

## O passaporte da sua adega para o mercado americano

Os vinhos e as bebidas destiladas do Velho Mundo desenvolveram uma história de sucesso nos Estados Unidos. Devido à sua qualidade e variedade, gozam de uma prestigiosa reputação num mercado rentável, embora complexo e competitivo, como é o dos Estados Unidos. A complexidade regulamentar nos Estados Unidos fez com que no passado a maioria das adegas europeias sentisse não ter outra escolha senão delegar o seu negócio aos importadores americanos, dando-lhes poder directo sobre as suas marcas no país.

Os Escritórios de Advocacia Zara, através da sua experiência nas complexidades da regulamentação do álcool norte-americana, irão ajudá-lo a estabelecer a sua marca directamente nos Estados Unidos. A nossa meta é ajudá-lo a tornar-se um importador directo, auxiliando-o na criação de uma entidade importadora de propriedade integral em Nova Iorque, na obtenção das licenças federais e estatais necessárias ou a evitar algumas das ciladas mais comuns aquando da escolha de um importador ou distribuidor norte-americano.

Tendo em vista ajudá-lo a familiarizar-se com a mercado das bebidas alcoólicas americano e os passos a tomar para importar para os Estados Unidos, oferecemos-lhe esta brochura informativa.

## Os vinhos europeus nos Estados Unidos: um mercado promissor

Para os consumidores americanos, os vinhos europeus estão intimamente ligados à elegância e gastronomia europeias. No início, os vinhos europeus eram postos num pedestal, e os americanos tinham tendência a admirá-los em vez de bebê-los. Mas com o passar do tempo, o mercado vinícola estendeu-se a um público mais vasto, incluindo jovens profissionais que se tornaram adeptos do vinho. Especialmente no final da década de 90, os vinhos provenientes de regiões vinhateiras mais jovens da América do Sul, África do Sul, Austrália e Nova Zelândia tomaram conta de uma ampla quota de mercado e começaram a ameaçar seriamente o domínio dos vinhos europeus, inicialmente no segmento mais baixo e depois no segmento médio do mercado.

Com vista a evitar as altas margens de lucro através dos canais de distribuição norte-americanos, as quais aumentam ainda mais o já elevado preço de venda a retalho local, pensamos estar na hora das adegas europeias fortalecerem a sua posição nos Estados Unidos, tornando-se importadoras e distribuidoras directas dos seus produtos vinícolas. Sendo o valor do Euro favorável como o de Novembro de 2008, valorizado acima dos vinte e cinco por cento (25%) face ao Dólar, tal facilita o investimento que uma adega europeia terá de fazer para se tornar num importador e distribuidor directo nos Estados Unidos.

## O mercado norte-americano: uma miscelânea de regulamentações federais e estatais

Os Estados Unidos têm dois (2) níveis diferentes de jurisdição governamental: um governo federal com leis federais aplicáveis a todos os estados e cinquenta (50) códigos de leis estatais diferentes. Isto é de alguma forma semelhante à dicotomia dos estados-membros da União Europeia. Para além desta complexidade, presente em inúmeras áreas da lei americana, convém lembrar que a legislação que aboliu a Lei Seca ao nível federal foi cuidadosamente concebida para conferir aos estados o máximo poder possível para legislar o álcool dentro das suas fronteiras.

Por outras palavras, e tal como a lei interna de um estado-membro da UE não pode contradizer uma directiva específica da UE, a Lei Estatal norte-americana não pode contradizer a Lei Federal, embora as leis estatais de importação e distribuição de vinhos possam variar e assim aconteça significativamente de estado para estado.

