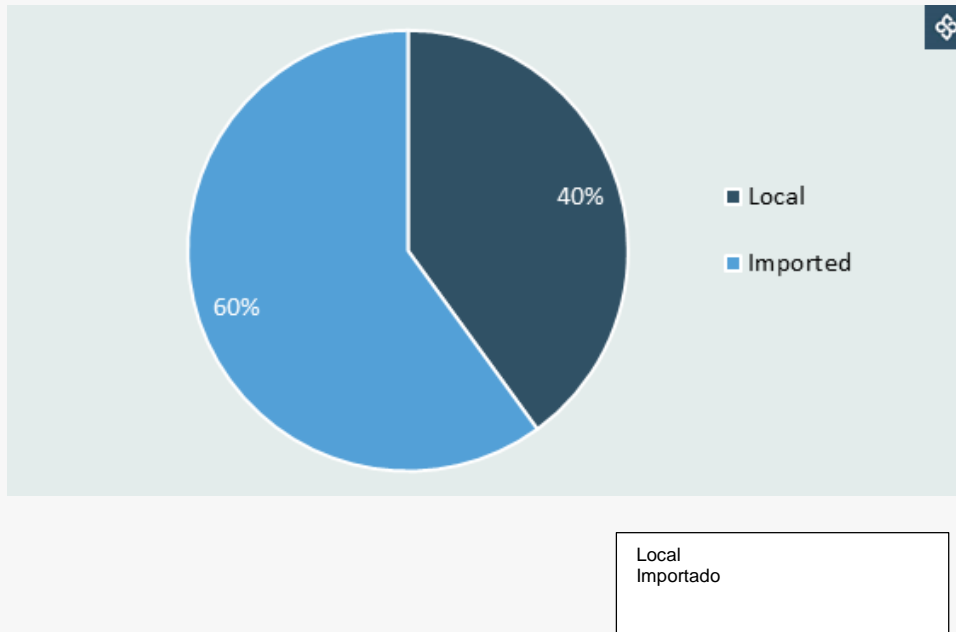
Número de garrafas compradas por transação



Bottle=garrafa

Por último, quando questionados quais os vinhos que preferem: vinho importado ou vinho local, 59,5% dos nossos entrevistados disseram que preferem vinho importado. Quando desmembramos os dados segundo a ocupação, a maioria deles prefere o vinho importado – apenas Donas de casa, estudantes e Funcionários do Governo numa leve proporção preferem o vinho local. Isso indica que há potencial para o vinho brasileiro na Indonésia, uma vez que os consumidores preferem o vinho importado.

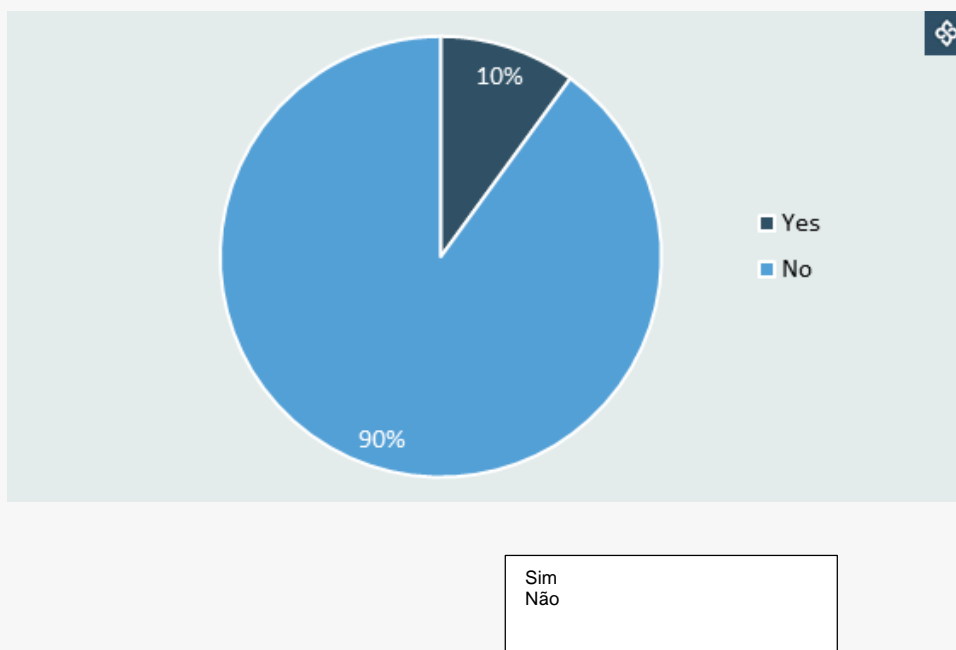
Vinho importado preferido ou vinho local



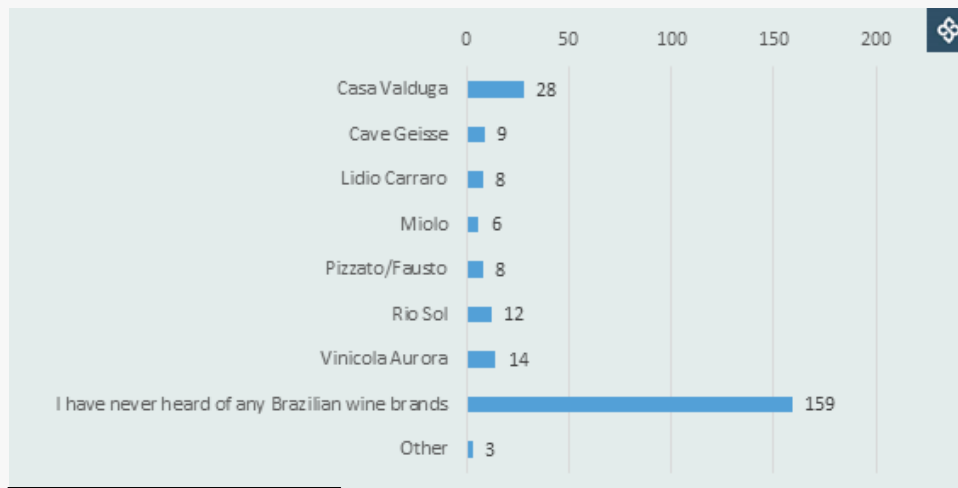
3.3. Conscientização do Vinho Brasileiro

Ao serem questionados se eles provaram o vinho brasileiro, um uma porcentagem gritante de 90,2 disse que nunca provaram o vinho brasileiro. Quando questionados se eles já ouviram falar alguma marca brasileira de vinho, como a Casa Valduga, 74% deles disseram que o nome do vinho brasileiro não lhes era familiar

Se os entrevistados experimentaram o vinho brasileiro



Conscientização do marca de Vinho Brasileiro

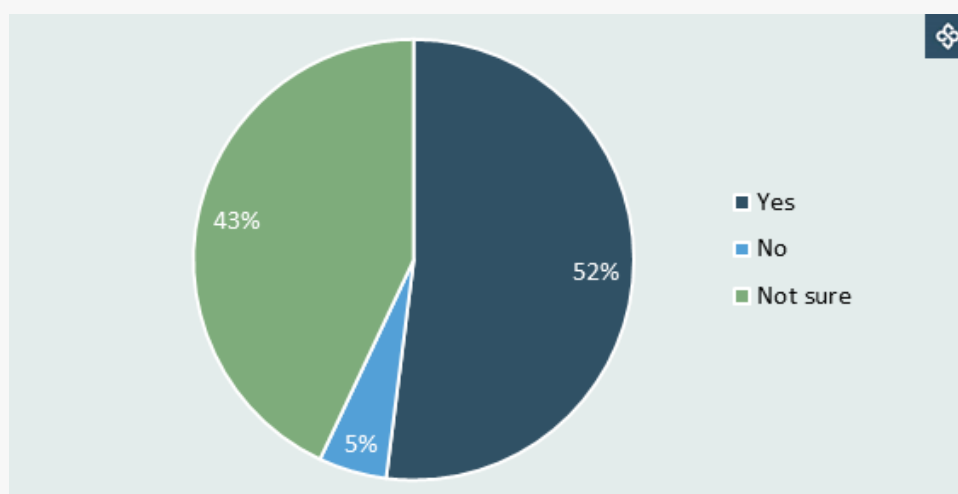


Casa Valduga...

