

Promos

Confindustria Lombarda

Brasile: sfida e opportunità

Nicola Minervini

# Indice

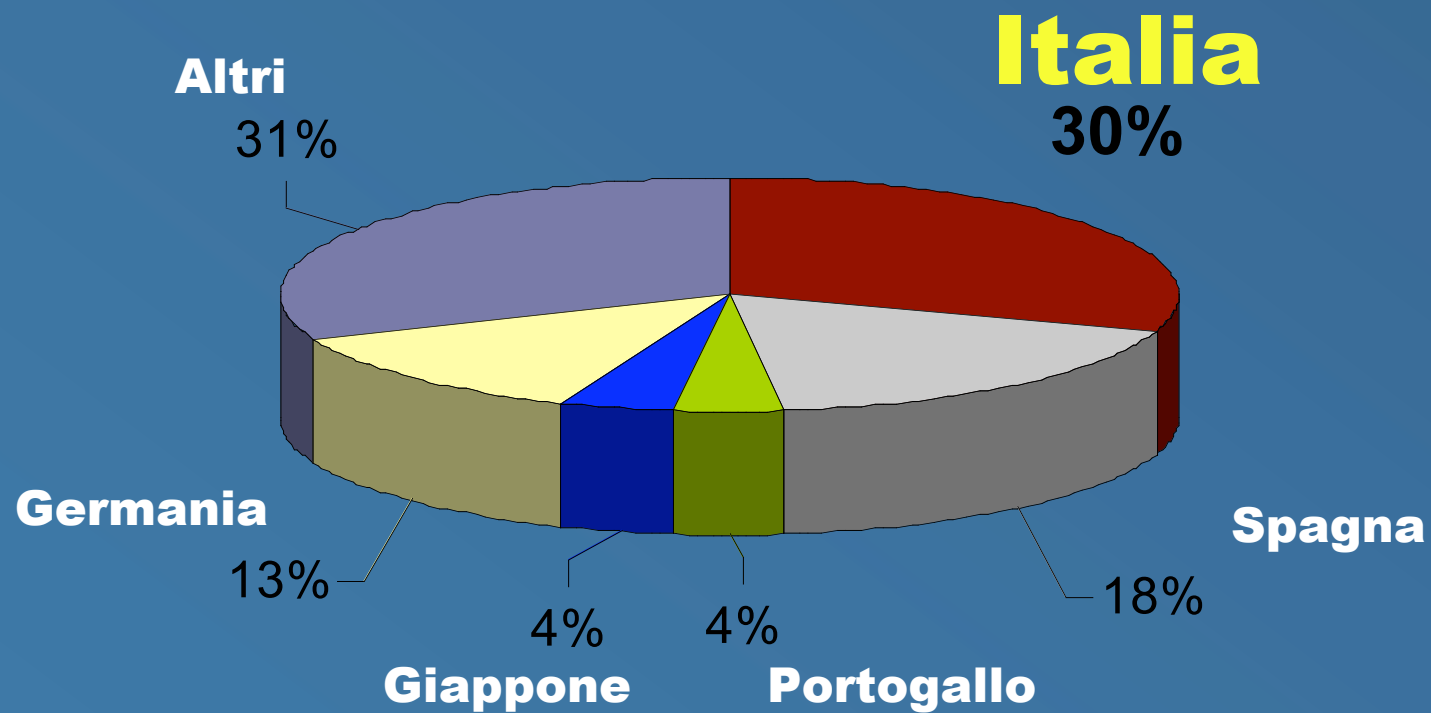
- 1) Perché il Brasile.
- 2) La percezione del Brasile.
- 3) I numeri (conosciuti) del Brasile.
- 4) Il Brasile nel contesto internazionale.
- 5) Il Brasile come riferimento.
- 5) I settori importanti dell'economia Brasiliana.
- 6) Previsioni di sviluppo.
- 7) Un quadro su alcuni settori di interesse.
- 8) La foto del momento.
- 9) Fonti di informazioni.
- 10) Problematiche e cosa fare.

# 1) Perché il Brasile ?

- Senso dell'imprenditorialità.
- Mano d'opera flessibile.
- Esuperanza di risorse.
- Incentivi all'export.
- Dimensioni e dinamica del mercato.
- Base strategica per le Americhe.
- Economia diversificata.
- Integrazione nel "Mercosul".
- Potenzialità di crescita.
- Diffusa italianità.