Nos Estados Unidos, existem dezoito (18) estados, representando aproximadamente 25% da população, que regulamentam directamente as vendas de álcool através do controlo da distribuição a retalho e/ou por grosso. Estes estados denominam-se "estados monopolistas". Nestes, o estado detém o monopólio da venda por grosso e/ou a retalho de algumas ou todas as categorias de bebidas alcoólicas, tais como a cerveja, vinhos e bebidas destiladas. Contudo, convém ter em conta que as leis dos estados monopolistas diferem substancialmente no que respeita à gestão ou contratação por parte do estado de lojas de venda a retalho de bebidas destiladas. Além disso, a maior parte destes estados aplica diferentes níveis de regulamentação em função do tipo de bebida alcoólica, com alguns deles a excluir completamente os vinhos e a cerveja do monopólio do estado (ou seja, nestes estados os vinhos e a cerveja são vendidos em supermercados, embora as bebidas destiladas sejam vendidas em lojas de bebidas destiladas geridas ou contratadas pelo estado).

Os restantes trinta e dois (32) estados, nos quais se inclui Nova Iorque, Califórnia, Texas e Florida, denominam-se "estados licenciadores". Estes estados atribuem licenças a vendedores privados. As agências estatais podem condicionar estas licenças, o que ajuda os estados a controlar mais indirectamente a venda de álcool.

Por exemplo, o Estado de Nova Iorque regula os preços através da Secção 101-b (um estatuto acerca da publicação dos preços) da Lei para o Controlo das Bebidas Alcoólicas (*Alcoholic Beverage Control Law*). A Lei de Nova Iorque exige ao grossista o registo mensal, junto da Autoridade para as Bebidas Alcoólicas do Estado de Nova Iorque (NYSLA) (*New York State Liquor Authority*), da lista dos preços que pretende cobrar a outros grossistas ou retalhistas pelos seus produtos, durante o período especificado, contemplando uma redução decrescente para acompanhar os preços da concorrência. No

entanto, o estatuto não autoriza a estipulação dos preços de venda a retalho dos vinhos, nem impõe limites aos grossistas sobre os preços a cobrar aos seus revendedores.

### O sistema de distribuição de três níveis (*Three-tier Distribution System*)

De acordo com o chamado sistema de distribuição de três níveis em vigor um pouco por todos os Estados Unidos, incluindo Nova Iorque, cada estado licencia e regulamenta três (3) grupos de intervenientes no processo, através das suas Agências para o Controlo das Bebidas Alcoólicas (*Alcoholic Beverage Control Agencies*): os produtores ou importadores (nível um) vendem os seus produtos apenas aos distribuidores e grossistas de bebidas licenciados (nível dois) que, por sua vez, vendem apenas aos retalhistas devidamente licenciados (nível três), incluindo bares e restaurantes. Os últimos têm o direito a vender bebidas alcoólicas aos consumidores maiores de 21 anos, em locais onde a venda de álcool seja permitida e somente depois da devida colecta de impostos.

No entanto, deve entender que em alguns estados, incluindo por exemplo o de Nova Iorque, não basta apenas ter uma Autorização Básica de Importador (*Basic Importer's Permit*) (licença de importação) emitida pela Departamento do Comércio e Impostos sobre o Álcool e o Tabaco (TTB) (*Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau*) para importar vinhos: a NYSLA também exige que cada importador detenha uma Licença de Grossista de Vinhos (*Wholesaler's Wine License*). O objectivo deste sistema de três níveis é, em primeiro lugar, delinear de forma clara os canais autorizados e exclusivos através dos quais o álcool é introduzido em cada estado. Em segundo lugar, pretende estabelecer linhas de regulamentação gerais que possam ser monitorizadas pelas autoridades reguladoras e legislativas.

A combinação destas salvaguardas tem por objectivo assegurar uma distribuição segura de produtos alcoólicos a todos os consumidores dos Estados Unidos.