 Nunca ouvi falar de nenhuma
 marca brasileira de vinho
 Outros

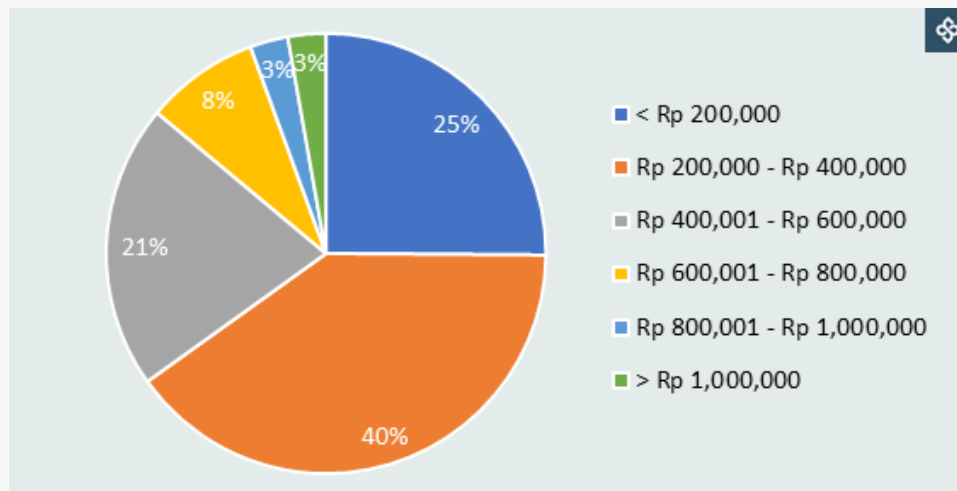
Apesar de a maioria dos indonésios nunca ter ouvido falar de vinho brasileiro, eles estão bastante abertos a ele, com 51,6% dos entrevistados respondendo que estão dispostos a comprar o vinho brasileiro, enquanto 42,8% ainda não estão decididos. De acordo com nossa descoberta anterior sobre a vontade das pessoas de gastar em vinho, a maioria de nossos entrevistados, 65,1%, está disposta a gastar até Rp 400.000 por uma garrafa de vinho brasileiro

Disposição de comprar vinho brasileiro



Sim
 Não
 Não tenho certeza

Disposição de pagar pelo vinho brasileiro



Finalmente, perguntamos aos entrevistados o que vem à sua mente quando ouviam falar do vinho brasileiro. Abaixo vários pontos interessantes apresentados pelos entrevistados:

"O Brasil tem vinho?"

"Samba"

"Interessante"

"Gosto do Paraíso e da celebração"



Capítulo II

Cenário Político do Mercado de Vinhos da Indonésia

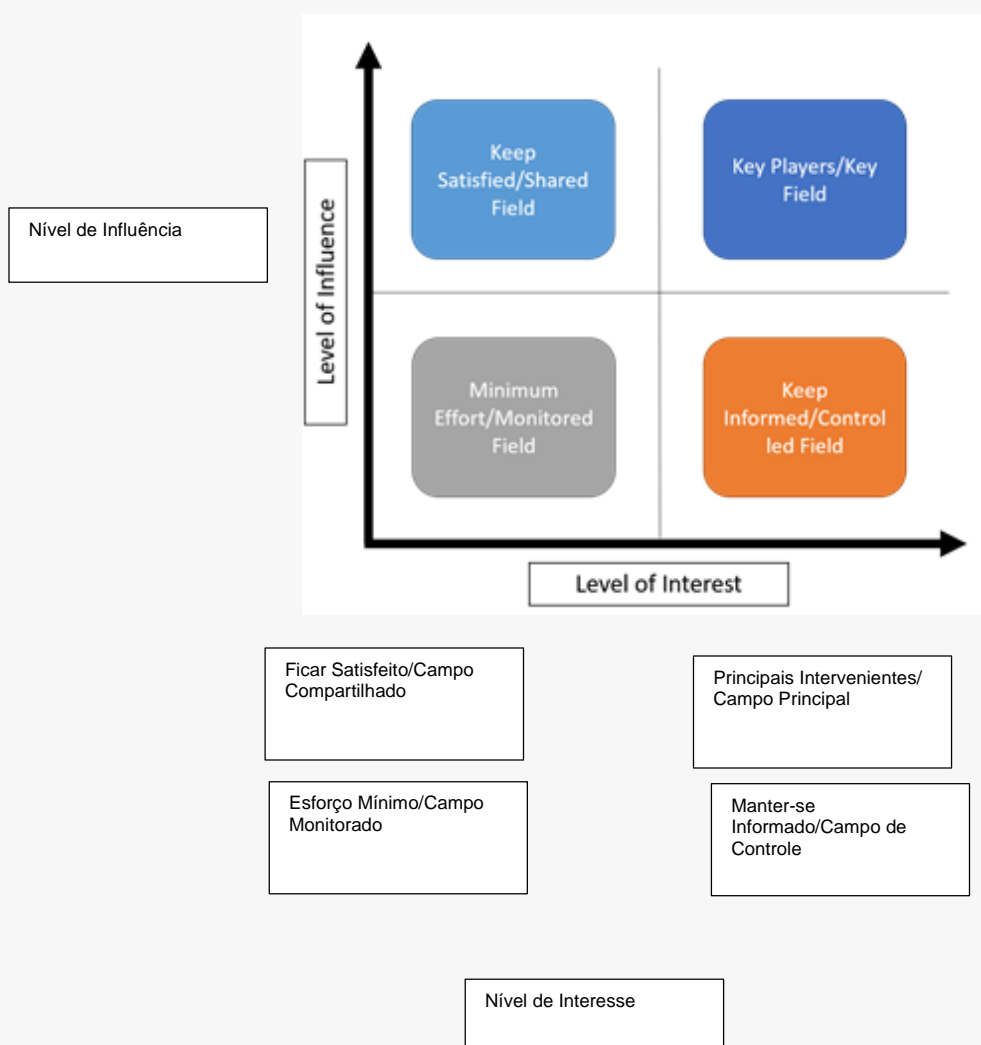
1. Metodologia

A equipe de investigação recolheu documentos, notícias e informações de código aberto de Janeiro de 2018 a Dezembro de 2020, orientados pelas seguintes questões de pesquisa:

- Quem são os atores que têm altos níveis de influência e interesse no mercado vitivinícola da Indonésia?
- Quais são as questões que têm elevados níveis de importância e influência?
- Por que razão os atores têm elevados níveis de influência e interesse no mercado vitivinícola?

Para responder às perguntas, realizamos uma Análise da Rede Social para mapear a rede de atores chaves com grandes interesses e influência no mercado vitivinícola da Indonésia, bem como para traçar as questões que são mais proeminentes durante o período. Empregamos a Análise da Rede Social para determinar a matriz de influenciadores e a relação entre atores.

Ao quantificar os dados qualitativos, a análise utiliza duas medidas de centralidade de rede, que são a centralidade de autovetor e o pagerank, para construir a Matriz de Influenciadores. A centralidade de autovetor mede a forma como um ator ou questão está bem conectado, tendo em conta a conexão das suas redes. Atores ou questões com alta centralidade de autovetor significa que estão conectados a muitos outros atores ou questões, especialmente aqueles que estão conectados a ainda mais atores ou a si próprios. Este estudo mede o nível de interesse usando a fórmula de pagerank estimando a probabilidade de diferentes atores ou problemas ocorrerem ao discutir um determinado ator ou problema. Os atores e as questões que têm alta probabilidade de ocorrer indicam que têm alto nível de interesse na rede. Com base nos resultados da centralidade de autovetor e das medidas pagerank, dividimos a Matriz de Influenciadores em quatro quadrantes, nomeadamente os "principais intervenientes", "ficar satisfeito", "manter-se informado" e "esforço mínimo".



Os **"atores chaves"** na parte superior direita são aqueles que têm um elevado nível de influência e interesse no setor vitivinícola. Os atores na parte superior esquerda são considerados como **"ficar satisfeito"**, nomeadamente aqueles que são influentes mas têm pouco interesse no setor vitivinícola. Os atores na parte inferior direita são considerados como **"manter-se informado"**, nomeadamente aqueles que têm grandes interesses na matéria, mas têm pouca influência. Por último, os atores parte esquerda inferior são considerados como **"mínimo esforço"**, nomeadamente aqueles cuja influência é pequena e tem interesses limitados. Depois de identificarmos as principais questões e atores do mercado vitivinícola, entrevistamos vários atores-chave para calibrar o resultado da nossa análise da Rede Social.