# Immigrazione in Brasile

(Finale Secolo XIX -  
Inizio Secolo XX)



• Fonte: IBGE -

# Italianità

- 20-25 milioni di oriundi italiani.  
(I fratelli “Adorno” nel...1530 iniziarono la coltivazione della canna da zucchero)
- Città di São Paulo: 5 milioni di oriundi.
- Un grande numero di P.M.I.
- Presenza delle grandi aziende italiane.
- Oltre il 60% degli associati alla Confindustria di São Paulo e' di origine Italiana .

# Presenza Italiana

- Auto(Fiat)
- Meccanica(Ansaldo)
- Assicurazioni(Generali)
- Telecomunicazioni(Telecom)
- Petrolifero(Agip)
- Agroalimentare
- Chimico-farmaceutico
- Gomma e cavi (Pirelli) 44% mercato

- Italia e' il 2° partner europeo, 6° partner globale e 10° investitore in Brasile, con US\$ \$7,2md di investimenti e 250 aziende .
- IL Brasile è al 4° posto per investimenti Italiani all'estero
- Meccanica e tecnologia: i settori principali.

# Oriundi italiani

- Marcopolo: 1° produttore di autobus.
- Romi: 2° produttore macchine utensili .
- Tramontina: 2° produttore di posate.
- Papaiz: 2° produttore di lucchetti e serrature
- Sadia ( Furlan): 1° esportatore di carne
- Lorenzetti: materiale elettrico.
- Marchesan: macchine per l'agricoltura .



# Interscambio tra Brasile e Italia

## US\$ 8 miliardi

( +100% negli ultimi 5 anni)

- Brasile esporta: US\$ 4,5 MD ( +15%)
- Brasile importa: US\$ 3,5 MD ( +30%)

[www.braziltradenet.gov.br](http://www.braziltradenet.gov.br)

# Interscambio Commerciale Brasile / Italia

## Principali prodotti esportati dal Brasile in Italia

- **Cuoio e pelli: 18,1%**
- **Minerali di ferro: 16,9%**
- **Autoveicoli e parti accessorie, aeromobili: 8,8%**
- **Semi, grani, frutta e piante: 7,2%**
- **Cellulose e derivati : 6,8%**
- **Caffè: 6, 6%**
- **Carne: 6,2%**

# Export Italiano

- Macchine e apparecchi meccanici (34,7% del totale dell'export italiano)
- Autoveicoli (19,4%)
- Prodotti dell'ICT, elettrotecnica, strumenti di precisione (10,5%)
- Prodotti chimici, 10,3% (soprattutto fitofarmaci, legati al fortissimo sviluppo dell'industria agricola brasiliana).
- Nel 2008: +35%

## 2) La percezione del Brasile

# Percezione del Brasile

- Sfasamento tra la percezione degli investitori a lungo e a breve termine.
- Eredità di un passato travagliato.
- E' necessario tradurre, "decodificare" le trasformazioni strutturali nel paese.

# Marca “Brasil”

- Natura
- Cultura
- Popolo
- Clima
- Modernità

# Il Brasile si identifica con le cinque “ s “

- Sound. ( Musica)
- Sand. ( Sabbia)
- Sexiness. (Sensualita')
- Sun. (Tropico)
- Soccer. (Calcio)

# Peculiarita' dell'essere Brasiliani

- Grinta, determinazione, voglia di vincere, creativita'.
- Diversita': natura, razze, religioni
- Versatilita'
- Età media della popolazione : 30 anni



### 3) I numeri del Brasile



## Localizzazione industrie

- **Nord:** estrattiva.
- **Nordest :** turismo, abbigliamento, calzature, (diesel, donna karan) petrochimica.
- **Centro-ovest:** agribusiness, turismo.
- **Sudest :** auto, meccanica, servizi.
- **Sud:** agroindustria, auto, legno-mobili, abbigliamento, ceramica.