No entanto, uma opinião do Supremo Tribunal em 2005 abalou este sistema de três níveis, sustentando que uma das provisões da Constituição dos Estados Unidos (a chamada Cláusula do Comércio) impede os estados de discriminar entre adegas intra-estatais e extra-estatais, no que diz respeito à venda directa aos consumidores. As leis de Nova Iorque, assim como as do Michigan, em discussão no caso do Supremo Tribunal, foram declaradas discriminatórias pois permitiam que as adegas intra-estatais fornecessem directamente os consumidores, enquanto que as adegas extra-estatais teriam um grossista ou retalhista por intermediário. Por outras palavras, as leis de Nova Iorque exigiam que a adega extra-estatal tivesse presença física em Nova Iorque como condição para usufruir do privilégio de fornecer vinhos directamente ao consumidor, o que foi declarado inconstitucional pelo Supremo Tribunal dos Estados Unidos.

Além disso, existem diferentes regimes regulamentares para a cerveja, vinhos e bebidas

destiladas em cada estado.

As complexidades legais e regulamentares do mercado norte-americano têm dissuadido as adegas europeias de entrar neste mercado de modo geral. Em vez disso, essas adegas preferem comercializar os seus vinhos através de importadores nacionais que os distribuem estado a estado, através dos próprios canais de distribuição do importador.

## Os vários intervenientes no mercado norte-americano

Os importadores, distribuidores e retalhistas são os principais intervenientes no mercado dos vinhos. Cada um deles deve ter uma licença específica. A licença de importação é emitida pelo governo federal e é assim válida para todos os Estados Unidos, enquanto que as licenças de distribuição e venda a retalho são emitidas por cada estado e apenas válidas para o mesmo. Assim, cada item importado deve ter pelo menos um importador a nível nacional e pode ser distribuído por vários distribuidores localizados nos diferentes estados em que o produto será comercializado.

## As empresas europeias podem importar os seus vinhos e bebidas destiladas directamente para os Estados Unidos?

**SIM!**

Existem três (3) opções diferentes para importar vinhos e bebidas destiladas para os Estados Unidos. (1) A primeira opção é a importação directa, através da criação de uma empresa distinta ou subsidiária nos Estados Unidos, ou através do licenciamento da própria adega para comercializar nos Estados Unidos. (2) A segunda opção é vender os vinhos a um importador clássico, o qual revenderá os mesmos através da sua própria rede de distribuição. (3) A terceira opção é a exportação através de um importador alternativo que foque a logística, administração e conformidade com as regulamentações. Esse importador fará a importação, armazenagem e distribuição dos vinhos que serão vendidos por um gestor de produto escolhido e contratado pela adega.

## Torne-se o seu próprio importador

Esta solução tem a vantagem de permitir ao próprio produtor de vinhos a gestão directa de todas as operações no mercado norte-americano, dada a inexistência de intermediários. O produtor estrangeiro é o seu próprio importador e distribuidor.

Existem duas (2) possibilidades. A primeira seria o registo da própria adega como empresa estrangeira, autorizada a negociar em cada um dos estados em que pretende comercializar os seus vinhos. A segunda seria a criação de uma entidade nova e distinta, podendo ou não ser subsidiária da sua adega. A criação de uma nova entidade é vantajosa pois, por um lado, a

adeja mãe estará geralmente isenta de responsabilidade sobre as dívidas daquela. Por outro lado, a nova entidade elimina o risco de que as autoridades fiscais norte-americanas considerem uma parte do lucro da sua entidade estrangeira, agora registada nos Estados Unidos, como *lucro efectivamente associado à prática de negócios e do comércio no país*. A corporação, uma vez estabelecida nos Estados Unidos, poderá então candidatar-se a uma Autorização Básica de Importador (*Basic Importer's Permit*) atribuída pelo TTB, bem como a qualquer licença estatal de grossista de vinhos. Em ambos os casos, é obrigatório ter um escritório permanente no estado onde a corporação será domiciliada. Este escritório deve ter pelo menos um (1) empregado e estar aberto das 9 às 17 horas de todos os dias úteis. Um simples endereço de correio não será assim suficiente. Enquanto que o TTB permite o exercício da actividade a partir de um escritório doméstico desde que acessível 24/7, alguns estados, incluindo o de Nova Iorque, não o permitem e exigem um endereço fiscal prévio à emissão da Licença de Grossista de Vinhos (*Wholesaler's Wine License*).

