



MF

INTERNATIONAL

BRASILEITALIA

€ 5,00* Giugno 2014

* € 2,50 MF International Brasile-Italia
+ € 2,50 Libro Maledetta Seleção.
Offerta indivisibile.

Edizione speciale

L'ITALIA CHE SEGNA



ITALMANAGER

Chi li cerca,
quanto guadagnano

RELAZIONI

I 100 CHE CONTANO
PER FARE AFFARI

X FACTOR

Idee & consigli
d'investimento

Al servizio delle
imprese italiane
in Brasile

At disposal
of Italian
enterprises
in Brazil



Banca Popolare di Vicenza, presente in Brasile dal 2010, mette a disposizione degli operatori economici e degli imprenditori italiani la sua esperienza e la gamma completa dei suoi prodotti e servizi dedicati all'interscambio commerciale tra le imprese.

Banca Popolare di Vicenza has been established in Brazil since 2010 and offers its experience and a full range of products and services to support foreign trade to the economic operators and to the Italian entrepreneurs.

La nostra sede di rappresentanza di San Paolo del Brasile è a Vostra disposizione.
Our Sao Paulo do Brazil Representative Office is at your disposal.

SAO PAULO
Avenida Paullista n.1754,
16° andar, conjuntos 166 a 169,
CEP 01310-200, Cerqueira Cesar,
Sao Paulo/SP, BRAZIL
saopaulo@popvi.com



**Banca
Popolare di Vicenza**

Tradizione e futuro

Una grande opportunità

di Ettore Mazzotti

Ora che il mondo, quello del Calcio, e la Fifa, in particolare, ha scoperto che Brasilia non è Berlino, che gli stadi pluri inaugurati da Dilma Rousseff saranno impiantati alla meglio per il 12 giugno, che il treno veloce tra San Paolo e Rio è rimasto un miraggio, che gli aeroporti non sono organizzati come promesso, e che infine la Selecao non si presenta alla Copa come nel 1950, quando tutti la davano favorita (ma finì seconda), si può ricominciare a parlare di Brasile da un punto di vista meno superficiale di quello del signor di Lapalisse.

La lezione del Mundial registra, per la seconda volta in pochi mesi, vedere Sochi in febbraio, l'inaffidabilità della strategia dei Grandi Eventi, che insieme ai diretti organizzatori, beneficia soprattutto le bande degli sprechi e della corruzione. Ovviamente, senza fare di tutte l'erba un fascio, perché progetti ed esecuzioni a regola d'arte anche nella costruzione o ricostruzione degli stadi ce ne sono. Come quello della copertura dello stadio di San Paolo, terminata in tre mesi da tecnici e operai della Cimolai di Udine, conosciuti come gli artisti dell'acciaio.

Ma il Brasile è ben più e ben oltre gli stadi e il mondo che gira loro intorno, se è vero, come annunciano gli ultimi sondaggi, che, a sorpresa, il 55% degli abitanti di quel continente, grande quasi come l'Europa (senza Russia), avrebbe preferito che il governo spendesse i miliardi di reais, nessuno sa dire quanti, invece che sui campi di calcio, nelle case, nell'elettricità, nell'educazione di una popolazione dove l'analfabetismo è ancora rilevante, nei servizi pubblici e nel risanamento delle celebri favelas. Tant'è che il calo vistoso nel gradimento del presidente Rousseff e il ventilato ritorno di una candidatura Lula alle prossime elezioni del 5 ottobre sono ben più che timidi segnali. Anche se gli analisti concordano che lo spazio mediatico ai candidati del partito al governo, che sia Dilma o Lula, difficilmente toglierà loro la rielezione.

La descrizione delle mille sfaccettature e opportunità di un



Paese benedetto da un clima, per buona parte, benigno, da un suolo che sopra e sotto offre ricchezze sterminate, da una popolazione largamente integrata da un punto di vista razziale e dalla mancanza di guerre, sul suo suolo, almeno negli ultimi 100 anni, meriterebbe più che un magazine, un libro illustrato. È vero, d'altra parte, che l'organizzazione di queste ricchezze, spesso doni naturali, insieme alle bellezze del paesaggio lungo le coste che attirano milioni di turisti all'anno, non è facile. L'assuefazione da idrocarburi, presenti e futuri, sta riversando fiumi di royalties sul-

le amministrazione degli stati lungo la costa, in particolare Rio, San Paolo ed Espírito Santo, che concentrano la metà del Pil, alimentando una crescita un po' drogata e non abbastanza attenta a diversificare le fonti energetiche. In compenso le cambiali in bianco per lo sviluppo, a cui, nonostante i governi, sarà impossibile sbarrare la strada, sono molte e diversificate: i milioni di ettari del *cerrado* dove si coltiva la soia, i prati verdi e le foreste del Rio Grande do Sul, le centinaia di chilometri di coltivazioni di frutta che fiancheggiano le strade del sud, i nuovi, moderni stabilimenti del parco industriale di Perville (Santa Caterina), creato dall'intuizione di Fabio Perini, un imprenditore italiano, di Goiana, a migliaia di chilometri verso Nord nel Pernambuco, dove si sono insediate la Fiat e decine di aziende (molte italiane) dell'indotto, o di Suape, dove Mossi & Ghisolfi ha costruito uno dei maggiori impianti chimici del mondo, sono i primi esempi che vengono in mente di un elenco molto lungo.

Per questo, spesso costretti dalle miserie del vecchio continente, molti italiani, imprenditori, professionisti, manager hanno deciso di riprendere la nave verso questa terra. Dove arrivano con valige cariche di buona tecnologia, capacità organizzative, voglia di fare e costruire: pre-condizioni del successo, una buona base di partenza in un Paese che gli italiani accoglie ancora a braccia aperte. Un'occasione da non farsi sfuggire per l'Italia, che ne beneficia come sistema, e per molti giovani.

SOMMARIO

COVER STORY

- 6** Power 100: I personaggi più influenti nelle relazioni tra Italia e Brasile

TESTIMONI

- 10** Da Campagnola al Sertãozinho: la storia della famiglia Biagi

CALCIO MUNDIAL

- 12** Campioni privati
20 L'Italia alla sfida del Nord Est

IDEE E STORIE DI SUCCESSO

- 20** Italo-brasiliani d'attacco sui campi verdeoro

Per fare business con successo, la ricetta va declinata settore per settore

- 30** Le aziende italiane che sono riuscite a conquistare il mercato

Gli imprenditori raccontano quell'è stato il fattore X che ha consentito il salto di qualità

OUTLOOK

- 34** La B di Bric ha il fiatone, ma è lo stesso affare

Perché entro la fine del decennio, il reddito raddoppierà e i fondamentali saranno sostenuti dall'export e dai consumi interni

- 44** Bond, è il momento di comprare, parola di aberdeen

- 45** Il rallentamento è temporaneo, i consumi sono già ripresi

BUSINESS

- 48** Agribusiness
Pasta, formaggi, caffè...
Per l'agribusiness è boom

- 54** Saranno Amarone e Brunello do Brasil?

- 56** Design&Fashion
La grande partita del design italiano

- 62** Tra blog e web, la griffe sfida il middle market

- 64** Real Estate
Ipanema, Copacabana & C. Il sogno della villa al mare

- 70** Turismo
Il boom del Nordeste tra eco e business

- 74** Executive Search
Automotive, cibo, lusso.
Chi cerca l'Italmanager

- 78** Legal
Contenzioso e dazi per l'avvocato-commercialista

- 82** Dove investire
La mappa del tesoro

GUIDA

- 88** Petrolio, infrastrutture e Olimpiadi
Partono le gare per i grandi lavori

- 90** Casa Italia

MF INTERNATIONAL, LE PROSSIME USCITE

GOLFO, LUGLIO

Non solo Qatar, Kuwait ed Emirati ma la sorpresa dei nuovi interessi bilaterali in Arabia Saudita e nel piccolo Oman che stanno diventando le nuove mete per gli affari nei Paesi del Golfo: saranno questi i temi salienti dell'edizione in preparazione per uscita a fine Luglio, che esplorerà come gli italiani stanno invadendo Dubai, quali sono i piani di investimento degli emiri per l'Expo 2020 e i mondiali di calcio del 2022 (si stanno già progettando gli stadi), le strategie verso l'estero dei grandi fondi sovrani, le mille opportunità per piccole e medie aziende che dalla piattaforma del Golfo vogliono esportare in Africa o in India.



RUSSIA, OTTOBRE

Con oltre 50 miliardi di dollari di interscambio nel 2013, la Russia è diventato uno dei primi partner commerciali e industriali dell'Italia. Per questo grandi e medie aziende stanno guardando con crescente interesse alle opportunità di affari in questo Paese, grande come un continente, dove gli italiani sono considerati tra i partner più affidabili e interessanti: MF International nella prossima edizione prevista per uscita Ottobre metterà a fuoco i legami crescenti tra Italia e Russia nei settori delle infrastrutture e costruzioni, dei beni di lusso e dell'innovazione tecnologica.



AFRICA, DICEMBRE

Africa mediterranea o subsahariana, Orientale o Occidentale, Sud Africa o Uganda, Kenya o Algeria, Nigeria o Mozambico? La seconda edizione di Africa, sarà focalizzata sulle opportunità di business nei diversi scacchieri del nuovo continente e nei paesi strategici, dove la rete della presenza italiana si sta rafforzando, anche a garanzia dei nuovi arrivati. E si occuperà dei trend nei settori portanti dello sviluppo economico: oil&gas, infrastrutture civili, ma anche dove lo sviluppo dei consumi familiari delle classi medie sta prendendo vigore, quali servizi saranno più richiesti, dalle banche alle telecomunicazioni.



A vibrant tropical beach scene. In the foreground, a sandy beach is scattered with some driftwood and palm fronds. The middle ground shows the turquoise ocean meeting the shore. The background is a clear blue sky with a few white clouds. Several palm trees are visible, with one prominent tree leaning towards the right. The overall atmosphere is bright and sunny.

Investi in un SOGNO
scegli il BRASILE



ACQUISTA LA TUA UNITÀ IMMOBILIARE ALL'INTERNO DEL MAGIA APART HOTEL "LE 5 TERRE"

Un investimento sicuro, perché Havengrid Group offre ai clienti l'opportunità di sottoscrivere un contratto di gestione con **rendita garantita netta del 6% per 3 anni (rinnovabile)**, anche con **spese di condominio incluse**.

120 appartamenti da 54 mq a 99 mq e 20 penthouse da 138 mq a 156 mq, completamente arredati con mobili di lusso e di alto livello.



Magia Apart Hotel "Le 5 Terre" rientra nell'incantevole contesto dell'**IBEROSTAR MAGIA MACEIÓ**, un vero paradiso costruito fronte oceano circondato da 12.000 mq di area verde, una struttura polisportiva, 2.000 mq di piscine, una spa, 4 ristoranti, 3 bar, il tutto immerso nella natura del litorale brasiliano.



I nomi che contano nel



1 RICARDO TAVARES, ambasciatore a Roma, è stato per 5 anni ambasciatore presso l'Unione Europea. **2 RODRIGO ABREU**, ex ceo di Cisco Brasil, è da marzo 2013 presidente di Tim Participacoes. **3 ALEX ATALA**, con il suo Dom a San Paolo è diventato uno dei top 10 chef del mondo, **4 GUERINO BALESTRASSI**, fluente in italiano, è presidente della Banca di Sviluppo dello Spirito Santo, uno dei maggiori finanziatori di imprese italiane **5 RENAN PAES BARRETO**, console generale a Milano, uno dei personaggi più influenti della comunità brasiliana in

Italia, **6 WESLEY BATISTA**, presidente di JBS, il primo gruppo al mondo nella produzione di carne, ha riallacciato i rapporti con il gruppo Cremonini dopo l'uscita dall'azionariato di Inalca, **7 LUIGI BAUDUCCO** proprietario del gruppo omonimo, primo produttore mondiale di panettoni, di cui ha istituzionalizzato il consumo in Brasile, **8 CLEDORVINO BELINI**, è l'uomo chiave del successo in Brasile di Fiat, che ha portato alla leadership di mercato. È in Fiat dal 1973, **9 PAULO BELLINI** ha creato nel 1949 la società Marcopolo, una delle prime carrozzerie al mondo nel

settore pullman e trasporti, **10 MAURILIO BIAGI**, il re della canna da zucchero (intervista a pag. 10), **11 MARIA BONOMI**, artista plastica, una delle più quotate sul mercato, **12 GALVAO BUENO**, anchorman di Rede Globo, in particolare sugli eventi sportivi e grande produttore di vino, anche in Italia, **13 PAULA CADEMARTORI**, fashion stylist ha creato una delle linee di accessori più richieste dalle celebrities, **14 RENATO CASAGRANDE**, governatore dello Spirito Santo (intervista a pag. 85), **15 BARBARA CASAOLA**, fashion stylist, grande successo all'ultimo Pitti,

16 GIANCARLO CIVITA, presidente e proprietario del Grupo Abril, uno dei primi editori brasiliani, **17 CELSO COLOMBO FILHO**, grande azionista e direttore commerciale di Piraque, uno dei primi gruppi immobiliari a Rio, **18 SERGIO COMOLATTI**, origine valtellinese, fondatore e proprietario del gruppo leader dell'aftermarket nell'industria automotive, **19 LUCIANO COUTINHO**, presidente della Banca di Sviluppo nazionale, istituzione chiave per il finanziamento delle società italiane, **20 FRANCESCA ROMANA DIANA**, creatrice di gioielli, con il suo nome

il brand della linea di negozi a San Paolo, **21 JOAO DORIA**, fondatore di Lide (intervista a pag. 86), **22 ANDRÉ ESTEVES**, ceo e maggiore azionista di BTG Pactual, grande investitore in Monte Paschi di Siena, **23 BERNARDO FIGUEREIDO**, uomo chiave del governo nella pianificazione degli investimenti infrastrutturali, **24 LUIZ FERNANDO FURLAN**, ex ministro per lo sviluppo di Lula, presidente e azionista di Brf, uno dei primi 10 gruppi alimentari al mondo, **25 CLAUDIO FURTADO**, economista, presidente del centro studi della Fondazione Getulio Vargas,

business in Brasile...



26 ALEXANDRE GRENDENE BARTELLE, fondatore di uno dei maggiori gruppi del fashion brasiliano, appena sbarcato in Italia
27 CARLOS JEREISSATI, immobiliare, proprietario degli shopping mall di lusso Iguatemi,
28 JORGE PAULO LEMANN, finanza e birra, è l'uomo più ricco del Brasile,
29 TOMMASO LEONETTI, nobile famiglia italiana, partner di BA M&A, una delle prime boutique per acquisizioni internazionali,
30 MARISTELA MAFEI, fondatrice di Maquina da Noticia, la prima agenzia

di pr a San Paolo, **31 RAYMUNDO MAGLIANO FILHO**, ceo di Magliano Corretora il primo broker sul Bovespa, la borsa brasiliana, **32 LUIZ ACARI MENEZINA**, fondatore e proprietario di Gran Padania do Brasil che produce il Grana Padano, **33 GUIDO MANTEGA**, genovese, ministro dell'economia, uno degli uomini forte del governo Rousseff, **34 ANDREA MARTINI**, presidente di Souza Cruz, primo produttore di tabacco, **35 ANGELO ANDREA MATARAZZO**, nipote del fondatore della dinastia, è uno dei politici e imprenditori più in vista, **36 DONATA MEIRELLES**,

trend setter, direttore creativo di direttore creativo della boutique Daslu e di Vogue Brasil, **37 RUBENS OMETTO**, il re dell'etanolo, con la sua Cosan è uno dei maggiori industriali dell'agribusiness, **38 SANDRA PAPAIZ**, gestisce il business di famiglia nell'industria dei componenti di metallo, **39 LIRIO ALBINO PARISOTTO**, attraverso la holding Geracao Futuro è diventato uno degli uomini più ricchi del Paese, **40 MICHELE PEREGO**, presidente di Burigotto, gruppo Peg-Perego, settore giocattoli, **41 WAGNER PINHEIRO DE OLIVEIRA**, presidente di

Correios, promotore di un'importante jv con Poste italiane, **42 EDOARDO POLLASTRI**, storico animatore della camera di commercio italo-brasiliana, **43 RAUL ANSELMO RANDON**, leader nella costruzione di autocarri e nell'alimentare, vino e formaggi (il maggior produttore di grana padano brasiliano), **44 JOSÉ RIBEIRO**, ceo di Generali Brasil sta rilanciando con successo il business della compagnia, **45 VALENTINO RIZZIOLI**, manager storico di Fiat in Brasile nel settore macchine per l'agricoltura, portata alla leadership del mercato,

46 JOAO C. SAAD, presidente e proprietario del Grupo Bandeirantes (editoria), molto focalizzato sul multimedia, **47 BERNARDO SENNA**, uno dei maggiori designer, collabora con il Politecnico di Milano, **48 VINCENZO A. SPEDICATO**, fondatore del gruppo Intelli, elettronica e tic, vice console onorario d'Italia, **49 PIETRO SPORTELLI**, ha creato il gruppo Aethra uno dei maggior fornitori di componenti dell'industria automotive, **50 FABIO VICENZI**, famiglia di avvocati e avvocato, in uno degli studi di San Paolo più legati all'Italia

... e gli italiani più influenti



1 RAFFAELE TROMBETTA, ambasciatore italiano a Brasilia, **2 GIOVANNI ARVEDI**, presidente del gruppo omonimo dell'acciaio, ha da poco inaugurato uno stabilimento state of art vicino San Paolo, **3 MARCO BALICH** sta preparando i grandi eventi che dovranno aprire e chiudere le Olimpiadi 2016 a Rio, **4 FEDERICO BALMAS** è il nuovo rappresentante dell'ice nella capitale paulista, **5 LUCA BARABINO** la sua agenzia di Pr ha stretto un'alleanza locale per migliorare le relazioni tra grandi gruppi, **6 ALESSANDRO BARILLÀ**, cfo di

Telospazio (Finmeccanica) in Brasile, opinion maker non solo su economia e finanza, **7 PAOLO BASSETTI**, uomo chiave della famiglia Rocca in Usiminas, il maggior produttore di acciaio in Brasile di cui i Rocca sono grandi azionisti, **8 ALESSANDRA BOSCAINI**, direttore commerciale delle Cantine Masi, il maggiore esportatore di Amarone, **9 ROBERTO BRAZZALE**, presidente del gruppo di famiglia, ha investito in Brasile nella produzione di carne con un metodo d'avanguardia, **10 FABRIZIO BROGGINI**, la sua società di advisory a San Paolo è un punto

di riferimento per le medie imprese italiane, **11 BRUNO BUSACCA**, direttore Sda Bocconi, per conto di Fiat Brasil ha organizzato il primo master aziendale, **12 PAOLO CARBONE**, avvocato, sta organizzando un polo nautico nel sud del Brasile, **13 MARCO CASAMONTI**, fondatore di Archea, ha aperto il primo studio italiano di architettura a San Paolo, **14 ALESSANDRO CASTELLANO**, ceo di Sace, uno dei più attivi sponsor delle attività italiane verso il Brasile, **15 ANTONELLA CERABONA**, responsabile di Consea, executive search per il mercato verdeoro,

16 LUIGI CIMOLAI, il suo gruppo ha realizzato in tempi record la copertura in acciaio dello stadio di Brasilia, **17 MASSIMO D'AIUTO**, ceo di Simest, record di progetti finanziati in Brasile, **283, 18 PAOLO DAL PINO**, responsabile di Pirelli per il Sud America, dove sta investendo soprattutto in Brasile, **19 ROBERTO DE BLASI**, uno dei maggiori importatori di vino italiano di qualità, **20 LUCIANO FELETTI**, presidente di Camera di commercio italo brasiliana di Milano, 60 anni di esperienza verdeoro, **21 FRANCESCO PAOLO FULCI**, ex ambasciatore,

presidente di Ferrero do Brasil, dove ha appena potenziato lo stabilimento, **22 RICARDO GARDINI DE ANDRADE**, avvocato, responsabile del desk Brasile in Italia per Freshfields, **23 GUIDO GHISOLFI**, vicepresidente di Mossi&Ghisolfi, una delle maggiori industrie chimiche brasiliane, **24 GIOVANNI GIOVANNELLI**, ceo del gruppo Pearson in Brasile, leader nel mercato education dove ha investito 500 milioni di euro, **25. ROBERTO GIOVANNINI**, responsabile del desk Italia a San Paolo per la multinazionale della revisione&consulenza Kpmg,



26 MARIO GIRASOLE, vicepresidente esecutivo di Tim Brasil, responsabile rapporti istituzionali, **27 ALBERTO GRISELLI**, responsabile per Value Partners, storico advisor in Brasile di grandi gruppi italiani, **28 MASSIMO GUALA**, direttore della divisione sviluppo di Camargo Correa, uno dei maggiori general contractor, **29 GIACOMO GUARNERA**, avvocato italiano, naturalizzato paulista, è uno dei pochi a potere esercitare anche in Brasile, **30 ISIDORO GUERRERIO** rappresenta il gruppo Ubi Banca in America Latina, 15 anni di esperienza in Brasile,

31 ANDREA ILLY, presidente del gruppo, uno dei maggiori importatori di caffè, **32 GIOVANNI LAZZARI**, sviluppatore immobiliare, con esperienza decennale di lavori per grandi gruppi, **33 CLAUDIO LUTI**, ceo di Kartell, uno dei brand più affermati nel mercato verdeoro, **34 MAURO MARSILI**, console italiano a San Paolo, dove risiede la maggiore comunità di italiani all'estero, **35 MARCO MAZZÙ**, dal 2007 capo di Iveco in America Latina, fornitore dell'esercito brasiliano, **36 GRAZIANO MESSANA**, consulente a San Paolo con vocazione in finanza, insegnerà al primo master

europeo sul Brasile all'Università di Bologna, **37 LUCA MORANDO**, responsabile del gruppo Azimut-Benetti, che ha aperto un grande cantiere per costruire mega-yachts, **38 CRISTIANO MUSILLO**, addetto commerciale dell'Ambasciata a Brasilia è coautore di uno degli studi più approfonditi e aggiornati sul Paese, **39 PASQUALE NATUZZI**, ceo del gruppo omonimo, uno dei maggiori costruttori di divani in pelle del Brasile, **40 FABIO PERINI**, proprietario del cantiere di super-yachts, in Brasile ha costruito uno dei parchi industriali più famosi, Perville, e sta

investendo nel turismo, **41. GIUSEPPE PERRUCCI**, per conto del gruppo Azimut sta lanciando il primo gestore di fondi sul modello italiano, **42 EUGENIO PETRUCCI**, responsabile dell'attività brasiliana del gruppo Engineering, uno dei maggiori dell'IT tricolore, **43 FRANCESCA PICCIAFUOCHI**, fashion pr, si è trasferita a San Paolo per aiutare la moda italiana, **44 RENZO REGINI**, decano (22 anni di Brasile) dei banchieri italiani a San Paolo, rappresenta Unicredit, **45 PAOLO ROCCA**, presidente di Tenova, l'azienda di macchinari industriali di Tenaris, che in Brasile

ha uno dei poli d'attività, **46 PAOLO ROMANACCI**, per conto di Enel GP sta esportando tecnologia d'avanguardia, **47 GIULIO SALOMONE**, ceo di Almagviva do Brasil, vende servizi a valore aggiunto per le telecomunicazioni, **48 MASSIMO TISO**, presidente di One Brasil, gruppo Bandeirantes, ha appena chiuso un accordo milionario con il gruppo americano radiofonico Rdio, leader nella musica digitale, **49 ANTONIO UCKMAR**, avvocato fiscalista, figlio di Victor, **50 MASSIMO ZANETTI**, proprietario di Segafredo, è il maggior coltivatore indipendente di caffè in Brasile.

Da Campagnola al Sertãozinho

La storia di famiglia del re dell'etanolo e della canna da zucchero, da quando il nonno Pietro lasciò la campagna padovana e arrivò a Ribeirão Preto, la terra promessa

di Oliviero Pluviano

Il nonno Pietro era un vero filosofo. Gli piaceva molto conversare e la sua caratteristica principale era quella di non lamentarsi mai di nulla.

Si sa che i vecchi recriminano sempre che avrebbero potuto fare qualcosa che la vita non gli ha permesso di realizzare. Mio nonno no. Al pomeriggio si sedeva qui, su questa seggiola nella sua casa di Ribeirão Preto, di fianco alla cattedrale, e guardava la gente passare. Era profondamente italiano, una persona molto positiva che ha sempre venduto un'idea buona della vita. Io e mio padre abbiamo appreso molto da lui.» A parlare è Maurilio Biagi, 71 anni, il più grande produttore di canna da zucchero del Brasile, intervistato nella villa di due piani in Rua Tibiriçá 776, un magnifico palazzo costruito nel 1922 con materiali importati dall'Europa, comprato nel 1941 per 350 contos de reis dal nonno Pietro. Ora, per volere di Maurilio, diventerà un centro della memoria italiana di questa regione infinitamente prospera dello stato di San Paolo dove, a un certo punto della storia, c'erano più italiani che brasiliani. Il 75 per cento dell'economia di Ribeirão Preto e dintorni è ancora in mano a discendenti dell'emigrazione dall'Italia iniziata dopo il 1870, che qui «hanno fatto l'America», come in nessun altro posto del Brasile.

Pietro Biagi era arrivato nel porto di Santos con la nave Adria nel 1888, anno della Lei Aurea che decretò la fine della schiavitù. Aveva sette anni. Era nato il 31 maggio 1881 a Campagnola, un paesino presso Padova, in Veneto. Era il più intelligente dei figli di Natale Biagi e di Elisabetta Ferrini, tanto che imparò a leggere e a scrivere da solo. Dalla famosa casa dell'immigrante di San Paolo i Biagi furono mandati ad Itatiba, nei dintorni di Campinas, a sostituire gli schiavi neri nelle piantagioni di caffè, come tutti gli emigrati italiani di allora. Ma vi restarono pochi anni e poi si trasferirono nella regione di Sertãozinho, nelle campagne di Ribeirão Preto, in una fazenda che si chiamava Conceição, di fianco alla Lagoa do Cavallo. Questa fazen-



Foto di Oliviero Pluviano da MundoFiat

da esiste ancora, anche se non si sa se l'edificio principale sia lo stesso di quell'epoca.

Maurilio fa girare il suo elicottero molte volte attorno a quella piccola casa, circondata da campi arati, e racconta commosso che tutto ha avuto origine da lì. Il bisnonno Natale montò un poco tempo un forno per la produzione di mattoni e tegole a Lagoa Itarare. Era la fine del secolo e Pietro, diciottenne, si dava da fare consegnando mattoni e tegole con un carretto e vendendo la cachaça artigianale, la melassa e lo zucchero scuro, prima attività dei Biagi. Un anno prima era nato il primo impianto di trasformazione della regione

per opera degli inglesi della fazenda Dumont, il cui rampollo Alberto Santos Dumont avrebbe fatto parlare di sé in tutto il mondo per essere fra gli inventori dei primi aerei.

Pietro aveva il naso per gli affari. Una volta, per esempio, avendo saputo prima degli altri dei danni provocati da una forte grandinata nella zona fece incetta di tutte le tegole prodotte nel Sertãozinho e le rivendette a prezzi esorbitanti ai contadini disperati per i tetti rotti.