2. Principais Questões e Atores

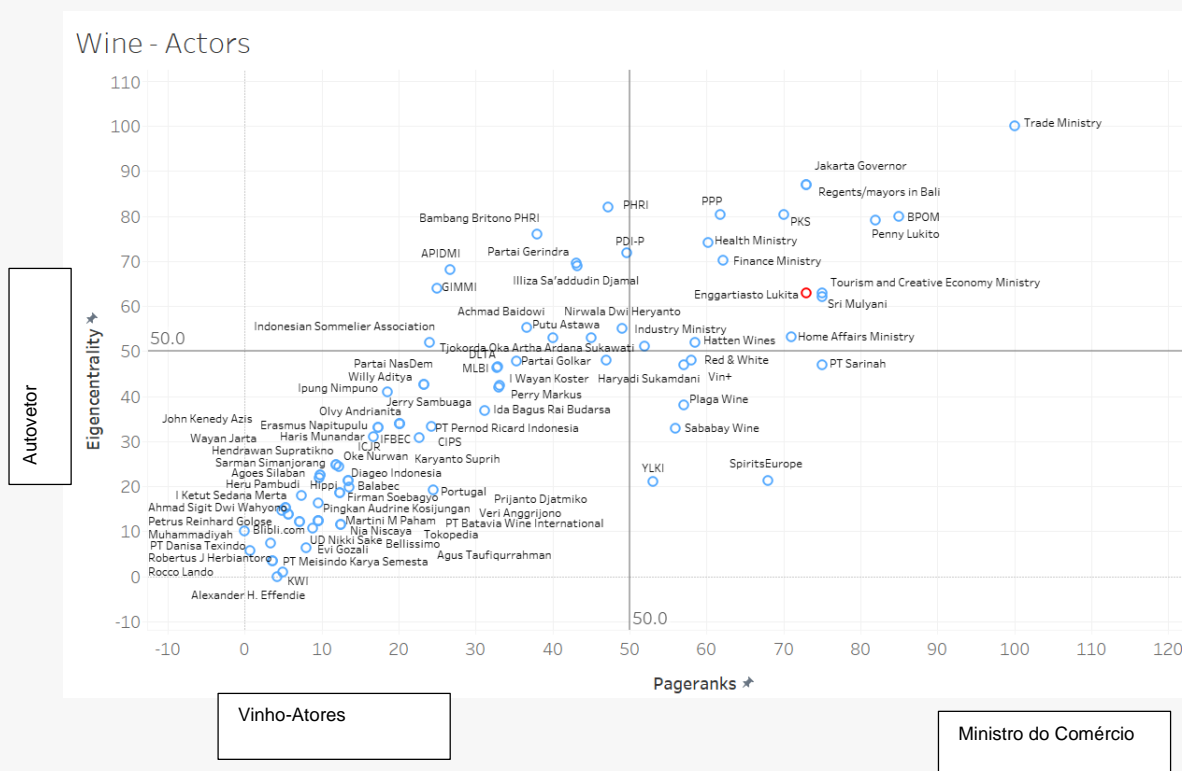
Com base na nossa Análise da Rede Social, constatamos que as **questões** relativas às bebidas alcoólicas indonésias em geral, e ao vinho em particular, são bastante fragmentadas, que incluem:

- a. Projeto de lei de proibição de álcool,

- b. As importações de vinho da Indonésia,
- c. Litígio comercial UE-Indonésia,
- d. Vendas on-line de bebidas alcoólicas; e
- e. O esforço para apoiar bebidas alcoólicas locais.

Identificamos vários atores/grupos que são particularmente influentes ou interessados numa ou mais das questões. No entanto, a questão relativa ao projeto de lei de proibição de álcool há muito estagnada é particularmente a mais proeminente encontrada no discurso público durante o período dado, sendo, portanto, alguns atores identificados no quadrante superior direito, portanto, aqueles especificamente envolvidos na matéria.

Os atores identificados na nossa análise e no seu nível de interesses e influência na indústria do vinho e bebidas alcoólicas da Indonésia estão representados no quadrante abaixo.



Na análise das partes interessadas, o relatório centrar-se-á nos grandes e influentes importadores e distribuidores, juntamente com atores que têm poder para exercer pressão e influenciar a regulamentação existente na Indonésia.

Além de utilizar informações e documentos de código aberto, também entrevistamos vários intervenientes na indústria vitivinícola, incluindo importadores, distribuidores e varejistas. Os detalhes das nossas conclusões são fornecidos abaixo.

2.1. Projeto de lei de proibição de álcool

A Casa Legislativa retomou em novembro do ano passado, a sua deliberação de um projeto de lei de proibição de álcool, há muito paralisado, uma vez que algumas fações do partido baseadas no Islão afirmaram a necessidade de leis mais fortes para governar a produção e o consumo de álcool na Indonésia. O pedido para retomar a deliberação do projeto de lei foi apresentado pelo Órgão Legislativo da Assembleia (Baleg) em fevereiro de 2020 e foi aprovado em setembro do mesmo ano.

O projeto de lei visa impor uma proibição nacional quase total da produção, distribuição e consumo de bebidas com um teor de álcool entre 1 e 55 por cento. Os empresários que violam a legislação enfrentariam um máximo de 10 anos de prisão e Rp 1 bilhão em multas, enquanto as pessoas que consumiam bebidas alcoólicas enfrentariam até 3 anos de prisão e uma multa de Rp 50 milhões. O projeto de lei também obriga o governo a usar 20 por cento da receita fiscal obtida com bebidas alcoólicas para educar as pessoas sobre os perigos do consumo de álcool e para reabilitar alcoólatras.⁸

O novo impulso para deliberar sobre o projeto de lei ressuscitado, após cinco anos na prateleira, é liderado por 18 legisladores do **Partido do Desenvolvimento Unido (PPP)**, baseado no Islão, dois legisladores do **Partido Próspero da Justiça (PKS)** e um do **Partido Gerindra**. Um dos proponentes do projeto de lei, o legislador da PPP, Illiza Sa'aduddin Djamal, disse que o projeto de lei tinha por objetivo proteger o público das consequências negativas do consumo de álcool.⁹ Outro legislador da PPP, Achmad Baidowi, ecoou a declaração de Illiza, acrescentando que a urgência de deliberar a lei não se baseava apenas em preocupações religiosas, mas também em preocupações morais.¹⁰ O chefe da Casa legislativa PKS, Jazuli Juwaini, apoiou esse parecer, alegando que o projeto de lei se destinava a criar uma sociedade mais saudável e "mais digna".¹¹

Com vários legisladores e partidos políticos prontos para apoiar o projeto de lei, é provável que a Indonésia esteja a caminhar em direção ao conservadorismo, talvez para se representar mais apropriadamente como um lar para 225 milhões de muçulmanos. Note-se, no entanto, que apesar de ser o maior país predominantemente muçulmano do mundo, ainda existe uma percentagem significativa de pessoas, principalmente não-Muçulmanas, que consomem álcool como parte de cultura ou religião há muito preservada, ou para socialização.

O controverso projeto de lei não só enfrentou uma reação negativa do público, como também surpreendeu vários membros da Casa Legislativa Baleg. O membro da facção da Casa legislativa do **Partido Democrático de Luta Indonésio (PDI-P)** Hendrawan Supratikno argumentou que não havia urgência do projeto de lei ser discutido numa

⁸ Kompas.com, "Apaitu RUU Larangan Minuman Beralkohol, isi dan pasal yang disorot?" 14 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/ak3myek6>

⁹ Katadata.co.id, "RUU Larangan Minuman Beralkohol yang merontokkan saham produsen bir" 13 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/2stntzrl>

¹⁰ VOAIndonesia.com, "PPP: Kehadiran RUU Minol bukan hanya karena agama" 18 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/ybjhz11j>

¹¹ Republika.co.id, "Fraksi PKS tegaskan konsisten memperjuangkan RUU Minol" 16 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/2rsdo2r8>

altura como esta. Acrescentou que os fatores que tinham deixado a lei de ser deliberados há cinco anos não tinham sido alterados, indicando que não há meios para a lei ser discutida agora.¹²

A facção do **Partido Golkar**, também em oposição, argumentou que a lei também mataria a indústria de bebidas alcoólicas do país. Um apoiante convicto da recentemente aprovada Lei da Criação de Emprego, o partido afirmou que a lei sobre o álcool seria contraproducente para a lei do emprego e prejudicaria os esforços do governo para criar mais empregos e desenvolver micro, pequenas e médias empresas (MPMEs). Além disso, John Kennedy Aziz, membro da Baleg, da facção Golkar, salientou que a indústria de bebidas locais passou a ser dominada pelos MPMEs.¹³

Mas, para além do efeito prejudicial que o projeto de lei teria sobre as empresas, o membro do Partido Democrático Baleg, Hinca Panjaitan, salientou como o projeto de lei resultaria numa "hiper criminalização". Segundo ele, o anteprojeto de lei atual expõe várias lacunas no atual sistema de justiça penal da Indonésia. Por exemplo, sanções penais detalhadas na Lei de Narcóticos resultaram em prisões superlotadas, violações dos direitos humanos e orçamentos mal utilizados. Hinca explicou ainda que a Indonésia não tinha centros de reabilitação suficientes e conselheiros de abuso de substâncias para apoiar programas de reabilitação para viciados em narcóticos, que seria simplesmente inviável acomodar essas instalações para alcoólatras.¹⁴

O Partido Nacional de Despertar (PKB) ainda não tomou parte, apesar de ser um partido baseado no Islão. Daniel Johan, secretário-geral adjunto do PKB, disse que o partido procurou primeiro estudar o projeto de lei de forma abrangente antes de deliberá-lo, para avaliar se o projeto de lei era legalmente necessário para o povo.