O processo para a obtenção de uma licença federal implica uma entrevista com o TTB. Durante a entrevista, a corporação deverá fornecer todos os documentos e informações exigidas pelo TTB. O TTB verificará os documentos corporativos básicos (o certificado de incorporação e regulamentos da corporação, os artigos de acordos de organização e operação para companhias de responsabilidade limitada) e investigará a fonte de capital da corporação. A lei exige o pagamento de um Imposto Ocupacional Especial (*Special Occupational Tax*) de 500 dólares (perto de 400€), pagável na tesouraria das finanças dos Estados Unidos (*US Treasury*), colectado pelo Centro Nacional do Imposto sobre os Rendimentos (*National Revenue Center*) (mesmo que a actual administração tenha dispensado estas taxas). O processo de registo demora normalmente trinta (30) a sessenta (60) dias a menos que a candidatura seja alvo de nova inspecção.

## Devo estabelecer-me como importador directo?

Excluindo o investimento inicial, os produtores vinícolas europeus têm nítidas vantagens em estabelecer-se como importador directo na América. Entre estas vantagens inclui-se:

- Integração vertical do mercado, o que permite controlar o produto desde a produção até ao retalhista
- Eliminação de intermediários na cadeia de distribuição e consequentes reduções nos custos
- Um conhecimento mais profundo do mercado e intervenientes locais, o que lhe permite direccionar a oferta ao nível do distribuidor e ao nível do consumidor
- A possibilidade de utilizar este conhecimento em estratégias de marketing para o mercado local

- A possibilidade de aumentar a carteira de clientes através de uma prospecção de mercado adequada

Embora a quantidade de vinhos introduzidos nos Estados Unidos tenha disparado, o número de grossistas (o nível dois) disponíveis para distribuí-lo caiu significativamente durante a última década. Daí ter-se tornado mais difícil para as adegas estrangeiras serem bem sucedidas no “concurso de beleza” para atrair a atenção de um distribuidor norte-americano de alto nível.

### Os seus direitos:

A corporação norte-americana ou estrangeira registada como importadora nos Estados Unidos tem o direito de:

1. Candidatar-se à aprovação e registo dos seus produtos junto do TTB
2. Registrar uma marca comercial e pedir a sua aceitação junto do TTB. A candidatura deve cumprir com os requisitos de embalagem e rotulagem. Não será permitido comercializar nos Estados Unidos os vinhos que não cumpram com estes requisitos
3. Antes da expedição dos vinhos, registar-se (assim como a sua adega estrangeira) junto da Administração para a Alimentação e Fármacos (FDA) (*Food and Drug Administration*).
4. Trabalhar junto de um funcionário da alfândega ligado à área dos vinhos para tratar das relações com a Alfândega, combinar pagamentos de taxas e impostos e comunicar informações relevantes ao importador.
5. Estabelecer a sua própria rede de distribuição
6. Obter a aprovação dos rótulos dos vinhos junto do TTB, os chamados Certificados de Aprovação do Rótulo (*Certificates of Label Approval*) ou COLA
7. Importar os seus vinhos ou bebidas destiladas para os Estados Unidos
8. Obter as licenças estatais de grossista de vinhos necessárias e introduzir os vinhos e bebidas destiladas no mercado dos Estados Unidos através da sua rede de distribuidores, procurar, contactar e vender aos grossistas que tenham a sua própria rede de distribuição ou directamente aos retalhistas
9. Promover e vender os seus vinhos e bebidas destiladas

Nós podemos:

- Completar todos os passos necessários ao registo a sua entidade nos Estados Unidos ou à criação de uma nova entidade no país
- Formalizar a sua candidatura à Licença Federal de Importação (*Federal Import License*) atribuída pelo TTB
- Auxiliá-lo na obtenção de Certificados de Aprovação do Rótulo junto do TTB
- Registrar a sua companhia norte-americana, assim como a sua adega estrangeira junto da FDA
- Representá-lo, caso necessário, na entrevista com o TTB, com vista a obter a Licença Federal de Importação
- Contratar um funcionário da alfândega ligado à área dos vinhos
- Elaborar um relatório a respeito dos requisitos de cada estado onde deseja comercializar os seus vinhos e nos quais seja necessário obter uma Licença Estatal de Distribuição.
- Formalizar a sua candidatura às licenças estatais de grossista de vinhos, necessárias à distribuição dos seus vinhos nos estados escolhidos, junto das autoridades estatais para as bebidas alcoólicas competentes.
- Indicá-lo a advogados na área da imigração para obter vistos de trabalho para os seus empregados
- Delinear e negociar contratos com distribuidores, agentes e retalhistas

## Trabalhar com um importador clássico

Segundo a nossa experiência, a maioria das adegas que exportam para os Estados Unidos recorrem a um importador clássico. Este método de importação é o mais caro, mas é muitas vezes o único que muitas adegas conhecem. É também o método mais rápido de conseguir a distribuição dos seus vinhos nos Estados Unidos, já que o importador é responsável não só pela importação, mas também pela sua venda através dos distribuidores por ele designados. Este método não exige a obtenção de qualquer licença por parte da adega, já que o importador está licenciado. O produtor terá apenas de apresentar a Carta de Autorização (*Letters of Authority*) necessária, pois poderá ser exigida pelo importador nacional ou estatal.

Apesar de ser um método fácil de exportar vinhos para os Estados Unidos, com apenas alguns requisitos administrativos, tem algumas falhas importantes. Em primeiro lugar, o importador é mais um intermediário na cadeia de distribuição entre o produtor de vinhos, o distribuidor, o retalhista e o consumidor. A presença de mais um intermediário fará aumentar as despesas ligadas à importação e o importador apenas comprará os vinhos se o preço do mesmo for suficientemente baixo ao nível do produtor.

Em segundo lugar, o produtor tem apenas contrato com o importador, pelo que este encontrará os seus próprios distribuidores para redistribuir o produto pelos retalhistas. Assim, o produtor não tem qualquer controlo sobre a venda dos vinhos ao distribuidor, retalhista ou consumidor. E muitas vezes acaba por nem saber quem são os distribuidores.

Se um distribuidor decidir deixar de vender os vinhos, o produtor (a sua adega) terá de confiar nos esforços do importador para encontrar um novo distribuidor. Se o importador considerar que a venda deste vinho não lhe é suficientemente lucrativa, a sua resposta poderá passar por deixar de comprar o vinho ao produtor, em vez de procurar outros distribuidores que possam querer negociar os seus vinhos. Através deste método de vendas, a sua adega (o produtor) perde controlo sobre a forma de comercialização do vinho e acaba por ficar totalmente dependente do importador.

Se já tem em vista um importador específico, nós podemos:

- Verificar os antecedentes de crédito do importador
- Verificar a dimensão da rede de distribuição do importador
- Verificar os antecedentes litigiosos do importador
- Negociar e delinear um contrato de venda com o importador
- Dar continuidade à cobrança das suas facturas em atraso, inclusive através de processos judiciais, caso seja necessário

## Trabalhar com um importador alternativo

Ao contrário do importador clássico, o importador alternativo apenas lhe disponibilizará a sua infra-estrutura, através da qual exportará os seus vinhos para o mercado norte-americano, e será facturado a um preço previamente acordado. A sua adega irá facturando à medida que os seus agentes de vendas vendem os seus vinhos. O pagamento aos distribuidores será da conta do importador alternativo. O importador alternativo tem um armazém de vinhos licenciado onde os vinhos são armazenados até à sua venda. Podemos recomendar-lhe um importador alternativo com o qual já trabalhamos no passado. Está

também licenciado a fazer a distribuição de vinhos a nível nacional e a vender directamente aos restaurantes em Nova Iorque. As companhias irmãs fazem a mesma distribuição directa em Connecticut, Florida e Califórnia. Nos restantes estados, o seu gestor nacional de vendas teria de encontrar distribuidores para vender os vinhos a restaurantes e/ou retalhistas. Com um importador alternativo, é a própria adega que tem de encontrar os seus representantes de vendas, ao contrário de com um importador clássico.