Si sposò a 23 anni, nel 1904 con Eugenia Viel, una ragazza nata anche lei in Italia, e la nuova coppia, secondo la tradizione, continuò ad abitare nella fattoria paterna di Itarare. In meno di 18 anni la signora Biagi dette alla luce 12 figli che vennero chiamati con appellativi veneti e generalità brasiliane: nell'ordine Amélia, Elisa, Gaudenzio, Olga, Osonia, Baudilio,

Maurilio Biagi, 72 anni, nipote di Pietro (sotto) morto a 91 anni nel 1973, creatore della fortuna dei Biagi. Era emigrato in Brasile a sette anni



«Il nonno Pietro era un vero filosofo. Gli piaceva molto conversare e la sua caratteristica principale era quella di non lamentarsi mai di nulla»

Maurilio Biagi

Maurilio, Angela, Isaura, Ida, Iris e Osvaldo. Nel 1906 morì la madre di Pietro e il vecchio Natale, senza più compagna, si lasciò andare: non lavorava più, e al primogenito, toccò la leadership del clan familiare. L'impegno su due fronti, la vecchia e la nuova famiglia, lo spinse a moltiplicare gli sforzi per concretizzare nuovi affari. Cominciò a pagare a rate l'arrendamento di una oleria in Pontal, comprò 29 ettari del Sitio Vargem Rica, al centro delle fertili terre rosse dell'Alta Mogiana, e si mise a produrre canna da zucchero per l'impianto di Francisco Schmidt, che cambiò radicalmente la rotta dell'economia di Sertãozinho.

Nel sorvolare in elicottero questa zona, Maurilio mostra l'alta ciminiera dello zuccherificio, ora trasformato in un museo della canna, e la splendida fattoria Schmidt con la stazione del treno a fianco. Di fianco alla fattoria Vargem Rica, Pietro costruì un campo da bocce, il gioco italiano per antonomasia, sua passione da sempre. Comprò anche una motocicletta per per sbrigare più velocemente il lavoro. Il tenore di vita della famiglia migliorò tanto che nel 1913 i Biagi si permisero una domestica per aiutare Eugenia. Nel 1915 affittò la Fazenda Barbacena, non lontana, perché gli serviva il legno degli alberi per rifornire di traversine da binari le due compagnie ferroviarie che operavano nella zona, la Paulista e la Mogiana. Con i soldi ottenuti dall'affare poté comprare la fazenda e piantare molta canna, tanto che progettò di produrre zucchero in proprio. Il sogno si realizzò nel 1922: 6400 sacchi di zucchero di 50 chili l'uno fu la prima produzione dello zuccherificio dei Biagi.

Pedro Biagi, come era chiamato dai brasiliani, fu così il primo emigrante italiano a diventare produttore di zucchero nello stato di San Paolo. In quegli anni comprò la prima automobile e la maniera in cui si presentò con il nuovo bolide alla famiglia fa parte ormai del folklore locale. Arrivato alla fattoria, suonando all'impazzata, si accorse di non riuscire a fermare la macchina. Nessuno glielo aveva spiegato nella fretta di andarsene per farlo vedere. Allora incominciò a inanellare giri intorno alla fattoria finché finì la benzina. La storia si trasformò in barzelletta, poi entrò nella leggenda che Pietro non usava mai i freni nella sua corsa per vincere nella vita. Ma quel punto punto gli imprevisi rovesci dell'esistenza avrebbero potuto rovinare tutto quello che Pietro aveva creato in quarant'anni di lavoro se il caso e l'intuizione non avessero premiato, ancora una volta, il nonno di Maurilio. Che riuscì a ribaltare a sua favore sia la crisi americana del '29 che il decreto dell'11 marzo 1942 con il quale Getulio Vargas ordinava la confisca dei beni dei tedeschi e degli italiani, come ritorsione per la guerra scatenata dai nazifascisti. Nell'aprile del 1929 Pietro vendette l'Usina Barbacena in contanti per 1800 contos de reis quando, per la lentezza delle comunicazioni, non si sapeva ancora del crack della borsa di New York. E quando esplose la crisi si ritrovò a essere l'uomo con la maggior liquidità della regione, mentre i colonnelli del caffè fallivano uno dopo l'altro e gli affari degli zuccherifici erano ridotti a zero. Poté quindi permettersi di rilevare impianti e fattorie per pochi soldi dai proprietari rovinati, fra cui l'Usina da Pedra e i

Il gruppo Maubisa

UNA FORTUNA SULLO ZUCCHERO

Il gruppo Maubisa, cuore dell'attività di Maurilio Biagi, che è presidente della holding, è attivo in quattro settori, agribusiness, property management, investment management e business innovativi. Biagi ha costruito la sua fortuna sulla canna da zucchero. Negli anni 80, ha acquisito anche il controllo di Refrescos Ipiranga, il maggiore imbottigliatore di Coca-Cola del Paese, di cui ha sviluppato l'attività con gli impianti di Uberlândia e Ribeirão Preto. Oltre ad essere ceo di Maubisa Consultoria, Biagi, che molti vedono come prossimo ministro dell'agricoltura se Dilma Rousseff dovesse essere riconfermata presidente nelle elezioni di Ottobre, è anche nel consiglio di amministrazione e grande azionista di Bioenergética Aroeira, che controlla la produzione di etanolo nella zona mineraria del Minas Gerais, e azionista importante di Indústrias Metalúrgicas Pescarmona (Impca). Con più di cento anni di storia alle spalle, Impca è il maggior produttore brasiliano di impianti per l'energia da fonti rinnovabili, dalle turbine idroelettriche alle pale eoliche, con attività in tutto il mondo e un giro d'affari di 1 miliardo di dollari nel 2012 e 258 milioni di ebitda. Nel 2013 vantava un portafoglio ordini di oltre 4 miliardi di dollari, di cui tre quarti concentrato nel settore eolico. Come spesso accade in Brasile, il giro d'affari consolidato del gruppo Maubisa non è un dato pubblico, nonostante la rilevanza delle attività.

2.500 ettari della Fazenda Retiro che daranno origine nel 1935 all'Usina Santa Elisa.

Pochi anni dopo, allo scoppio del secondo conflitto mondiale un cognato tentò di convincerlo a naturalizzarsi brasiliano per evitare futuri guai che si potevano prevedere con l'Italia mussoliniana. «Quella scelta non gli andava giù. Non volle prendere mai il passaporto brasiliano», ha ricordato il nipote, «la polizia gli confiscò la radio sulla quale ascoltava le notizie dall'Europa e qualcuno gli sgonfiò le gomme dell'automobile. Era molto triste e nell'impeto della rabbia passò tutti i beni ai figli.»

La decisione non poteva essere più azzeccata, perché i quattro figli maschi, nati in Brasile e quindi brasiliani a tutti gli effetti, presero in mano gli affari del padre, mentre alle figlie furono intestati i molti immobili che Pedro aveva comprato a Sertãozinho e a Ribeirão Preto. E così riuscì a dribblare anche il decreto famigerato anti oriundi.

Allontanato a forza degli affari, incominciò a prendersela comoda, faceva quattro stagioni di acque all'anno, che a quei tempi erano il massimo piacere. Tornò anche in Italia, una volta, alla fine degli anni 40, e trovò i parenti di Campagnola che coltivavano la beterraba, la versione europea della canna da zucchero.

In Brasile, visitava una volta alla settimana i suoi figli nelle fabbriche, e il resto del tempo lo trascorreva nella sua villetta a lato della cattedrale di Ribeirão Preto, che era ancora il quartier generale dei Biagi. «La famiglia era molto allegra, celebravamo qui tutti insieme la festa della mamma, Natale e Capodanno. Si beveva vino, si cantava molto, con qualcuna delle mie zie che suonava la fisarmo-

nica,» ha ricordato Maurilio Biagi. Pietro è morto nel 1973 a 91 anni, felice perché era il primo ad andarsene dalla famiglia. «In quei giorni in cui si avvicinava alla fine, mi disse, con quella verve che non lo ha mai abbandonato: tu che fai sempre buoni affari, compra una impresa di pompe funebri perché quando parte il primo poi tutti gli altri seguono rapidamente. Mio padre morì infatti solo cinque anni dopo.»

Lo zuccherificio Santa Elisa, quello creato da Pietro Maggi nel 1935, è stata la cellula madre da cui sono iniziati tutti i grandi affari della famiglia Maggi: le fabbriche di zucchero ed etanolo, le terre con migliaia di ettari di canna da zucchero e altre coltivazioni, le acciaierie Zanini, il più grande aranceto del Brasile alla fine degli anni 60, la prima fabbrica dell'America Latina di fertilizzanti granulari, migliaia e migliaia di buoi e vacche da latte, un centro avveniristico di inseminazione artificiale, produzione di materiale odontoiatrico, la maggior fabbrica brasiliana di imbottigliamento della Coca Cola, e chi più ne ha più ne metta. «Siamo stati e siamo ancora i principali produttori di canna da zucchero in Brasile,» ha concluso Maurilio Biagi nel suo ufficio sulla grande strada di Ribeirão Preto che ricorda il suo padre. «Io sono della terza generazione dei Biagi in Brasile, una famiglia che oggi ha più di 250 discendenti diretti. Sertãozinho, la città dove c'è la maggior parte delle nostre attività, è la più prospera del Brasile con il maggior reddito pro capite. Ed incredibilmente Campagnola, il paese veneto che Pietro Biagi ha lasciato 125 anni fa, è la esatta traduzione italiana di Sertãozinho. Non è fantastico?»



La tenuta dei Biagi a Ribeirão Preto e la Usina Santa Elisa a Sertãozinho che continua a essere uno dei centri di attività della famiglia italo brasiliana

Campioni

di Emiliano Orsini e Stefano Scacchi



DAVID DE GEA

Nazionale: **Spagna**
Ruolo: **Portiere**
Fondo: **Gestifute**
Valore: **17 milioni**



PABLO ARMERO

Nazionale: **Colombia**
Ruolo: **Difensore**
Fondo: **Turbo Sport**
Valore: **7 milioni**



DAVID LUIZ

Nazionale: **Brasile**
Ruolo: **Difensore**
Fondo: **Benfica Stars Fund**
Valore: **26 milioni**



RAMIRES

Nazionale: **Brasile**
Ruolo: **Centrocampista**
Fondo: **Benfica Stars Fund**
Valore: **30 milioni**



FABIO COENTRAO

Nazionale: **Brasile**
Ruolo: **Difensore**
Fondo: **Benfica Stars Fund**
Valore: **14 milioni**



HERNANES

Nazionale: **Brasile**
Ruolo: **Centrocampista**
Fondo: **Traffic**
Valore: **22 milioni**

privati


JAVIER MASCHERANO

Nazionale: **Argentina**
 Ruolo: **Centrocampista**
 Fondo: **Msi/Joorabachian**
 Valore: **15 milioni**


RADAMEL FALCAO

Nazionale: **Colombia**
 Ruolo: **Attaccante**
 Fondo: **Doyen/Gestifute**
 Valore: **60 milioni**


NEYMAR

Nazionale: **Brasile**
 Ruolo: **Attaccante**
 Fondo: **Dis/Sonda**
 Valore: **86 milioni**


EZEQUIEL LAVEZZI

Nazionale: **Argentina**
 Ruolo: **Attaccante**
 Fondo: **Benfica Stars Fund**
 Valore: **20 milioni**


CARLOS TEVEZ

Nazionale: **Argentina**
 Ruolo: **Attaccante**
 Fondo: **Msi/Joorabachian**
 Valore: **22 milioni**

Quella a fianco è una squadra composta da giocatori che potrebbero essere protagonisti del Mondiale brasiliano al via il prossimo 12 giugno. Questi undici calciatori hanno una caratteristica comune: parte dei loro cartellini è di proprietà di investitori privati, grandi aziende, fondi di investimento specializzati, procuratori o ricchi privati, che stanno puntando sulla valorizzazione del loro investimento per poi trarne guadagno nel momento in cui un giocatore deciderà di trasferirsi o verrà ceduto da un club all'altro, come si spiega nelle pagine seguenti. Oppure, come succede nel caso del portiere spagnolo De Gea, sono gestiti da una società, la Gestifute di Jorge Mendes che ha notevoli interessi nel settore delle Tpo. Il fuoriclasse brasiliano Neymar, punta di diamante della Seleção, guida la classifica dei cartellini d'oro (86 milioni) su Radamel Falcao, bomber da 60 milioni. I due sono di gran lunga i più quotati. Segue il centrocampista verdeoro Ramires, che vale 30 milioni. In questa fantasquadra il Brasile è la nazionale più rappresentata. Riusciranno i padroni di casa a conquistarsi la finale del Maracanà? Chi ci punta, e molto, sono certamente i fondi e gli altri proprietari di quei cartellini che trarrebbero grande beneficio da una vittoria della Nazionale verdeoro. Non a caso sono proprio in Brasile i fondi privati più attivi nel settore del calcio-mercato. Tra questi c'è la Traffic, la società di San Paolo che gestisce calciatori, diritti televisivi e stadi di nuova generazione. Traffic, tra l'altro, controllava il cartellino dell'attuale giocatore dell'Inter, Hernanes, fino al momento del trasferimento del brasiliano alla Lazio nel 2010. Il valore indicato nelle didascalie si riferisce al 100% del cartellino, non solo alla frazione controllata dai privati.

GRESSO

Alla Copa dei record faranno festa le terze parti

Fondi di investimento, multinazionali e ricchi privati sono i proprietari di una parte dei cartellini di tanti fuoriclasse del pallone. Ecco chi sono e come giocano, ai bordi del campo

di Stefano Scacchi e Emiliano Orsini

Ll Mondiale al via in giugno sarà giocato nell'Eldorado del nuovo business planetario applicato allo sport: la corsa verso i talenti del calcio che stanno diventando un bene-rifugio per chi ha liquidità da investire con promessa di grandi rendimenti. I calciatori stanno diventando come dipinti e installazioni di arte contemporanea qualche anno fa. E gli artisti più promettenti di questa nuova galleria sfilano in Brasile, il Paese che ospiterà le partite tra le magnifiche 32 del calcio mondiale dal 12 giugno al 13 luglio. Guardarle avrà un motivo di interesse in più, perché, come in Borsa, molti dei giocatori in campo sono protagonisti di questa partita finanziaria che sta investendo il mondo del pallone dove fondi d'investimento privati tirano le fila dei protagonisti del campo.

Il fenomeno del controllo dei cartellini dei giocatori da parte di gruppi privati, le cosiddette «parti terze», terze rispetto ai giocatori e ai club calcistici, è incominciato una decina d'anni fa per iniziativa di un gruppo imprenditoriale brasiliano ed è arrivato, grazie a investimenti successivi per centinaia di milioni di euro, ai piani alti della finanza globale. Grazie anche a una disciplina compiacente della Fifa, la federazione internazionale che regola il gioco del calcio. L'articolo 18-bis del regolamento internazionale sul trasferimento dei calciatori sancisce l'invalidità dei contratti di trasferimento internazionale che prevedono influenze esterne sulle vicende tecniche della vita sportiva di un calciatore da parte dei proprietari dei calciatori e quindi anche delle società di capitale che hanno investito sui cartellini. Questa unica norma risulta, tuttavia, sostanzialmente disapplicata perché sono pochissime le sanzioni da parte delle autorità calcistiche, nonostante ormai siano centinaia i giocatori soggetti a un controllo di società esterne al calcio.

Il trasferimento del più promettente calciatore del mondo, il brasiliano Neymar, passato l'estate scorsa dal Santos al Barcellona per una cifra



Lo stadio del Maracanã a Rio de Janeiro dove si giocherà la finale del Mundial, il 13 luglio

che sta salendo di settimana in settimana, ha fatto da detonatore di un fenomeno rimasto fino ad allora abbastanza sotto traccia. Inizialmente il club catalano aveva dichiarato che la giovane stella della Seleção era stata

acquistata per 52 milioni di euro. Una somma che era subito sembrata troppo bassa per il talento numero uno del pianeta. Nelle stesse settimane il Real Madrid aveva, infatti, comperato dal Tottenham per 100 milioni di

euro il gallese Gareth Bale, un giocatore formidabile ma che mai avrebbe potuto valere il doppio di Neymar. La sottostima è stata motivata da una circostanza molto semplice: il prezzo dichiarato pubblicamente non poteva tenere conto del compenso ai due investitori privati che controllano il 45% della proprietà di Neymar. Il più importante, con oltre il 40%, è il gruppo Dis dei fratelli Sonda, leader nel settore dei supermercati brasiliani, l'altro, con quasi il 5%, il Terceira Estrela Investments SA, un fondo lussemburghese che raccoglie i soldi dei tifosi vip del Santos.

Così il Barcellona è stato costretto ad ammettere un pagamento di 86 milioni di euro con tanto di esborso supplementare al fisco spagnolo di 13,5 milioni per tentare di chiudere ogni possibile contenzioso relativo alla parte di pagamento non dichiarata ufficialmente. Questa vicenda ha portato alle dimissioni del presidente del club catalano, Sandro Rosell, e al rinvio a giudizio del Barça per frode fiscale. Lo scandalo è scoppiato perché il Barcellona ha una struttura ad azionariato diffuso con migliaia di soci divisi in maggioranza e opposizione, un assetto che facilita la denuncia di pratiche illecite. Ma sono pochissime le realtà simili ai vertici del calcio mondiale. Irregolarità ed elusioni finiscono per lo più per passare inosservate, da quando, a metà del decennio scorso, venne alla luce, sempre in Brasile, il primo caso di una certa rilevanza. Il milionario di origine iraniana, ma basato a Londra, Kia Joorabchian, aveva acquistato una percentuale di numerosi giocatori del Corinthians, tra i quali l'attuale juventino Carlos Tevez e l'altro argentino Javier Mascherano, attraverso la sua Media Sport Investment (Msi) di Londra. Quando i due sudamericani si trasferirono in Premier League al West Ham, il controllo della Msi suscitò la reazione delle autorità calcistiche inglesi che decisero di vietare i casi di Third party ownership (box qui a fianco) nel campionato d'Oltremarina.

Poi si è mossa anche la Uefa, visto il dilagare del fenomeno. «È

Third party ownership, Tpo

L'ACRONIMO DEL CALCIO 2.0

È l'acronimo che sta trasformando sempre di più il calcio in una scommessa simile alla Borsa: Tpo, cioè Third party ownership, in italiano tradotto con l'espressione «parti terze». Si tratta del controllo di percentuali del cartellino dei calciatori, quindi della loro proprietà, da parte di gruppi o fondi privati, attivi in particolare in Sud America. In questo modo il giocatore non appartiene solo al club per il quale scende in campo, ma anche a persone fisiche o giuridiche esterne al mondo del calcio. Il nome Tpo deriva dall'unica norma presente nell'ordinamento sportivo internazionale relativa alla disciplina in materia: l'articolo 18bis del regolamento Fifa sullo status e i trasferimenti internazionali dei calciatori che vieta i contratti nei quali un terzo (rispetto ad atleti e club) possa interferire sulle vicende tecniche e di mercato del calciatore. Norma poco rispettata, per altro. L'unico caso noto di sanzione rilevante è stata l'esclusione del Tampere United dal campionato finlandese nel 2011 perché molti calciatori risultavano di proprietà del gruppo di Singapore attivo nelle scommesse clandestine, pochi mesi dopo entrato nelle indagini della Procura di Cremona. Il fenomeno è stato vietato in Inghilterra, nella Premier League, dopo il caso Tevez e Mascherano quando sono stati acquistati dal West Ham nel 2006 tramite una trattativa condotta dal finanziere iraniano Kia Joorabchian, proprietario dei loro cartellini. Altre Federazioni europee, invece, sono più tolleranti.

una vera bomba ad orologeria nel calcio moderno.» ha detto Michel Platini, presidente della Uefa, nelle scorse settimane, «una piaga che sporca l'immagine del calcio. È una vergogna che i fondi controllino la proprietà dei calciatori. Lotterò per cambiare questo sistema».

In alcune commissioni Uefa è stato portata all'ordine del giorno la proposta di vietare ai calciatori controllati dai privati di scendere in campo nelle coppe europee. Ma è una soluzione troppo radicale che rischierebbe di cancellare centinaia di calciatori sudamericani dalle liste consegnate prima del via di Champions ed Europa League. La Fifa è molto più cauta rispetto alla Uefa sulla questione perché teme l'implosione finanziaria di molte società sudamericane. La preoccupazione però è condivisa anche da molti dirigenti dei più importanti club del continente



In alcune commissioni Uefa è stato proposto di vietare ai calciatori controllati dai privati di scendere in campo nelle coppe europee. Ma è una soluzione troppo radicale

che non vedono di buon occhio l'ingresso di questi affaristi nel mondo del calcio, personaggi che guadagnano senza lasciare nulla all'interno del movimento sportivo. Nelle trattative di mercato, secondo dati relativi alla Premier League, esiste già un 10% di risorse che vengono drenate da agenti e intermediari. La presenza delle parti terze aumenterebbe questa emorragia finanziaria verso realtà economiche esterne al mondo del pallone. Anche i rappresentanti dei calciatori

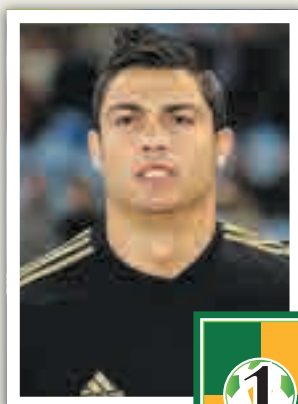
sono preoccupati. «È un tema molto delicato, le Tpo possono provocare conseguenze pericolose per il calcio perché sono un istituto che può creare effetti invasivi sulla sfera tecnica», ha commentato Damiano Tommasi, presidente del sindacato calciatori italiano. La Fifpro, il sindacato mondiale dei calciatori, sta approfondendo la questione da tempo, perché la situazione è complicata dal fatto che in alcuni Paesi le parti terze sono vietate, in altri no. «Ma non penso

che sarebbe una soluzione escludere dalle coppe europee i giocatori controllati da gruppi privati perché in questo caso sarebbero puniti solo gli atleti», ha aggiunto Tommasi.

Anche il governo brasiliano aveva provato a eliminare queste interferenze. Alle società era stato proposto un condono da 1,5 miliardi di reais (circa 500 milioni di euro) in cambio della cancellazione di ogni proprietà privata sui propri calciatori a partire dal 2016. Ma i dirigenti calcistici hanno rifiutato. Troppo forte ormai l'influenza di questi imprenditori che, acquistando azioni sui ragazzi più promettenti, di fatto tengono in vita i settori giovanili, in Brasile ma anche in altri Paesi sudamericani e non. Oltre alla Dis dei fratelli Sonda, esistono altri giganti del settore. La Traffic possiede ben tre squadre nelle quali parcheggia i propri giocatori: Deportivo in Brasile, Strikers negli

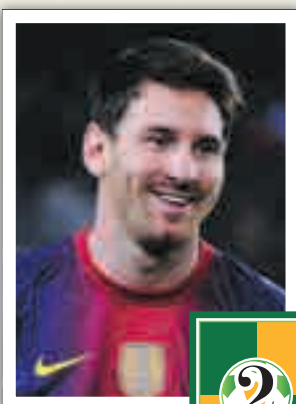
La classifica

IL PATRIMONIO DEI 10 CALCIATORI PIÙ RICCHI DEL MONDO



CRISTIANO RONALDO

Squadra: Real Madrid
148 milioni



LIONEL MESSI

Squadra: Barcellona
€ 146 milioni



SAMUEL ETO'O

Squadra: Chelsea
€ 85 milioni



WAYNE ROONEY

Squadra: Manchester United
€ 84 milioni



KAKÀ

Squadra: Milan
€ 82 milioni



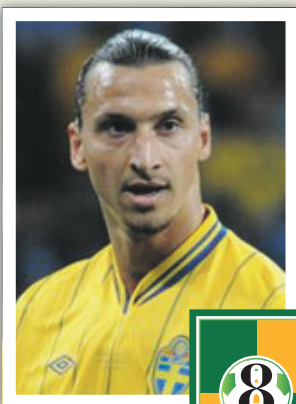
NEYMAR

Squadra: Barcellona
€ 80 milioni



RONALDINHO

Squadra: Atletico Mineiro
€ 78 milioni



ZLATAN IBRAHIMOVIC

Squadra: Paris Saint Germain
€ 69 milioni



GIANLUIGI BUFFON

Squadra: Juventus
€ 63 milioni



THIERRY HENRY

Squadra: New York Red Bulls
€ 57 milioni



La classifica, elaborata dal portale Goal.com, tiene conto di ingaggio, bonus, sponsorizzazioni, diritti di immagine, investimenti immobiliari e titoli azionari. Sei di questi dieci Paperoni saranno sicuramente ai Mondiali: Ronaldo, Messi, Eto'o, Rooney, Neymar e Buffon. Ibrahimovic è fuori perché la Svezia non si è qualificata. Henry ha lasciato la Francia

Stati Uniti ed Estoril in Portogallo. Poi ci sono i procuratori che seguono individualmente questo modello di attività. L'italo-olandese Mino Raiola di fatto gestisce un club dilettantistico chiamato Maga di Santa Caterina nel quale organizza provini per i giovani giocatori dell'omonimo Stato brasiliano. Il suo nome figurava nel deposito del contratto del terzino brasiliano Felipe Mattioni in Lega Calcio al momento del trasferimento al Milan nel gennaio 2009, nonostante la vera squadra di Mattioni fosse il Gremio di Porto Alegre.

Il Brasile è il paradiso di queste parti terze, investitori privati che hanno una provenienza sociale molto varia. Ne fanno parte gli appassionati che investono 10 mila euro nel talento del quale immaginano una carriera fulminante, gruppi specializzati fino alle grandi banche internazionali che suggeriscono ai loro clienti più facoltosi di indirizzare parte della loro liquidità sui giovani calciatori sudamericani. Da almeno un paio d'anni, nelle società finanziarie girano prospetti che descrivono i rendimenti entusiasmanti dei calciatori cresciuti in Brasile e venduti in Europa, proprio come fossero azioni quotate in Borsa. I grafici puntano verso l'alto in modo impensabile per altri settori dell'economia e della finanza. Il difensore centrale Breno, ceduto dal San Paolo al Bayern Monaco per 12 milioni di euro nel 2008, ha garantito guadagni percentuali a doppia cifra ai suoi investitori.

Attratti da queste cifre, i gestori di ingenti patrimoni si stanno muovendo in tutte le piazze finanziarie più importanti.

Sono almeno quattro le aree mondiali nelle quali banche e broker hanno predisposto roadshow, studi, analisi e incontri: Stati Uniti, Europa, Medio ed Estremo Oriente. Ai clienti vengo-



Sono almeno quattro le aree mondiali nelle quali banche e broker hanno predisposto roadshow, studi, analisi e incontri: Stati Uniti, Europa, Medio ed Estremo Oriente

Parla l'avvocato

ALMENO CI SIA LA TRASPARENZA SU CHI DECIDE

Impossibile da vietare perché è un fenomeno mondiale sempre più diffuso. La soluzione più praticabile è obbligare a una maggiore trasparenza. Sarà questa la tendenza delle istituzioni calcistiche internazionali nei confronti della proprietà da parti terze, secondo Pierfilippo Capello, avvocato milanese, specializzato in diritto sportivo, esperto di contrattualistica calcistica e delle dinamiche finanziarie legate alle Tpo. E buon conoscitore del mondo del pallone, di cui ha respirato l'aria fin da bambino: suo padre, Fabio, attuale Ct della Russia, è stato allenatore di Milan, Roma, Juventus e Real Madrid.

R. Ci sono grandi banche e società in Europa, Stati Uniti, Medio ed Estremo Oriente interessate a entrare nel business della proprietà dei campioni che ormai sono l'equivalente delle opere d'arte contemporanea di qualche anno fa. Banchieri e broker si sono accorti che i cartellini dei giovani più corteggiati possono produrre rendimenti superiori alle azioni della Apple. Per questo motivo molti clienti sono tentati dalla volontà di spostare la loro liquidità in questa direzione per massimizzare i ricavi. Senza contare che seguire un investimento legato ai risultati di una competizione sportiva può essere molto più divertente.

Domanda: Come è possibile arginare questo fenomeno?

