

## IL BRASILE

Il Brasile rappresenta **uno dei mercati di sbocco a maggior potenziale** per le aziende internazionalizzate o che intendano implementare una strategia di internazionalizzazione.

Alcuni dati a sostegno di quanto detto:

**PIL 2010: 7,5%**

**PIL 2011: 2,7%**

**PIL 2012: 1,5%**

**Previsione PIL 2013: 4,0%**

**Previsione PIL 2014: 4,1%**

### GLI INVESTIMENTI ESTERI

#### **Import Export:**

Il Brasile è il **22° esportatore** (1,36% delle esportazioni mondiali, dallo 0,97% del 2001) e il **20° importatore** al mondo (1,25% delle importazioni mondiali, in costante crescita durante l'ultimo decennio).

**Esportazioni italiane in Brasile** (*gen-set 2012*): 3.640.192 miliardi di euro.

**Importazioni italiane dal Brasile** (*gen-set 2012*): 2.701.111 miliardi di euro.

#### **Investimenti esteri diretti (IDE):**

2009: 25,9 miliardi di dollari

2010:48,4 miliardi di dollari

2011: 60 miliardi di dollari

2012: 59,8 miliardi di dollari

### LA DOMANDA

**Popolazione "giovane"**: dei 200 milioni di abitanti, il 30% ha meno di 14 anni; solo l'8% ha più di 65 anni

**Potere di acquisto in crescita** (fissato salario minimo di legge pari a **678 Reais**, che nel 2012 era di 622 Reais e nel 2011 di 545 Reais)

**Consumi in crescita** (la "nuova classe media" cresce del 4% all'anno e dal 2011 comprende la metà dei brasiliani. Sono **32 milioni di persone tra i 12 e i 64 anni**, che vivono nelle regioni metropolitane).

ed **affinamento delle esigenze dei consumatori**.

### L'OFFERTA

**Sistema produttivo frammentato** (molte aziende di piccole e medie dimensioni)

**Sistema distributivo** non evoluto; prevalenza del dettaglio tradizionale

**Sistema logistico** ancora da potenziare (difficoltà legate anche all'estensione ed alla morfologia del territorio)

**Protezionismo e Burocratizzazione** hanno favorito le aziende locali, scoraggiando l'ingresso di aziende straniere (spesso anche delle multinazionali)

## IL MERCATO BRASILIANO DELLA COSMESI

Dopo di aver registrato una forte crescita negli ultimi 17 anni (360,1%, con una **crescita media annuale sopra il 10%** ), nel 2011 il Brasile è diventato **il terzo mercato mondiale della cosmesi** (10,1%), essendo superato solo dagli USA e dal Giappone.

	Milioni di dollari (prezzo al consumatore)		Crescita (%)	Partecipazione (%)
	2010	2011		
Mondo	387,7	425,9	9,84	100,0
USA	60,7	63,1	3,8	14,8
Giappone	43,4	47,3	8,9	11,1
<b>Brasile</b>	<b>36,2</b>	<b>43,0</b>	<b>18,9</b>	<b>10,1</b>
Cina	23,9	27,7	16	6,5
Germania	17,7	19,4	9,5	4,5
Francia	16,1	19,3	7,5	4,1
UK	15,6	17,0	9,1	4,0
Russia	12,4	14,2	14,7	3,3
Italia	12,2	13,0	6,6	3,0
Spagna	10,5	11,0	5,1	2,6

Il Brasile è:

Il **1° consumatore mondiale** di deodoranti; fragranze; creme solari; coloranti, balsami, permanenti e contro permanenti; saponette e creme per il corpo.

Il **2° consumatore mondiale** di prodotti infantili; per l'igiene orale; prodotti per l'uomo; prodotti per i capelli e per la doccia.

Il **3° consumatore mondiale** di prodotti per il trucco.

Il **4° consumatore mondiale** di prodotti per la depilazione.

Il **5° consumatore mondiale** di prodotti per la pelle.

Fino al novembre 2012 il fatturamento annuale del settore aveva raggiunto circa US\$ 43 miliardi.