A vantagem deste método de importação é a relação directa da adega com a equipa de vendas, pois o importador permite que a adega tenha contacto directo com os seus distribuidores.

Por outro lado, convém lembrar que este método exige uma localização física da adega e a contratação de uma equipa de vendas própria, encarregue de encontrar compradores nos diferentes estados. O pagamento à equipa de vendas da adega poderá ser efectuado através do importador alternativo caso a adega o deseje.

Se preferir trabalhar com um importador alternativo, nós podemos:

- Verificar se o importador alternativo está legalmente presente nos estados visados
- Negociar e delinear um contrato de vendas com o importador alternativo
- Negociar e redigir contratos com os agentes de vendas
- Dar continuidade à cobrança das suas facturas no comprador final, inclusive através de processos judiciais, caso seja necessário

## Mudanças recentes na Lei norte-americana: a Lei do Bioterrorismo (*Bioterrorism Act*)

A Lei para a Segurança da Saúde Pública e Prontidão de Resposta ao Bioterrorismo (*Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act*), de 2002, exige a prévia notificação da Administração para a Alimentação e Fármacos (FDA) da importação de alimentos para os Estados Unidos. As bebidas alcoólicas estão classificadas como alimentos, e estão por isso sujeitas ao cumprimento desta notificação prévia. Tanto os importadores como os produtores de vinho estão obrigados a registar-se junto da FDA e notificar o organismo sempre que haja um novo carregamento para os Estados Unidos. Existe a possibilidade de efectuar este registo pela Internet, o qual deve incluir as seguintes informações em Inglês:

- Nome e endereço da entidade a registar

- Nome e endereço da pessoa a contactar em caso de emergência
- Nomes comerciais e marcas registadas
- Nome e endereço do representante da entidade a registar nos Estados Unidos
- Uma lista detalhada dos produtos da empresa

O registo junto da FDA é gratuito. Contudo, deverá ter um agente para representar a empresa em questões que digam respeito à FDA. Este agente deverá estar disponível 24 horas por dia.

### Estabelecer uma sociedade vinícola nos EUA: passo a passo

1. Defina uma estratégia comercial que inclua os objectivos a curto e médio prazo. Selecciona os estados onde pretende comercializar o seu produto. Em geral, recomendamos começar num máximo de três (3) estados
2. Obtenha os fundos necessários ao estabelecimento de um escritório nos Estados Unidos, despesas de contratação, etc.
3. Registe a entidade estrangeira como corporação estrangeira junto do Departamento de Estado. Em alternativa, e preferencialmente, estabeleça uma nova companhia de responsabilidade limitada (CRL) nos Estados Unidos e obtenha o número de identificação de empregador (EIN) (*Employer Identification Number*)
4. Abra uma conta num banco e deposite algum dinheiro para as despesas iniciais
5. Requeira vistos e autorizações de trabalho para todos os membros estrangeiros da equipa
6. Localize e alugue um escritório
7. Candidate-se a uma licença federal de importação
8. Registe a sua marca comercial
9. Antes de começar a expedir para os Estados Unidos: contrate um funcionário da alfândega e estabeleça uma garantia aduaneira; registe a sua entidade estrangeira (ou empresa norte-americana) junto da FDA; cumpra com os requisitos de rotulagem do TTB (obtenha certificados COLA), pois o TTB terá de aprovar todos os rótulos dos vinhos importados; cumpra com os requisitos da certificação de país de origem para vinhos importados; obtenha uma licença de distribuição por grosso para cada estado

visado; localize agentes de vendas para promover os seus produtos; negocie contratos com os seus agentes de venda, estabelecendo os direitos e deveres de ambas as partes