## Il “mondo” Sao Paulo

- Popolazione circa 11 milioni
- Regione metropolitana: 38 città, 21 milioni, Pil US\$ 147 MD
- Il mercato del lusso, a livello mondiale:
  - 1° in vendite di Ferrari, Montblank, Yacht
  - 3 negozi Bulgari, 4 Tiffany
- 1a flotta di aerei privati (830 jets) e di elicotteri

- Territorio : 8,5 milioni di Km<sup>2</sup>
- PIL: US\$ 1300 MD ( 10a economia)
- PIL pro-capita : US\$ 6940,00
- Export nel 2003 US\$ 73,00 nel 2008 US\$ 200 MD
- Import nel 2003:US\$ 48 MD, nel 2008 US\$ 173 MD
- Inflazione nel 2008: 5,8%
- Investimenti esteri nel 2008: US\$ 45 MD (+30%)
- Riserve: US\$ 203 MD
- Cambio 1€ =3 reais
- Salario minimo : circa €150
- Popolazione :190 milioni (circa)
- Evoluzione demografica annuale: +2,5 milioni

## NUMERI (CONOSCIUTI) DEL BRASILE

- Frutta 3°
  - Soia 1°
  - Zucchero 1°
  - Carne 2°
  - Caffè 1°
  - Arance 1°
  - Biodiversità 1°
  - Legname 4°
  - Ferro 2°
  - Agribusiness: US\$ 320 md 3°
- (22% area coltivabile disponibile nel mondo)

# Mercato

7° mercato consumatore.

90 milioni di persone economicamente attive.  
45-50 milioni con potere acquisitivo simile alla  
classe media europea.

## 4) Il Brasile nel contesto internazionale



# Brasile e i “Brics”

- Brasile: PIL industriale/PIL: 38%  
(Cina 24%, India 19%).
  - PIL per abitante US\$ 6.940 simile al PIL Russo;  
+ 84% della Cina e +200% dell'India
  - Brasile: imposte 35% del PIL  
(+ del 100% delle imposte di China, India, Russia!)
  - Debito pubblico : 37% del PIL  
(Cina 22%, Russia 8%).
  - Rischio Paese:  
Simile o inferiore agli altri tre paesi
  - Brasile e Russia : produttori di materie prime  
Cina e India : consumatori
- Brasile : democrazia consolidata, assenza di conflitti con paesi vicini.

## Brasile e A. latina

- PIL Brasile US\$ 1300 MD
- Messico US\$ 829 MD
- Stato di São Paulo US\$ 400 MD
- Argentina US\$ 216 MD

## 4) Brasile come riferimento

# Brasile come riferimento

- Estrazione di petrolio in grandi profondità 1°  
(nuovi giacimenti)
- Produzione di aerei  
(nella fascia 70-110 passeggeri) 1°
- Jets commerciali 4°
- Mercato per elicotteri 2°
- Costruzione di idroelettriche 2°
- Produzione di moto 4°
- Network televisivo 4°
- Borsa merci “futures” 6°
- Produzione di auto 7°
- Produzione di acciaio 4°

- Camion 5°
- Autobus 3°
- Cosmetici 6°
- Attrezzatura per “fitness”.
- Reti in franchising (US\$ 18 MD)
  - 4° (1.013 reti)
  - 6° (per numero di punti vendita)
  - 48 reti Brasiliane sui mercati internazionali

▪

- Produzione di scarpe 3°
- Design ( 57 premi nel concorso “IF Product design award)
- Il sistema bancario dei più moderni a livello mondiale.
- Uno dei più avanzati mercati per la creazione pubblicitaria.(US\$ 25 MD)

# I settori di sviluppo e di interesse per investimento

- Componentistica auto ( tessile, meccanica, plastica.)
- Agribusiness.  
(Tecnologia alimentare, catena del freddo, packaging),
- Edilizia
- Tessile.
- Farmaceutico.



- Eco-turismo.
- Fiere.
- Telecomunicazioni.
- Energia elettrica.
- Subfornitura settore petrolifero
- Industria mineraria
- Infrastruttura

- Arredamento.
- Gioielleria (design e tecnologia ).
- Mercato del lusso( +33% nel 2008)
- Meccanica strumentale  
(lavorazione metalli, estrazione e lavorazione pietre ornamentali, industria della pelle e calzature, ceramica, lavorazione del legno )

- Automazione industriale.
- Formazione.
- Tecnologia del gas.
- Tecnologia dell'informazione.
- Sistemi per la sicurezza.
- Logistica.
- Tecnologie per la protezione dell'ambiente
- “Made in Italy” per il top del mercato.