### **PERFORMANCE (2011)**

Trucco: + 12,6% (rispetto al 2010)

Pelle: +8,4% (US\$ 4,8 miliardi di fatturato nel 2011)

Capelli: prodotti di trattamento (+24,6% negli ultimi cinque anni); colorazioni (+22,5%); balsami (+18,3%); tinte (+14,2% negli ultimi cinque anni – è il più grande mercato mondiale per le tinte).

### **LA LINEA UOMO**

Il Brasile è il **secondo mercato nel mondo di cosmetici per l'uomo** (risponde per il 12,1% del mercato).

Negli ultimi cinque anni, **il consumo di cosmetici per l'uomo è cresciuto del 163%**. Gli uomini brasiliani oggi spendono US\$ 4 miliardi all'anno.

Schiuma da barba, dopo barba, prodotti per i capelli, profumi, saponi, creme solari, creme idratanti, creme anti invecchiamento .

### **LE IMPORTAZIONI**

Tra il 2002 e il 2011 **le importazioni** dei prodotti per l'igiene personale profumeria e cosmesi **sono cresciute del 340,9%, presentando una crescita media annuale del 16% negli ultimi dieci anni.**

**2010:** 696 milioni di US\$ (+52,6% rispetto al 2009)

**2011:** 880 milioni di US\$ (+26,3 rispetto al 2010)

### **LE PREVISIONI**

Il consumo pro capite dei prodotti del settore raggiungerà entro il 2013 US\$178 ossia **tre volte la media mondiale e la maggiore tra i paesi del BRIC.**

La previsione per il mercato brasiliano del settore è quella di raggiungere nei prossimi tre anni **il primo posto al mondo.** Uno studio realizzato dall'Associazione Brasiliana dell'Industria

dell'Igiene Personale Profumeria e Cosmetici dimostra che il volume del consumo di prodotti del settore dovrà **crescere attorno al 5% all'anno** fino al 2015.

**Nel 2020 il consumo della sola zona metropolitana di San Paolo sarà il doppio di quello registrato in Francia.** Grazie a tre fattori: 1) il culto della bellezza; 2) l'aumento del reddito della classe media emergente; 3) nel 2020 il Paese raggiungerà il picco della popolazione economicamente attiva.

#### **LA DOMANDA**

Le donne sono entrate a far parte del mercato del lavoro a pieno titolo (**emancipazione sempre maggiore**)

Le lavoratrici-consumatrici hanno **umentato ed affinato le esigenze di consumo**

Crescita delle aspettative di vita e conseguente **desiderio di mantenere un aspetto giovanile più a lungo**

Attenzione del sesso femminile alla **sensorialità** dei prodotti cosmetici (aroma, profumo, tatto...)

#### **L'OFFERTA**

**Sistema produttivo poco concentrato:** circa 2000 aziende operanti, di cui solo 15 sono di grandi dimensioni:

micro imprese (70%) piccole imprese (20%) medie imprese (6%) grandi imprese (4%)

**Aumento dell'indice dei prezzi del settore cosmetico più basso** rispetto alla media del paese grazie all'innovazione tecnologica

**Sistema distributivo non evoluto**, come evidenziato dalla suddivisione in quote:

Tradizionale 66%,

Vendite Dirette 29%

Franchising 5%

**Obbligatorietà della registrazione** dei prodotti cosmetici presso il ministero ANVISA

**A seguito di una serie di incontri in Brasile afferenti il settore della cosmesi, ci é stata rappresentata da alcuni interlocutori Brasiliani, la necessità di avere contatti con produttori italiani di riconosciuta qualità.**

**Riteniamo che questa possa essere , un'opportunità unica per posizionare la vostra azienda a livelli sempre più alti e contemporaneamente entrando in un mercato vasto , in crescita e attento all'alta qualità.**

La nostra società dal 1989 affianca le PMI italiane nel loro processo di internazionalizzazione, in pratica facciamo professionalmente , tre cose:

- Ricerca distributori;
- Apertura di sedi o stabilimenti all'estero
- Ufficio Estero in outsourcing
- Ricerca di finanziamenti agevolati per l'internazionalizzazione in Italia e nei Paesi di destinazione

**La bellezza non é che una promessa di felicità (Stendhal) ....il Brasile ci aspetta.**