10. Após ter começado a expedir, avalie as suas vendas iniciais e pondere a expansão para outros estados

## “Prefiro trabalhar com um importador clássico” Como escolher um?

Se decidir por trabalhar com um importador já estabelecido nos Estados Unidos, convém considerar alguns aspectos. Alguns deles são:

- A natureza da rede de distribuição do importador. Os agentes locais estabelecidos a nível regional têm geralmente relações próximas com os grossistas e podem dedicar mais tempo ao novo produto
- O tipo de licença de importador é de extrema importância, assim como o estado ou estados em que se encontra licenciado
- O portfólio do importador descrevendo o tipo de bebidas que comercializa e a posição a ser ocupada pelos vinhos do produtor nesse portfólio
- Quanto tempo, dinheiro e esforço dedicará o importador aos seus vinhos?
- Qual o feedback que obterá do importador? Qual é a resposta do importador às suas necessidades?
- A credibilidade do importador: já foi alvo de processos legais? Já foi processado por insolvência de pagamentos ou quebra de contratos?

Visto já trabalharmos há alguns anos junto de vinicultores europeus, estamos conscientes das barreiras legais encontradas pelas adegas estrangeiras na importação dos seus vinhos para os Estados Unidos. Conte connosco para localizar um importador que satisfaça as suas necessidades, para negociar um contrato que proteja os seus interesses e dar continuidade à cobrança das suas facturas, incluindo através de processos judiciais, caso seja necessário.

Em 1933, a Vigésima Primeira Emenda (21<sup>a</sup>) à Constituição dos Estados Unidos revogou efectivamente a Lei Seca federal sintetizada na Décima Oitava (18<sup>a</sup>) Emenda. No entanto, visto que a 21<sup>a</sup> Emenda permitia que os estados continuassem a aplicar a Lei Seca a nível local, muitos assim o fizeram. Foi apenas em 1966 que o Mississípi, o último estado discordante, revogou efectivamente a Lei Seca.

<sup>2</sup> Falminio Costa v. ENEL Caso 6/64 [1964] ECR 585, 593 é o caso seminal em que o Tribunal Europeu

de Justiça assim estabeleceu este preceito fundamental da lei europeia.

<sup>3</sup> Os 18 “estados controladores” são Alabama, Idaho, Michigan, Mississipi, Montana, New Hampshire, Carolina do Norte, Ohio, Oregon, Pensilvânia, Utah, Vermont, Virgínia, Washington e West Virginia. Além destes, o Município de Montgomery, em Maryland, detém o monopólio sobre a venda e/ou distribuição de bebidas alcoólicas.

<sup>4</sup> *Alcoholic Beverage Law § 101-b(3)*

<sup>5</sup> Os prazos para a publicação dos preços aplicam-se a grossistas que vendam a outros grossistas, bem como a grossistas que vendam a retalhistas. Para os grossistas que vendam a outros grossistas, o prazo para a publicação dos preços termina no dia 25 de cada mês. Os preços e descontos estabelecidos serão válidos a partir do primeiro dia do segundo mês e estarão em vigor durante o referido segundo mês posterior à data de publicação. Por exemplo, o prazo de entrega dos preços da venda por grosso para Dezembro de 2008, junto da NYSLA, termina dia 25 de Outubro de 2008.

Para os grossistas que vendam a retalhistas, o prazo para a publicação dos preços termina no dia 5 de cada mês. Os preços e descontos estabelecidos serão válidos a partir do primeiro dia do primeiro mês e estarão em vigor durante o referido primeiro mês posterior à data de publicação. Por exemplo, o prazo de entrega dos preços de venda a retalho para Dezembro de 2008, junto da NYSLA, termina dia 5 de Novembro de 2008.