A preocupação mais premente é vista através de uma visão de negócio, em que a indústria alimentar e de bebidas, bem como a indústria do turismo, irão suportar o impacto, como afirmou a **Associação Indonésia de Hotéis e Restaurantes (PHRI)**.¹⁵ O executivo da PHRI, Bambang Britono, que também é o diretor da empresa de bebidas listada publicamente PT Multi Bintang Indonesia (conhecida principalmente pelos seus produtos de cerveja Bintang), também afirmou que os setores de alimentação, bebidas e turismo tinham-se esforçado para se recuperar da crise econômica provocada pela pandemia. Uma preocupação semelhante sobre o futuro dos setores no meio da pandemia também foi expressa por outras associações de negócios, como a **Associação Indígena de Empreendedores Indonésios (HIIPPI)** e a **Associação Indonésia de Importadores e Distribuidores de Bebidas (APIDMI)**.

O presidente do capítulo de Jacarta da HIIPPI, **Sarman Simanjourang**, que é também o presidente da empresa de cerveja, a PT Delta Djakarta, disse que, até agora, o Regulamento Presidencial (Perpres) n.º 74/2017, anteriormente estabelecido, sobre

¹² Republika.co.id, "PDIP minta pengusul RUU Minol belajar dari masa lalu" 17 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/11xd6bz7>

¹³ Merdeka.com, "PDIP, Golkar dan Gerindra tolak paembahasan RUU Minol" 17 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/nassc54e>

¹⁴ CNNIndonesia.com, Demokrat sebut RUU Minuman Beralkohol overkriminalisasi, 13 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/228eul3q>

¹⁵ Sindonews.com, Pengusaha sebut larangan minuman beralkohol bikin industri wisata tambah susah, 17 de Novembro de 2020 <https://tinyurl.com/plr76oal>

controle e supervisão de bebidas alcoólicas, tinha sido eficaz na regulamentação do assunto.¹⁶ Ao passo que o secretário-geral da APIDMI, Ipung Nimpuno, disse que não havia urgência em deliberar sobre o projeto de lei, considerando que a Indonésia era um dos países com menor consumo de bebidas alcoólicas, o que equivale a 0,2% da população.¹⁷

Além disso, a oposição contra o projeto de lei também vem da administração provincial da ilha de resort **Bali**, embora o artigo 8 da lei afirma que a proibição do álcool não se aplica a rituais tradicionais, cerimônias religiosas, turistas, usos farmacêuticos e estabelecimentos que possuem autorizações especiais. Se o projeto de lei fosse aprovado, as áreas consideradas como os melhores pontos turísticos da Indonésia, como Bali, teriam então de ser isentas. No entanto, o chefe da Agência de Turismo de Bali, Putu Astawa, afirmou que levantou objeções à lei, argumentando que consumir bebidas alcoólicas é o hábito de turistas estrangeiros, do qual a economia de Bali depende fortemente.¹⁸

Num documento apresentado pela PPP, o PKS e o Partido Gerindra para apoiar o projeto de lei intitulado Urgência da Emissão da Lei Proibindo o Álcool (*Urgensi Lahirnya UU Larangan Minuman Beralkohol dalam Kehidupan Bernegara*), os partidos declararam que, a partir da visão comercial, o rendimento estatal proveniente de bebidas alcoólicas não era comparável aos riscos colocados pelo consumo de álcool. O documento mostra que, em 2014, 2015 e 2016, o país tinha ganho, respetivamente, Rp 5,298 trilhões, Rp 4,556 trilhões e Rp 5,304 trilhões da circulação de bebidas alcoólicas. A maior parte das receitas provém do consumo de bebidas alcoólicas do tipo A (bebidas com teor de álcool entre 1 e 5 por cento), que em 2014 contribuiu com Rp 3,425 trilhões, ou 65 por cento da receita total do mesmo ano com bebidas alcoólicas.¹⁹

O grupo ativista **O Instituto de Reforma Criminal da Justiça (ICJR)** e o grupo de reflexão **O Centro de Estudos Políticos Indonésios (CIPS)** também ponderaram sobre a questão. O diretor do ICJR Erasmus Napitupulu argumentou que havia várias razões para que a deliberação do projeto de lei fosse interrompida. Erasmus, por um lado, afirmou que os regulamentos relativos à utilização prejudicial do álcool já estavam previstos nos artigos 300 e 492 do Código Penal (KUHP). Do mesmo modo, o investigador Pingkan Audine Kosijungan do CIPS afirmou que o governo deveria concentrar-se na aplicação dos regulamentos existentes para regulamentar o assunto.

Do ponto de vista da saúde, Prijanto Djatmiko, representante da Direção de Saúde Mental e Prevenção de Problemas com Drogas do Ministério da Saúde, afirmou que, com base no Relatório Nacional de Saúde de 2018 do Ministério, três por cento das pessoas com idade igual ou superior a 10 anos consomem álcool, compreendendo principalmente bebidas tradicionais, cerveja, vinho e *arak* (licor feito a *partir de tuak*,

¹⁶ Kompas.com, “Pengusaha: RUU Larangan Minuman Beralkohol tidak mendesak!” 14 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/dg6jbe4o>

¹⁷ Medcom.id, “Tak ada urgensi DPR bahas RUU Larangan Minuman Beralkohol” 17 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/7m2y2kwh>

¹⁸ Suara.com, “Khawatir wisatawan hengkang, Bali tolak RUU Minuman Beralkohol” 26 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/29yx8nsw>

¹⁹ Kompas.com, “Berapa pendapatan negara dari cukai peredaran miras?” 13 de novembro de 2020 <https://tinyurl.com/1gt6vn7z>

uma bebida doce da flor do coqueiro). Prijanto acrescentou que o consumo de álcool pode vício/dependência, danificar órgãos e levar a transtornos psiquiátricos e morte.

Embora a deliberação do projeto de lei não tenha sido conduzida no ano passado, a Assembleia incluiu mais uma vez a lei de proibição do álcool no Programa Nacional de Legislação de 2021 (Prolegnas).

Ator	Instituição	Questão(ões) envolvida(s)
Fundação dos Consumidores Indonésios (YLKI)		Projeto de lei de proibição de álcool. Pressionou o governo a finalizar a lei em 2018.
Illiza Sa'addudin Djamal	Partido de Desenvolvimento Unido (PPP)	Projeto de lei de proibição de álcool. Entre os proponentes da lei.
Achmad Baidowi		
Jazuli Juwaini	Partido Próspero da Justiça (PKS)	Proponente do projeto de lei de proibição do álcool.
Romo H. R. Muhammad Syafi'i	Partido Gerindra	Proponente do projeto de lei de proibição do álcool.
Hendrawan Supratikno	Partido de Lutra Democrático (PDI-P)	Em oposição ao projeto de lei de proibição do álcool.
John Kennedy Aziz	Partido Golkar	Em oposição ao projeto de lei de proibição do álcool.
Hinca Panjaitan	Partido Democrático	Em oposição ao projeto de lei sobre a proibição do álcool, suscitando preocupação com a super criminalização.
Daniel Johan	Partido Nacional do Despertar (PKB)	Ainda a decidir a sua posição sobre o assunto.
Bambang Britono	Associação de Restaurantes e Hotéis Indonésios (PHRI). Bambang é também o diretor da PT Multi Bintang Indonesia	Em oposição ao projeto de lei de proibição do álcool.
Sarman Simanjorang	Associação de Empreendedores Indígenas da Indonésia (HIIPPI). Sarman é também o presidente comissário da PT Delta Djakarta	Em oposição ao projeto de lei de proibição do álcool.
Ipung Nimpuno	Associação Indonésia de Importadores e Distribuidores de Bebidas (APIDMI)	Em oposição ao projeto de lei de proibição do álcool.
Putu Astawa	Agência de Turismo de Bali, governo provincial de Bali	Em oposição ao projeto de lei de proibição do álcool.
Erasmus Napitupulu	Instituto para a Reforma da Justiça Penal (ICCR)	Não considera urgente deliberar sobre o projeto de lei relativo à proibição do álcool.