Risposta: Ormai è difficilissimo bandire i fondi che controllano i calciatori. Molte società calcistiche sudamericane, brasiliane in particolare, si reggono su questi investimenti. I loro settori giovanili di fatto sono sostenuti dai privati che acquistano parte del cartellino dei ragazzi più promettenti. Un correttivo, al quale sta lavorando la Uefa, potrebbe essere quello di dare maggiore pubblicità a queste operazioni in modo da sapere chi c'è dietro a certi trasferimenti e quanti soldi vengono pagati e a chi.

D. Questo basterebbe a evitare di essere colti di sorpresa dagli incroci più spinosi?

R. È evidente la necessità di sapere se in una determinata partita si affrontano due o più calciatori controllati dallo stesso gruppo privato. In questo modo si può far luce su eventuali combine estranee a squadre e società, pianificate per valorizzare il cartellino dei giocatori appartenenti alla medesima scuderia.

D. È mercato seguito con logiche simili a quelle di altri settori della finanza?



Pierfilippo Capello, avvocato milanese, specializzato in diritto sportivo, esperto di contrattualistica calcistica

D. Cosa serve per puntare a buoni rendimenti?

R. Non basta un buon management tipico di un normale fondo di private equity. Serve una squadra di talent scout in grado di capire se un ragazzo di 20 anni della Serie B belga è in grado di fare il salto nel Chelsea. In pratica questi osservatori sono l'equivalente degli analisti nel campo delle attività economiche più tradizionali. Senza contare che queste operazioni si prestano a molteplici collusioni. Un presidente di club, ad esempio, potrebbe avere l'interesse ad accordarsi con il talent-scout per spingerlo a consigliare a una grande banca di acquistare la proprietà anche di un ragazzo dalle qualità non eccezionali compensando la sua consulenza non verificata con una parte della somma ricevuta.

D. Come si potrebbero scongiurare questi accordi fraudolenti?

R. Attribuire una sorta di stock option sul cartellino del calciatore anche allo scout che in questo modo avrà interesse a suggerire investimenti solo su ragazzi effettivamente promettenti perché così anche lui guadagnerà di più al momento della cessione a un ricco club europeo.

no proposti piani di diversificazioni uguali a quelli pensati per il mercato azionario o obbligazionario: investire in pacchetti formati da cinque sedicenni, cinque ventenni e un campione che sicuramente sarà ceduto in Europa. Si creano team formati da talent-scout che in precedenza lavoravano per i club calcistici e setacciano i vivai brasiliani a caccia delle pepite migliori. Diversi anche gli approcci: acquistare una società portierei nel-

la quale parcheggiare i giocatori, come ha fatto Traffic, comprare un gruppo di giocatori promettenti oppure finanziare un club nella speranza che faccia crescere qualche nuovo fenomeno e poi trarre profitto dalla successiva cessione. Sempre più spesso le grandi società, nate per rappresentare le star dello spettacolo in Nord America, si interessano ai calciatori, come la Creative Artist Agency che ha iniziato a sfrutta-

re l'immagine di David Beckham e ora segue quella di Cristiano Ronaldo. La Caa ha sempre più interessi in comune con Jorge Mendes, il re dei procuratori calcistici grazie a Mourinho e Cristiano Ronaldo. Mendes è stato oggetto di approfondimenti da parte della Fifa per una serie di società, che investivano nei cartellini dei calciatori, basate nelle isole britanniche del Canale insieme all'ex dirigente del Chelsea, Peter Kenyon.

INNOVAZIONE

Nel 2013 IMA ha investito 37 milioni di euro in Ricerca & Sviluppo e ha depositato più di 80 domande di brevetto e di design.

L'innovazione tecnologica è fondamentale per raggiungere obiettivi globali quali la riduzione degli sprechi alimentari e un migliore accesso a farmaci sempre più efficaci.

***I numeri sono importanti.
Saperli leggere ancora di più.***



www.ima.it

Un altro Calcio
INTERCAMPUS, LA GRANDE SCUOLA NELLE FAVELAS

Quella di Intercampus, l'Ong nerazzurra diventata un progetto mondiale, è una storia incominciata dall'adozione di una bambina, a Recife nel 1997. Massimo Moretti, dirigente del club che era passato da un paio d'anni sotto la presidenza di Massimo Moratti, aveva deciso di fare l'adozione. Quando la piccola era arrivata a Milano, le figlie di Moretti, commosse dai suoi racconti, hanno voluto a tutti i costi trovare altri modi per aiutare i bambini brasiliani. L'idea di Moretti è stata quella di creare delle scuole di calcio che aiutassero i piccoli a riprendere anche la strada della scuola normale. Moratti ha dato il via libera al progetto, l'anno in cui l'Inter aveva acquistato Ronaldo, in quel momento fenomeno incontrastato del calcio verdeoro e mito di tutti i ragazzini. E Ronaldo è stato il testimonial che ha dato impulso al lancio del progetto. «Regalavamo le magliette nerazzurre col suo nome e il suo numero a patto che i piccoli andassero a scuola. Così abbiamo riempito le aule grazie al centravanti della Seleção», ha ricordato Moretti. Il connubio calcio-scuola promosso da Inter Campus ha coinvolto migliaia di bambini in tutto il Paese, mille solo a Rio. Oggi i centri principali sono anche a Recife, San Paolo e Pittitinga con decine di allenatori e i collaboratori, coordinati da Aldo Montinaro, responsabile dell'Ong in Brasile, e di Del, diventato il punto di riferimento di tutti i tecnici. Accanto a lui da qualche anno lavora Marcelinho che si era avvicinato al progetto da bambino come calciatore-studente e pur essendo affetto da una malformazione allo



stomaco e alla colonna vertebrale è diventato allenatore.

Montinaro e Del hanno difeso negli anni l'iniziativa anche dagli inevitabili contatti con i gruppi criminali che dominano le favelas, attivando trattative indispensabili per creare le condizioni migliori a favore dei bambini di Inter Campus. «La delinquenza si è ridotta, ma

è anche diminuita la libertà. E spesso ci accorgiamo che le bande migrano da una favela all'altra rendendo pericolose zone un tempo tranquille», ha spiegato Montinaro, che ha seguito passo passo l'evoluzione sociale degli ultimi anni, con il processo di pacificazione avviato dai governi Lula. «Più di una volta è successo che i bambini arrivavano in ritardo all'allenamento perché era in corso una sparatoria nelle strade vicine al campo

Foto di gruppo negli Inter Campus in Brasile. Ronaldo è stato il testimonial che ha dato impulso al lancio del progetto. «Regalavamo le magliette nerazzurre col suo nome e il suo numero a patto che i piccoli andassero a scuola».

o anche che il capo della banda criminale del quartiere ci facesse i complimenti», ha ricordato Montinaro. Ma anche queste difficoltà hanno temprato la vita di migliaia di bambini e regalato grandi soddisfazioni al club nerazzurro. Negli ultimi anni Inter Campus, che nel frattempo si è moltiplicato ed è ora presente in 25 nazioni in tutti i continenti sotto la direzione di Carlotta Moratti, figlia di Massimo, ha ricevuto prestigiosi riconoscimenti dal Parlamento europeo e dall'Onu. Non era mai capitato all'Ong di una società calcistica.

Emblematico di questi intrecci la composizione del fondo Doyen Sport, società che è stata fondata a Londra, ha sede legale a Malta e radici in Turchia dove opera il colosso di riferimento, Doyen Group, gigante delle materie prime. Inizialmente Doyen Sport ha gestito la proprietà di alcuni calciatori, anche se adesso nega di farlo sostenendo di rappresentare semplicemente gli atleti. Il volto di questa società nel calcio europeo è Nelio Freire Lucas, un portoghese che ha curato il passaggio del brasiliano Anderson alla Lazio, è stato protagonista del ritorno di Kakà al Milan e si è visto spesso in Italia nell'ultimo anno. Gli altri due soci della Doyen Global Limited sono Matthew Kay, ex manager della Creative Artists Agency, e Simon Oliveira, storico addetto alle pubbliche relazioni di

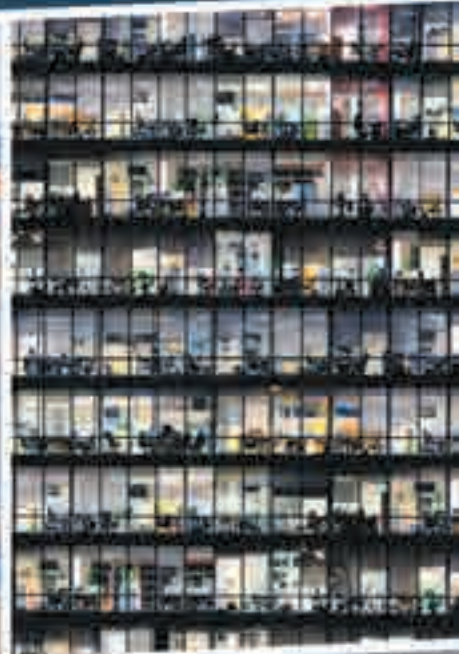
David Beckham. Lo schema portato avanti è calcio europeo e addentellati nello star-system statunitense. Doyen fa affari anche con Jorge Mendes, come dimostrano gli interessi comuni su alcuni giocatori, in particolare Radamel Falcao: procura, e parte del cartellino a Mendes, diritti di immagine a Doyen Sport. Nel Vecchio continente è il Portogallo il regno delle parti terze attraverso fondi d'investimento chiusi, che hanno trovato terreno fertile per investire. Il più importante istituto finanziario, il Banco Espirito Santo, ha creato il Benfica Stars Fund centrato sui giocatori della famosa squadra di Lisbona, ai vertici del calcio mondiale negli anni 60. Emblematico il trasferimento di David Luiz al Chelsea nell'estate 2011: il fondo, grazie al controllo del 25% del cartellino del calciatore, ha

guadagnato 1,6 milioni in pochi mesi grazie alla cessione del difensore ai Blues. In Portogallo la pubblicità su queste operazioni è assoluta perché molti club sono quotati in Borsa. Un giorno a settimana anche i quotidiani sportivi pubblicano un inserto con l'andamento dei valori dei calciatori con percentuale di proprietà dei gruppi privati. Sarebbe possibile allestire una buona nazionale con i calciatori lusitani o stranieri transitati in quel campionato che rientrano in questo assetto proprietario: David Luiz, Bosingwa, Moutinho, Cissokho, Garay, Ramires. E le cifre crescono di anno in anno. Secondo un rapporto di Kpmg di fine 2013, i club europei in difficoltà economiche hanno venduto partecipazioni di 1.100 giocatori, il 90% dei calciatori brasiliani è controllato in parte da

privati, i trasferimenti relativi a questi atleti movimentano 1,1 miliardi di euro pari al 5,7% del valore complessivo del calciomercato europeo. La percentuale sale al 40% nei Paesi dell'Est europeo. La possibilità di vendere parte dei cartellini attira soprattutto i movimenti calcistici privi di risorse. In Spagna dove 15 società su 20 della Liga sopravvivono, ormai da alcuni anni, in una condizione di semi-dissesto mentre Real Madrid e Barcellona viaggiano con fatturati a cavallo dei 500 milioni di euro, Javier Tebas Medrano, presidente della Lega calcio, ha detto esplicitamente l'anno scorso: «La Federcalcio di Madrid deve autorizzare la creazione di fondi specializzati in Tpo». Il calcio sudamericano non ne può più fare a meno. E di conseguenza il fenomeno si sta spostando da questa parte dell'Atlantico.



WHAT LINKS ENERGY AND INFORMATION TO GLOBAL GROWTH?



Cable solutions to support the world's supply of energy and information

Prysmian Group believes in the effective, efficient and sustainable supply of energy and information as a primary driver in the development of communities. With this in mind, we provide major global organisations in many industries with best-in-class cable solutions, based on state-of-the-art technology.

Through two renowned commercial brands - Prysmian and Draka - based in more than 50 countries, we're constantly close to our customers, enabling them to further develop the world's energy and telecoms infrastructures, and achieve sustainable, profitable growth.

www.prysmiangroup.com



Azzurri alla sfida del Nordeste



MANAUS

Nel cuore dell'Amazzonia, tra business e turismo

Giugno è uno dei periodi migliori per visitare Manaus dal punto di vista climatico: la frequenza delle piogge, incessanti per gran parte dell'anno, concede una tregua. Capitale dello stato di Amazonas situato nel Brasile nord-occidentale, fu fondata dai portoghesi nel 1669 con il nome di São José da Barra per contrastare l'avanzata degli olandesi provenienti dal Suriname. La città visse un momento di intenso splendore tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo, durante la Febbre del Caucciù. Grazie alla produzione della gomma divenne un centro di importanza internazionale: nel 1909, ospitò la prima università brasiliana e fu tra le prime città ad avere un rete di energia elettrica, un sistema fognario e le automobili. Seguì un periodo di declino interrotto nel 1967 quando Manaus divenne porto franco e, grazie alle esenzioni fiscali e doganali, cominciò a richiamare molti investitori anche dall'estero, diventando uno dei distretti industriali più

importanti del Paese. I colossi mondiali della tecnologia, Sony, Nokia, LG, Samsung per citare le più importanti, e delle due ruote, Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, Bmw, Ducati, hanno trasferito lì la loro produzione. Anche Cagiva (a fine 2012) e Benelli (nel febbraio di quest'anno) sono approdate in questo polo industriale, che ospita 600 aziende e 500 mila dipendenti per un fatturato di circa 200 miliardi di euro l'anno, numeri che hanno contribuito a proiettare la capitale amazzonica al sesto posto tra le città più ricche del Brasile. Una risorsa altrettanto importante per l'economia locale è il turismo. Il recente boom dell'ecoturismo ha indotto il governo della regione, guidato da dare priorità allo sviluppo sostenibile e alla conservazione della foresta pluviale, l'area più ricca in termini di specie di flora e fauna del mondo e meta irrinunciabile per tutti i visitatori. Inoltre sono stati assegnati incentivi economici ai progetti che valorizzano i prodotti locali, la piscicoltura, la produzione agro-alimentare e rurale.



Il Teatro Amazonas costruito durante l'età d'oro di Manaus (1896) in stile neorinascimentale europeo ma addolcito dai colori tipicamente locali. Per la sua costruzione, affidata a maestranze italiane, furono usati materiali pregiati importati dall'estero, tra cui il marmo di Carrara. Sotto, la città moderna



Lo stadio

UN'ARENA SUPER ECOLOGICA

Capienza: 42.374 posti a sedere - **Costo:** 200 milioni di euro

Progetto: Ralf Amann (Gmp Architekten, Amburgo)

Inizio dei lavori: 2011 - Inaugurazione: 9 marzo 2014

PARTITE IN PROGRAMMA

14 giugno	Inghilterra-Italia	ore 24 (CEST)	Girone D
18 giugno	Croazia-Camerun	ore 24	Girone A
22 giugno	Portogallo-Stati Uniti	ore 24	Girone G
25 giugno	Svizzera-Honduras	ore 22	Girone E

L'Arena de Amazônia ospiterà l'esordio nella competizione dell'Italia di Prandelli contro l'Inghilterra, l'incontro più affascinante e ricco di storia della prima fase del Mondiale. Contenuto in un'avveniristica struttura di metallo che ricorda un cesto di paglia, prodotto tradizionale dell'Amazzonia, l'impianto è stato realizzato con sofisticate tecniche di architettura ecosostenibile: il 95% dei materiali recuperati dalla demolizione del vecchio stadio è stato riciclato e riutilizzato; l'energia sarà ricavata per la maggior parte da pannelli fotovoltaici; un complesso sistema idrico basato sulla raccolta delle acque piovane raggiungerà l'impianto di irrigazione del campo, gli spogliatoi e i bagni dello stadio; per contrastare l'afa (Manaus è la città più calda dei Mondiali, il termometro potrà raggiungere i 38° con il 90% di umidità) è stato progettato un sistema di raffreddamento naturale che riuscirà a ridurre la temperatura all'interno della struttura anche di 5 gradi, sfruttando l'azione combinata di alcune pareti vegetali e della forte ventilazione che caratterizza la zona in cui sorge lo stadio, che sarà convogliata all'interno. Ma «uno dei migliori stadi del mondiale», secondo il segretario generale della Fifa, Jerome Valcke, rischia di avere vita brevissima. Per la scarsa tradizione legata al calcio della capitale amazzonica, il destino post Mondiale dell'Arena de Amazônia è un interrogativo aperto: le autorità pensano anche a una possibile riqualificazione a un uso diverso da quello sportivo, addirittura in un carcere, secondo la proposta più stravagante. L'Arena detiene anche il tragico primato di tre incidenti mortali durante i lavori di costruzione.

DA VEDERE

L'Encontro das Águas, l'incontro tra il Rio Negro e il Rio Solimões che confluiscono nel Rio delle Amazzoni, rappresenta il crocevia per il trekking nella giungla. Per 6 km le acque scure del Rio Negro e quella chiare del Rio Solimões corrono parallele e rimangono distinte per le differenze di

temperatura e velocità delle correnti, regalando un fenomeno cromatico unico. Emozionanti i parchi ecologici: il Parque do Mindu, il Parque Estadual Sumaúma, il Parque Pontes dos Bilhares e l'Adolpho Ducke, il giardino botanico più grande del mondo. Da non perdere la Praia da Ponta Negra, con i suoi bar e risto-

ranti e un'intensa vita notturna; più selvaggia la Praia da Lua con la sua sabbia bianchissima. Il centro storico è un insieme variopinto di case in stile coloniale ed edifici più moderni; il mercoledì la città si ravviva per la Feira, un mercato di prodotti tipici locali che con la sua allegria e i suoi colori si protrae fino a tarda notte.

DA PROVARE

Un'eccellente soluzione per alloggiare nel cuore di Manaus è la Boutique Hotel Casa Teatro, dalla suite si gode di un panorama mozza-

fiato al tramonto; al top per comfort il Cesar Business con la hall invasa da piante tropicali e l'Holiday Inn, mentre il Tropical Hotel è ben posizionato per chi ha in programma di addentrarsi nella foresta pluviale. Per gustare il piatto tipico locale, la tacacà, una zuppa a base di manioca e gamberetti essiccati, il Choupana è il posto adatto; una deliziosa cucina amazzonica, in un elegante atmosfera etno-chic, si può trovare al Banzeiro dove si cucinano i pesci di fiume, pirarucu, jaraqui e tucunaré, fritti o alla griglia.



NATAL

Mare e vento, è la regina dell'estate continua

Natal è la capitale del Rio Grande do Norte, la regione più orientale del Brasile. Il clima è ideale, ci sono 320 giorni di sole all'anno con una temperatura media di 24° e una ventilazione costante. L'Italia, che qui affronterà l'Uruguay, troverà le condizioni migliori per giocare, molto diverse dall'afa opprimente di Manaus. Il nome Natal è legato al giorno della sua fondazione, il 25 dicembre 1599. Fu il primo villaggio costruito all'esterno del Forte do

Reis Magos, che i portoghesi eressero l'anno precedente per respingere le incursioni dei pirati francesi. Il Forte oggi è una delle rare costruzioni risalenti al dominio portoghese che hanno mantenuto un ottimo stato di conservazione. L'economia di Natal si fondava essenzialmente sulla pesca e sull'allevamento di bestiame, ma un vero e pro-

prio boom industriale alla metà del Novecento ha reso la città la prima produttrice nazionale di sale e al secondo posto nell'estrazione del petrolio che viene prelevato dai ricchi giacimenti del Rio Grande do Norte. Natal è diventata anche una delle località turistiche più famose del Brasile. All'inizio meta prediletta dei vacanzieri locali, da qualche anno la città ha cominciato ad attirare visitatori dall'estero, sia per la sua collocazione geografica strategica, poiché è la città brasiliana più vicina all'Europa di tutto il Sudamerica e l'estate dura 12 mesi l'anno, data la sua prossimità all'Equatore, e tra le grandi città del Brasile, offre



Lo stadio

ITALIA-URUGUAY, TRA LE DUNE

Capienza: 42.000 posti a sedere - **Costo:** 135 milioni di euro -

Progetto: Populous, Londra - **Inizio dei lavori:** 2011 - **Inaugurazione:** 22 gennaio 2014

PARTITE IN PROGRAMMA

13 giugno	Messico-Camerun	ore 18 (CEST)	Girone A
16 giugno	Ghana-Stati Uniti	ore 24	Girone G
19 giugno	Giappone-Grecia	ore 24	Girone C
24 giugno	Italia-Uruguay	ore 18	Girone

Natal ospiterà l'Italia per l'ultimo incontro della fase eliminatoria contro l'Uruguay, match che potrebbe diventare decisivo per il passaggio agli ottavi di finale. L'arena è stata costruita sulle ceneri dello Stadio Machadão e della palestra Machadinho ed è stata terminata a tempo di record, in soli 22 mesi, in netta controtendenza con le difficoltà e i ritardi nei lavori che si sono verificati negli altri stadi del Mondiale. Ed è stato completato risparmiando il 3% dei fondi stanziati inizialmente per la sua costruzione. L'Arena das Dunas è così diventata il vanto del comitato organizzatore della manifestazione, anche per l'avveniristico progetto sovrinteso dall'architetto australiano Christopher Lee, l'ideatore degli stadi olimpici di Londra e Sochi. La particolare copertura ondeggiante dell'impianto richiama il movimento delle dune delle spiagge di Natal e non ha soltanto un valore estetico ma anche funzionale: prevede infatti delle profonde feritoie verticali che favoriscono la circolazione dell'aria con lo scopo di ridurre la temperatura all'interno della struttura. Questa caratteristica architettonica peculiare è stata trasferita anche nel nome dello stadio. Non potendo contare interamente per i costi di manutenzione dell'impianto sugli incassi delle partite dell'America, il club locale, glorioso ma periferico nella geografia del calcio brasiliano, e la Secopa del Rio Grande do Norte, l'organo locale che presiede all'organizzazione del Mondiale, ha già pianificato la seconda vita dello stadio che a ospiterà spettacoli e concerti.



L'Arena das Dunas è il vanto del comitato organizzatore della Coppa, anche per l'avveniristico progetto dell'architetto australiano Christopher Lee, l'ideatore degli stadi olimpici di Londra e Sochi. La copertura ondeggiante dell'impianto richiama il movimento delle dune delle spiagge di Natal

la migliore qualità di vita. I prezzi sono ancora contenuti rispetto ai nuovi standard brasiliani, una rete di servizi pubblici efficiente limita il traffico delle auto e quindi l'emissione di gas inquinanti (un rapporto della Nasa ha stabilito che a Natal si respira l'aria più pulita di tutto il Brasile), un indice di criminalità molto basso. Nell'area urbana, sorprende la presenza di una vera e propria foresta all'interno della città: è il Parque das Dunas, anch'esso patrimonio dell'Unesco, il secondo parco cittadino più grande del Brasile.

DA VEDERE

Il litorale, che si estende per chilometri sull'Oceano Atlantico, non accontenta soltanto i turisti in cerca di mare, sole e relax ma offre anche altre attrazioni particolari. La spiaggia più famosa è Ponta Negra, dove il Morro de Careca, una duna alta circa 120 metri, nella sua parte finale si trasforma in uno scivolo naturale di sabbia che termina direttamente nel mare. Le escursioni tra le dune sono l'attività turistica peculiare di Natal. Genipabu, famoso per le sue dune mobili, è il posto migliore per vivere un'elettrizzante esperienza a bordo di una buggy

a tutta velocità. Qui è anche possibile fare sand-boarding con una tavola simile allo snowboard. Proseguendo per la spiaggia di Jacumã non si può perdere un lancio sull'aerobunda, un seggiolino fissato a una sorta di carrucola che dalla vetta di una duna porta direttamente nel mare. Per gli amanti dello snorkeling Praia de Maracajau è la destinazione ideale, i surfisti invece si ritrovano alla Praia dos Artistas e alla Pipa, un piccolo villaggio di pescatori diventato meta prediletta dei turisti per le sue spiagge cristalline e la sabbia bianchissima. A un'ora di volo da Natal, l'arcipelago Fernando de Noronha, area protetta dal 1988, patrimonio dell'umanità, è un paradiso di ventuno isolotti, uno solo dei quali abitato ma sottoposto a rigi-

de norme sulle presenze giornaliere dei turisti per il mantenimento del delicato ecosistema. L'emozionante esperienza dell'incontro con i delfini, i golfinhos rotadores, è sicura.

DA PROVARE

La pousada Manary Praia Hotel è un piccolo gioiello dei Roteiros de Charme; più imponente ma dotato di ogni comfort è il resort Sers Natal Grand Hotel. Al Bamboo Flat, due premurosi italiani assicurano tranquillità vicino al mare. I famosi gamberi di Natal i Camaroes ormai di diritto tra le istituzioni culinarie cittadine sono cucinati in modo creativo al Restaurante e al Potiguar; alla Casa de Taipa i piatti popolari brasiliani come la tapioca incontrano l'alta cucina.

Lo stadio

UN'ARENA CON ALBERGHI E BAR

Capienza: 46.000 posti a sedere - **Costo:** 386 milioni di euro

Progetto: Fernandes Arquitetos Associados, San Paolo

Inizio dei lavori: 2010 - Inaugurazione: 22 maggio 2013

PARTITE IN PROGRAMMA

15 giugno	Costa d'Avorio-Giappone	ore 3	Girone C
20 giugno	Costarica-Italia	ore 18	Girone D
23 giugno	Croazia-Messico	ore 22	Girone A
26 giugno	Germania-Stati Uniti	ore 18	Girone G
30 giugno	1D-2C	ore 22	Ottavi di finale

L'Italia tornerà a Recife per il suo secondo impegno al mondiale brasiliano, il match contro il Costarica, dopo l'incontro con il Giappone alla Confederations Cup 2013 (4-3). L'Arena, costruita ex novo a 19 chilometri dalla capitale, da una public private partnership tra il governo del Pernambuco e il consorzio brasiliano Odebrecht, è stata progettata come una struttura polifunzionale sul modello dei più moderni stadi europei come l'Amsterdam Arena e l'Allianz di Monaco di Baviera. Al suo interno è stata allestita un'ampia area di ricezione con un centro commerciale, bar, ristoranti, alberghi, un teatro e un centro congressi. La gestione di queste attività parallele è stata assegnata all'Anschutz Entertainment Group (AEG), un'azienda americana leader nel mercato dell'intrattenimento, dello sport e della musica. Il gruppo Petrópolis ha acquistato i diritti di denominazione dell'Arena Pernambuco, che ha cambiato quindi nome in Itaipava Arena Pernambuco con riferimento al diritto esclusivo della vendita della bevanda Itaipava e del TNT Energy Drink nei bar e ristoranti dello stadio. L'Arena fa anche da progetto-ponte di un nuovo piano di sviluppo urbanistico dell'area a ovest, la Cidade da Copa, la prima grande smart-city dell'America Latina, fondata su criteri di ecosostenibilità e salvaguardia dell'ambiente.



RECIFE

Il cuore portoghese sulla costa più bello

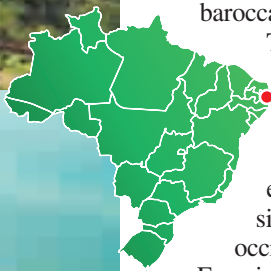
Recife è la capitale del Pernambuco, lo stato più popoloso del Nordest del Brasile. Nel XVI secolo nacque come porto per la vicina Olinda, sede dell'aristocrazia portoghese, diventata patrimonio dell'Unesco per il suo aspetto di città coloniale. Acquistò un'importanza strategica sotto il dominio olandese grazie al commercio della canna da zucchero. La Venezia brasiliana sorge su una laguna e i suoi quartieri sono collegati da numerosi ponti (Mauricio de Nassau e Santa Isabel sono i più caratteristici). Il clima favorevole per tutto l'arco dell'anno, con temperature tra i 20 e i 30 gradi, e la capacità di ricezione dell'Aeroporto Internazionale, hanno proiettato Recife tra le mete più ambite dal turismo balneare, che si concentra nella spiaggia di Boa Viagem, uno dei litorali urbani più belli del Paese con palme di cocco e acque cristalline, teatro di un'intensa vita notturna.