Por último, tenha em conta que somente os grossistas que vendam a retalhistas podem alterar os seus preços após o seu registo, e podem apenas fazê-lo para competir com os preços da concorrência. Estas alterações podem ser feitas até ao dia 20 anterior ao mês para o qual os preços são válidos. Por outras palavras, os preços de venda a retalho registados para Dezembro de 2008 podem ser alterados até ao dia 20 de Novembro apenas, tal com já foi dito, para competir com os preços da concorrência.

<sup>6</sup> Granholtz, Governador do Michigan, et. al. v. Heald et. al., 554 US 460 (2005).

<sup>7</sup> As Companhias de Responsabilidade Limitada (*Limited Liability Companies*) (LLC) são normalmente a entidade de Escolha, veja o nosso Guia para a Criação de uma Entidade Empresarial no separador Guias Práticos do nosso Web site

<sup>8</sup> Veja <http://www.irs.gov/businesses/small/international/article/0,,id=96409,00.html>

<sup>9</sup> 1 Eur = \$1,35

<sup>10</sup> COLA é o acrónimo para Certificado de Aprovação do Rótulo (*Certificate of Label Approval*) do TTB; [http://www.ttb.gov/industry\\_circulars/archives/2007/2007\\_04.html](http://www.ttb.gov/industry_circulars/archives/2007/2007_04.html); fornece os diferentes tipos de avaliação a que alguns produtos alcoólicos têm de ser submetidos antes da emissão do COLA por parte do TTB. O TTB aceita o envio das informações necessárias à emissão do COLA por via electrónica. O TTB demora normalmente nove (9) dias a processar o COLA.

<sup>10</sup> <http://www.ttb.gov/importers/index.shtml>; fornece aos importadores norte-americanos uma lista actualizada dos requisitos para a certificação de país de origem dos vinhos e bebidas destiladas.

<sup>11</sup> Ou quem quer que a sua adega contrate para ajudá-lo a vender os vinhos nos Estados Unidos.

#### Exclusão de Responsabilidade:

Os materiais presentes neste guia são de carácter apenas informativo. Não constituem de forma alguma aconselhamento legal, as opiniões dos Escritórios de Advocacia Zara nem as de qualquer membro da sua equipa. Os Escritórios de Advocacia Zara excluem-se

expressamente de qualquer responsabilidade ou obrigação sobre danos de qualquer natureza causados pela utilização, referência ou confiança na informação contida neste guia.

A utilização da informação deste guia não significa a criação de uma relação advogado-cliente. Não tome qualquer acção ou recorra a qualquer informação apresentada neste Web site sem prévio aconselhamento de um advogado familiarizado com a sua situação específica.

Fazemos questão que nos contacte, e damos as boas-vindas às suas chamadas telefónicas, cartas e correio electrónico. Contudo, tenha em atenção que os contactos com a nossa firma (incluindo contactos por telefone, correio electrónico e fax) não significam a criação de uma relação advogado-cliente. Essa relação apenas existirá após a assinatura de uma carta de contratação entre você e a Zara. Não assumimos qualquer obrigação legal em responder a correio electrónico não solicitado.

Aconselhamos vivamente a não nos enviar informações confidenciais ou privilegiadas sem antes haver uma relação advogado-cliente estabelecida. Além disso, aconselhamos a que não envie qualquer informação privilegiada ou confidencial através de correio electrónico pois não podemos de forma alguma garantir a segurança do seu correio electrónico. Recomendamos que primeiro nos comunique por telefone uma breve descrição do seu assunto.

Pretende-se que os links apresentados neste guia sejam apenas da sua conveniência na identificação e acesso a outras fontes de informação. Não representam qualquer associação com, referência, endosso, aprovação ou patrocínio dos materiais e/ou Web sites referidos.

Visto actualizarmos periodicamente a informação aqui incluída, não podemos das garantias da correcção, integridade e actualidade da informação disponibilizada neste Web site.