Pingkan Audrine Kosijungan	Centro de Estudos Políticos Indonésios (CIPS)	Não considera urgente deliberar sobre o projeto de lei relativo à proibição do álcool.
----------------------------	---	--

2.2. Importações de vinho

A Indonésia regulamenta as importações de álcool através de um plano anual de importação e distribuição. Os ministérios envolvidos neste processo normalmente incluem o **Ministério do Comércio**, o **Ministério das Finanças**, o **Ministério dos Assuntos Internos**, bem como o **Ministério do Turismo e da Economia Criativa** para distribuição local. O Ministério das Finanças observou que a receita estatal do comércio de bebidas alcoólicas (MMEA) ao longo de 2020 se contraiu em por 21,5% por cento ano a ano (yoy) para Rp 5,76 trilhão de 7,34 trilhões em 2019 devido à pandemia da COVID-19.²⁰ De acordo com o Ministério das Finanças, o encerramento das áreas turísticas afetou a produção e o consumo geral de bebidas alcoólicas nacionais.

Tendo em conta a evolução da pandemia e lutando através de uma economia afetada, o governo tem reduzido os prazos de pagamento de impostos para o MMEA, prolongando o período de pagamento de dois meses para três meses. Isso foi feito para ajudar o fluxo de caixa da empresa em meio à baixa demanda do consumidor atribuída à pandemia de COVID-19. De acordo com **Nirwala DWI Heryanto, diretor de instalações técnicas e de impostos especiais de consumo da Direção-Geral das Alfândegas e dos Impostos Especiais de Consumo (DJBC) do Ministério das Finanças**, os instrumentos de impostos especiais de consumo seriam utilizados não só para receitas, mas também para manter os climas comerciais e proteger os trabalhadores da indústria.²¹ Essas alterações foram detalhadas no Regulamento Ministerial de Finanças (PMK) nº 30/PMK.04/2020 e tiveram efeito em 9 de abril de 2020. A prorrogação é aplicável apenas ao grupo B MMEA - que é produtor de bebidas com um teor alcoólico de 5-20 por cento, como o vinho -, bem como aos produtores do grupo A MMEA de bebidas com um teor alcoólico superior a 20 por cento, como o uísque e o brandy.

Tais redes de segurança foram consideradas urgentes como produtores de bebidas alcoólicas sofreram bastante com a implementação das restrições sociais em grande escala da Indonésia (PSBB), que ordenam o encerramento de estabelecimentos varejistas de álcool, prejudicando também os canais de distribuição e diminuindo a absorção do mercado. Além disso, estes produtores tiveram de regular o horário de trabalho, descolocando temporariamente os trabalhadores.

Outra questão principal encontrada nas importações de bebidas alcoólicas diz respeito ao controle e a restrições mais rigorosas para evitar importações ilegais de bebidas alcoólicas. Assim, as bebidas alcoólicas só podem ser importadas através de centros vinculados logísticos (PLB), referidos no Regulamento Ministerial para o Comércio nº

²⁰ Kontan.co.id, “Penerimaan bea cukai berkontraksi 0,29 percent sepanjang 2020” 6 de Janeiro de 2021 <https://tinyurl.com/y3t2x23t>

²¹ Kontan.co.id, “Pemerintah berikan relaksasi pelunasan cukai terhadap minuman keras” 15 de junho de 2020 <https://tinyurl.com/y2n92rzi>

25/2019 relativo à Sexta Emenda ao Regulamento Ministerial para o Comércio nº 20/2014 relativo ao controle e supervisão da aquisição, distribuição e venda de bebidas alcoólicas.

Assim, as bebidas alcoólicas para consumo podem ser importadas através do PLB no porto marítimo de Belawan em Medan, porto marítimo de Tanjung Priok em Jakarta, porto marítimo de Tanjung EMAS em Semarang, porto marítimo de Tanjung Perak em Surabaya, porto marítimo de Bitung em Sulawesi Setentrional e porto marítimo de Soekarno Hatta em Makassar, bem como aeroportos internacionais. Embora os regulamentos estipulem que as bebidas alcoólicas poderiam ser importadas através dos PLB, nossa entrevista com os intervenientes do mercado descobre que a maioria dos vinhos, se não todos os vinhos importados foram importados através do porto marítimo de Tanjung Priok em Jakarta.

O presidente da Associação de Importadores de Bebidas e Distribuidores (APIDMI), Agoes Silaban, lembrou ao governo que também deve estar atento às importações efetuadas através do comércio online, que também é vendido no varejo. Segundo Agoes, o reforço da política não reduziria significativamente o valor e o volume das importações de bebidas alcoólicas.

Os produtores importados de bebidas alcoólicas também terão agora de competir com as bebidas alcoólicas tradicionais, como o *arak* Balinês (licor feito de *tuak*, uma bebida doce da flor do coco), que a administração de Bali legalizou em 2019, na esperança de que servirá como uma nova marca Balinesa para o turismo.²²

De acordo com **o Governador de Bali, Wayan Koster**, a sua administração supervisiona diretamente a produção de *arak*, uma vez que os produtores podem ser encontrados em toda a ilha, mas sobretudo nas regências de Karangasem e Bulengleng. Apesar de não usar uma instalação do governo, os produtores de *arak* já fabricam licor de boa qualidade usando refinarias tradicionais. Com a supervisão da administração, legalizar o *arak* Balinês também ajudaria a impulsionar a economia local, permitindo que um produto produzido internamente concorra com bebidas alcoólicas importadas.

Alguns dos maiores importadores de vinho do país incluem o **Vin+**, propriedade da empresa de vinhos e bebidas destiladas **PT Jaddi International**. Vin+, estabelecida em 2003, importa cerca de 80% do vinho na empresa e vende diretamente o seu vinho aos clientes através de um conceito varejista de vinho. Outro grande importador de vinho é **o Indowines Group** (PT Indowine), cuja filial **Plaga** é um dos produtores de vinho mais importantes do país, importando uvas principalmente do Chile e da Austrália Ocidental.

O Ministério do Comércio nomeou uma vez a varejista **PT Sarinah** como a única empresa a importar vinhos para venda em 15 lojas isentas de tributos em várias regiões. As bebidas alcoólicas importadas pela Sarinah incluem centenas de marcas da Austrália, França, Holanda e vários outros países europeus. Como uma SOE no setor comercial, a Sarinah possui filiais em Malang, Medan, Makassar, Bali, Semarang, Bandung, Yogyakarta, Solo, Pekanbaru, Labuan Bajo e Tangerang.

²² Nusabali.com, “Arak Bali Siap Saingi Minuman Impor” 06 de fevereiro de 2020
<https://tinyurl.com/y5g8yu53>

Em termos de **associação comercial**, a **Associação de Importadores e Distribuidores de Bebidas Importadas (APIDMI)** parece ser a associação mais proeminente do país relacionada à importação de vinho. A APIDMI, por exemplo, levou a cabo medidas de defesa de direitos para que o governo levantasse a proibição silenciosa de importação de bebidas alcoólicas da UE, uma informação que foi afirmada pela nossa fonte.

Nossa fonte também acrescentou que, além da APIDMI, o empresário **Dani Wanandi** da PT Jaddi International também foi um dos intervenientes mais influentes em questões relacionadas à importação de bebidas alcoólicas. Além de participar na defesa da APIDMI durante a proibição silenciosa da importação de bebidas alcoólicas da UE, a nossa fonte afirmou que Dani também estava ativamente envolvido na apresentação de sugestões ao Ministério do Comércio relativamente aos requisitos para os importadores adquirirem o certificado IT-MB. A fonte também observou que a PT Jaddi International foi uma das primeiras quatro empresas que adquiriram os certificados IT-MB.