DA VEDERE

La gita in catamarano che parte da Rio Caparibe è un'opzione suggestiva per respirare l'essenza della città e l'affascinante contrasto tra gli edifici colorati di epoca coloniale e i monumenti dei quartieri di Recife antigo São José e Santo Antonio e la modernità architettonica che li circonda. Il centro storico ospita la sinagoga di Kahar al



Sopra, il buen retiro del 7 Colinas, un albergo di charme a Olinda, l'antica capitale portoghese, sotto lo skyline di Recife



Zur, costruita nel 1630, la prima di tutto il continente americano, la Igreja da Ordem Terceira de São Francisco, uno dei migliori esempi di architettura barocca brasiliana, eretta nel 1597.

Tra le stradine del quartiere antico in febbraio impazza il Carnevale, uno dei più popolari e colorati del Brasile, al ritmo del frevo e delle sue declinazioni fusion. A Varzea, nella periferia occidentale, l'Oficina Cerâmica Francisco Brennand ospita le oltre 2 mila opere in ceramica di uno degli artisti contemporanei brasiliani più noti, tra spazi aperti e chiusi, giardini, laghetti e fontane. Ricardo, cugino di Francisco, uomo d'affari e collezionista, ha fondato nel 2002 l'Istituto omonimo che comprende una collezione di oggetti d'arte che parte dal Medioevo e arriva fino all'età contemporanea. Poco

distante dalla città le piscine vicine alla costa di Porto de Galinhas richiamano gli amanti dell'immersione subacquea e del surf, mentre l'isola di Itamaracá è il posto giusto per chi preferisce fare un bagno nella natura incontaminata.

DA PROVARE

La migliore cucina tradizionale, frittata di granchio e aragoste, la buchada de bode, la torta Souza Leão, a base di manioca, giallo d'uovo e latte di cocco e il pé-de-moleque, si gusta al Leite, fondato nel 1882, immerso in un'atmosfera da Belle Époque, aperto solo a pranzo. Un'esperienza gastronomica inaspettata si può vivere al Chica Pitanga, un self-service con prestazioni da ristorante stellato. A Olinda, l'Hotel 7 Colinas è un'oasi di tranquillità immersa in un meraviglioso parco, e la Pousada do Amparo, alloggiata in due edifici del Settecento meravigliosamente decorati.



Brasile, oltre 1,5 miliardi di progetti finanziati

SIMEST, la finanziaria per lo sviluppo delle imprese all'estero, ha aiutato 283 aziende a sbarcare nel mercato verdeoro, finanziando studi di fattibilità, con finanziamenti e crediti export agevolati e investimenti diretti

SIMEST è la finanziaria pubblico-privata che dal 1991 sostiene lo sviluppo delle imprese italiane impegnate a realizzare progetti di internazionalizzazione. Il 76% del suo capitale è detenuto da Cassa Depositi e Prestiti, mentre il 24% è in mano alle principali banche italiane (Unicredit, Intesa Sanpaolo, Montepaschi, BNL) ed associazioni imprenditoriali. Con la sua attività finanziaria, di assistenza e di promozione, SIMEST è in grado di sostenere le imprese in ogni fase della loro internazionalizzazione. Dal 2011 sostiene le imprese anche in Italia per lo sviluppo produttivo e l'innovazione, con effetti positivi sia sulle esportazioni che sull'occupazione nazionale. SIMEST ha assunto un ruolo a 360 gradi di finanziaria per lo sviluppo della competitività delle aziende italiane. Oggi SIMEST segue circa 7.000 imprese, tra le più dinamiche del sistema italiano. Si tratta in maggioranza (64%) di PMI, che sostengono il PIL e l'occupazione in Italia, ma anche di grandi imprese che rappresentano l'eccellenza italiana nel mondo in tutti i settori di punta.



Il presidente di Simest, Ferdinando Nelli Feroci (a sinistra) e Massimo d' Aiuto, ceo



petitive, con la propria esperienza pluriennale sui mercati esteri, partecipando al capitale di rischio di società estere promosse da imprese italiane, sia investendo direttamente che attraverso il Fondo pubblico di venture capital (con una quota fino ad un massimo del 49 % del capitale sociale).

Info: **Roberto Saporito** (r.saporito@simest.it), **Maria Grazia Zuppante** (mg.zuppante@simest.it)

PARTECIPAZIONE AL CAPITALE DI IMPRESE IN ITALIA E UE

SIMEST può partecipare al capitale fino al 49% delle imprese italiane (o loro acquisizioni di controllo nella UE) che realizzano investimenti produttivi e innova-

zione per la competizione internazionale, con effetti positivi sulla produzione e sull'occupazione in Italia.

Info: **Roberto Saporito** (r.saporito@simest.it), **Maria Grazia Zuppante** (mg.zuppante@simest.it)

FINANZIAMENTI PER L'EXPORT CREDIT (con CDP e SACE)

Questo strumento è destinato a favorire le esportazioni di beni di investimento (macchinari, impianti, relativi servizi) in tutti i paesi esteri attraverso contributi agli interessi sui finanziamenti concessi da banche italiane o straniere.

Info: **Antonello Ciccotti** (a.ciccotti@simest.it), **Antonella Ortolani** (a.ortolani@simest.it), **Maria Pia Bonanni** (mp.bonanni@simest.it)

FINANZIAMENTI DIRETTI ALLE PMI

Sono finanziamenti agevolati, prevalentemente indirizzati alle PMI, per la realizzazione di studi di fattibilità e programmi di assistenza tecnica collegati ad investimenti, programmi di inserimento sui mercati esteri e alla patrimonializzazione delle PMI esportatrici

Info: **Rosa Guarnieri** (r.guarnieri@simest.it), **Franca Bortolin** (f.bortolin@simest.it)

ASSISTENZA ALLE IMPRESE

SIMEST fornisce assistenza tecnica e specialistica per valorizzare il potenziale delle aziende, incluso la ricerca di opportunità di commesse o investimenti.

Info: **Mauro Pietrangeli** (m.pietrangeli@simest.it)

Il Brasile, in particolare, rappresenta uno dei mercati esteri dove SIMEST è più attiva. Ad oggi i progetti accolti verso il Brasile sono stati 283 per 1.515 milioni di euro. Si tratta in particolare di:

- 134 progetti per 141 milioni di euro di finanziamenti a sostegno della realizzazione di programmi di inserimento sui mercati esteri (L. 133/08);
- 38 progetti per 9 milioni di euro di finanziamenti degli studi di fattibilità e di programmi di assistenza tecnica (L. 133/08);
- 1 progetto per 0,2 milioni di euro relativi alla partecipazione delle imprese italiane a gare internazionali (L. 304/90);
- 58 progetti per 161 milioni di euro relativi ad agevolazioni degli investimenti (L. 100/90);
- 52 progetti per 1.204 milioni per l'agevolazione dei crediti export a condizioni "Consensus" per la fornitura di macchinari e impianti.

Ecco le principali attività di SIMEST per il sostegno delle imprese:

PARTECIPAZIONI AL CAPITALE DI IMPRESE FUORI DALL'UE

SIMEST sostiene lo sviluppo produttivo ed innovativo delle imprese più com-



Tutte le informazioni sono disponibili sul sito internet: www.simest.it

Italo-brasiliani d'attacco sui campi verdeoro

Per fare business con successo, la ricetta va declinata settore per settore ma con alcune costanti: tener conto della cultura e delle tradizioni locali, e sapere sfruttare le nuove tecnologie

1 CALCIO



TIM VA IN CROSS COL MOVIMENTO

Lo hanno chiamato «Movimento por um futebol melhor». Il progetto innovativo che coinvolge alcuni dei brand più popolari (Ambev, Bradesco, Burger King, Danone, Netshoes, Pepsico, Seara, Sky, Unilever, Bic e Abril), le società e i tifosi «per sostenere il sistema calcio in maniera più integrata», ha spiegato a *MF International* Rodrigo Abreu, presidente di Tim Brasil. La consociata di Telecom Italia è stata uno degli iniziatori del Movimento, che si somma alla tradizionale ma sempre redditizia forma di sponsorship legata alla presenza del logo sulle maglie di ben 11 tra le squadre più blasonate, Vasco da Gama, Flamengo, Palmeiras, Corinthians,

São Paulo, Grêmio, Internacional, Bahia, Vitória, Cruzeiro e Atlético Mineiro. Per incentivare la partecipazione dei tifosi alle sorti economiche della squadra, i club hanno stretto un accordo con gli sponsor aziende, sul modello collaudato con ottimi risultati dai portoghesi del Benfica. Alle aziende viene dato un accesso privilegiato ad un bacino di potenziali consumatori, sfruttando il collegamento emotivo che il tifoso stabilisce tra un marchio e la squadra del cuore. Le società di calcio, invece, riescono ad attrarre un numero crescente di soci-tifosi in cambio della possibilità di recuperare la quota associativa versata al club attraverso sconti e promozioni su prodotti e servizi offerti dalle aziende aderenti al Movimento. Per usufruire di queste agevolazioni i supporter devono semplicemente presentare il proprio codice fiscale al momento dell'acquisto in uno dei punti vendita delle reti della grande distribuzione che hanno aderito al progetto. In pochi mesi dalla nascita, l'iniziativa continua a raccogliere nuove adesioni. Mentre si attende l'ingresso di Shell, le società che hanno sposato il progetto sono triplicate dalle 15 iniziali a quota 45, i soci-tifosi sono passati da 180 mila a 700 mila portando oltre



Rodrigo Abreu, presidente di Tim Brasil e gli scudetti delle 11 squadre sulle cui magliette appare il logo dell'azienda telefonica di Telecom Italia

100 milioni di dollari nelle casse dei club, mentre le aziende partner hanno garantito oltre 25 milioni di dollari in sconti a vantaggio dei soci-tifosi, i quali, dal canto loro, vedono materializzarsi già le prime soddisfazioni dal punto di vista sportivo: solo grazie ai proventi ricavati dalle 35 mila tessere associative sottoscritte dai supporter, infatti, il Cruzeiro è riuscito a riportare in patria l'attaccante Julio Baptista, ex nazionale brasiliano, con un passato nel Real Madrid e nella Roma.

2 DENARO



ALLA GESTIONE CI PENSIAMO NOI

Come farsi largo nel sesto mercato al mondo dell'asset management, dominio quasi assoluto delle reti di distribuzione di cinque colossi bancari, Banco do Brazil, Itaù, Bradesco, BTG Pactual e Caixa Federal? La mission impossible Pietro Giuliani, il patron di Azimut, l'ha affidata a Giuseppe Perrucci, 45 anni, con Azimut dal 2006. Trasferitosi a San Paolo nel 2011, ha impegnato il primo anno a cercare il varco da cui aggredire un mercato dove operano 3 mila fondi di investimento con 800 miliardi di euro in gestione che si dividono fra almeno 450 operatori strutturati come le sgr italiane. La grandissima parte, però, ingabbiati da un'offerta fortemente standardizzata e sottoperformante. Con Milano è stato così deciso di puntare sulla creazione di fondi con buona performance e bassa rischiosità, da proporre a circa 20 milioni di brasiliani con un asset finanziari in gestione tra 500 mila reais e 3 milioni. «In questa categoria l'asset allocation è al 50% su obbligazioni statali e per il resto su fondi obbligazionari», ha spiegato Perrucci. Il risultato è che i fondi maggiori con 10, 15 anni di anzianità di gestione rendono niente o in negativo con un'inflazione accertata al 6%. «Ci siamo messi a cercare un alleato con 200/300 milioni di reais in gestione, con voglia di crescere, in modo da poter partire subito. Per fortuna il mercato brasiliano è molto trasparente con banche dati aggiornate giornalmente sulla raccolta dei fondi e le loro posizioni, e questo ci ha facilitato», ha spiegato Perrucci. Dopo centinaia di mail e decine di colloqui, l'attenzione si è focalizzata su Legan, un gruppo di 14 persone creato nel 2008 da cinque partners, con 20 anni di esperienza alle spalle. A convincere Giuliani e Perrucci di avere trovato gli interlocutori giusti sono state soprattutto le performance dei due fondi flagship della società, Legan Low Vol e Legan Special, con un portafoglio al 20% in hedge fund long/short equity, che negli ultimi 3 anni sono entrati nel quartile superiore di 12 fondi, su 3000 censiti, cinque stelle di S&P. «Ma è stato soprattutto lo spirito imprenditoriale affine ad Azimut a conquistarci», ha detto Perrucci. In ottobre Azimut ha acquisito il 50% del gestore paulista, con un diritto di call a 5 anni sulla maggioranza delle azioni. Parallelamente è stato individuato un partner anche nella distribuzione, Futurainvest, un nucleo forte di 6 fondatori, 35 dipendenti/promotori, 11 uffici nella parte più ricca del paese, e un network di 2500 clienti. «In sei mesi le masse in gestione di Legan sono cresciute del 70% a 750 milioni di reais. La società è in utile e abbiamo già fatto il budget 2014», ha rivelato Perrucci. Le prospettive sono sostenute da ricavi sulle masse in gestione, per i fondi più sofisticati, tra 150 e 180 punti base a cui vanno aggiunte commissioni di performance che in un mercato molto volatile come quello brasiliano raggiungono livelli record. E Azimut punta anche ad esportare il suo modello di business, facendo diventare i promotori, partner nello sviluppo e non semplici venditori di fondi a commissione, i molti dipendenti fristrati delle reti bancarie.



Giuseppe Perrucci (sopra) che guida il nuovo network di Azimut in Brasile insieme a Davide Barenghi

3 DESIGN



OUTDOOR MADE IN AMAZZONIA

I materiali sono legni pregiati della foresta che presentano sfumature dal giallo acceso al violaceo creando un mix di colori difficile da riprodurre con qualunque tecnica artificiale. I nomi tradizionali o simbolici, Jiboia, l'anaconda sacra, Palafita, le abitazioni sul fiume, il saggio capo indigeno, il pescatore di fiume. A coagulare questi elementi in un progetto di mobili di design è stata la volontà di Marlúcia Cândida, architetto e governatrice dell'Acre, uno degli stati più poveri del Brasile. Candida ha coinvolto il laboratorio di design del Politecnico di Milano, diretto da xx per produrre mobili con la materia prima fornita dal suo Stato, la foresta amazzonica. Bernardo Senna ed Emmanuel Gallina, designer di fama internazionale, hanno guidato un workshop con studenti-artigiani dell'Amazzonia con l'obiettivo di fabbricare oggetti e mobili che sfruttando la capacità artigianale di lavorarli, potessero trovare un mercato sia in Brasile che in Europa. «Abbiamo puntato ai nuovi consumatori brasiliani, che hanno sempre maggiore potere d'acquisto e una forte sensibilità ecologica», ha spiegato Eugenia Chiara, designer milanese che ha coordinato il progetto per conto di Poli.design. I mobili creati finora sono per esterno e destinati a fornire per catene di alberghi, ristoranti ed esercizi pubblici. I marchi e i prototipi creati da Acre Made in Amazonia ora possono essere acquisiti da un'azienda che intenda iniziarne la produzione, e in questo caso il produttore viene istruito e formato dalla squadra che ha ideato la linea di design in modo da garantire la continuità etica del progetto.

Marlúcia Cândida, architetto e governatrice dell'Acre, Bernardo Senna e Emmanuel Gallina (a sinistra), i due designer, a capo del progetto di mobili made in Amazzonia (sotto)



4 EDUCATION



LA MINIERA È NELL'INGLESE

Education, con l'iniziale maiuscola: eccolo il grande business del Brasile di oggi e di domani. Giovanni Giovannelli, 41 anni, figlio di avvocati, pratese, ma ormai naturalizzato brasiliano, dopo 13 anni a San Paolo con moglie e due figli, ne è fermamente convinto. Eppure, nonostante l'età, ha già sperimentato a fondo quelli che normalmente vengono considerati i filoni d'oro nel paese. Dopo la laurea in Bocconi (Milano) e sette anni nella finanza al Banco Sudamericano di Sviluppo (BID) che gli hanno consentito di conoscere bene l'America Latina e le sue lingue, portoghese, spagnolo e francese, ha debuttato nel business sotto le insegne dell'Enel, alla guida di un project finance da 300 milioni di dollari per la realizzazione di linee ad alto voltaggio in Brasile, poi cedute a Terna. Divenuto ceo della Terna in Brasile, e una volta realizzato con profitto l'ipo di questa società alla Borsa di San Paolo, Giovannelli ha guidato una società attiva nel settore minerario per conto di un fondo di private equity, GP Investments, e successivamente una società di Trade Marketing. Poi nel 2011 ha fatto il salto nell'education. «La proposta è arrivata dal fondo di

private equity Kinea, controllato dal Banco Itaù che aveva investito in una quota di minoranza nel gruppo Multi, proprietario di una rete di oltre 2.500 scuole di inglese in franchising», ha raccontato a *MF International*. Fondato alla fine degli anni 80 da Carlos Wizard Martins, Multi è diventato leader nell'insegnamento dell'inglese nel ricco mercato brasiliano uno dei più appetibili al mondo per i tassi di sviluppo, grazie alla diversificazione dei marchi e al modello di business, un franchise esteso in tutti gli stati del Paese. Attualmente gestisce più di 2500 scuole con oltre 800 mila studenti, adulti, bambini e teenagers. Giovannelli ha accettato l'offerta diventando il ceo del gruppo. E da numero uno ha condotto in porto il migliore affare della sua vita: la vendita al gruppo Pearson, editore di *The Financial Times* e *The Economist* oltre che leader mondiale nell'Education, del 100% di Multi, per 1,7 miliardi di reais (circa 530 milioni di euro), pagati cash, valorizzato con multipli che raramente si sono visti in Brasile. Multi è stato acquisito a quasi cinque volte il fatturato e il 90% in più della valutazione che era stata fatta nel 2011, quando nella compagine azionaria era entrata Kinea. «Il Brasile sta vivendo un'accelerazione storica e l'applicazione di nuove tecnologie nell'insegnamento consentirà di raggiungere traguardi insperati», ha rivelato Giovannelli, che passa la maggior parte del suo tempo visitando le scuole del network, da un angolo all'altro dell'enorme territorio. Il mercato dell'Education in Brasile è valutato in oltre 2,3 miliardi di euro per almeno 2,8 milioni di studenti di tutte le età e in crescita a doppia cifra ancora per anni. L'inglese per la classe media che sta crescendo è diventato un punto di distinzione fondamentale soprattutto negli stati meno sviluppati del nord est, dove la padronanza della lingua estera è un titolo di merito per trovare lavori qualificati o essere mandati all'estero a specializzarsi, con borse di studio del governo. Non solo. La tecnologia Pearson ha rivoluzionato i tempi di apprendimento, parametrando agli obiettivi di ciascun alunno, e adattandoli ai suoi ritmi di studio. «Nell'insegnamento di una lingua è una rivoluzione copernicana», ha insistito Giovannelli.



Giovanni Giovannelli, 41 anni, è ceo del gruppo Pearson in Brasile, leader nel mercato education

5 FASHION



COLORI PER CELEBRITIES

Il segreto? Partire dalle origini. «Il Brasile ha influenzato molto la mia vita e la mia visione creativa nell'uso dei colori fino all'abbinamento di texture e materiali diversi», ha raccontato Paula Cademartori, talento brasiliano ma italiana d'adozione, tra i nuovi nomi più quotati del fashion system internazionale. Dopo un'esperienza da Versace nel ruolo di junior accessories designer e la partecipazione nel 2009 al progetto Vogue talents per le calzature, seguita da Who is on next, a 26 anni ha lanciato un marchio di accessori. La sua linea di borse, lanciata nella collezione primavera-estate 2011, è diventata un oggetto di ricerca tra le celebrities, volti noti del cinema e della televisione italiana e trend setter come l'editor di Vogue Giappone Anna Dello Russo, che durante la New York Fashion Week è stata fotografata con in mano una clutch in pelle generando un largo seguito sul web. «Ho cercato di creare accessori che



Paula Cademartori. Le sue borse sono ormai oggetto di ricerca tra le celebrities



raccontino una storia, con uno stile internazionale e contemporaneo sempre riconoscibile. Le mie borse sono destinate alle donne attente ai dettagli, alla qualità che si vogliono distinguere». In sette stagioni il marchio è entrato nel calendario della fashion week di Milano e in quella parigina e ha raggiunto una distribuzione in 170 tra le principali boutique di tutto il mondo per un giro d'affari che supera i 900 mila euro. Ultima novità in ordine cronologico è l'ingresso nel mercato nordamericano nelle boutique di ricerca tra cui Elodie K. a Los Angeles e Kirna Zabete a New York. «La priorità ora è consolidare la presenza in America e Asia», ha aggiunto Paula, «e l'obiettivo aprire un monomarca».

6 FOOD



FAR BRECCIA CON UN BACIO DI LATTE

Come passare dai grafici a cono ai conigli gelato è la storia imprenditoriale di Edoardo Tonolli, ex analista Kpmg nonché ultimo discendente della famiglia milanese già proprietaria del maggior gruppo italiano nei metalli non ferrosi. «Dopo un viaggio di piacere mi sono reso conto che in Brasile mancava quasi completamente la cultura del gelato», ha raccontato Tonolli. «Mi è sembrato naturale cercare di vendere alla comunità italiana tra le più grandi al mondo un alimento classico della nostra tradizione.» Alla semplicità dell'intuizione è seguito, però, un percorso non privo di ostacoli. La partenza è stata pragmatica: in una delle più famose gelaterie di Milano,

Tonolli ha studiato i segreti del mestiere e come procedere. Poi insieme al fratello, al padre e un quarto socio ha aperto Bacio di Latte a San Paolo per portarvi il puro gelato italiano. «Le scelte difficili sono state la scelta della location il packaging e il placement del prodotto», ha spiegato, «è stato fondamentale scegliere la location in Rua Oscar Freire, la strada della moda di San Paolo e il prezzo cercando di puntare alla clientela che fa tendenza». Ma il successo di Bacio di Latte non è solo una moda. Dietro c'è cura per i dettagli e attenzione al cliente.

Edoardo Tonolli (a sinistra), ideatore di Bacio di Latte, e Marcelo Menezes che lo aiuta nella gestione. A fianco, due delle nove location finora aperte a San Paolo. Prossima tappa, l'aeroporto

nomi dei gusti sono in italiano «per dare un tocco di classe», ha detto Tonolli che fin dai primi passi è stato affiancato da due professionisti locali,



un ragioniere e un buon avvocato. Fondamentale per tutelarsi dalle cause dei dipendenti. «Molto comuni da queste parti». Bacio di Latte è un brand affermato e Tonolli gestisce nove gelaterie sparse nei punti più importanti della città. «Al momento stiamo valutando altre aperture tra cui un punto vendita all'aeroporto e una partnership con una catena di alberghi di lusso».

7 GRANDI EVENTI



NELLA FABBRICA DELLE EMOZIONI

I temi centrali saranno il cuore, la gioia, la bellezza di Rio de Janeiro e del Brasile, ma è ancora presto per parlare di progetto, anche se ovviamente ci stiamo lavorando da tempo». Marco Balich, il mago della fabbrica di sogni ed emozioni, non può alzare più di tanto il velo sul suo prossimo palcoscenico, il Maracanà di Rio per le Olimpiadi 2016. Balich è executive producer del consorzio italo brasiliano Cerimonias Cariocas che ha vinto la



Marco Balich (al centro), fondatore e presidente di Bws, classe 1962, assieme a Gianmaria Serra (sinistra), ceo della società che progetta grandi eventi, e Simone Merico, l'uomo marketing

gara internazionale per la produzione delle cerimonie di apertura e di chiusura dei Giochi. «Saranno un tributo all'enorme patrimonio creativo e artistico che animano il Brasile, la nostra filosofia è raccontare quanto più possibile, attraverso le emozioni di un momento, la storia, lo stile, l'anima del paese che ospita i Giochi.» Dietro all'ultimo successo c'è la Balich Worldwide Shows divenuta uno dei maggiori player globali nell'entertainment e show business, realizzazione di grandi eventi, cerimonie olimpiche e show permanenti. Balich, fondatore e presidente, classe 1962, dirige, assieme a Gianmaria Serra, ceo e Simone Merico, qualche decina di professionisti fissi e alcune centinaia di collaboratori internazionali che entrano in azione durante i progetti, perché nei grandi eventi il segreto sta nel coinvolgere professionisti che provengono da ogni parte del mondo. «Con il team brasiliano stiamo lavorando in forte sintonia: ci capiamo e condividiamo molto sia a livello di forma che di contenuti artistici», ha spiegato Balich, «in Brasile ci sono grandi opportunità nell'industry degli eventi». La fama di master of ceremonies degli eventi sportivi di Balich è incominciata nel 2002 con la cerimonia di chiusura di Salt Lake City e si è consolidata nel 2006 alle Olimpiadi invernali di Torino. Nel 2012 Balich ha firmato la produzione esecutiva del flag handover di Londra 2012 e ha chiuso i battenti a Sochi 2014.

8 RISTORAZIONE



PROSCIUTTO HOME MADE

In Brasile entra solo il prosciutto crudo che però è carissimo. «Allora lo faccio io», si è proposto Sauro Scarabotta, classe 1965, proprietario del ristorante Friccò di San Paolo, partito da Gubbio 16 anni fa. Da qualche anno ha cominciato a importare la tecnologia dall'Italia e ha stretto



UNA

Hotel Regina



A Typical Resort in the Land of Trulli

Tel. (+39) 080 543 09 07
Fax (+39) 080 543 16 62
una.regina@unahotels.it
www.unahotelreginabari.it





Sauro Scarabotta, classe 1965, proprietario e chef del ristorante Friccò di San Paolo, che si distingue per l'attenzione alla materia prima, tutta di tradizione italiana

accordi con piccoli allevatori di maiali intorno alla capitale paulista per allevare un certo numero, fino a un anno e mezzo di vita. I maiali poi vengono uccisi, disossati, il ricavato messo a stagionare ed ecco gli insaccati Friccò, serviti al ristorante come affettati o rivenduti. «I nostri insaccati sono abbastanza cari,» ha precisato Scarabotta. Il prosciutto crudo senza conservanti viene venduto anche a 60 euro al chilo a seconda della stagionatura (16/18/24 mesi). «Le difficoltà fanno diventare le cose più complesse e più costose». Il Brasile, per esempio, è il maggiore produttore mondiale di budello sintetico, ma gli ordini di acquisto non vengono eseguiti se il cliente non compra almeno tre chilometri di bobina. «Troppo per un piccolo, che deve quindi rivolgersi altrove o cercare di produrseli da solo». Il Friccò è un ristorante di medio-alto livello, 100 coperti nel

quartiere di Villa Marianna, dove molti apprezzano la cucina italiana, fatta con i prodotti originali. «Quando rientrano nei costi», ha aggiunto lo chef, «anche la mozzarella locale sta diventando troppo cara, nonostante sia prodotta dai caseifici di Auricchio a 140 chilometri da San Paolo». Finirà come per il maiale a farsela in casa. Infatti Scarabotta si sta preparando ad autoprodursi i formaggi e il panettone artigianale, che vorrebbe sfornare tutto l'anno con farina italiana e frutta candita preparata in casa.