# Panoramica su alcuni settori merceologici

# Vino e alimenti

- [www.ibravin.com.br](http://www.ibravin.com.br)
- [www.aabba.com.br](http://www.aabba.com.br)
- [www.journaldovinho.com](http://www.journaldovinho.com)
- [www.revistadega.com.br](http://www.revistadega.com.br)
- [www.fispal.com](http://www.fispal.com)
- [www.abia.org.br](http://www.abia.org.br)

- Produzione locale di vino: 50 milioni di litri
- Sul mercato, circa 10.000 tipi di vini ( 1000 Brasiliani, di cui 30 paragonabili al top del mercato .
- Export : US\$ 5 milioni ( “ wines from Brasil “ )
- Nel 2008 le importazioni di vino:+55%( 2007)
- Import di vini Italiani :+29%, 3° fornitore, 15% dei vini importati
- Molto forte il lobby dei produttori locali
- Principale fiera:Expovinis 05-05-2009
- Consumo per capita di vino : 2lts per anno ( 5 lts in São Paulo)

# Turismo

- [www.embratur.org.br](http://www.embratur.org.br)
  - [www.fenatur.com](http://www.fenatur.com)
  - [www.brasil.tour.com](http://www.brasil.tour.com)( portale)
  - [www.abih.com.br](http://www.abih.com.br) ( alberghi)
  - [www.fitur.com.br](http://www.fitur.com.br) ( fiera)
- 
- Fatturato di turismo proveniente dall'estero: US\$ 5,3 MD ( circa 5 milioni di turisti)
  - Fatturato turismo d'avventura: US\$ 150 milioni

- Fattori competitivi: cambio favorevole a stranieri ( 1€ =3 Reais) e + turismo interno ( per il cambio sfavorevole ai locali)
- Investimento per la promozione del turismo: US\$ 20 milioni per 2008-2009
- Prossimi eventi importanti:
  - Campionato mondiale di calcio 2014
  - Rio de Janeiro, probabile sede di giochi olimpici nel 2016



# Fiere e associazioni

- FIMEC (Novo Hamburgo)
- Fenatec Spring/Summer (São Paulo)
- Fenit (São Paulo)
- Francal (São Paulo)
- Couromoda (São Paulo)

[www.abicalcados.com.br](http://www.abicalcados.com.br)

[www.couromoda.com.br](http://www.couromoda.com.br)

[www.assintecal.com.br](http://www.assintecal.com.br)

## Cuoio

- 1° produttore
- 4° esportatore

Export: US\$ 2 MD ( 90% wet blue)  
( 75% della produzione)

- Cina
- Hong Kong
- Italia

- Produce 800 milioni di paia di calzature
- Esporta 212 milioni di paia, in 146 paesi per un totale di circa US\$ 2 MD.

Principali clienti: USA, Germania, Dubai, UK, Cina, India, Italia

- 20 “clusters”, e decine di consorzi di promozione dell’export
- “Brazilian footwear” marca collettiva

- IL commercio estero di mobili: Brasile esporta US\$ 1MD e importa US\$200 milioni
- **Feria Internacional de Fornecedores da Industria da Madeira e Moveis “Formobile “**
- ForMar – Fiera della Rivendita e Mostra di Tessuti “Tecidos Texbrasil Décor“
- **Associação dos Fabricantes de Ferramentas e Maquinas para a Industria Moveleira (Affemaq).**  
[www.sitesnobrasil.com/design/arquitetura/design\\_interiores/decoracao/acessorios](http://www.sitesnobrasil.com/design/arquitetura/design_interiores/decoracao/acessorios)  
[www.sindmoveis.org.br](http://www.sindmoveis.org.br)

- Riviste

- “ casa &”

- Casa claudia

- “Arquitetura”

- [www.dedshopping.com.br](http://www.dedshopping.com.br)

- [www.equiphotel.com.br](http://www.equiphotel.com.br)

# Macchine agricole

[www.agrishow.com.br](http://www.agrishow.com.br)

- **Tipo di macchinari:**
- Il segmento di canna da zucchero/alcool e della coltivazione dell'arancia sono i principali mercati per i trattori su ruote: +43% nel 2007
- Raccogliatrici: + 138,1% tra gennaio e novembre 2007

- [www.abimaq.org.br](http://www.abimaq.org.br)
- [www.agrishow.com.br](http://www.agrishow.com.br)
  - Volume di affari di US\$ 350 milioni nel 2007 (+42% sul 2006)
  - 140.000 visitatori
  - 700 stands

## TESSILE-ABBIGLIAMENTO

- Mercato di US\$ 22MD
- Industria tessile: 2005-2010 investimento di US\$ 8 MMD per aggiornamento tecnologico



- Il settore tessile e abbigliamento comprende più di trenta mila aziende ed occupa 1,65 milioni di addetti.
  