Desde então, um total de 16 importadores adquiriram os certificados IT-MB, nomeadamente:

1. PT Mitra Indo Maju
2. PT Nano Logistic
3. PT Pancaniaga Indonesia
4. PT Mandiri Graha Persada
5. PT Pantja Artha Niaga
6. PT Sarindo Makmur Sejahtera
7. PT Jaddi Internasional
8. PT Prima Aktif Nusantara
9. PT Bogacitra Nusapratama
10. PT Muliatama Mitra Sejahtera
11. PT Pelita Makmur Perkasa
12. PT Aska Indoco
13. PT Mitra Buana Intimas
14. PT Jaya Makmur Panca Perkasa
15. PT Danisa Texindo
16. PT Indowine

Todas as empresas acima referidas são membros da APIDMI, à exceção das duas últimas, a PT Danisa Texindo e a PT Indowine.

Ator	Instituição	Questão(ões) envolvida(s)
------	-------------	---------------------------

Ministério das Finanças		Cobrança de receitas provenientes das importações de bebidas alcoólicas.
Ministério do Comércio		Autorização para importação de bebidas alcoólicas.
Ministério dos Assuntos Internos		Distribuição de bebidas alcoólicas importadas.
Ministério da Economia Criativa e Turismo		Distribuição de bebidas alcoólicas importadas.
Nirwala Dwi Heryanto	Direção-Geral das Alfândegas e do Impostos Especiais de Consumo (DJBC) do Ministério das Finanças	Flexibilização do pagamento de impostos para bebidas contendo álcool etílico (MMEA).
Agoes Silaban	Presidente da Associação de Importadores e Distribuidores de Bebidas Importadas (APIDMI)	Insta a uma maior supervisão governamental sobre as importações de bebidas alcoólicas, incluindo o comércio online.
I Wayan Koster	Governador de Bali	Legalização do <i>arak</i> Balinês.
PT Sarinah	Empresa estatal	Um dos maiores importadores de bebidas alcoólicas da Indonésia.
Associação de Importadores e Distribuidores de Bebidas Importadas (APIDMI)		Políticas relacionadas com a importação de bebidas alcoólicas, incluindo a certificação de importador registado de bebidas alcoólicas (IT-MB) e a proibição silenciosa da importação de bebidas alcoólicas da UE.
Dani Wanandi	PT Jaddi International	Importações de bebidas alcoólicas. Segundo informações, Dani também participou na defesa dos importadores durante a proibição silenciosa da importação de bebidas alcoólicas da UE, bem como na formulação dos requisitos para os importadores adquirirem o certificado IT-MB.

2.3. Litígio comercial UE-Indonésia

As tensões comerciais entre a Indonésia e a **União Europeia** (UE) aqueceram quando a Comissão Europeia concluiu, em Março de 2019, que o óleo de palma não era ecologicamente correto, causando uma deflorestação excessiva e, por conseguinte, não deveria ser considerado sustentável. Isto significa que a UE não consideraria o óleo de palma como renovável, e a mercadoria será efetivamente eliminada gradualmente como uma mistura de biodiesel para transporte entre 2023 e 2030.

A Indonésia, o maior produtor e exportador de óleo de palma do mundo, alegadamente retaliou a política da UE relativa ao biodiesel no óleo de palma com uma redução deliberada ou mesmo uma interrupção das importações de vinho e laticínios da UE. Em abril de 2019, a associação que abriga a maioria dos produtores europeus de bebidas destiladas, a **SpiritsEurope**, reclamou de atrasos em relação às licenças de importação de produtos alcoólicos. Os produtores de bebidas destiladas na Europa queixaram-se igualmente da proibição efetiva e constataram que o Governo indonésio emitiu licenças de importação para produtos alcoólicos concorrentes, como a tequila, provenientes de países não membros da UE.²³

A comissária responsável pelo Comércio da UE, Cecilia Malmstrom, manifestou a sua preocupação perante a **então ministra do Comércio da Indonésia, Enggartiasto Lukita**, argumentando que a Indonésia tinha rejeitado sistematicamente pedidos de importadores para trazerem bebidas destiladas e outras bebidas alcólicas da UE, o que resultou numa proibição de fato, em que as transferências de bebidas alcólicas da UE tinham sido deixadas encalhadas em containers e armazéns.²⁴

No meio da disputa, um funcionário do Ministério do Comércio – diretor-geral do Comércio Externo, Indrasari Wisnu Wardhana – confirmou que houve atrasos na concessão de licenças de importação de bebidas destiladas da Europa, mas negou que isso seria uma retaliação pela discriminação da UE em relação ao óleo de palma, em vez disso, atribuindo o atraso às preferências e à procura do mercado. Em Janeiro de 2020, o novo **Vice-Ministro do Comércio, Jerry Sambuaga**, reiterou que o ministério não estava impondo quaisquer restrições às bebidas alcólicas e aos laticínios provenientes da UE.²⁵

A Indonésia e a UE estão envolvidas em processos judiciais na Organização Mundial do Comércio (OMC), onde a Indonésia intentou uma ação judicial contra a UE sobre o óleo de palma e a UE intentou uma ação contra a Indonésia pela proibição de exportação de minério de níquel.

Durante a proibição silenciosa, a Associação de Importadores e Distribuidores de Bebidas Importadas (**APIDMI**) e o empresário **Dani Wanandi** da PT Jaddi International estavam entre os que eram ativos na defesa da voz dos importadores do país, disse nossa fonte. Outra fonte acrescentou que a medida de defesa também foi pela Associação Vitivinícola e de Destilados (ISWA).

²³ CNNIndonesia.com, “Eropa Mengeluh Kesulitan Ekspor 'Miras' ke Indonesia” 05 de abril de 2019 <https://tinyurl.com/y2c8fa9c>

²⁴ Katadata.co.id, “Kemendag Bantah Hambat Impor Alkohol dari Uni Eropa” 17 de setembro de 2019 <https://tinyurl.com/y22tt48q>

²⁵ CNBCIndonesia.com, “Serang Balik Eropa, RI Dikabarkan Hambat Miras & Susu Impor” 09 de Janeiro de 2020 <https://tinyurl.com/y479w4by>

Ator	Instituição	Questão(ões) envolvida(s)
União Europeia		Envolvido na questão comercial UE-Indonésia relativa ao óleo de palma, e queixou-se da proibição efetiva da Indonésia sobre destilados e bebidas alcoólicas europeias
SpiritsEurope	Associação de produtores europeus de destilados	Suspeitou que a Indonésia estava atrasando as aprovações de licenças de importação para produtos alcoólicos europeus em retaliação à disputa pelo óleo de palma.
Ministério do Comércio		Nega que o Ministério do Comércio impôs uma proibição às importações de bebidas alcoólicas europeias.
Enggartiasto Lukita	Ex Ministro do Comércio	Nega que o Ministério do Comércio impôs uma proibição às importações de bebidas alcoólicas europeias.
Indrasari Wisnu Wardhana	Diretor-Geral do Comércio Externo do Ministério do Comércio	Nega que o Ministério do Comércio impôs uma proibição às importações de bebidas alcoólicas europeias.
Jerry Sambuaga	Vice-Ministro do Comércio	Nega que o Ministério do Comércio impôs uma proibição às importações de bebidas alcoólicas europeias.
Distribuidores e Importadores de Bebidas Importadas (APIDMI)		Defende a voz dos importadores do país sobre a questão comercial entre a Indonésia e a UE

2.4. Vendas on-line de bebidas alcoólicas

A **Agência de Monitorização de Alimentos e Medicamentos (BPOM)** proibiu oficialmente as vendas online de bebidas alcoólicas através da emissão do Regulamento nº 8/2020 da BPOM relativo à Circulação Online de Alimentos e Medicamentos, assinado pelo chefe da agência Penny Lukito. A proibição está especificamente prevista no artigo 29 do regulamento. A agência imporá sanções administrativas que vão desde a advertência menor, a advertência severa, o encerramento do sistema eletrônico da empresa, a proibição temporária de circulação e a retirada dos produtos da empresa para as partes que violem tal proibição, conforme estipulado no artigo 32 do regulamento.²⁶

Além da BPOM, o **Ministério do Comércio** afirmou também que as empresas que pretendem vender bebidas alcoólicas através de plataformas online, incluindo as redes sociais, devem ter uma autorização especial. O diretor-geral do Ministério da Defesa do Consumidor e da Ordem de Comércio (PTKN), Veri Anggrijono, disse que o seu

²⁶ CNBCIndonesia.com, "BPOM larang jualan miras via online, saham MLBI drop 3 percent" 26 de junho de 2020 <https://tinyurl.com/18f9bhje>

ministério tinha enviado um aviso escrito às plataformas de comércio eletrônico Blibli e Tokopedia devido à descoberta das vendas online de bebidas alcoólicas, incluindo cerveja e vinho, na plataforma, o que viola o Regulamento Ministerial sobre Comércio (Permendag) n.º 20/2014 relativo ao controle e supervisão da aquisição, distribuição e venda de bebidas alcoólicas (revisto através da emissão da Permendag n.º 25/2019).