9 SMART CITY



BUZIOS, CAPITALE D'ENERGIA

È un villaggio di pescatori sconosciuto, 170 chilometri a nord di Rio, senza elettricità quando Brigitte Bardot lo elesse a suo paradiso, portandolo agli onori delle cronache. Cinquant'anni dopo i 28 mila abitanti di Buzios sono di nuovo alla ribalta. Protagonista, questa volta, l'energia elettrica. Con un investimento di 18,6 milioni di dollari, Enel Green Power ha fatto diventare la località famosa per le sue spiagge la prima smart city dell'America Latina. «A Buzios stiamo dimostrando l'applicabilità in un contesto urbano dei concetti che sono alla base delle smart grids, le reti intelligenti del futuro: dai contatori elettronici all'automazione di rete, dall'integrazione delle rinnovabili alla mobilità elettrica e all'illuminazione pubblica efficiente», ha spiegato Paolo Romanacci, responsabile del progetto per conto del gruppo Enel. «Verranno inaugurati edifici intelligenti dove l'applicazione delle soluzioni tecnologiche più avanzate permetterà di migliorare il comfort abitativo e consumare energia in modo razionale». Il primo è costituito il nuovo Centro di Monitoraggio e Controllo, il cuore del sistema smart grids alimentato da pannelli fotovoltaici che garantiscono il 50% del fabbisogno energetico. I cittadini di Buzios sono coinvolti nel progetto attraverso incentivi e sconti sulla bolletta in cambio di un corretto smaltimento dei rifiuti. L'illuminazione pubblica sfrutterà apparecchi Led

Paolo Romanacci, responsabile del progetto Buzios e due immagini delle sue spiagge tra le più rinomate nello stato di Rio da Janeiro



di ultima generazione con tecnologia Enel Solecon sistemi di accensione e regolazione autonoma mentre 40 Archilede dispongono sistemi di accensione e regolazione telecomandati e gestiti da remoto. Tutto è collegato a una rete in fibra ottica di 70 chilometri, a 4.200 contatori intelligenti e a punti luce che dispensano energia a una flotta di auto, moto, biciclette elettriche e una motobarca taxi a disposizione dei turisti tra le spiagge dell'ex villaggio.

10 SOCIAL NETWORK



ABBIAMO COLTO L'INSTANT

Il seguito di Instagram l'anno lanciato loro, Luiza Voll, 27 anni, pubblicitaria e Daniela Arrais, 28, giornalista, di San Paolo. «Abbiamo fondato Contente per caso, per svolgere attività creative nel poco tempo libero che ci restava fra un lavoro e l'altro», hanno raccontato. Ma alla base c'è stata la loro passione per la fotografia e, ovviamente, i loro moltissimi contatti. «Pochi mesi dopo il lancio di Instagram abbiamo avuto l'idea di lanciare delle missioni



Luiza Voll (sinistra), 27 anni, pubblicitaria e Daniela Arrais, 28, giornalista, di San Paolo si sono inventate un nuovo business pubblicitario basato sulla fotografia

settimanali per raccogliere diversi punti di vista fotografici su un tema da noi proposto», hanno spiegato. Instamission, progetto di collaborazione fotografica che attraverso Instagram, ha incominciato a lanciare con cadenza settimanale dei concorsi fotografici all'inizio su temi emotivi, fotografare un sorriso, un oggetto pieno di storia, una finestra sul mondo, la bella vita, un gesto d'amicizia. Per partecipare bastava postare la propria foto significativa attraverso l'hashtag #instamission e sperare di vincere. Poi Luiza e Daniela si sono accorte che sarebbe stato possibile offrire ai brand l'opportunità di sponsorizzare una missione. Allora Instamission diventa un concorso con premi per le foto speciali messi in palio dallo sponsor: una fornitura di prodotti, un weekend, un viaggio. Quando la mission viene sponsorizzata, il tema è legato al core business

del marchio e quando la missione è finita il brand può utilizzare le foto postate in tutti i tipi di media (stampa, video, social media) per un anno. Contente per ogni sponsorizzazione settimanale prende una fee di circa 15 mila euro. Ogni Instamission può avere dalle 2 mila alle 10 mila foto postate in una settimana. Il nostro record è stato 14.000 foto in una settimana, quando il premio era un viaggio in Cina. Tra i brand che hanno contattato la Contente per intercettare l'enorme flusso di appassionati fotografi e sfruttare questo veicolo pubblicitario si sono fatti avanti LG, Coca Cola, Mercure Hotels, Itaú, Ferla, Philips, Pão de Açúcar, Oi, Cyrela, Clight, Oreal e attualmente sono più di 60 gli sponsor. «I grandi marchi ci cercano attratti dai numeri dei partecipanti alle nostre missioni, superiori a ogni qualunque nostra aspettativa», ha rivelato Luiza.



BOSCOLO
HOTELS

Cinque stelle si nasce.

Boscolo Exedra Roma

Boscolo Palace Roma

Boscolo Aleph Roma

Boscolo Milano

Boscolo Venezia

Boscolo Exedra Nice

Boscolo Prague

Boscolo Budapest

Boscolo Bari

Italian hospitality in the world.

www.boscolohotels.com

Toll free numbers +800 809 980 99 - 800 253 878



ARVEDI - ACCIAIO

L'automotive sarà il nostro grande futuro

«Abbiamo deciso di investire in Brasile nel 2011 per assicurare lo stesso standard qualitativo dell'Europa ai nostri clienti internazionali, case automobilistiche, Volkswagen in primis, e i loro subfornitori, da Magneti Marelli per gli ammortizzatori a Hyva per i cilindri», ha spiegato Mario Caldonazzo, amministratore delegato di Finarvedi, la holding del gruppo Arvedi, 2 miliardi di fatturato nel 2013, leader mondiale nella produzione di tubi d'acciaio. «L'automotive è in grande fermento. Nel 2013 sono state prodotte 3,8 milioni di vetture che saliranno a 6 milioni entro il 2015». In gennaio di quell'anno è stato comperato il terreno, 8 ettari a 130 chilometri da San Paolo, su cui è stata costruita a tempo di record la nuova fabbrica, quasi 20 mila metri coperti, con un investimento di 60 milioni di euro, finanziati in parte con equity (41 milioni) di cui circa 9 versati da Simest. Cinque milioni di dollari sono stati finanziati anche dalla Inter-american investment

Mario Caldonazzo, amministratore delegato di Finarvedi, la holding del gruppo Arvedi e, sotto, Giovanni Arvedi, il presidente



corporation. L'estate scorsa è stato annunciato l'avvio della produzione entrata a regime in ottobre. «Bisogna essere in Brasile per servire

X FACTOR

TECNOLOGIA E COSTI FANNO LA DIFFERENZA

Per il gruppo di Piacenza, la tecnologia del ciclo produttivo è la principale chiave di volta del successo anche sui mercati esteri, quello verdeo in particolare. «Il mercato locale non ha prodotti altrettanto avanzati tecnologicamente», ha spiegato Caldonazzo. «La nostra tecnologia nella produzione di tubi saldati e trafilati, che consente di produrre tubi senza saldatura, non esiste ancora in Brasile e non è reperibile dai produttori locali». Un secondo fattore di successo, secondo il ceo di Finarvedi, è la capacità di contenere i prezzi finali. «In Brasile il costo del lavoro, soprattutto nella Stato di San Paolo, è elevato ma l'ampio uso della tecnologia ha generato una forte automazione del processo produttivo che ci consente di contenere i prezzi finali dei prodotti», ha concluso.

il mercato locale che vuole qualità e tecnologia», ha ribadito Giovanni Arvedi, il presidente del gruppo. Dalla Metalfer escono tubi saldati di acciaio

per applicazioni speciali e tubi trafilati a freddo destinati a impieghi nei settori automotive principalmente per la realizzazione di ammortizzatori e tubi cardanici

e idraulica. Lo stabilimento, che lavorerà a pieno regime a partire dal prossimo anno, dovrebbe arrivare a produrre 60 mila tonnellate di tubi saldati e 30 mila tonnellate di tubi trafilati ogni anno, garantendo un giro d'affari annuo di 180 milioni di reais, pari a circa 60 milioni di euro, sufficiente a scommettere sul futuro di questa nuova unità che, al momento, lavora alla realizzazione di apparati per l'automotive e di cilindri idraulici da utilizzare in agricoltura e nelle macchine movimento terra.

CATTANEO - IMPIANTISTICA

Dalla chimica all'energia, l'impianto è su misura

All'inizio del 2012 è incominciata l'esplorazione del mercato, poi durante una missione imprenditoriale, qualche mese dopo, sono stati avviati i primi contatti. Una serie di incontri con possibili partner locali con cui sviluppare rapporti commerciali hanno confermato le opportunità che il Paese è in grado di offrire. E a quel punto è stato deciso il passo importante, per un'azienda piccola con 10 milioni di fatturato, ma

l'abitudine a lavorare sui mercati internazionali. A San Paolo è stata costituita la Limitada affidata a Franco Pietrobon, l'uomo di fiducia di Agostino Rampoldi, fondatore negli anni 50 della Cattaneo Impianti che progetta e realizza impianti industriali in due continenti. Arruolati alla direzione che guida lo sviluppo i figli Massimo e Luca, Rampoldi ha deciso di premere l'acceleratore sull'internazionale, aprendo in Svizzera, a Chiasso, nel 2005



Agostino Rampoldi, al centro, e i due figli, Massimo, a sinistra, e Luca

X FACTOR

IL PASSEPARTOUT È LA FARMACEUTICA

C'è molta farmaceutica nel portafoglio di clienti della Cattaneo Impianti. Le collaborazioni con l'Istituto Neurologico Besta di Milano, Sanofi, Pfizer Italia, Rottapharm, Zambon hanno fatto presa sui brasiliani. «Ci siamo resi conto che attualmente nel mercato brasiliano sono presenti diversi operatori che risultano essere concorrenti di Cattaneo Impianti, ma che non riescono a soddisfare le richieste del settore industriale, mentre altri non hanno adeguata capacità finanziaria e patrimoniale per eseguire lavori strutturati e importanti. Obiettivo della Cattaneo Impianti è proporsi sul mercato locale come un operatore con competenze tecniche e professionali adeguate e con capacità patrimoniale e finanziaria che ci consente di soddisfare la forte domanda di servizi», ha rimarcato Pietrobon.

e ora in Brasile. Le due società estere sono organizzate in due linee di attività, una divisione elettrica e automazione e in una decisione meccanica. La prima fa fronte a commesse di entità contenuta ma anche più articolate nel settore chimico, energetico e farmaceutico. Si progettano impianti di automazione industriale, e anche impianti tecnologici come connessioni in

fibra ottica, sistemi wireless e impianti di allarme. La seconda impianti termotecnici e il completo trattamento dell'aria in farmaceutica e industria. Il fatturato a 9,35 milioni nel 2013 e le previsioni 2014 in linea con quanto sviluppato l'anno scorso fanno intuire che qui la crisi non si sente. «Merito della ricerca di nuovi mercati», hanno fatto sapere i Rampoldi.

MOSSI & GHISOLFI - CHIMICA

No petrolio più etanolo, è il miracolo M&G

Quella dei Ghisolfi in Brasile è la storia di un ritorno. O, meglio, il ripagamento di un debito come disse l'attuale capostipite Vittorio, classe 1930, al presidente Lula in occasione dell'inaugurazione, nel 2007, dello stabilimento più grande del mondo per la produzione di Pet, la resina con cui si fanno le bottiglie di plastica, a Suape (Pernambuco). Il nonno di Vittorio, muratore di Tortona, emigrato nel Rio Grande do Sul nel lontano 1889 con la sua numerosa famiglia, quattro figli maschi e quattro femmine, aveva fatto una buona fortuna nella verde terra di Bagè, nell'Ovest del Brasile, popolato dall'emigrazione veneta. Grazie alla perizia nell'impastare la calce era diventato un costruttore di successo e da Bagè, crescendo il lavoro, si era spinto sempre più a nord verso la ricca San Paolo. Ma nonostante le promesse del Brasile, uno dei suoi figli, Gino, aveva voluto tornare, nel 1928, al paese d'origine della famiglia, dove aveva sposato la figlia di un agricoltore. Gino era il padre di Vittorio, fondatore nel 1953 del gruppo, oggi probabilmente il portabandiera della chimica italiana nel mondo. In sessant'anni, sotto la regia di Vittorio e con il contributo fondamentale dei suoi due figli, Guido e Marco, la fabbrichetta di scatole di plastica nata a Tortona con i capitali del suocero di Vittorio, è diventata una multinazionale da oltre 2 miliardi di euro di fatturato, con 2 mila dipendenti e stabilimenti in Cina, India, Stati Uniti, Messico, Brasile, Italia e il cuore pulsante della ricerca e dello sviluppo nel paese d'origine, Tortona. In questa storia all'italiana il Brasile rappresenta la variante esogena e forse quella con la migliori prospettive di sviluppo. «All'inizio del 2002 venimmo a sapere che i francesi della Rhone Poulenc che controllavano la brasiliana Rhodia avevano deciso di lasciare il paese temendo che la possibile elezione di Lula alla presidenza portasse una ventata di nazionalizzazioni», ha ricordato Guido Ghisolfi, classe 1956, vicepresidente esecutivo del gruppo, il chimico della famiglia. I Ghisolfi si consultarono con i cugini brasiliani che li rassicurarono sulla situazione politica e sulle intenzioni di Lula e decisero di rilevare l'azienda che era il principale produttore locale di fibre sintetiche e di Pet, quotata al Bovespa, il listino di San Paolo. È stata la mossa giusta perché dal 2003, quando Lula si insediò, il mercato brasiliano



Vittorio Ghisolfi con i figli Guido (a sinistra) e Marco e qui sopra l'ex presidente Lula all'inaugurazione dello stabilimento di Suape nel 2007 (sotto) che è il maggiore impianto del mondo per la produzione di Pet, 600 mila tonnellate l'anno

inaugurò il decennio della riscossa, entrando a pieno titolo nei paesi locomotiva dello sviluppo mondiale. Nel 2004 il gruppo, cresciuto fino ad allora sulla forza dei propri brevetti nella produzione di Pet, aveva fatto un salto di qualità con l'acquisizione dalla giapponese Mitsubishi della Chemtex. A quel punto con spalle finanziarie molto più larghe assicurate dalla nuova dimensione, Vittorio e i figli misero in cantiere l'investimento di Suape, la costruzione del più grande impianto del mondo di produzione di Pet, destinato sia al mercato interno che all'esportazione. Inaugurato nel 2007 l'impianto assicura oggi una produzione annua di 600 mila tonnellate di plastica per bottiglie



con un fatturato vicino a 800 milioni di dollari, un po' meno del 20% del totale di gruppo, con una redditività vicina al 10%. Ma è il futuro quello che fa ancora balenare gli occhi azzurri di Guido Ghisolfi, protagonista, da ingegnere, della nuova frontiera del gruppo di famiglia: la biochimica. «Quando le 5 multinazionali delle bevande che rappresentano il 50% del nostro mercato finale ci hanno chiesto una soluzione al problema della

sostenibilità ambientale della nostra produzione ci siamo buttati nella ricerca», ha ricordato Ghisolfi. 250 ingegneri, un investimento di oltre 200 milioni di euro e almeno 6 anni di lavoro hanno portato al risultato straordinario di produrre il polimero base del Pet da fonti rinnovabili, cioè da scarti agricoli che si sviluppano naturalmente, la canna dei fossi, o di coltivazioni, quindi non inquinanti e facilmente degradabili. Questa tecnologia messa a punto dal gruppo di Tortona, brevettata con il nome di Proesa, consiste nell'estrazione degli zuccheri dallo scudo ligneo della paglia di riso o di frumento, dai resti della canna da zucchero, dai gusci del cotone, dei datteri e di numerose altre specie vegetali. «L'applicazione in Brasile di questa tecnologia significa poter aumentare del 40% la produzione di etanolo da biomasse, senza togliere un ettaro di coltivazioni per scopi alimentari, a costi molto più convenienti», ha spiegato Ghisolfi. L'etanolo con la tecnologia Proesa oggi viene prodotto in Italia in un impianto pilota creato ex novo dal gruppo Ghisolfi a Crescentino, tra le risaie del vercellese, utilizzando soprattutto gli scarti della coltivazione del riso e le canne naturali, ma in Brasile sta nascendo qualcosa di molto più grosso. Il gruppo GraanBio, ha acquisito la licenza dai Ghisolfi per produrre con la nuova tecnologia in un impianto che sarà ancora una volta all'avanguardia nel mondo, il primo di una lunga serie non solo in Brasile, secondo le previsioni di Guido Ghisolfi. Ma soprattutto il Brasile, primo produttore al mondo di zucchero con circa 10 milioni di ettari di coltivazioni, avrà nella bagassa della canna una nuova commodity non inquinante e molto conveniente, in grado di affrancare l'etanolo dal petrolio.

X FACTOR

NON BASTA LA TECNICA, CI VUOLE EMPATIA

Su 2 mila dipendenti del gruppo, i brasiliani sono circa 700, il nucleo più consistente, davanti ai 480 italiani, ai 430 nel Nafta (Usa e Messico) e ai 300 in Asia (Cina e India). «Un impatto empatico», lo definisce Guido Ghisolfi, parlando dei rapporti con il paese, dove i Ghisolfi si recano spesso, anche per incontrare la lunga serie di cugini rimasti dalla prima emigrazione tra San Paolo e Bagé. «Non possiamo dimenticare che in Brasile è avvenuto il salto della nostra famiglia da muratori al ceto medio e poi all'imprenditoria», ha detto Ghisolfi. Ma nel successo della famiglia di Tortona non c'è solo l'elemento affettivo: nell'integrazione della Rhodia nel gruppo italiano il management locale ereditato dai precedenti azionisti ha giocato un ruolo determinante. E secondo i Ghisolfi un fattore cruciale è stata la presenza di un punto di riferimento familiare nell'attività di una multinazionale, quale il gruppo di Tortona era anche dieci anni fa. E, fattore non secondario, c'è stato anche una sorta di blending culturale che ha portato ad allineare obiettivi e aspettative del management locale come le strategie decise a Tortona, ma che, per mille versi, hanno ancora l'imprinting pionieristico di quel muratore di Tortona che si imbarcò verso l'altro mondo.

DE NORA - CHIMICA

Un hub per il Sud America

Il presupposto iniziale non si è verificato, ma la scelta di stabilirsi in Brasile prima di molti altri, nel 1973, alla fine si è rivelata vincente e oggi è la premessa di un salto di qualità in tutto il Sud America. «La crescita del mercato cloro alcali che si aspettava negli anni 80 non si è verificata quindi il gruppo ha individuato mercati di nicchia cogliendo opportunità in altri settori come il trattamento dell'acqua, l'oil&gas e l'elettro-raffinazione dei metalli», ha spiegato Paolo Dellachà, ceo del gruppo leader mondiale nella produzione di tecnologie per l'elettronica nonché



uno dei maggiori casi di successo dell'eccellenza italiana all'estero con una presenza in oltre 60 mercati e un fatturato di 383 milioni di euro



Paolo Dellachà, ceo del gruppo leader mondiale nella produzione di tecnologie per l'elettronica e lo stabilimento di Sorocaba, nello stato di San Paolo

alla realizzazione di prodotti disinfettanti e pronti all'uso per le persone, le comunità, il settore agroalimentare e le situazioni di emergenza, è il principale hub del gruppo per tutto il Sudamerica. «Che sarà il mercato del prossimo futuro per l'elettro-raffinazione dei metalli, soprattutto il rame», ha pronosticato Dellachà.

«L'America del Sud, Cile e Perù in primis, produce oltre il 50% del rame mondiale. Una volta introdotte nell'ambito del rame le nuove tecnologie potrebbero essere facilmente applicate anche ad altri metalli come il nickel ed il cobalto», ha aggiunto il manager. La società fondata nel 1923 da Oronzo De Nora ha come clienti, tra gli altri, i principali produttori mondiali di cellulari, tra cui Apple, che ha scelto le applicazioni elettrochimiche targate De Nora per lo sviluppo degli hardware dei dispositivi iPhone e iPad.

realizzato nel 2013 per il 99% sui mercati internazionali. In Brasile, De Nora ha superato con successo le numerose crisi del settore che fino ad ora hanno rallentato il mercato sud americano bloccato da politiche protezionistiche ed energetiche sbagliate. Avere uno stabilimento produttivo in Brasile, cuore di una regione, l'America del Sud, ancora lontana dai principali centri industriali e tecnologici, hanno portato De Nora do Brasil a svolgere una duplice funzione. Oltre a essere punto di eccellenza per i sistemi e le applicazioni al servizio dell'uomo e quindi

X FACTOR

UN BUON LEGAME CON L'INDUSTRIA LOCALE

Lo stretto legame tra De Nora do Brasil e le industrie della regione che lavorano nello stesso settore di riferimento, cementato dalla lunga presenza in Brasile, è stato un elemento di forza, insieme alla capacità di adattarsi all'evoluzione del mercato. «Con l'aumento del processo di globalizzazione il Brasile e l'intera regione si sono avvicinati al resto del mondo pur mantenendo un carattere protezionistico abbastanza elevato che rende la nostra presenza territoriale ancora più importante», ha riconosciuto Dellachà.

CHROMAVIS - COSMETICA

Quando il make-up sale a doppia cifra

«Abbiamo aperto Chromavis do Brasil in luglio del 2010 e in settembre abbiamo individuato il sito e iniziato i lavori. Dopo un anno era tutto pronto e abbiamo iniziato a superare gli audit dei principali clienti, iniziando quindi la produzione», ha raccontato Bernard Msellati, ceo di Chromavis, parte di Fareva, gruppo francese ma con il cervello e la ricerca in Italia, dove è cresciuto producendo preparati di base per la cosmesi, dai trucchi alla cura della pelle, l'industria farmaceutica e i prodotti per la casa. Un anno dopo l'inizio della produzione in Brasile si era reso necessario un aumento di mille metri di nuovi spazi produttivi e in aprile dell'anno scorso è stata introdotta nuova automazione per aumentare la produzione. «Stiamo pensando a un nuovo stabilimento che andrà in costruzione nel 2015. Dopo due anni dall'investimento stiamo iniziando a raccogliere i risultati», ha rivelato Msellati, che ha messo anche l'accento sulle difficoltà con la burocrazia locale e nell'assunzione di personale qualificato. «Il personale locale non è bastato, abbiamo

dovuto trasferire middle management dall'Italia». I 3,3 milioni di fatturato del primo anno (2012) sono triplicati l'anno successivo mentre per il 2014 si prevede di arrivare a 15 e il business plan è tarato su 27 milioni entro il 2016. Con 285 milioni di pezzi all'anno venduti in 63 paesi, l'azienda di Vaiano Cremasco è diventata in pochi anni la seconda per importanza a livello mondiale nel settore dei truccisti del make-up. Creata nel 2008 da un gruppo di manager che insieme a due fondi di investimento hanno aggregato due società già attive da un ventennio nel B2B del trucco, Gamma Croma e Clavis Cosmetics, in luglio 2013 è entrata a far parte di Fareva, 1,3 miliardi di euro di fatturato nel 2013. «Con l'ingresso in Fareva è nata la possibilità di rafforzare i siti produttivi in Usa e in Brasile, i mercati più promettenti», ha puntualizzato Msellati che è anche chief strategic officer di Fareva. Chromavis, che nel 2013 ha avuto un turnover di 129 milioni di euro (+12,3% annuo) e conta 850 dipendenti (di cui 483 in Italia e 46 in Brasile, il resto in Francia,



Bernard Msellati, oltre ad essere uno dei soci manager fondatori di Chromavis, è ceo della società e chief strategic officer del gruppo internazionale Fareva che nel 2013 ha fatturato 1,3 miliardi di euro

Polonia e Usa), ha il suo punto di forza nei 35 brevetti depositati e nelle formule dei prodotti sviluppate all'interno, grazie alla ricerca e sviluppo di 6 laboratori, per cui si spende il 2,5% del fatturato. Un quinto delle vendite è ripartito tra Italia e Francia, mentre l'America Latina conta per il 7%.

X FACTOR

IL TRUCCO NELLA TERRA GIUSTA

Dalla terra abbronzante al trucco per gli occhi, i prodotti dello stabilimento di San Paolo, polveri per trucchi e smalto per unghie, si basano su elementi molto delicati la cui compatibilità cutanea deve essere perfetta. Le polveri speciali, come cotti ed estrusi, che rispondono alle esigenze del futuro della cosmesi, sono il perno del successo di Chromavis do Brasil. «I produttori locali di make-up sono pochi, scarse le lavorazioni all'avanguardia se confrontate con gli standard europei e americani. Contemporaneamente la richiesta di prodotti innovativi è elevata, perché i brasiliani sono grandi consumatori di cosmetica», ha spiegato Msellati, secondo cui il mercato crescerà del 20% annuo per i prossimi cinque. «Inoltre non sono ancora presenti in loco i nostri diretti competitor europei e c'è un'alta redditività», ha concluso.

POSTE ITALIANE - SERVIZI

Corre sulla Sim l'accordo con Correios

Entro la fine di quest'anno, Poste Italiane e Correios, operatore postale locale, lanceranno sul mercato un operatore di telefonia mobile virtuale che fornisca anche servizi integrati postali e finanziari. Entro giugno dovrebbe essere formalizzata la joint venture (51% Poste italiane) che dovrà mettere in linea il progetto scaturito dall'accordo firmato in febbraio a Brasilia da Massimo Sarmi, allora ceo di Poste Italiane, in aprile sostituito da Francesco Caio, e da Wagner Pinheiro de Oliveira, presidente di Correios. Poste esporta così in Brasile il know how e l'esperienza come uno dei maggiori e affidabili Mobile virtual network operator (Mvno). «La scelta di Poste Italiane come partner di questo progetto è una conseguenza della consolidata esperienza del Mvno italiano, ovvero tramite Poste Mobile, considerata una best practice in questo campo», ha sottolineato Pinheiro. Sul lasciarsi passare nel paese verdeoro ha influito anche il recente riconoscimento di Poste vincitore del prestigioso Mvno



Roberto Giacchi, direttore di Poste Mobile, e (sotto) Wagner Pinheiro de Oliveira, presidente di Correios, le Poste brasiliane. «La scelta di Poste Italiane come partner di questo progetto è una conseguenza della consolidata esperienza del Mvno italiano», ha detto Pinheiro



Industry Awards 2013. «Il Brasile è considerato un mercato in espansione e anche gli operatori dotati di infrastruttura sono interessati ad offrire i propri servizi ad un operatore mobile virtuale», ha spiegato Sarmi. Tre sono i potenziali partner che potrebbero offrire la rete, Tim Brasil, Vivo (che fa capo a Telefonica) e America Movil, del magnate messicano Carlos Slim. Il target del servizio dovrebbe essere il pubblico a reddito basso

che usa molto gli uffici postali. Correios punta a coinvolgere con questa iniziativa gli attuali 3 milioni di clienti della rete per farli raddoppiare grazie al volano della telefonia. PosteMobile, 290 milioni di euro di ricavi nel 2013 guidata da Roberto Giacchi, è stata la prima

X FACTOR

MODELLO FLESSIBILE

«L'Italia è un mercato saturo, mentre il Brasile è in espansione. Con questa società in Brasile, Poste potrà andare a prendere clienti che altrimenti non sarebbe in grado di raggiungere», ha spiegato Sarmi. Secondo la stampa brasiliana l'accordo prevede un investimento di 45 milioni di euro con cui finanziare la nuova società a maggioranza italiana. «La jv con Correios dimostra la validità del modello di business di Poste Mobile, immediatamente esportabile, molto apprezzata per il suo carattere fortemente innovativo», ha sottolineato ancora Sarmi.

azienda postale al mondo ad entrare nella telefonia mobile Dal 2007 sono state vendute 3 milioni di sim, da due anni è possibile fare pagamenti di prossimità col credito telefonico, avvicinando lo smartphone di ultima generazione al code del prodotto prescelto e pagare senza contanti.