- Il Brasile è tra i primi mercati mondiali dell' industria tessile :
  - 2° principale fornitore di “denim”
  - 3° di maglia
  - Tra i primi cinque principali paesi produttori di abbigliamento
  - Tra i primi otto mercati per il filo, filati e tessuti

## Indirizzi per il settore tessile

- Brazilian Association of Clothing

[www.abravest.org.br](http://www.abravest.org.br)

- Brazilian Association of Textile and Clothing Industries

[www.abit.org.br](http://www.abit.org.br)

- Brazilian Association of Textile Technicians

[www.abtt.org.br](http://www.abtt.org.br)

- Brazilian Association of Non-woven and Technical fabrics

■ [www.abint.org.br](http://www.abint.org.br)

# Fiere del settore

- **Brazil Summer Fashion Primavera/Estate**

Sierra Park Gramado RS

Expove

**TexBrasil Fenatec - Feira Internacional de Tecelagem  
Autunno/inverno**

ITM Expo - São Paulo - SP

**TechTextil - “Feira Internacional de Têxteis”**

Tessuti e non tessuti

[www.techtextil.com](http://www.techtextil.com) - [www.guazzelli.com.br](http://www.guazzelli.com.br)

# La distribuzione

- H. Stern
- Vivara
- Swatch store
- Goldfinger
- Bluespirit

- Export di gioielleria: US\$ 1MD
- Brasile produce + di 1/3 de tutte le pietre preziose commercializzate nel mondo (con eccezione di diamante, rubino, zaffiro)
- Occupa la 14<sup>a</sup> posizione nel ranking mondiale della produzione di oro

La foto del momento  
Il Brasile e la crisi

- Crescita prevista del 3-4% nel 2009 ( 5/02/09)
- Grosse riserve valutarie
- Istituzioni finanziarie solide
- Aumento del risparmio fiscale
- Riduzione del debito pubblico(37% del PIL)
- Interventi statali sui settori: auto, edilizia, agricoltura
- Banche statali aumentano linee di credito (BNDES)
- Banco do Brasil dà maggior supporto all'agricoltura

- Nuove linee di credito per gli esportatori
- Sospesa l'aliquota di IOF su investimenti stranieri
- Nuove elezioni presidenziali nel 2010
- Mercato interno solido
- Esportazioni diversificate in prodotti e mercati



- Importanza del programma PAC “Programa de Aceleração de Crescimento” ( circa Euro 350 MD)

(Impegni sul settore di infrastrutture come porti, idrovie, autostrade; energia; sociale.

- Crescita della produzione di beni di capitali e minima flessione nei consumi.
- Flessione sulle entrate di valuta per export di “commodities”

Cosa fare?

- Visitare il paese per “sentire “ la potenzialità.
- Definire le aree di influenza del partner (sud, sud-est, centro-ovest, nord-est, nord.)
- Curare l’adattamento del prodotto e imballaggio.
- Assicurarsi che il suo partner sia un esperto in “ingegneria dell’import”.
- Assicurarsi l’assistenza di una competente struttura locale
- Investire nella mano d’opera

- Prima di entrare sul mercato, effettuare la ricerca, il registro e il monitoraggio del marchio.
- Considerare le varie culture presenti nelle trattative.
- Curare la contrattualistica.
- Non limitarsi a voler esportare: le dimensioni e la dinamica del mercato, richiedono presenza costante.
- Curare “l’ingegneria finanziaria”.

- Curare la logistica.
- Molta attenzione alle “istruzioni di imbarco”.
- Molta enfasi sulla comunicazione.
- Analizzate le alternative prima di definire il tipo di società da impostare.
- Società di importazione: molta cura nella preparazione del piano import da presentare alle autorità locali prima di iniziare le importazioni

- Verificare la “legge della concorrenza” (“conselho administrativo de defesa economico”-cade), del ministero della Giustizia.
- Verificare I termini della “licenza di funzionamento”.
- Verificare la legislazione su investimenti esteri.
- Verificare gli aspetti societari e di vendita della tecnologia.

# Cenni sulle problematiche di importazione

Decreto n° 6.759, del 5 Febbraio 2009.