De acordo com a Veri, as empresas podem obter autorização para vender bebidas alcoólicas online através da emissão de licenças comerciais de bebidas alcoólicas (SIUP MB) pela direção-Geral PTKN, embora ele não elaborado posteriormente tal mecanismo.²⁷

Na verdade, de acordo com aqueles que são contra o projeto de lei sobre a proibição do álcool, incluindo a **Pingkan Audine Kosijungan**, das CPIS, o governo deveria concentrar-se na aplicação dos regulamentos existentes, que não obstante tem que abordar a supervisão das vendas online de bebidas alcoólicas. Os regulamentos existentes -- Permendag número 20/2014 e o Regulamento Presidencial (Perpres) número 74/2013. Os Artigos 7 e 8 da Perpres n.º 74/2013 -- estipula que as bebidas alcoólicas dos tipos A, B e C só podem ser vendidas em (1) hotéis, bares e restaurantes que cumpram os requisitos estipulados na legislação do setor do turismo, (2) lojas livres de impostos e (3) outros locais permitidos pelo **regentes/prefeito e governador de Jacarta**.

Finalmente, a BPOM emitiu o Regulamento nº 32/2020 em 30 de dezembro para eliminar o Artigo 29 do Regulamento nº 8/2020 da BPOM. Com esta revisão, principalmente, as bebidas alcoólicas podem ser comercializadas on-line por vendedores com SIUP MB, mas ainda há confusão sobre os requisitos e o mecanismo para obter a licença.

Ator	Instituição	Questão(ões) envolvida(s)
Agência de Monitorização de Alimentos e Medicamentos (BPOM)		Proibição de venda online de bebidas alcoólicas.
Ministério do Comércio		Afirmou que as empresas que pretendem vender bebidas alcoólicas através de plataformas online, incluindo as redes sociais, devem ter uma autorização especial.
Governador de Jacarta		Tem autoridade para determinar onde as bebidas alcoólicas podem ser vendidas. Tem também a autoridade de controlar e supervisionar a produção, distribuição e venda de bebidas alcoólicas tradicionais para as necessidades de cerimônias aduaneiras ou religiosas nas

²⁷ Kontan.co.id, "Tak hanya di e-commerce, penjualan minuman beralkohol di sosial media juga dilarang" 05 de julho de 2020 <https://tinyurl.com/2y2hoqej>

		respectivas áreas de trabalho
Regentes/prefeitos em Bali		Tem autoridade para determinar onde as bebidas alcoólicas podem ser vendidas. Tem também a autoridade de controlar e supervisionar a produção, distribuição e venda de bebidas alcoólicas tradicionais para as necessidades de cerimônias aduaneiras ou religiosas nas respectivas áreas de trabalho
Pingkan Audrine Kosijungan	Centro de Estudos Políticos Indonésios (CIPS)	Vendas on-line de bebidas alcoólicas

2.5. Bebidas alcoólicas locais

A administração de Bali legalizou o arak Balinês tradicional (licor feito de *tuak*, uma bebida doce da flor de coco), juntamente com outras bebidas alcoólicas locais tais como *tuak* e *brem*, através da emissão do Regulamento Gubernorial (Pergub) nº 1/2020 sobre a Gestão de bebidas fermentadas e/ou Destiladas balinesas. Antes da emissão do regulamento, o Governador de Bali, Wayan Koster, expressou a esperança de que o *arak* balinês servisse como uma nova marca comercial do principal destino turístico da Indonésia. O governador também argumentou como o país poderia importar e vender bebidas alcoólicas, enquanto o *arak* local era proibido.

Os representantes locais a nível provincial e regional, bem como os políticos balineses, apoiaram a mudança do governador para legalizar o *arak* balinês. Incluem o vice-governador de Bali Tjokorda Oka Artha Ardana Sukawati, o chefe da Agência de Indústria e Comércio de Bali Wayan Jarta, chefe da Agência de Turismo de Bali Putu Astawa, chefe da Agência de Turismo I de Karangasem Ketut Sedana Merta, bem como Nyoman Parta, membro da Comissão Legislativa IV do Conselho Legislativo de Bali responsável pela supervisão dos assuntos industriais. I Ketut Sedana Merta disse que a legalização do *arak* balinês poderia ajudar a melhorar o turismo e a economia da regência de Karangas, onde a maioria dos produtores de arak podem ser encontrados.

Após a emissão do regulamento do governador de Bali, a BPOM também emitiu uma licença para o *arak* local produzido por UD Nikki Sake.

Os empresários locais e a associação empresarial também expressaram apoio à mudança para legalizar o *arak* balinês, incluindo o **Controle Local de Bebidas Alcoólicas de Bali (Balabec)** e Ida Bagus Rai Budarsa, o proprietário dos **vinhos Hatten de Bali**, que também produz *arak* com a marca Dewi SRI.

Além de *arak*, *tuak* e *brem*, Bali também tem a sua seleção de vinhos locais. Um dos produtores mais proeminentes, além dos vinhos Hatten, é a **Sababay Winery**, fundada por Mulyati Gozali. O CEO da Sababay, Evi Gozali, disse que sua empresa ingressou nos mercados locais com vendas on-line e diretas a hotéis, restaurantes, bares e cafés e tem um distribuidor autorizado nas principais cidades indonésias. Sababay tem sido confiado também pela Conferência Episcopal Indonésia (KWI) desde 2018 para produzir **Vinho sacramental**, destinado a ser utilizado na celebração da Eucaristia. Além disso, no início de Novembro de 2020, o Ministério do Turismo e

da Economia Criativa contratou a Sababay, juntamente com 11 outras empresas que operam em Bali, como parceiros de "**marca compartilhada**" do ministério no desenvolvimento da comercialização do turismo e da economia criativa através da maravilhosa campanha Indonésia Maravilhosa do ministério.

Ator	Instituição	Questão(ões) envolvida(s)
I Wayan Koster	Governador de Bali	Legalização do <i>arak</i> Balinês.
Tjokorda Oka Artha Ardana Sukawati	Vice-Governador de Bali	Legalização do <i>arak</i> Balinês.
Wayan Jarta	Agência de Comércio e Indústria de Bali, governo provincial de Bali	Legalização do <i>arak</i> Balinês.
Ida Bagus Rai Budarsa	Proprietário da Hatten Wine	Apoia a legalização do <i>arak</i> balinês. A empresa também produziu seu próprio <i>arak</i> chamado Dewi Sri. Hatten Wine é um dos produtores de vinho locais mais proeminentes.
Controle de Bebidas Alcoólicas Locais de Bali (Balabec)		Apoia a legalização do <i>arak</i> balinês.
Putu Astawa	Agência de Turismo de Bali, governo provincial de Bali	Apoia a legalização do <i>arak</i> balinês.
Sababay		Um dos produtores de vinho locais mais proeminentes.
Agência de Monitorização de Alimentos e Medicamentos (BPOM)		Licença emitida para UD Nikkei, que produz <i>arak</i> balinês.
UD Nikki Sake		Produtor local de <i>arak balinês</i> .
Conferência Episcopal da Indonésia (KWI)		



Capítulo II

Conclusões e Recomendações

1. Regulamentação e Análise do Mercado do Vinho

A Indonésia é um mercado potencial na ASEAN para bebidas alcoólicas importadas. Com o aumento do número de classe média, a quantidade de vinho importado na Indonésia também continua a aumentar, passando de 358.371 litros no valor de \$1,9 milhões em 2015 para 6.073.784 litros no valor de \$18 milhões em 2018, 16 vezes superior em apenas 3 anos. Isto indica que, juntamente com o seu rendimento crescente, os indonésios têm mais apetite para desfrutar de vinho, especialmente considerando que os indonésios consomem per capita apenas 0,8 litros de álcool por ano, muito abaixo da média da ASEAN, de 4,5 litros por ano.