COM-TECH - ELETTRONICA

Dalla Valtellina a San Paolo col filtro giusto

Non sono stati i cosiddetti tempi televisivi ad aver fatto la fortuna dei valtelinesi di Com-Tech in Brasile. Ma i tempi, in quanto tempistica, sì. A Bragança Paulista, nell'entroterra dello stato di San Paolo, l'azienda di Morbegno (Sondrio) è sbarcata nel 2012 al momento giusto, cioè alla vigilia del passaggio dell'enorme mercato televisivo al digitale. Poi è bastata per farsi conoscere la partecipazione a una fiera specializzata, la Broadcast & Cable di San Paolo e il mercato ha iniziato a muoversi. «Ci siamo posizionati strategicamente nello stato di San Paolo vicino alla capitale e all'aeroporto di Guarulhos», ha spiegato Valenti, responsabile della start-up ma soprattutto fondatore di Com-Tech nel 1990. Nei primi anni 2000 l'azienda valtelinese è entrata nella storia della tv per aver progettato i



Davide Valenti, fondatore e responsabile commerciale di Com-Tech, l'azienda valtelinese tra i pochi produttori al mondo di componentistica per la tv



primi filtri ellittici Uhf per i segnali televisivi. «Produciamo componenti che possano assicurare performance innovative e soluzioni per il mercato delle alte frequenze, come split e patch panels e sistemi modulari», ha spiegato Valenti. I suoi clienti sono network televisivi e costruttori di antenne di trasmissioni e nella nicchia di mercato Com-Tech è prima in Italia e seconda in Europa. «In Brasile non abbiamo trovato niente di simile al nostro Know how», ha detto. Al momento la Com-Tech è l'azienda italiana che cresce

di più nel cosiddetto business dei componenti passivi, cioè filtri e semiconduttori per l'integrazione di sistema. Le condizioni di lavoro a San Paolo vengono descritte da Valenti «progressivamente migliori» lasciando intendere che si è ancora nella fase di start-up ma che il potenziale business c'è. L'azienda è proprietaria di un edificio costruito apposta, con magazzino e reparto testing e assemblaggio. Realizzata nel quartier generale appena

inaugurato a Morbegno, Sondrio, la componentistica delle trasmissioni ad alta tecnologia delle frequenze alte viene esportata in tutto il mondo perché Com-Tech è uno dei pochi produttori mondiali di componentistica specializzata per l'industria delle teletrasmissioni. Nel 2013 le vendite si sono attestate a 7 milioni di euro di cui circa 1,9 in Italia (27%), con un export al 73% (che vale oltre 5 milioni di euro). Di questa quota, 500 mila euro, cioè il 7% è appannaggio del Brasile.

X FACTOR

I SERVIZI POST VENDITA

«Il fattore decisivo per lo sviluppo di successo di Com-Tech do Brasil è un mix di flessibilità e di qualità. La personalizzazione dei nostri prodotti e l'efficace risposta alle richieste di ogni cliente ci rendono competitivi su un mercato particolarmente esigente e che si muove ad alta velocità», ha spiegato Valenti. La qualità dei prodotti è garantita dall'esperienza manifatturiera più che ventennale, e dalla ricerca costante di innovazione. Ma altrettanto importante, secondo l'imprenditore, è l'offerta di un servizio di assistenza post-vendita accurato e personalizzato. «È un'offerta particolarmente strategica nel dinamico mercato brasiliano e sudamericano, dove i tempi di risposta alla domanda, la qualità dei prodotti ma soprattutto dei servizi possono fare la differenza», ha sottolineato Valenti.

PIRELLI - PNEUMATICI

Sole e green dentro le nuove gomme

Sarà all'insegna del green il futuro di Pirelli in Brasile nei prossimi tre anni. Il gruppo milanese, che ha la maggiore anzianità industriale nel paese verdeoro dove aprì la prima fabbrica negli anni 30 del secolo scorso, investirà la maggior parte dei 400 milioni di euro destinati all'America Latina, nel rinnovamento tecnologico dei cinque impianti brasiliani per la produzione di pneumatici cosiddetti verdi. Uno dei progetti guida verrà realizzato nello stabilimento di Feira de Santana, nello stato di Bahia, con l'installazione del primo impianto solare al mondo di grandi dimensioni per la produzione diretta di vapore a media temperatura a servizio del ciclo di produzione di una fabbrica. L'impianto avrà una superficie specchiata di circa 2.400 metri quadrati ricavata all'interno dell'area della fabbrica e sarà collegato direttamente alle linee di vapore utilizzate per la produzione di pneumatici. Tra gli investimenti previsti c'è anche la costruzione di un nuovo campo prove vicino alla città di San Paolo, che rappresenterà una base per lo sviluppo di nuovi prodotti insieme alle numerose case automobilistiche insediate nel paese. «Per celebrare gli 85 anni di presenza in Brasile, abbiamo deciso di finanziare alcuni importanti progetti, tra i quali i lavori di ristrutturazione del Cristo del Corcovado di Rio de Janeiro, che era

stato danneggiato da alcuni fulmini all'inizio dell'anno, e di sostenere il parco culturale di Inhotim nello stato di Minas Gerais», ha ricordato Paolo Dal Pino, presidente esecutivo di Pirelli per l'America Latina, «sono attività che si inseriscono nella nostra strategia di valorizzare il brand al di là delle tradizionali politiche commerciali, che continuiamo comunque a sviluppare



A Feira de Santana (Bahia) sarà installato il primo impianto solare al mondo di grandi dimensioni per la produzione diretta di vapore. In alto, un particolare dei tubi per la produzione di vapore



per seguire i processi di crescita di tutte le case auto e della rete dei rivenditori». La leadership di Pirelli nel mercato verdeoro è suggellata dal fatto che un'auto

X FACTOR
FIDUCIA NEL BRASILE

Bisogna investire e crederci. È questo il principale fattore di successo di Pirelli sul mercato brasiliano secondo Paolo Dal Pino alla guida dell'azienda in America Latina. D'altra parte, Pirelli in Brasile «ha potuto crescere tanto», ha spiegato Dal Pino, «da essere la marca più ricordata dal pubblico maschile brasiliano da diversi anni ed essere percepita dai consumatori come azienda brasiliana, grazie alla capacità di integrazione sviluppata lungo i decenni con il paese e i suoi cittadini». «La forte crescita del mercato interno avuta negli ultimi 60 anni», conclude Dal Pino, «ha fatto sì che il gruppo investisse in capacità produttiva e potesse scommettere sulle grandi potenzialità del Brasile, che sono ancora oggi le solide basi dell'attuale crescita del paese. Il Brasile è infatti un mercato con enormi prospettive».



oggi cinque fabbriche (a Santo André, Campinas, Sumaré, Gravataí e Feira de Santana) che producono l'intera gamma di pneumatici e impiegano oltre 12 mila dipendenti. Pirelli è inoltre presente con una fabbrica di pneumatici in Argentina e in Venezuela e impiega complessivamente nell'area sudamericana quasi 14 mila dipendenti dei 38 mila che conta nel mondo. L'America Latina e centrale rappresentano circa il 35% del fatturato mondiale di Pirelli, quindi oltre 2,1 miliardi di cui la maggior parte nel mercato brasiliano il più importante dell'area.

ACS DOBFAR - FARMACEUTICA

Due acquisizioni per diventare grandi

L'occasione è stata l'acquisto della ex fabbrica di cefalosporine dell'americana Ely Lilly, nel 2003, con uno stabilimento a Cosmopolis, nello stato di San Paolo. Poi, grazie alla presa in gestione della Abl, la società acquisita, Marco Falciani, Renato Broggi e Valter Pezzetti, i tre soci fondatori e ancora oggi a capo del gruppo Dobfar, si sono resi conto dell'enorme potenziale del mercato healthcare brasiliano e hanno deciso di investire ancora sulla crescita, con una seconda acquisizione. Con il supporto di Simest, la merchant bank



controllata da Cassa depositi e prestiti, è stata comperata la Becker, attiva nella produzione di sacche per infusione destinate al settore ospedaliero. «È una società che opera da lungo tempo sul mercato verdeoro ed è in possesso di tutte le licenze per operare nei diversi stati, ma nonostante i brevetti e le registrazioni non è mai riuscita a imporsi. Con il know-how di Acs Dobfar siamo sicuri di investire questa tendenza», ha spiegato

Massimo Pirovano, manager della divisione finanziaria del gruppo che nel 2012 ha registrato un fatturato consolidato di quasi 500 milioni di euro. L'operazione Becker ha

comportato un investimento di 11,5 milioni di euro finanziati per la metà da Simest ma alla Dobfar sono convinti che l'investimento non tarderà a restituire benefici perchè spalancherà le porte a un mercato caratterizzato da elevati tassi di crescita. Creata 40 anni fa a Vimercate, Dobfar è oggi fra i leader di mercato a livello mondiale nella produzione e sintetizzazione di composti farmaceutici che esporta in oltre 100 paesi. Produce in nove stabilimenti in Italia di cui sei fuori Italia sparsi dalla Corea del Sud al Brasile, con 1900 dipendenti. «Grazie a un board dinamico siamo una società in continuo movimento sempre protesa al futuro», ha commentato Pirovano.

X FACTOR
R&D D'AVANGUARDIA

«Continuiamo a investire in tecnologia, per questo siamo diventati un punto di riferimento a livello mondiale», ha affermato Pirovano che vuole lottare per mantenere il brand Acs Dobfar in prima linea sui mercati internazionali. Oltre alla produzione di materie prime per la farmaceutica, Dobfar gestisce un dipartimento R&S d'avanguardia. È grazie alla ricerca che molti nomi di big pharma hanno scelto di trasferirle parte della produzione per dedicarsi più al marketing e alle vendite. «Siamo i partner ideali per aiutare le grandi aziende a sviluppare ricerca pura».

Qui!Group punta all'estero Il Brasile è un target

Con un bacino di utenza di 20 milioni di consumatori, un milione di utenti di carte prepagate, una tecnologia proprietaria d'avanguardia, il gruppo creato da Gregorio Fogliani cerca partner affidabili per espandersi ancora

Un'azienda da record: non solo per il ritmo di crescita, il 16% medio annuo negli ultimi 10, ma anche e soprattutto per essere riuscita a trasformare un servizio banale, a basso valore aggiunto, la fornitura di buoni pasto, in un business d'avanguardia, fortemente scalabile in Italia e all'estero, sulla base di una tecnologia proprietaria. Protagonista di questo successo è Gregorio Fogliani, 57 anni, imprenditore di prima generazione, che ha creato Qui!Group, un'azienda da 500 milioni di euro di fatturato, con mille dipendenti diretti (età media 32 anni, femminile al 70%), in poco più di 20 anni. E che ora vuole esportare il modello che ha avuto in Italia tanto successo. «Vogliamo crescere approdando all'estero, nei mercati più propensi ad investire in servizi e pagamenti digitali. Il Brasile è uno di quelli che seguiamo con più attenzione.» ha dichiarato Fogliani. Che ha spiegato nell'intervista che segue le ragioni del successo di Qui!Group.



Gregorio Fogliani, fondatore e presidente di Qui!Group

Domanda. In 10 anni la vostra crescita è stata esponenziale, qual è stato il fattore scatenante, rispetto alla concorrenza?

Risposta. Senza dubbio la diversificazione del business, resa possibile dalla tecnologia. Abbiamo scelto sin dalla fondazione del Gruppo di adottare un approccio innovativo, che ci ha portato negli ultimi anni di attività, che coincidono con la grossa spinta dell'economia digitale, a sviluppare soluzioni di business alternative, integrando al classico buono pasto una serie di servizi legati al mondo della moneta elettronica: programmi di loyalty, sistemi di Social Shopping, Mobile Couponing e soluzioni di welfare aziendale basate sull'utilizzo dei canali digitali.

D. Può fare un esempio concreto?

R. Nel settore dei buoni pasto abbiamo accompagnato l'evoluzione del ticket dal cartaceo all'elettronico, brevettando il buono pasto smaterializzabile, che può essere validato con un particolare lettore ottico, Easy Voucher, vincitore del premio Horeca24 Innovazione di quest'anno, o direttamente tramite telefonino, con l'App dedicata.

D. Come controllate e promuovete l'enorme forza distributiva che avete sul territorio, 150 mila esercizi commerciali con un bacino di utenza di 20 milioni di consumatori?

R. Con una struttura organizzativa che ci consente di mantenere snelle le diverse attività di business: dal servizio di buoni pasto, gestito attraverso la Qui! Ticket a soluzioni avanzate di welfare aziendale, messe a punto dall'ultima nata nel Gruppo, Welfare Company, focalizzata sullo sviluppo di programmi di welfare aziendale 2.0. La nostra forza è la tecnologia: gra-

zie a Paybay, la software house interna, siamo in grado di gestire al meglio tutta la rete di esercizi convenzionati, che puntiamo a convertire in una rete digitale, in modo che gli esercenti possano validare tutti i titoli di servizio al marchio Qui!Group: buoni pasto, coupon, buoni acquisto, voucher aziendali e altri.

D. Come pensate di fidelizzare questo enorme bacino di utenti-consumatori?

R. Il bacino di utenza del Gruppo riguarda anche il milione di possessori di carte prepagate emesse e distribuite da Qui! Financial Services, tra le poche aziende autorizzate da Banca d'Italia ad operare come istituto di pagamento. Vogliamo espandere la nostra base clienti anche andando all'estero e sviluppando soluzioni specifiche per nuovi mercati. Stiamo pensando, per esempio, al lancio di un sistema di loyalty internazionale federato, con diversi brand protagonisti e l'introduzione di benefit come la moneta virtuale, che consentirà alle aziende di avere la massima flessibilità nella gestione dei sistemi di promozione e incentivazione alla spesa, e ai clienti di ricevere il massimo vantaggio dagli acquisti all'interno di un circuito esteso.

D. A quali mercati in particolare state guardando?

R. L'Europa è un mercato molto dinamico, che c'interessa molto e stiamo guardando anche i Paesi dell'Est e i Paesi BRIC, in particolare il Brasile, che negli ultimi anni ha dimostrato di voler puntare con determinazione sulla competitività. Qui siamo intenzionati a investire in progetti strategici e ad attivare collaborazioni con partner di successo, che vogliono dare una spinta rilevante al proprio business. Negli anni abbiamo accumulato

competenze nella gestione di progetti complessi in sinergia con partner come Poste Italiane, Enel, Telecom, Istituti Finanziari, Enti di Ricerca ed Università. I partner che cerchiamo devono condividere la nostra filosofia d'innovazione e concentrarsi sulle richieste ancora inespresse del mercato di riferimento.

D. Qual è la base tecnologica del vostro servizio, quali sono le possibili evoluzioni?

R. Adottiamo una tecnologia scalabile, facilmente integrabile con i sistemi tecnologici delle aziende clienti, e soluzioni in linea con gli standard internazionali di sicurezza nei pagamenti elettronici. In prospettiva pagamenti elettronici e mobile, carte prepagate, moneta virtuale e titoli di servizio elettronici, andranno ad integrarsi in un'offerta unica, un wallet di servizi e pagamenti. In questo contesto, infatti, s'inseriscono gli accordi siglati con Olivetti e Carta-Si, che prevede l'integrazione della tecnologia Qui!Group rispettivamente sui sistemi casse Olivetti e sui POS CartaSi.



ENEL GREEN POWER - ENERGIA

È un fattore EGP che fa vincere le gare

Tra i successi personali di Francesco Starace, neo ceo di Enel dopo aver lanciato e fatto crescere il ramo verde del gruppo, Enel Green Power (Egp), l'aver puntato molto sul Brasile per l'espansione internazionale è stato uno dei più premianti. In quattro anni Egp è stata l'unica impresa in Brasile presente sul mercato libero e su tutti i distinti sistemi regolati a vincere aste pubbliche ogni anno e per tre diverse tecnologie, eolico, solare e idroelettrico, aggiudicandosi

un totale di 514 mw. Solo 2013 ha vinto tre aste: quella di riserva con 88 mw eolici, quella delle aziende di distribuzione con 102 mw idroelettrici ai quali sono stati abbinati 1,2 mw solari a film sottile che fornirà parte dell'energia necessaria per i lavori di costruzione di tre impianti idroelettrici nel Mato Grosso, e quella regionale del Pernambuco con 11mw solari. Insieme al nuovo parco eolico di Sao Judas, il secondo impianto completato del complesso eolico

Cristal da 90 mw di capacità installata totale, è una testimonianza della massiccia presenza sul territorio dell'azienda italiana che raggiunge così una capacità installata superiore a 207 mw, di cui 93 mw idroelettrici. «Nonostante il Brasile sia un Paese molto ricco dal punto di vista naturalistico per quanto riguarda le risorse di energie rinnovabili la spinta ambientalista che in altri paesi sostiene la green economy è meno forte», ha sostenuto Paolo Romanacci, responsabile business development di Egp. «Le energie rinnovabili guadagneranno ulteriormente spazio nei prossimi anni. Assisteremo a una crescita costante dell'eolico, della biomassa e delle piccole centrali idroelettriche e finalmente ci sarà spazio per il solare sia come generazione distribuita che come impianti utility scale». La costante crescita demografica e industriale del Paese sta spingendo la domanda di energia che non potrà essere soddisfatta esclusivamente con grandi centrali idroelettriche. «Ci sarà spazio per altre tecnologie soprattutto nel segmento eolico», ha previsto Romanacci che ha concentrato gli sforzi di Egp verso un'ottimizzazione della gestione del cronogramma sia in fase autorizzativa che in fase di esecuzione. Nonostante la lentezza



Francesco Starace, ceo di Enel, è stato il manager che quando era alla guida di Enel Green Power più ha spinto per investire in Brasile

burocratica stia rallentando, il programma infrastrutturale del governo federale, nel 2014 saranno almeno tre le aste federali e due quelle regionali. A cui Egp parteciperà per vincere.

X FACTOR

UNA FILIERA CORTA

Per la fornitura dei componenti di base degli impianti brasiliani, trasformatori, inverter o pannelli solari, Egp ha puntato molto sull'impiego di risorse locali per creare un effetto ricaduta sul territorio in termini economici e di know-how limitando la domanda di prodotti made in Italy. In questo contesto si è inserita la 3Sun, una joint venture paritetica tra Egp, STMicroelectronics e Sharp per la produzione di pannelli a film sottile che fornirà l'impianto solare di distribuzione della capacità di 1,2 mw attualmente in costruzione nel Mato Grosso. «Così le imprese italiane hanno potuto qualificare e certificare i propri prodotti in Brasile traendo benefici commerciali sul mercato locale».



NPO SISTEMI - INFORMATICA

Rotta su Belo Horizonte, la bussola è l'auto

Per seguire la nave guida, la Fiat di Belo Horizonte, si sono messi anche loro in rotta per il Brasile. E hanno puntato su un giovane timoniere, Valentina Magi, cresciuta nella divisione vendite, che ha dato la disponibilità a trasferirsi in Sud America, condizione necessaria per aprire la filiale brasiliana e assumere la responsabilità legale della società. «Per Fiat, viste le dimensioni, la natura della nostra azione è così integrata nei vari mercati che i progetti hanno dimensione internazionale», ha spiegato Piergianni Ferraris, amministratore delegato della Npo Torino e coreponsabile del progetto Brasile, dal quale è partito il rapporto con Fiat che ha creato l'effetto traino. Nell'operazione Npo ha investito 2,2 milioni di euro, per aprire, con

un target di costi, nel primo anno tra 2 e 3 milioni di dollari, uno sforzo non indifferente per un'azienda che ha ricavi per 56 milioni di euro con un ebitda di 1,5 milioni. «Siamo attivi in due business la fornitura della tecnologia informatica come centro dati, server, back up e tutte le apparecchiature che servono per aziende medio grandi, vicini al brand HP, e forniamo anche servizi di gestione, assistenza, supporto e buon funzionamento», ha spiegato Ferraris.



Valentina Magi, cresciuta nella divisione vendite dell'azienda, è responsabile della start-up di Npo in Brasile

Fondata da Egidio Perotti nel 1982, Npo è cresciuta come reseller di componenti informatici, e nel 2002 come Npo Sistemi si è trasformata in fornitore di soluzioni complete per l'informatizzazione dell'azienda. La consulenza e il supporto qualificato per organizzazione e strategia nell'informatica le hanno portato importanti commesse. Tra cui quella con il customer service di Qvc, il canale televisivo di shopping che ha tecnologie virtuali per i servizi ai clienti che telefonano.

X FACTOR

LE RISORSE UMANE

«Per chi fa business in Brasile è imperativo produrre e vendere sul mercato interno, quindi Fiat si è attrezzata in loco e noi siamo andati dietro. Il passo successivo sarà portare avanti dei progetti in altre aree significative, come il settore pubblico, o verso consociate brasiliane dei nostri clienti italiani», ha anticipato Ferraris. Il problema che si sta delineando è il reclutamento delle risorse umane per crescere. «Le figure specializzate hanno costi fuori mercato, perché sanno di essere rare, oppure incontriamo ingegneri che non parlano inglese e non hanno il nostro standard di specializzazione».

FIAT CHRYSLER - AUTOMOTIVE

Ricominciando da Goiana

Diventerà uno dei maggiori distretti industriali del Brasile, fatto di fabbriche, ma anche residenze per i dipendenti, dai quadri agli operai, scuole, mense, centri di ricerca e servizi per una comunità di alcune decine di migliaia di persone, di cui 8 mila impegnate direttamente alla produzione. Alla riuscita di una delle maggiori operazioni di politica industriale del dopo Lula hanno lavorato a tenaglia il governo federale che attraverso il Bndes, la banca di sviluppo, ha garantito un finanziamento di 7 miliardi di dollari, e il governatore dello stato del Pernambuco, Edoardo Campos, ora ex, perché candidato alle elezioni presidenziali di Ottobre, che ha messo a disposizione terreni e incentivi fiscali. Cuore del progetto, il nuovo stabilimento di Fiat Chrysler che, a partire da gennaio prossimo dovrebbe incominciare a sfornare le prime unità delle 200 mila annue previste con le linee a regime. Intorno all'edificio principale stanno prendendo posto altri 12



Cledorvino Belini, presidente della Fiat Chrysler per l'America Latina, e alcune immagini dello stabilimento in costruzione a Goiana (Pernambuco) costruito con principi sostenibili e basso impatto ambientale. Sotto, i nuovi modelli Fiat in Brasile



edifici nei quali verranno prodotte 17 linee strategiche di componenti. La Magneti Marelli produrrà pezzi stampati di serbatoi, pedaliera e sospensioni, Magneti Marelli Faurecia, pezzi in plastica per finiture interne e esterne, la Lear i sedili, la Adler gli isolamenti, i tappeti

e i rivestimento dei tetti, la Pirelli provvederà al montaggio pneumatici, la Saint Gobain alla preparazione e montaggio vetri, la Powercoat alla pittura di parti metalliche, la Denso ai sistemi di raffreddamento motore, la Pmc alla struttura sedili, la Tiberina agli insiemi saldati strutturali degli chassis. A far funzionare questa enorme catena di montaggio sta studiando responsabile del progetto di Goiana. «La decisione di investire in Pernambuco è nata dallo scenario favorevole di mercato dei prossimi anni», ha spiegato Cledorvino Belini, presidente della Fiat Chrysler per l'America Latina, uno dei protagonisti del successo del gruppo torinese in quest'area del mondo. «La domanda di automobili e veicoli commerciali leggeri nuovi crescerà in tutto il paese, anche se il Brasile è diventato un mercato molto competitivo». Fiat Chrysler, leader di mercato inseguito a una incollatura da Volkswagen, sta puntando sull'allargamento della gamma dei prodotti, sui prezzi competitivi mantenuti attraverso processi produttivi e distributivi più efficienti anche grazie all'entrata

in funzione dei nuovi impianti e al miglioramento di quelli esistenti. Fiat è presente in Brasile dal 1947 e nel 2011 ha iniziato il maggior ciclo d'investimento della sua storia, stanziando 10 miliardi di reais da spendere nel triennio 2011-2014 per dare impulso al vecchio stabilimento di Betim che aumenterà la produzione da 800 mila a 950 mila unità, e nella realizzazione del nuovo stabilimento di Goiana. «La gamma diversificata di prodotti», continua Belini, «aiuterà a mantenere la buona performance di mercato del gruppo gamma di prodotti soddisfacendo le preferenze della nuova classe media emergente», hanno ribadito Belini a *MF International*. I dati di vendita in febbraio ha confermato la tenuta del mercato, che aveva dato segni di cedimento l'anno scorso (-1,5% con 3,5 milioni di pezzi), dopo l'interruzione dei programmi di sostegno governativo alle vendite. Nel mese Fiat Chrysler ha commercializzato quasi 58 mila unità, con una quota del 23,5%, in crescita rispetto al 21,3% registrato per l'intero 2012 e il 22% nel primo bimestre di quest'anno. Dei cinque modelli più venduti in Brasile a febbraio, tre sono della Fiat. La pick-up Strada è stata il modello più venduto della marca, con 13.458 unità, seguito da Palio con 13.017 immatricolazioni e dalla Uno, che ha immatricolato 10.408 unità. La Siena continua a essere la berlina più venduta del mercato con il 22,9% di partecipazione nel suo segmento e un volume di 9.329 unità nel mese di febbraio. Un altro successo è arrivato dalle vendite del Fiorino, che in Febbraio scorso ha assorbito le vendite di quasi due terzi del mercato, con una crescita del 47,1% rispetto a gennaio.

X FACTOR

LA CARTA IN PIÙ SARÀ L'AGRICOLTURA

Anche l'altra Fiat, l'azienda che riunisce le produzioni di veicoli industriali e macchine per l'agricoltura, Cnh Industrial, sta attraversando un periodo di crescita in America Latina e in Brasile, dove è alla guida Valentino Rizzoli (sotto), 45 anni di Fiat, il manager che ha dato il maggior impulso alla parte industriale. A fronte di ricavi totali sostanzialmente stabili a 25,7 miliardi di euro, a livello globale, in America Latina il fatturato è aumentato del 14% a 4,8 miliardi di euro, l'unica area del mondo dove c'è stata una crescita. Il Brasile è stato il mercato più importante con un fatturato aggregato di quasi 12 miliardi di reais, circa 4 miliardi di euro, al cambio di aprile, con i veicoli industriali che hanno rappresentato circa 3,5 miliardi di reais di fatturato e le macchine movimento terra altri 7 miliardi. Le immatricolazioni di veicoli industriali, pari a 225.800 unità, hanno fatto segnare un +8,9% nel continente e del 12,1% in Brasile. In America Latina, la quota del Gruppo si è attestata all'11%,



con una flessione di 0,6 punti percentuali rispetto al 2012. Anche per le macchine per l'agricoltura e le costruzioni, Cnh Industrial ha annunciato crescita in America Latina: nel quarto trimestre 2013 i ricavi globali pari a 3,9 miliardi di euro, il 3% in più del 2012.



FERRERO - FOOD

Com'è dolce la fabbrica del cioccolato

A Pocos do Caldas, 250 chilometri a nord di San Paolo, nello stato del Minas Gerais lo scorso anno sono stati investiti 83 milioni di euro per espandere la capacità produttiva dell'impianto e supportare meglio la crescita prevista nei prossimi anni attraverso la costruzione di un nuovo centro di distribuzione. La crescita nello stato verdeoro del gigante dolciario guidato da Giovanni Ferrero è stata spinta dal forte dinamismo dei nuovi mercati e in alcuni casi ha migliorato gli eccezionali risultati raggiungendo quasi 500 milioni di reais pari a circa 160 milioni di euro di fatturato. «Negli ultimi tre anni il volume del business in Brasile è stato in costante crescita specialmente quello generato dalle merende Kinder. Più che

raddoppiato grazie all'importante campagna creata attorno al Kinder Sorpresa qui chiamato Kinder Ovo», ha spiegato l'ambasciatore Francesco Paolo Fulci, dal 2000 vicepresidente di Ferrero International e dal 2011 presidente della Ferrero Spa. Il mercato è spinto anche dal fatto che il Brasile è il sesto al mondo nella produzione di cioccolato con 2,8 milioni di quintali (+0,5 rispetto all'anno precedente) e il primo in assoluto nel consumo di uova di

Pasqua con più di 100 milioni di prodotti venduti. Non può che essere così visto che il Paese conta una popolazione molto giovane con più di 50 milioni di bambini, otto volte quelli italiani. Sono quindi i nuovi consumatori a trascinare il business del Gruppo Ferrero che ha chiuso il



Francesco Paolo Fulci, dal 2000 vicepresidente di Ferrero International e dal 2011 presidente della Ferrero Spa. Sotto, Giovanni Ferrero, ceo del gruppo, e lo stabilimento nel Minas Gerais

X FACTOR

DIO E KAKÀ PER SPINGERE KINDER

In una parola Glocalizzazione. Pensare globale e agire locale. Nonostante la grande dimensione del Gruppo la società ha come strategia in ogni mercato di curare il rapporto con il territorio. Che significa, in pratica, grande attenzione all'ambiente che la circonda, alle risorse umane, al sociale e alle comunità in cui opera. In quest'ottica l'azienda ha investito tempo e risorse in una campagna pubblicitaria che vede come testimonial l'intera famiglia del campione di calcio del Milan e della nazionale verdeoro Kakà. Famoso in Brasile non solo per i risultati ottenuti sul campo ma per l'impegno nel sociale e la devozione religiosa. «Fattore molto importante per i brasiliani, il Paese infatti conta il più alto numero di credenti al mondo», hanno sottolineato ad Alba.