- Identificare i giusti codici doganali ( NBM-NEC Mercosur)
- Studiare le modalità di calcolo delle imposte
- Tasse applicabili “in cascata “ sul valore C.I.F.
- Imposto di importazione I.I.: media del 15% sul valore CIF  
( + alto se il prodotto importato ha similari nazionali)

- Tasse applicate dopo I.I.
  - Imposto prodotto industrializzato I.P.I.
  - Imposto circolazione merci ICMS ( dal 12 al 19%)
  - PIS/Pasep ( circa 1,65). Onere sociale
  - Cofins ( circa 7,60% Onere sociale
  - Vari ( magazzino, “despachante”, AFRMM)
- Costo effettivo dell'importazione: circa il 30%



- 1 € = Reais 3,00

Giugno 2008: 1€= Reais 2,3

- Le banche pretendono garanzie reali per apertura di L/C
- Decreto del 26/01 revocato il 29/01 per licenze di importazione

# Figure professionali utili all'impresa

- Despachante
- Cartorio
- Avvocato
- Contador

Come entrare sul mercato

# La formula vincente: joint venture

Accelera l'entrata sul mercato fornendo al  
partner brasiliano esperienza internazionale

## Altre forme di entrata

- Agente
- Franchising
- Distributore
- Tradings( [www.aeb.org.br](http://www.aeb.org.br))
- Filiali

# Difficoltà

- Settore doganale
- Visti di lavoro
- Barriere non doganali
- Aspetti fiscali diversi da Stato a Stato.
- Burocrazia in genere

Supporto per entrare sul mercato

- Fiere ( [www.ubrafe.com.br](http://www.ubrafe.com.br))
- Camere di commercio italiane in Brasile
- Camera di commercio Italo Brasiliana in Italia
- Ice
- Ambasciata e Consolati Brasiliani in Italia
- Associazioni di categoria in Brasile
- Riviste tecniche
- Banco do Brasil



- Desk di enti italiani in Brasile
- Banche Italiane
- “Eurocentros” e centros internacional de negocios CIN
- Spedizionieri
- Ministero dello sviluppo economico brasiliano M.D.I.C.

# Le fonti di informazioni

# Indirizzi utili

- [promosbr@italcam.com.br](mailto:promosbr@italcam.com.br)
- [www.ubrafe.com.br](http://www.ubrafe.com.br) ( fiere )
- [www.anatec.org.br](http://www.anatec.org.br)( riviste tecniche)
- [www.ice.it/estero/saopaulo.](http://www.ice.it/estero/saopaulo)
- [www.italcam.com.br](http://www.italcam.com.br)
- [www.consbrasmilao.it](http://www.consbrasmilao.it)
- [www.bb.com.br](http://www.bb.com.br)
- [www.camaraitaliana.com.br](http://www.camaraitaliana.com.br)
- [www.ccib.it](http://www.ccib.it)

- [www.ambasciatadelbrasile.it](http://www.ambasciatadelbrasile.it)
- [www.brazil4export.com](http://www.brazil4export.com)
- [www.braziltradenet.gov.br](http://www.braziltradenet.gov.br) [www.aeb.org.br](http://www.aeb.org.br)
- [www.serasa.com.br](http://www.serasa.com.br)
- [www.bb.com.br](http://www.bb.com.br)
- [www.apex.com.br](http://www.apex.com.br)
- [www.infraestrutura.gov.br](http://www.infraestrutura.gov.br).
- [www.adtp.org.br](http://www.adtp.org.br)(opportunità di investimento).

- [www.cin.org.br](http://www.cin.org.br)
- [www.mdic.gov.br](http://www.mdic.gov.br)
- [www.aduaneiras.com.br](http://www.aduaneiras.com.br) ( aspetti doganali)
- [www.abf.com.br](http://www.abf.com.br) -[www.cherto.com.br](http://www.cherto.com.br)
- [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- [www.abnt.org.br](http://www.abnt.org.br)

# Casi di abbandono del mercato.

- Mancanza di abitudine alla dinamicità del mercato.
- Errori di stime di mercato.
- Il cliente e' differente nelle varie regioni brasiliane.
- Gestione finanziaria.
- Management non selezionato.
- Mancanza di umiltà.
- Improvvisazione.

## CONCLUSIONI

- Brasile : polo strategico di sviluppo.

Sinergie:

- **Italia**

Design, tecnologia, produttività, conoscenza dei mercati

- **Brasile**

Mercato interno, piattaforma per l'export, creatività, flessibilità, potenzialità di sviluppo

Pensare “locale”

**Agire “locale”**



- È bene tener presente che il manager brasiliano frequenta una delle migliori scuole di management:

**IL BRASILE**

Promos

Confindustria Lombarda

Grazie!

Nicola Minervini