Como uma das mercadorias mais regulamentadas na Indonésia, a importação de vinho brasileiro na Indonésia envolveu muita papelada. Em primeiro lugar, os exportadores têm de encontrar um importador registrado e experiente que tenha autorização para importar álcool. Em segundo lugar, os exportadores devem trabalhar em conjunto com o importador para determinar a quantidade de vinho que irão exportar para aquele ano como uma base para determinar a "quota de importação" para aquele ano. Por último, após a determinação da quota, o exportador pode então exportar o vinho para os centros vinculados logísticos (PBB).

No entanto, antes de exportar vinho para a Indonésia, os exportadores, juntamente com o importador, precisam garantir que o vinho brasileiro cumpra as normas de vinhos estabelecidas pela Agência Nacional de Alimentos e Medicamentos (BPOM). Depois de cumprirem as normas de qualidade e rotulagem, podem obter autorização da BPOM para distribuir o vinho na Indonésia.

Uma vez que o vinho chega à Indonésia, o importador precisa pagar impostos especiais de consumo e impostos necessários antes da distribuição do vinho. O importador tem de garantir que paga os tributos de importação e aduaneiros, juntamente com o imposto sobre o rendimento. Após o pagamento dos tributos e impostos, o vinho receberá uma fita de impostos especiais de consumo como prova do pagamento dos mesmos. Só então o vinho pode ser distribuído para venda.

O vinho só pode ser vendido a clientes finais em vários locais altamente regulamentados. Além das lojas isentas de impostos, só pode ser vendido em hotéis licenciados, restaurantes, bares, pubs, discotecas, supermercado, hipermercado e varejistas. Os varejistas precisam de ter uma licença comercial para o comércio de bebidas alcoólicas (SIUP-MB) emitida pelo governo regional. Anteriormente, o álcool pode ser vendido on-line para clientes finais. No entanto, o Ministério do Comércio proibiu as vendas online para Fevereiro de 2021.

Nosso levantamento descobriu que embora a maioria dos indonésios nunca experimentaram o vinho brasileiro, mas eles estão dispostos a experimentar. O vinho brasileiro foi associado à celebração pelos nossos entrevistados. Para ganhar o coração dos indonésios, os exportadores brasileiros de vinho poderiam promover o seu vinho, fornecendo amostra gratuita num evento comemorativo e vendendo o vinho a um preço de entrada (cerca de Rp 400.000 – Rp 600.000), uma vez que os indonésios são bastante sensíveis ao preço.

2. Cenário Político do Mercado de Vinhos da Indonésia

No cenário político do mercado vitivinícola da Indonésia, encontramos cinco questões principais relativas às bebidas alcoólicas indonésias em geral e ao vinho em particular, que atraíram os interesses de todos os atores, sejam eles funcionários do governo, associações empresariais, empresários e consumidores. As questões são o projeto de lei relativo à proibição do álcool, as importações de vinho da Indonésia, a disputa comercial entre a UE e a Indonésia, as vendas online de bebidas alcoólicas e o esforço para apoiar as bebidas alcoólicas locais.

A deliberação do projeto de lei de proibição alcoólica, iniciada em 2015 e posta em repouso, foi reavivada no final de 2020, mas encontrou uma oposição generalizada de vários governos e políticos locais, principalmente em Bali e no Sulawesi Setentrional, mas o projeto de lei está novamente listado na lista prioritária de projetos de lei a ser deliberada em 2021. O partidos com base islâmica – nomeadamente o Partido do Desenvolvimento Unido e o Partido Próspero da Justiça – são os patrocinadores da nova deliberação do projeto de lei. O projeto de lei visa alterar o regime regulamentar das bebidas alcoólicas, passando do controle para a proibição total, com algumas exceções. Se for promulgada como lei, teria efeitos prejudiciais no comércio de bebidas alcoólicas, incluindo o vinho.

Uma das formas que Indonésia controla o comércio de bebidas alcoólicas é através de uma miríade de regras de importação, portos de entrada e tarifas elevadas de importação. O Ministério das Finanças utiliza as tarifas de importação não apenas para controlar as importações, mas também para gerar receitas estatais. Entretanto, o Ministério do Comércio utilizou uma vez o seu poder para emitir licenças de importação de vinho como uma ferramenta de retaliação contra a futura proibição da UE contra o biodiesel à base de óleo de palma. Após uma série de defesas da Associação de Importadores e Distribuidores de Bebidas Importadas (APIDMI), o Ministério do Comércio finalmente flexibilizou a sua "proibição" dos destilados e outras bebidas europeias.

Além da proteção contra importações, o governo também está disposto a ajudar os produtores de bebidas alcoólicas locais a obter mais participações do mercado. Uma mudança notável foi tomada pelo governo provincial de Bali que legalizou o tradicional *arak*, *tuak* e *brem* balinês, através da emissão de um regulamento governamental. A legalização da bebida alcoólica tradicional balinesa foi então selada pela BPOM, que emitiu uma licença para o *arak* local produzido por UD Nikki Sake. A melhoria das bebidas alcoólicas produzidas localmente acrescentaria mais concorrência às bebidas alcoólicas importadas, incluindo o vinho.

3. Recomendações

Com base em nossa análise regulatória e de mercado do vinho e nos cenário política do mercado vitivinícola da Indonésia, a Tenggara Strategics apresenta as seguintes recomendações para a indústria vinícola brasileira exportar vinho para a Indonésia:

3.1. Encontrar um parceiro importador confiável e experiente

Considerando que as bebidas alcoólicas são uma das mercadorias mais regulamentadas da Indonésia, os exportadores brasileiros de vinho precisam encontrar um parceiro importador confiável e experiente. Idealmente, os exportadores precisam encontrar um importador que tenha experiência não somente na importação, mas também na distribuição de vinho importado, conforme estipulado pela regulamentação do Ministério do Comércio, e compreender que a regulamentação, bem como o comércio interno de vinho, estão fortemente regulamentados.

Com base em nossa análise de mercado e das partes interessadas, o processo de exportação e venda de vinho brasileiro na Indonésia deve passar por três atores: Importador, distribuidor e varejo. Dos importadores de álcool registrados na Indonésia, alguns deles têm as suas próprias redes de distribuição e varejistas, enquanto outros apenas atuam como importadores — não tinham a sua própria rede de distribuição nem vendedores varejistas, mas têm acesso a distribuidores e varejistas de vinho.

3.2. Lançar campanha de promoção para criar a consciência da marca

Nosso levantamento descobriu que a maioria dos entrevistados não só nunca tentou vinho brasileiro, mas a maioria deles também nunca ouviu falar do vinho brasileiro. No entanto, eles estão relativamente abertos ao vinho brasileiro. Eles estão dispostos a experimentar e até mesmo comprar o vinho brasileiro, se o sabor e o preço forem bons.

Portanto, a indústria vinícola brasileira precisa lançar campanhas promocionais na Indonésia e em outros lugares, especialmente nos países ocidentais onde o vinho é popular para promover a conscientização. Quando o vinho brasileiro se tornar popular nos países consumidores de vinho ocidental, segundo um importador de vinho, isso também afetaria os consumidores indonésios de vinho. Ao executar o marketing e promoção, a indústria vinícola brasileira poderia associar o vinho brasileiro à especialidade brasileira. A pesquisa constatou que os clientes de vinho indonésios associam o vinho brasileiro ao paraíso e à celebração.

Uma vez que o levantamento descobriu que os clientes indonésios escolhem vinho com base no seu gosto e preço, os exportadores brasileiros precisam dar uma amostra gratuita de vinho brasileiro durante o evento de promoção aos clientes indonésios. O nosso levantamento com um dos varejistas de vinhos mostra que as promoções de vinhos de determinados países sempre envolveram a produção de vinho.

3.3. Preço básico para venda de vinho

Ao mesmo tempo que os indonésios estão relativamente ávidos para experimentar e comprar o vinho brasileiro, eles são sensíveis ao preço. A maioria dos entrevistados, 65 por cento, está disposta a gastar até Rp 400.000 para uma garrafa de vinho brasileiro, 21 por cento estão dispostos a gastar até Rp 600.000 por garrafa e o restante está preparado para gastar mais. Por conseguinte, é aconselhável almejar os

clientes de faixa de consumo básico, vendendo vinho ao preço de até Rp 400.000 por garrafa ou Rp 600.000 no máximo. De acordo com um dos varejistas de vinho, a maioria das vendas dos seus varejistas são vinhos inferiores a Rp 400.000 por garrafa.