2013 (al 31 agosto) con un fatturato consolidato di 8,1 miliardi di euro, in crescita del 5,6% rispetto al 2012 quando aveva registrato ricavi per 7,67 miliardi. Se quindi Nutella e Caipirinha ai palati più sensibili non sembrerà un accostamento riuscito, i numeri di Ferrero indicano che il Brasile è un paese proiettato verso il futuro anche da questo punto di vista. Anche la crema alla nocciola più famosa al mondo è infatti il secondo dei prodotti di punta dell'azienda di Alba in Brasile.

VERONA FIERE - SERVIZI

Ecco l'idea: una fiera permanente

Ettore Riello e Giovanni Mantovani, presidente e direttore generale di Fiera di Verona, sono riusciti ad organizzare lo scorso febbraio, nel quartiere fieristico Carapina, a Vitória, capitale dello Espírito Santo, lo Stato a nord di Rio, la prima edizione made in Italy di Vitória Stone Fair/Marmomacc Latin America, il primo polo fieristico mondiale nel settore della pietra naturale. L'iniziativa è frutto dell'acquisizione per 2,7 milioni di euro da parte di Fiera di Verona del 60% (con opzione a salire al 100% nei prossimi anni) di Milanez&Milaneze, la società brasiliana che organizza i due principali eventi fieristici di riferimento per il comparto lapideo dell'America Latina, a Vitória e

Cachoeiro. «Nel settore marmolapideo il Brasile è il principale Paese esportatore verso gli Stati Uniti e la piattaforma di Vitória è l'hub naturale in cui si lavorano e commercializzano questi materiali», ha spiegato Mantovani, «la logica di una presenza diretta sul territorio è di essere supporto alle imprese italiane all'interno

Giovanni Mantovani, direttore generale di Fiera di Verona



del sistema per superare i forti ostacoli all'ingresso». Nonostante una crescita bloccata dai dazi, l'interesse degli operatori del settore per il mercato verdeoro è stata rimarcata da un'affluenza eccezionale al primo evento con più di 600 espositori e oltre 50 mila visitatori da 66 Nazioni. Veronafiere do Brasil è stata creata con il supporto di Sace e Simest. La prima ha avuto parte attiva nel funding, garantendo le fonti di finanziamento con un primario istituto italiano, Simest ha sottoscritto il 49% del capitale della nuova società, versando 1,3 milioni di euro.

X FACTOR

NON SOLO MARMÌ

Veronafiere do Brasil è il primo «passo di un progetto più ampio che punta a dare vita a una piattaforma distributiva per tutto il Sud America dedicata in primo luogo al settore del marmo ma non solo», ha spiegato Ettore Riello, presidente di Verona Fiere. La lunga esperienza dell'Ente nella gestione diretta delle manifestazioni, la conoscenza di settori e mercati e i rapporti costruiti negli anni con i buyer esteri hanno convinto la società della necessità di sviluppare piattaforme e punti di riferimento permanenti per espositori e buyer per moltiplicare le opportunità di contatti e generare incoming sul territorio.

CIMOLAI - SIDERURGIA

Tre mesi di fuoco per aprire il mercato

«Il nostro biglietto da visita è stato lo stadio Manè Garrincha di Brasilia, la cui copertura è stata una vera corsa contro il tempo», ha ricordato Sergio Santon, responsabile di Cimolai per il Brasile. Nel giugno 2012 è stato sottoscritto il contratto per la fornitura delle strutture metalliche della copertura dello stadio, le consegne dei materiali sono iniziate già alla fine del mese di agosto e il montaggio delle quasi 2.200 tonnellate di acciaio di cui è composta la struttura è stato realizzato in meno di tre mesi, dalla metà di gennaio alla fine di marzo. Il successo di questa prima esperienza e i futuri grandi investimenti in infrastrutture, per il settore oil&gas e i grandi eventi, calcio e Olimpiadi, hanno convinto Luigi Cimolai, presidente del gruppo, a spingere sul mercato verdeoro sviluppando relazioni politiche e commerciali. «Confidiamo entro i prossimi tre anni di arrivare a realizzare in Brasile quasi il 10% della produzione totale di gruppo che nel 2013 è stata di 130 mila tonnellate per un giro d'affari di 590 milioni di euro», ha rivelato Santon, che sta mettendo a punto i dettagli operativi del progetto di costruzione di un impianto produttivo nello stato di Santa Caterina, nel Sud del Paese. In Brasile Cimolai ha incominciato a operare Brasile risale a fine anni 90 quando la società, fondata a Pordenone da Armando, padre di Luigi, nel 1949, partecipò alla realizzazione di alcuni edifici industriali per la fabbrica Fiat nello stato di Minas Gerais. La realizzazione di grandi progetti di strutture in acciaio nei mercati dell'America Latina sono a poco a poco diventati uno dei fattori di sviluppo dell'azienda, grazie in particolare all'apertura di un impianto produttivo a Puerto Ordaz, in Venezuela. «Ma le prospettive di sviluppo hanno imposto al Gruppo una presenza più strutturata e il Brasile offre molti vantaggi logistici utili per rispondere alla domanda dei mercati dei Paesi vicini come Uruguay, Argentina e Paraguay», ha



X FACTOR

L'ORGANIZZAZIONE È IL NOSTRO CEMENTO

Vocazione internazionale e determinazione fanno di Cimolai una delle società leader nel proprio settore. A fare la differenza è la capacità di elaborare progetti verificando la fattibilità di ognuno, individuando le soluzioni progettuali prima e costruttive poi. «In un mercato difficile dal punto di vista logistico e di fattibilità, l'organizzazione in ogni pratica della società è fondamentale: ingegneria, qualità, ricerca&sviluppo e rispetto per l'ambiente sono caratteristiche fondamentali che ogni grande progetto deve avere», ha spiegato Santon. Cimolai sta realizzando, tra l'altro, le paratie per l'allargamento del canale di Panama, un'imponente struttura nel nuovo World Trade Center di New York e un ponte di 4 chilometri sul fiume Orinoco.

Luigi Cimolai e, sopra, Sergio Santon. Lo stadio di Brasilia, capienza 70 mila spettatori, ha ospitato la cerimonia di apertura della FIFA 2013 Confederation Cup e sarà palco di 7 partite dei prossimi Mondiali

sottolineato Santon, «la vivacità dell'area sudamericana offre moltissime opportunità per le imprese ben radicate sul territorio». Grazie allo sviluppo di fatturato sui mercati internazionali, Stati Uniti, Nord Africa e Sud America, Cimolai è stato uno dei pochi gruppi del suo settore che è riuscito a superare la crisi degli ultimi cinque anni, sviluppando investimenti, occupazione e fatturato che quest'anno arriverà quasi a raddoppiare rispetto ai 314 milioni del 2009 realizzato con il doppio dei dipendenti e una produzione cresciuta da 93 mila a 130 mila tonnellate di acciaio.

PROMA - COMPONENTISTICA AUTOMOTIVE

Sul sedile si va al raddoppio

Nel Supplier Park Fiat ha deciso di puntare le sue carte anche Proma in joint venture con il gruppo Magnetto. Grazie a un finanziamento di 8 milioni, erogati da Cariparma e garantiti da Sace, l'azienda casertana specializzata nello stampaggio a freddo di acciai per le strutture dei sedili delle auto, aprirà un secondo sito produttivo a Goiana (Pernambuco), in Brasile, dove è presente dal 2012. «Vogliamo sfruttare un mercato dal potenziale altissimo», ha spiegato Vincenzo

Nunziata, direttore generale, che prevede di raddoppiare il fatturato brasiliano a 40 milioni di euro entro il 2017. «Abbiamo bisogno di stare più vicino ai nostri clienti e quando si è presentata la possibilità di realizzare il progetto legato a Fiat abbiamo colto l'occasione». Il Brasile rappresenta per le imprese della componentistica e ricambistica di veicoli un mercato da 52,4 miliardi di dollari nel 2013 (il 35% dei quali rappresentato da importazioni) e in crescita del

X FACTOR

R&D E BREVETTI

«Ciò che rende Proma un leader del settore è il livello tecnologico di prodotto e di processo». La competitività dei prodotti Proma sui mercati internazionali è garantita dai brevetti frutto di una lunga ricerca e di anni di studi approfonditi», ha spiegato Vincenzo Nunziata, direttore generale.



Un particolare della fase di progettazione delle strutture per sedili settore in cui Proma è leader. L'azienda di Caserta ha deciso di raddoppiare la sua presenza in Brasile

7,7%rispetto al 2012. «Il livello qualitativo non è ancora all'altezza degli standard europei e americani ma dal punto di vista dei volumi non ha niente da invidiare a Cina o Stati Uniti», ha spiegato Nunziata. Fondata nel 1980 da Nicola Giorgio Pino, che ne è anche presidente, Proma vanta un giro d'affari di 400 milioni l'anno con una quota di mercato in Europa di circa il 15% e ha 16 stabilimenti produttivi.

GHELLA - COSTRUZIONI

Chi scava meglio per le metropolitane

«Affermarsi battendo la concorrenza sarebbe impossibile senza una specializzazione. Quella di Ghella nei lavori sotterranei, specialmente per la costruzione delle metropolitane, è una tecnologia che le imprese brasiliane ancora non dominano», ha spiegato Gianvincenzo Coppi, responsabile in Brasile del costruttore romano. Per maggio Coppi attende l'uscita del bando finale di gara per la concessione dei lavori di realizzazione della metropolitana di Curitiba, commessa



Enrico Ghella, ceo del gruppo di costruzioni

da 1,6 miliardi di euro e della Linea 2 della metropolitana di San Paolo, 2,6 miliardi di euro di valore. Ghella, riconosciuta nel mondo per l'esperienza centenaria nei grandi lavori sotterranei (il sistema ferroviario Kowloon-Canton fu realizzato in Cina nel 1909) pensa di avere tutte le carte in regola per aggiudicarsi

queste commesse che ne confermerebbero la leadership anche in Brasile. «Siamo molto ben strutturati in America Latina e da 7 anni anche in Brasile. Vogliamo essere protagonisti del boom del settore delle infrastrutture pesanti», ha detto Coppi, ingegnere con 15 anni di esperienza nella società romana guidata da Enrico Ghella. Nel paese verdeoro Ghella ha già realizzato per Petrobras un gasdotto di 5 chilometri, una commessa particolarmente difficile da realizzare. «Il mercato è molto protetto e tutte le grandi big company del

X FACTOR

PARTNER LOCALE MA TECNOLOGIA ESTERA

«Il successo di Ghella in Brasile è determinato dalla profonda conoscenza del territorio e in partner locali ben selezionati.» Arrivare a questo risultato ha richiesto anni di presenza, divisa in due fasi, attiva e passiva. «Bisogna scegliere il partner giusto in funzione delle proprie caratteristiche e del tipo di lavoro che si intende realizzare ma allo stesso tempo è il partner che deve scegliere te», ha spiegato Gianvincenzo Coppi. Per vincere la concorrenza allora, le aziende locali «della seconda linea» cercano partner come Ghella per condividere la leadership. L'aspetto commerciale dell'alleanza resta in mano al partner locale mentre quella tecnica viene affidata all'azienda estera specializzata. «In quest'ottica, Ghella sta adottando una strategia ben definita che ha portato la società a selezionare un solo partner nazionale invece che affidarsi a differenti società per diversi lavori. Il goal è affinare il rapporto con il partner per meglio trasmettere la mission di eccellenza che contraddistingue la filosofia della società», ha concluso Coppi.

settore sono presenti con diverse attività sul territorio. Senza specializzazione non si entra», ha rimarcato. Fin dalla nascita Ghella ha puntato sull'attività all'estero, che nel 2012 ha assicurato l'86% dei 632 milioni di euro di fatturato, realizzato in gran parte in Sud America. In Venezuela, il gruppo è impegnato nella costruzione del sistema ferroviario nazionale e partner

di Impregilo e Astaldi da vent'anni, mentre in Argentina, il paese che più di tutti incide sul fatturato (43%), ha acquisito nel 2007 una partecipazione in Iecsa, costruttore leader nel Paese, e si è aggiudicata gare per grandi opere idriche tra cui il tunnel idraulico del Maldonado per il risanamento idrico di Buenos Aires.



Uno dei giganteschi macchinari che Ghella impiega per scavare i tunnel sotterranei. Il costruttore romano vanta un'esperienza più che centenaria nella realizzazioni di grandi lavori di scavo



CAMERA DI COMMERCIO ITALO-BRASILIANA

FONDATA NEL 1954

Via della Moscova, 3 - 20121 Milano - Italia



1954/2014 - da 60 anni assistiamo le Imprese

COME ASSISTIAMO LE IMPRESE

La Camera di Commercio Italo Brasiliana con una struttura solida ed organizzata offre alle Imprese un'assistenza personalizzata per la loro internazionalizzazione in Brasile, fornendo tutte le consulenze giuridiche, legislative, burocratiche, fiscali, doganali, inclusa la costituzione di società di diritto Brasiliano.



Tel. +39 02 6552044 / 6570803 - www.ccib.it - camera@ccib.it

MIROGLIO - TESSILE

Tessuto in digitale: è la nuova stampa

«Vendevamo molto poco, rispetto alle potenzialità nostre e del mercato, qualche centinaio di migliaia di euro di tessuti stampati. I soliti problemi di dazi e trasporto, complicati dall'inversione nelle stagioni di moda,» ha raccontato Giuseppe Lano, responsabile della Miroglio per il mercato sudamericano. Invece di vivacchiare, Giuseppe Miroglio, presidente del gruppo di famiglia, 800 milioni di fatturato, tra confezioni e tessuti stampati, ha deciso che la tecnologia a stampa digitale dei tessuti lanciata all'inizio del 2013 poteva essere anche la chiave di volta per un mercato molto dinamico, con molte firme e grande creatività come quello di San Paolo e Rio. È stato scelto un partner nel settore dello stampaggio dei tessuti e nell'impianto è stata installata la macchina di stampa digitale fabbricata su tecnologia Miroglio. «Il vantaggio è duplice,» ha spiegato Lano, «siamo in grado di mettere a disposizione dei brand più glamour, Carlos



Giuseppe Miroglio, presidente esecutivo del gruppo di Alba e, a destra, Giuseppe Lano. Sopra un esempio di tessuto stampato con la nuova tecnologia

Miele, Jodice, Animale, un archivio pressoché infinito di disegni o di realizzarli su commessa. In secondo luogo possiamo fare tirature anche molto limitate, poche centinaia di metri, mantenendo costi e redditività interessanti.» Grazie ai tessuti stampati in Brasile e alla distribuzione



nei grandi mall di Rio e San Paolo, il fatturato è salito a 4,5 milioni di euro. E ad Alba, headquarter del gruppo tessile, ritengono che il Brasile sarà un mercato in crescita notevole a medio termine. Il programma è quindi di installare a breve una seconda macchina digitale.

X FACTOR

EXPORT TECNOLOGICO

Il salto di qualità nell'attività sul mercato brasiliano è stato una diretta conseguenza dell'esportazione della tecnologia Evolution™ by Miroglio Textile, lanciata all'inizio del 2013 che rappresenta una piattaforma di business e servizi in grado di offrire al mercato una gamma molto ampia di scelte in termini di soluzioni di stampa dal processo 100% Made in Italy. Semplicità e praticità sono le caratteristiche salienti di questa tecnologia che hanno portato la società di Alba ad essere leader in Europa sui tessuti stampati. Il processo di stampa digitale su cui si basa Evolution è infatti in grado di combinare intensità cromatica, elevata definizione di stampa, un uso equilibrato del colore, velocità nella realizzazione del manufatto.

Tutti gli errori da evitare: possono costare cari

Da cosa e da chi deve guardarsi l'imprenditore italiano che cerca opportunità di crescita in questo grande Paese

di Fabio Bucciolini

Da sempre il Brasile è una meta per gli italiani alla ricerca di nuove frontiere di lavoro e di crescita imprenditoriale. Da quando è esploso il fenomeno dei BRIC, l'attenzione per le opportunità offerte dal paese-continente è aumentata ancora. Grandi nomi italiani, come Pirelli, Fiat, Telecom, sono un "pezzo" della storia industriale del Brasile. A queste si aggiungono una schiera di piccoli e medi imprenditori alla ricerca di nuovi mercati e opportunità. Spesso si tratta di persone preparate, con un solido background e una storia imprenditoriale di successo alle spalle in Italia. Oggi la crescita economica e la maggior stabilità monetaria hanno moltiplicato queste opportunità, allargandole a settori nuovi. Come ad esempio il fotovoltaico e l'energia solare, che in Brasile sono oggi fortemente incentivati a livello regionale e nazionale. Inoltre, la nuova classe media che si sta formando e consolidando sull'onda della crescita economica apre nuovi spazi: c'è un boom dei centri commerciali che offre opportunità nell'industria della moda e dell'abbigliamento, c'è una richiesta crescente di prodotti e servizi per la salute di qualità, c'è un'industria nascente del risparmio gestito. Ma proprio perché le opportunità si moltiplicano, l'imprenditore italia-

no che si affaccia in Brasile deve essere attrezzato. «Non è un paese per dilettanti,» come non si stanca di ricordare un profondo conoscitore del Brasile, Antonio Calabrò, autore di "Bandeirantes", scritto con il figlio Carlo in cui racconta la corsa alla conquista dell'economia globale. Dopo 25 anni di esperienza come avvocato d'affari a San Paolo, non posso che dargli ragione. Siamo specializzati nell'accompagnamento di imprese italiane in Brasile. E abbiamo incontrato una serie di errori e percezioni sbagliate in cui può incorrere l'imprenditore che dall'Italia voglia affacciarsi sul mercato brasiliano. Il primo e spesso ricorrente è di ordine psicologico, che ha a che fare con la "solarità" di questa terra e delle persone che ci vivono. In Brasile, come in molti altri



Fabio Bucciolini è una delle 80 personalità ritenute più influenti nelle relazioni economiche tra Italia e Brasile. È il fondatore dello studio legale BCBO & Advogados Associados, basato a San Paolo in Brasile la cui attività è in forte crescita. Bucciolini e i suoi avvocati forniscono alle imprese italiane in Brasile tutta la gamma dei servizi giuridico-legali. BCBO ha già assistito importanti realtà italiane quali Ansaldo Energia, Aprilia, Barilla, Banco Popolare di Vicenza, Engineering, Fiera di Milano, Luxottica, NTT Data, Peg-Pérego, Value Partners e numerose altre imprese.

paesi emergenti, è ovviamente spesso consigliabile avviare l'attività insieme a un partner locale. Ma, ed è qui il problema su cui cadono gli italiani più degli altri, si raggiunge la convinzione di aver saputo costruire e consolidare un "rapporto di fiducia" con la controparte, senza essersi tutelati con i dovuti strumenti giuridici. Quando ci si accorge che la fiducia da sola non basta, di solito è troppo tardi. Un altro errore, più banale ma anche molto frequente, è quello di affidarsi a un "contador" pensando che si tratti dell'equivalente di un dottore commercialista. Non è così, contador è genericamente un contabile. I dottori commercialisti non esistono in Brasile perché non esiste il corrispondente corso di laurea. Terzo trabocchetto da cui guardarsi. In ogni intrapresa il

passaggio chiave è il business plan. Ma farlo in Brasile non è la stessa cosa che in Italia, in Germania o USA. Costruire un business plan senza aver prima acquisito una solida consulenza tributaria spesso vuol dire aver sprecato tempo e denaro e dover ricominciare da capo. Altro tema importante. Il marchio. Che, come sanno bene gli italiani è spesso una delle chiavi del successo. In Brasile non è protetto dal registro globale. Va registrato in Brasile. E' la prima cosa da fare ma non sempre viene fatta, anche qui con conseguenze economiche negative. Il partner. Averne uno brasiliano può essere utile. Ma non vuol dire che bisogna avere per forza un socio, tranne che in alcuni pochi casi realmente specifici. E avere un socio di capitali anche con una piccola quota può diventare nel tempo un grosso problema. Un altro errore da evitare è quello di accettare contratti di consulenza con persone giuridiche. E' molto meno rischioso e più conveniente registrare come impiegato dipendente la persona della cui consulenza si intende valersi. Infine la Banca Centrale. Ogni investimento estero in Brasile va registrato presso la Banca Centrale. E' una procedura complessa con elevato rischio di errore che va fatta da un professionista. Non registrare l'investimento o farlo in modo sbagliato può avere conseguenze molto negative.

La B di Bric ha il fiatone, ma è lo stesso un affare

Perché entro la fine del decennio, il reddito raddoppierà e i fondamentali saranno sostenuti dall'export e dai consumi interni. Quest'anno, invece, la crescita sarà debole

di Marcello Conti

Sarà la siccità, il Mundial o le elezioni di ottobre a dare il colpo di grazia alla crescita dell'economia nel 2014? Per la Copa, il Paese si fermerà, o rallenterà, almeno un mese, dalla metà di giugno alla metà di luglio, come molti imprenditori paventano, e l'unico settore a beneficiarne sarà il turismo. Finite le partite, l'attenzione generale si concentrerà sulla contesa elettorale. Intanto la scarsità di pioggia che dall'inizio dell'anno sta colpendo soprattutto il Sudest del

Paese ha messo in ginocchio, oltre all'agricoltura, le aziende di distribuzione elettrica, costrette a ricorrere alle carissime centrali termiche al posto degli impianti idroelettrici, che rappresentano la principale fonte energetica in Brasile. L'allarme blackout e la possibilità di eventuali razionamenti potrebbero abbattersi anche sul Mundial perché il Cantareira, uno dei maggiori bacini idrici del mondo, è ai suoi minimi storici (15%), tanto da poter esaurire il suo cosiddetto volume utile già entro luglio, in piena

Coppa. Il livello del serbatoio, principale sistema di fornitura d'acqua della regione metropolitana di San Paolo, ha costretto la Società che gestisce il servizio idrico nello Stato paulista (Sabesp) a installare pompe ad altissima pressione per raggiungere le riserve finora inutilizzate in fondo al pozzo, dove giacerebbero 400 miliardi di litri.

La somma di questi avvenimenti ha fatto sì che il consensus degli analisti delle principali banche brasiliane e mondiali abbia messo l'asticella

della crescita 2014 a livelli europei, un 2%, forse con un decimale in più. Significativo che i meno ottimisti, ma anche i più aggiornati e vicini all'economia reale, siano stati gli analisti del banco Itaù e del Banco do Brasil. Entrambi, sulla base dei dati di marzo, si sono dichiarati per una crescita inferiore al 2% (vedere tabella qui sotto). Nella partita dei pessimisti non poteva mancare la principale delle agenzie di rating, S&P, che il 24 marzo scorso ha fatto scendere di un gradino, a BBB-, la valutazione

Brasile e mondo a confronto sulla crescita del Pil

Il consensus nei prossimi due anni

	PIL			CPI			EXPORT			IMPORT		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Jp Morgan	2,3	2,1	2,2	5,9	5,8	5,5	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Intesa Sanpaolo	2,3	2,2	2,9	6,2	5,8	5,9	2,3	2,6	4,7	8,4	8,4	7,9
Bbva	2,2	2,5	1,9	5,9	5,9	5,4	1,9	5,4	5,3	8,9	3,3	2,4
Credit Suisse	2,5	3,0	3,0	5,8	6,2	5,5	1,4	4,4	5,5	8,5	0,0	4,0
Goldman Sachs	2,2	2,3	2,9	5,9	5,9	5,5	-0,2	5,3	6,4	7,4	2,0	4,3
Bofa Merrill Lynch	2,1	1,6	2,0	5,9	6,0	5,4	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Banco do Brazil	2,2	1,7	2,0	5,9	6,0	5,7	nd	nd	nd	nd	nd	nd
Banco Itaù	2,3	1,4	2,0	5,9	6,3	6,0	nd	nd	nd	nd	nd	nd
media	2,3	2,1	2,4	5,9	6	5,6						

Indicatori di rischio	OCSE	S&P's	Moody's	Fitch
RATING	3 su 7	BBB-	Baa2	BBB

190

160

130

100

Per mantenere la crescita sui livelli degli ultimi anni, ci dovrà essere un recupero di produttività e una crescita della quota di investimenti, secondo gli analisti di banco Itaù, che hanno analizzato i trend di lungo termine, proiettandoli a fine decennio (grafico a lato). Nell'ultimo decennio, la produttività del sistema è cresciuta, ma dal 2008, anche per effetto della crisi finanziaria globale, il trend del miglioramento ha rallentato più del rallentamento del ciclo economico. Gli analisti della banca brasiliana tendono a imputare questa responsabilità alle mancate riforme economiche da parte del governo federale

● Brasile
● Latin America and the Caribbean
● Major advanced economies (G7)
● World

Fonte: IMF outlook e Banco Itaù per il Brasile. I dati, a base 100 nel 2010, sono stati calcolati in dollari a prezzi correnti

Il Brasile in cifre fino al 2020

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Pil nominale in \$	2.142	2.473	2.252	2.425	2.651	2.891	3.127	3.351	3.662	4.071	4491
Crescita Pil (a/a)	7,5	2,7	0,9	3,0	3,5	2,7	3,0	2,8	2,9	2,8	2,8
Inflazione	5,9	6,5	5,8	5,6	6,0	6,2	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0
Tassi d'interesse*	10,8	11,0	7,3	8,3	8,3	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0
Debito/Pil	39,2	36,4	35,2	35,9	36,3	36,7	37,2	37,8	39,1	40,6	42,1

Fonte: Banco Itau, dic 2013 - * Sepic

Nelle previsioni del Banco Itau proiettate al 2020 il Pil dovrebbe essere quasi il doppio, in dollari, del dato alla fine del 2012. Tra le grandi variabili macro, la crescita del Pil anche se un po' sopravvalutata nel 2014, rispetto al consensus, è in linea con le previsioni a medio e lungo termine, mentre sottovalutato sul breve termine è il livello del tasso di interesse guida. L'inflazione, invece, dovrebbe stabilizzarsi, concordano gli analisti

