



**“International Marketing
Consulting
di Dr. Nicola Minervini &C”**

**(“Demo” del nostro seminario)
Brasile: sfida e opportunità**

Nicola Minervini

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 Sao Paulo e' di origine Italiana .

Presenza Italiana

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

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

Interscambio tra Brasile e Italia

US\$ 8 MD

(+100% negli ultimi 5 anni)

- Brasile esporta in Italia : US\$ 4,5 MD
- Brasile importa dall'Italia : US\$ 3,5 MD

www.braziltradenet.gov.br

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 l'export è aumentato del 35%
- L'Italia è il 9° fornitore del Brasile

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.

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'

“Marca Brasil”

- Natura
- Cultura
- Popolo
- Clima
- Modernità

I numeri del Brasile



Localizzazione industrie

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

- Territorio: 8,5 milioni di Km²
- Pil: US\$ 1300 MD (10a economia)
- Pil pro-capite: US\$ 6940,00
- Export nel 2008 US\$ 200 MD
- Export/Pil:12%
- Import nel 2008: US\$ 173 MD
- Inflazione: 5,8%
- Investimenti esteri nel 2008: US\$ 45 MD (+30% sul 2007)
- Riserve: US\$ 203 MD
- Cambio: 1€ =3 reais
- Salario minimo: circa €150
- Popolazione:190 milioni
- Evoluzione demografica annuale: +2,5 milioni

NUMERI (CONOSCIUTI) DEL BRASILE

Prodotti

Graduatoria mondiale

- | | |
|----------------------------|----|
| ■ Frutta | 3° |
| ■ Soia | 1° |
| ■ Zucchero | 1° |
| ■ Carne | 2° |
| ■ Caffé | 1° |
| ■ Arance | 1° |
| ■ Biodiversità | 1° |
| ■ Legname | 4° |
| ■ Ferro | 2° |
| ■ Agribusiness: US\$ 320MD | 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.

Brasile come riferimento mondiale

- Estrazione di petrolio in grandi profondità 1°
- 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°
- Produzione di bio-combustibile 2°

- Camion 5°
- Autobus 3°
- Cosmetici 6°
- 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°
- Export di scarpe 5°
- Il sistema bancario dei più moderni a livello mondiale.
- Uno dei più avanzati mercati per la creazione pubblicitaria

La foto del momento:
Il Brasile e la crisi

- Crescita prevista del 2% nel 2009
- 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)
- Mercato interno solido
- Esportazioni diversificate in prodotti e mercati

- Importanza del programma PAC “Programa de Aceleração de Crescimento” (un investimento di circa US\$ 275MD con impegni sul settore di infrastrutture come porti, idrovie, autostrade, energia, sociale.
- Crescita della produzione di beni di capitali e minima flessione nei consumi.

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 un ottimo “despachante”
- Investire nella mano d’opera

- Prima di entrare sul mercato, effettuare la ricerca, il registro e il monitoraggio del marchio.
- Nelle trattative, adeguarsi alle varie culture presenti nel paese.
- Curare gli aspetti legali.
- 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.
- Analizzare le alternative esistenti per gli aspetti societari

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

Investimenti stranieri in Brasile

(legge 4.131 del 03/09/'62)

- Il Brasile ha firmato con l'Italia l'accordo di protezione degli investimenti (03-04-1995) e la convenzione di Seoul(protezione investimenti stranieri)
- I capitali all'entrata devono essere registrati presso la banca centrale (Bacen 2.997 del 15/08/2000 www.bancocentral.org.br)
- I contratti di trasferimento di tecnologia devono essere registrati presso l'INPI

Le fonti di informazioni

Indirizzi utili

- www.ubrafe.com.br
- www.anatec.org.br(riviste tecniche)
- www.ice.it/estero/saopaulo.
- www.italcam.com.br
- www.camaraitaliana.com.br
- www.brazilnow.com
- www.ambasciatadelbrasile.it
- www.brazil4export.com
- www.braziltradenet.gov.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 non accurata.
- Management non selezionato.
- Improvvisazione e mancanza di umiltà.

CONCLUSIONI

- Brasile : polo strategico di sviluppo.

Sinergie:

- **Italia**

Design, tecnologia, produttività, conoscenza dei mercati

- **Brasile**

Mercato, 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

International Marketing Consulting
di Dr. Nicola Minervini &C

Brasile: sfida e opportunità

Nicola Minervini