Chi è cresciuto di più

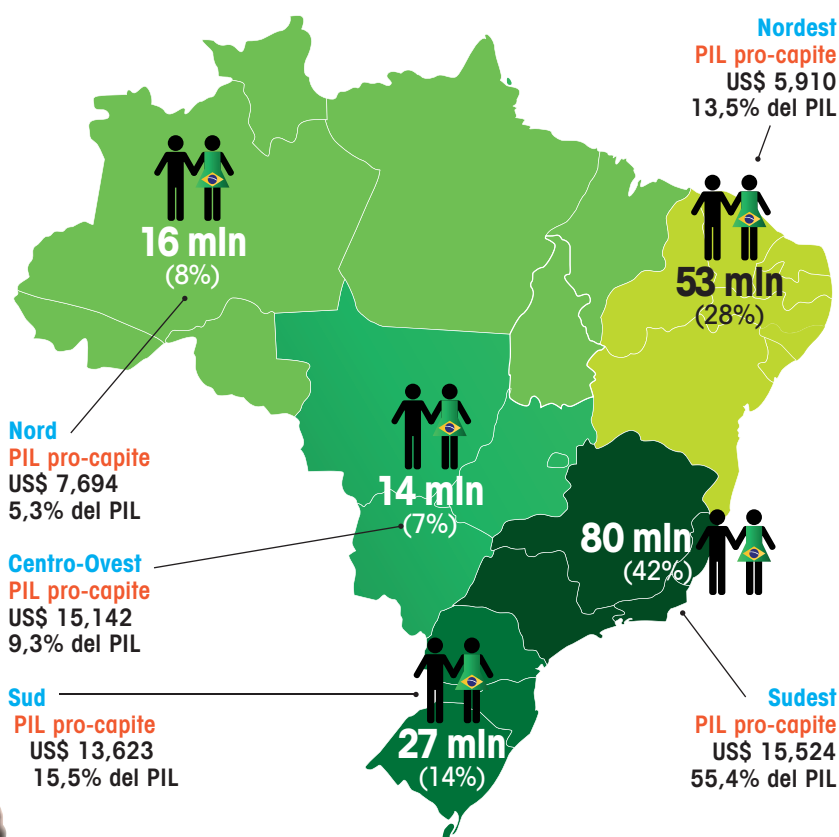
	Pil medio 2003-2012
Espirito Santo	5,89
Parà	4,80
Mato Grosso do Sul	4,60
Minas Gerais	4,60
Pernambuco	4,20
Amazonas	4,18
San Paolo	3,86
Rio de Janeiro	3,56
Santa Catarina	2,57
Bahia	2,43

Fonte: IBGE ed elaborazioni e-book KPMG e Ambasciata d'Italia

Dilma Vana Rousseff, 67 anni, sarà la principale candidata a succedere a se stessa nelle elezioni presidenziali del prossimo 5 ottobre. La presidentessa eletta per un primo mandato nel 2010 è in testa ai sondaggi con un buon margine sui due concorrenti più accreditati, Eduardo Campos, ex governatore del Pernambuco, e Aécio Neves, senatore ed ex governatore del Minas Gerais. Ma il test dei prossimi Mondiali di calcio potrebbe ancora mischiare le carte



Così reddito e popolazione nelle macroregioni



ne di rischio del debito sovrano, come conseguenza di un intreccio negativo di politica ed economia, le elezioni presidenziali di ottobre, il peggioramento dei conti con l'estero e un prevedibile rallentamento della crescita. Ma il quadro generale che viene dipinto dagli economisti è pur sempre di rallentamento della crescita in un Paese-continente, i cui atout, ricchezze naturali, demografia favorevole e un naturale melting pot sociale, ne fanno una delle grandi promesse, e potenze, di fine decennio. Nel frattempo che i tempi maturino gli analisti si esercitano a dare i numeri sulle tappe intermedie. Per Credit Suisse la situazione dell'economia è comunque di lieve crescita, con un Pil che nel 2014 sarà vicino al 3% così

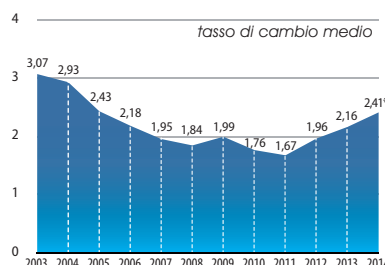
come nel 2015. Giancarlo Frigoli, analista di Intesa Sanpaolo, ha, invece, previsto un più modesto 2,2% nel 2014, che viaggia, però, verso il 3% nel 2015. Al contrario gli americani di JP Morgan che descrivono un calo del Pil nel 2014 al 2,1% (era 2,3% nel 2013), non vedono con ottimismo il 2015 previsto come un anno di stagnazione e un Pil al 2,2%. Ernesto Dos Santos, analista della Emerging Economies Unit di BBVA, ha previsto addirittura un 2015 nerissimo con un Pil sotto il 2%. La riduzione di sei punti percentuali rispetto al 2,5% previsto nel 2014 dipende, secondo la banca spagnola, dall'affievolirsi dell'effetto esportazioni che nel 2014 ha sostenuto la crescita grazie all'indebolimento del real rispetto a dollaro, euro e, soprattutto, yuan, la moneta del maggior partner commerciale del Brasile insieme agli Stati Uniti. «Nel 2014 ci attendiamo un maggior sostegno dalla domanda estera grazie al deprezzamento della valuta e a metà anno vi sarà un'ulteriore spinta visto il contributo dei flussi di domanda determinati dai Mondiali di calcio».

La moneta

SVALUTAZIONE, ANCORA PER QUEST'ANNO

Da due anni, il real si sta indebolendo soprattutto nei confronti del dollaro. L'anno scorso si è svalutato del 10,5% e del 46% dalla metà del 2011. In parte è stato effetto della preannunciata stretta nella politica monetaria americana e della riduzione dei finanziamenti dall'estero, ma sulla svalutazione ha pesato anche la percezione di un deterioramento dell'economia interna, secondo le valutazioni macroeconomiche della Fondazione Getulio Vargas, uno dei think tank più apprezzati al mondo. In più l'effetto fuga degli investitori da alcuni mercati emergenti, Turchia, Indonesia e Sud Africa, non ha risparmiato il Brasile, indipendentemente da una valutazione obiettiva dei fondamentali dell'economia. «Non è facile fare una previsione su come andrà il cambio del real quest'anno», ha fatto sapere Pedro Cavalcanti, professore alla scuola di Economia della Fondazione Vargas. Ma la previsione prevalente è che il processo di svalutazione continui, spinto dal deterioramento del rapporto debito/Pil, del rapporto tra debito estero ed esportazioni e, soprattutto, del saldo negativo della bilancia dei pagamenti (3,7% sul Pil nel 2013). Anche se l'impegno della Banca centrale a tenere sotto controllo l'inflazione potrebbe rallentare le spinte alla svalutazione, Regis Bonelli, analista dell'Ibre, Brazilian Institute of Economic, ha previsto che «il real si svaluterà ulteriormente rispetto al dollaro». Anche Nelson Barbosa, un altro analista dell'Ibre, ha valutato che l'aggiustamento del real continuerà quest'anno e che il tasso di cambio adjusted sulla base dell'inflazione brasiliana e dei partner commerciali è cresciuto del 20% nel 2012 e 2013 e che l'aggiustamento continuerà quest'anno.

COSÌ IL REAL SUL DOLLARO



Fonte: Central Bank of Brazil - * previsione della Banca centrale sulla base degli operatori di mercato a metà del gennaio scorso

Investire

BOND, È IL MOMENTO DI COMPRARE, PAROLA DI ABERDEEN

Con il 99% del portafoglio concentrato sui bond a breve e media scadenza (1-3 anni) del governo federale, il Brazilian Bond Fund di Aberdeen quest'anno (al 7 aprile scorso) ha registrato un rendimento vicino al 9%, che ha compensato il risultato negativo del 2013 (-14%). Il fondo lanciato a metà del 2012 è sotto la supervisione di Brett Diment, capo della sezione Emerging Markets & Sovereign Debt del colosso scozzese che recentemente, dopo l'acquisizione di Scottish Widows Investment Partnership, è diventato il maggior asset manager indipendente europeo con fondi in gestione per circa 400 miliardi di euro. *MF International* lo ha intervistato.

Domanda: Perché in questa fase siete sovrappesati sul Brasile, nonostante i numeri incerti dell'economia?

Risposta: I titoli di Stato al momento offrono valutazioni decisamente interessanti in confronto a tanti altri mercati emergenti e quindi li abbiamo inseriti sia nei fondi in valuta forte, che nei fondi in valuta locale e in obbligazioni corporate.

D. Qual è la valutazione macroeconomica che sta alla base di questa scelta?

R. Ogni decisione politica destinata a tenere i livelli di inflazione sotto controllo aggiungerà ulteriore attrattiva ai titoli a reddito fisso brasiliani, e siamo convinti che la scelta di questa asset class verrà condivisa nel medio termine anche dalla comunità degli investitori.

D. Quindi l'inflazione è il dato chiave. Come si comporterà nei prossimi 12 mesi?

R. Nel 2013 i segnali di spinte inflazionistiche hanno spinto il governo a una politica monetaria restrittiva. La Banca Centrale del Brasile ha alzato il tasso guida Selic dal 7,25% di inizio 2013 all'11% all'inizio di aprile, con nove rialzi consecutivi. Tuttavia il prevedibile rallentamento della domanda interna e delle importazioni, dovuto al deprezzamento del real rispetto al dollaro, dovrebbe avere un

impatto positivo sul tasso di inflazione.

D. Quali sono le peculiarità del mercato del reddito fisso brasiliano?

R. Dal 2007 ad oggi la quota di investimenti esteri in obbligazioni brasiliane è cresciuta dal 3 al 15%. La maggior parte di questi investitori ha puntato sui titoli del debito pubblico con tassi legati all'inflazione. Invece il mercato delle obbligazioni corporate in reais è ancora poco sviluppato e illiquido.

D. La rimozione della tassa lof, posta dal governo sulle operazioni finanziarie di operatori esteri, che significato ha?

R. La decisione del governo brasiliano di rimuovere la tassa del 6%, la cosiddetta lof, sulle operazioni finanziarie a reddito fisso da di operatori esteri, indica un cambiamento di rotta politico.

D. In che direzione?

R. Le autorità brasiliane hanno dovuto prendere atto che la bilancia dei pagamenti e le dinamiche inflative non rimarranno favorevoli nel prossimo futuro, e che dunque andava fatto qualcosa per fermare un ulteriore indebolimento del real.

D. Che impatto ha avuto questa decisione sul portafoglio dei vostri fondi?

R. La revoca della lof ci ha consentito di ampliare le categorie di titoli sui quali investire, semplificando la possibilità di trading del portafoglio. Prima

della revoca gli investitori esteri erano costretti a pagare un'imposta del 6% al momento dell'acquisto, sperando di recuperarla con la rivalutazione del capitale e gli interessi maturati. Questa tassa è stata la causa della stagnazione degli investimenti esteri registrata nel 2010 sul mercato brasiliano.

D. Quindi ora prevedete un ritorno massiccio degli investitori esteri?

R. La quota di titoli sottoscritta da investitori non residenti in Messico, Perù e Sud Africa è, rispettivamente, del 37, 58 e 38%, contro il

15% del Brasile. L'eliminazione dell'imposta lof dovrebbe rilanciare l'attenzione verso questo mercato, in particolare per le obbligazioni onshore, che offrono rendimenti elevati in un contesto globale di tassi ridotti. In passato, invece, gli investitori riuscivano a diversificare sul Brasile comprando obbligazioni globali in reais ma con regolamento in dollari statunitensi.

D. Quali sono le obbligazioni corporate che avete in portafoglio e perché le avete scelte?

R. Una società che storicamente apprezziamo è Construtora Norberto Odebrecht. È la più grande società di ingegneria e di costruzioni dell'America Latina e continua a essere una delle società più redditizie del gruppo Odebrecht. Da quando abbiamo comprato le sue obbligazioni, l'azienda ha migliorato il rating da BBB-, attribuito da S&P e Fitch, a Baa3 dato da Moody's nel 2009. Se gli spread dei titoli a 10 anni continueranno a ridursi, come pensiamo, il valore del titolo crescerà ancora sul lungo termine.

D. Altre opzioni?

R. Un'altra società che ci ha convinto è Banco Est Rio Grande, in cui abbiamo investito nel 2012, in occasione della loro prima emissione sul mercato degli eurobond. È la più grande banca del Rio Grande do Sul, con una quota di mercato superiore al 30% nello Stato. Molto focalizzata sulla clientela privata, la banca ha come prodotto di punta i prestiti garantiti dallo stipendio. Negli ultimi anni ha registrato un'elevata redditività e la qualità degli asset si è mantenuta su un livello di rischio controllato. Il suo business è stabile.

D. Come si muoverà il mercato obbligazionario nei prossimi 12 mesi?

R. I titoli del debito pubblico offrono rendimenti reali molto interessanti rispetto a quelli di altri mercati emergenti. Anche le obbligazioni corporate in valuta locale resteranno interessanti per i prossimi dodici mesi. L'economia brasiliana non può essere migliorata a tavolino, ma saremo più che adeguatamente ricompensati dei rischi almeno per tutto l'anno in corso.

D. Perché?

R. Molte delle cattive notizie che riguardano il rallentamento dell'economia sono già state scontate dal mercato, e quindi vi è spazio per un upside significativo.



Brett Diment, capo della sezione Emerging Markets & Sovereign Debt di Aberdeen Asset Management è gestore del Brazilian Bond Fund dal 2012, data di lancio del Fondo.

L'andamento dei conti con l'estero è uno dei temi più caldi, insieme all'inflazione, nel dibattito economico sul futuro prossimo del Brasile. Per la parte commerciale della bilancia estera, il cui saldo negativo è salito nel 2013 a 59 miliardi di dollari, Dos Santos (Bbva) ha previsto nel 2014 e

2015 esportazioni superiori al 5,5% e importazioni in netto calo. Dal quasi +9% registrato nel 2013 le statistiche mostrano un drastico calo a +3% nel 2014 per scendere ancora a circa il 2% nel 2015. Più equilibrate e caute invece le previsioni di Intesa Sanpaolo che attende esportazioni in leggera cresci-

ta (+2,6%) nel 2014 rispetto al +2,3% del 2013 e quasi raddoppiate a 4,7% nel 2015. Il trend delle importazioni dovrebbe restare stabile nel 2014 a +8,4% così come registrato nel 2013 e in leggero calo a 7,9% nel 2015. In conclusione il saldo dovrebbe leggermente migliorare almeno nei prossimi

due anni, nonostante l'impatto negativo della svalutazione sul costo delle importazioni.

COSA TRATTIENE GLI INVESTITORI?

I principali motivi di preoccupazione sono dovuti all'allargamento del deficit corrente, dal mancato raggiun-

L'analisi

IL RALLENTAMENTO È TEMPORANEO, I CONSUMI SONO GIÀ RIPRESI

Franklin Templeton, l'asset manager americano che ha costruito, sotto la guida del guru Mark Mobius, buona parte della sua fortuna puntando sui titoli dei mercati emergenti, è anche uno dei gestori di punta sul mercato brasiliano. Il suo Brazilian opportunities fund, gestito da Marco Freire, lanciato in luglio 2012 ha reso finora (aprile 2014) poco più del 3%, dieci punti percentuali in più del suo benchmark (-6,8% nel periodo). *MF International* lo ha intervistato sulle prospettive di crescita del mercato e le opportunità di investimento.

Domanda. Da che cosa dipende il rallentamento dell'economia e quali previsioni fa sulla ripresa?

Risposta. Il Brasile è un'economia chiusa, di conseguenza il rallentamento della crescita non è imputabile ad eventi accaduti al di fuori dei suoi confini. Quindi non è

avuto bisogno di tempo per imparare a gestire la nuova situazione. Credo sia stato questo il motivo principale per cui la crescita è stata meno elevata del previsto, per cui i consumi e gli investimenti hanno rallentato. Ma in presenza di tassi di interesse reali ancora bassi, i consumatori dovrebbero incominciare a consumare di più dopo un rallentamento iniziale e i livelli di produzione dovrebbero tornare a crescere. Ed è quello che in questo momento stiamo iniziando a registrare: un miglioramento dell'economia.

D. Che cosa sarebbe necessario per dare un maggiore impulso alla crescita?

R. Il Brasile ha bisogno di investimenti nel settore delle infrastrutture. C'è bisogno di costruire; poco importa che questi investimenti siano indirizzati alla costruzione di porti, strade o aeroporti. La Coppa del mondo e le Olimpiadi

Marco Freire è il gestore di Brazilian opportunities fund, in dollari, lanciato a metà del 2012, che finora ha raccolto poco più di 50 milioni di dollari. È un fondo bilanciato tra azioni e obbligazioni. Dal lancio è cresciuto di poco più del 2%



hanno determinato la presa di coscienza da parte del governo del bisogno di importare know-how e capitali internazionali affinché in Brasile si inizi a investire in questi settori. Sono in programma aste per l'estrazione di petrolio e l'esplorazione di giacimenti petroliferi, sono inoltre previste aste per la costruzione di strade e aeroporti, infrastrutture importanti anche al di là degli eventi sportivi.

D. Anche la ripresa dell'inflazione è stato un deterrente. Il trend dei prezzi è destinato a continuare sui livelli alti raggiunti ultimamente?

R. Molte delle preoccupazioni circa l'inflazione sono scaturite da due elementi. Il primo ha riguardato i prezzi dei prodotti alimentari, che cominceranno presto a scendere come conseguenza del calo dei prezzi delle materie prime sullo scenario internazionale. Il secondo è stato l'apprezzamento della valuta.

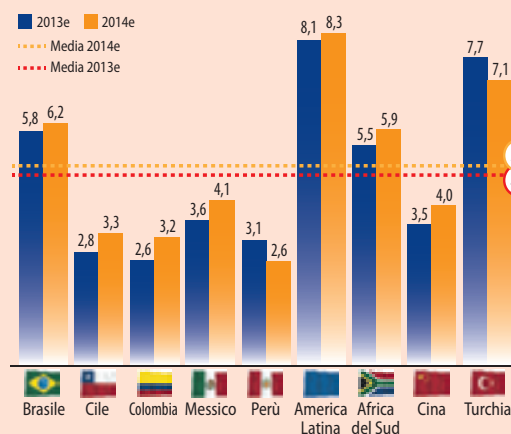
D. Quindi che cosa prevede?

R. Il cambio del real è diventato più stabile, e di conseguenza anche le spinte inflazionistiche dovrebbero moderarsi sul breve e medio termine. In questo scenario vedo opportunità di investimento nelle obbligazioni in reais che oggi sono prezzate al ribasso. I tassi monetari non dovrebbero salire oltre i livelli attuali e quindi c'è possibilità di apprezzamento dei valori.

D. In conclusione?

R. Penso che l'economia brasiliana stia migliorando, anche se gradualmente.

INFLAZIONE ANCORA TROPPO ALTA



Anche se al di sotto della media in America Latina, l'inflazione è più alta di quella nelle economie emergenti concorrenti. Le previsioni è che si stabilizzi intorno al 6%

ricostituibile, per esempio, alla debolezza dell'economia in Europa o in Cina.

D. Che conclusioni ne trae?

R. Le esportazioni sono ancora poco importanti, dal momento che il Brasile è un'economia chiusa. Quindi la ragione alla base del rallentamento dell'economia dipende piuttosto da dinamiche locali. Il che è sconcertante perché, nel corso degli ultimi due anni, il reddito in Brasile è cresciuto, al netto dell'inflazione, del 5% circa. La spiegazione di quanto sta accadendo risiede soprattutto nel fatto che c'è stato bisogno di tempo prima che il ciclo del credito incominciasse a funzionare a dovere.

D. Può spiegare che cosa intende in concreto?

R. I consumatori si sono indebitati ma hanno

consapevolezza nelle autorità del bisogno di maggiore apertura ai mercati internazionali?

R. Il concetto principale che si deve tenere a mente è che il Brasile ha bisogno di infrastrutture. Le infrastrutture ora sono scarse, e il governo non può condurre tutte le iniziative di sviluppo. Quel che c'è di buono nella Coppa del mondo e nelle Olimpiadi è che questi eventi hanno spinto il governo a tornare alle aste e ai partner internazionali, di modo che andando avanti nel tempo, sia possibile migliorare gli investimenti infrastrutturali nel paese, e con questo migliorare il tasso di crescita potenziale del Pil.

D. Però finora il governo ha agito in modo opposto, scontentando gli investitori, sia di capitale che quelli interessati alle gare?

R. Sono diverse le ragioni che hanno

gimento degli obiettivi di bilancio e dalle ripetute manifestazioni di protesta contro la corruzione della classe politica, il basso livello dei servizi e le condizioni di povertà in cui ancora si trova una significativa parte della popolazione. L'economia del Brasile sembra destinata a risentire negativamente

del progressivo esaurirsi degli effetti delle misure di stimolo, dei ripetuti rialzi dei tassi di interesse e delle restrizioni dal lato dell'offerta. «Il Paese presenta un problema di deterioramento della parte fiscale e sta combattendo per cercare di migliorare tutto quello che è la situazione gene-

rale delle finanze pubbliche», ha detto a *MF International* Claudia Segre di Assiom Forex, l'associazione che promuove l'analisi, lo studio e la ricerca di tematiche relative ai mercati finanziari. Oggi come non mai il Governo è chiamato ad adottare misure necessarie a garantire maggiore equilibrio

sociale. «Tenendo conto che il debito pubblico è assolutamente gestibile e il debito estero rispetto al Pil è a un livello molto basso, i timori degli investitori riguardano la gestione della finanza pubblica da parte di governo e Banca Centrale a cui viene richiesta un'azione più incisiva», ha confer-

Investire

LE CARTE DI NEMESIS E PROFILO

«L'obiettivo è generare opportunità di investimento per i clienti brasiliani e sudamericani sul mercato europeo e viceversa attingendo all'expertise di entrambe le anime della società, quella europea e quella brasiliana». Quella europea è rappresentata da Pier Alberto Furno, ceo e fondatore di Nemesis Asset Management, basata a Londra e nata da una costola di Ambix Capital, costituita nel 2004 da Lehman Brothers che ne era azionista di riferimento al 51%. Dopo la liquidazione delle attività della banca d'affari statunitense nel 2008, Furno, già socio in Ambix, ha rilevato la quota di maggioranza, diventandone proprietario e trasformando Ambix



Pier Alberto Furno, ceo e fondatore di Nemesis Asset Management

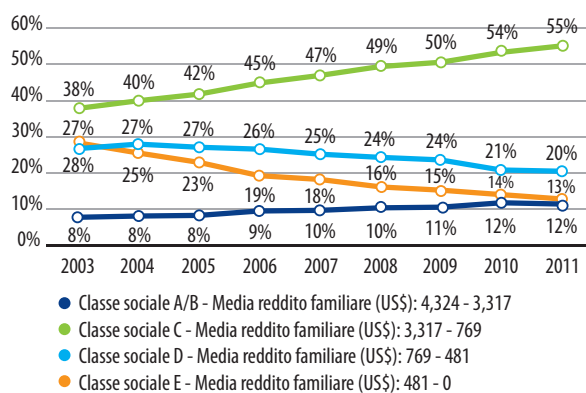
in Nemesis. Nel novembre 2011, la struttura di Furno si è alleata con Galt Capital, società di gestione patrimoniale e consulenza con sede a Rio de Janeiro fondata dagli imprenditori Eduardo Tkacz e David Klabin. I Klabins provengono da una famiglia con una solida storia nell'industria tradizionale in Brasile, dove Klabin S.A. (fondata nel 1899) è il più grande produttore, esportatore e riciclatore di carta nel Paese e uno dei maggiori produttori a livello mondiale, grazie alla

possibilità di operare su terreni di proprietà, 212 mila ettari di foreste piantate e 192 mila ettari di boschi autoctoni, un'area che è quasi due volte la superficie del Lussemburgo. «Il know-how e l'esperienza di Galt Capital sono essenziali per il nostro piano di investimenti perché conosce già le dinamiche e regole del mercato brasiliano», ha spiegato Furno. La joint venture ha lanciato sul mercato brasiliano due piccoli fondi Nemesis Global Equity e Nemesis Inflation, operativi dalla fine del 2013, i cui investimenti sono indirizzati nei due grandi mercati. «C'è volontà da parte dei nostri clienti europei di conoscere e aumentare la propria esposizione su nuovi mercati e allo stesso tempo gli investitori brasiliani vogliono diversificare i propri asset fino a oggi limitati quasi esclusivamente a prodotti locali». Attualmente Nemesis ha fondi in gestione per 450 milioni di euro di cui un 15% in Europa, divisi in 6 fondi d'investimento e opera come advisor di family office. Anche Profilo, la private bank milanese controllata da Matteo Arpe, si sta muovendo sul fronte paulista. Ha siglato un accordo di collaborazione con Graziano Messana, che a San Paolo, attraverso la sua GM Ventures, sta lavorando da otto anni per favorire lo sbarco in Brasile di piccoli e medi imprenditori.

mato Segre che attende al varco del palcoscenico mondiale della Coppa il governo guidato da Dilma Rousseff. «L'economia è condizionata da una crescita leggera e un alto tasso d'inflazione», ha fatto rilevare Nick Robinson, responsabile degli investimenti azionari di Aberdeen Asset Management. Ma il gestore patrimoniale scozzese si è iscritto al partito degli ottimisti sulle prospettive anche a breve termine dell'economia (intervista alla pagina precedente), più condizionata dalla crescita dei consumi interni e del ceto medio e dalla mancanza degli investimenti necessari ad ammodernare le infrastrutture. L'andamento dell'inflazione, «al-

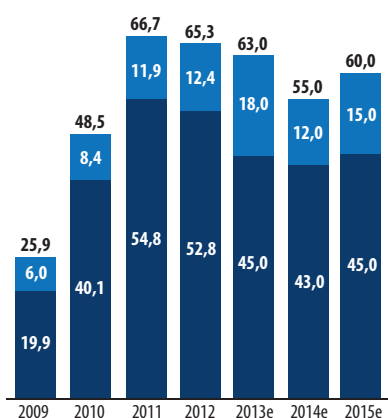
tra grossa preoccupazione» secondo Segre, sarà in ogni caso uno dei segnali più importanti nell'indicare il trend a medio termine. Nel 2013 i prezzi sono rimasti su un livello relativamente stabile segnando un +5,8% e le previsioni per il 2014 si attestano a ridosso del 6% con un target massimo del 6,5% equivalente alla parte alta del range che il governo si è imposto di far rispettare. La Banca Centrale ha ripetutamente alzato il tasso di sconto, fino all'11% deciso in aprile, per tentare di calmare le spinte al rialzo. E gli analisti valutano che i rialzi potrebbero continuare fino al 2015 con un tasso di sconto al 12%. L'inflazione è in crescita da metà 2012

LA CLASSE MEDIA VERSO IL 60%



Il grafico evidenzia efficacemente la crescita della classe media, ormai ben oltre i 110 milioni di individui, perché il fenomeno è continuato negli ultimi due anni. Le cifre nella legenda qui accanto si riferiscono ai redditi annui

IL TREND DEGLI INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI



■ Prestiti intercompanies \$ mdi
■ Partecipazioni al capitale \$ mdi

Nonostante il rallentamento negli ultimi due anni rispetto al record del 2011, il livello dei cosiddetti fdi (foreign direct investments) è rimasto elevato e le previsioni sono di una certa stabilità, anche se quest'anno l'impatto di un rallentamento dell'attività, di maggiori rischi d'impresa e di una minore liquidità a livello globale si farà sentire.

Fonte: Banco Central, Credit Suisse

ma lo scorso gennaio, secondo i dati del report di febbraio del Banco do Brazil, ha dato segni di rallentamento fermandosi a un +0,55% e quindi a un dato sui 12 mesi del 5,59%, ancora distante dal target ideale della Banca Centrale al 4,5%. Meno ottimisti gli analisti del Banco Itaù secondo i quali l'inflazione nel 2014 non dovrebbe scendere sotto il 6,2%, causa anche la forte pressione dei prezzi dei prodotti agricoli che risentiranno di condizioni climatiche eccezionali. In questo scenario se il rialzo dei tassi di interesse deprime la crescita economica, dovrebbe invece incentivare invece l'afflusso di investimenti este-

ri, soprattutto finanziari, che nel 2013 hanno toccato un record di 65 miliardi di dollari. Tuttavia gli analisti valutano nel 2014 dovrebbero calare intorno a 55 miliardi per l'incertezza nella gestione delle politiche economiche. E l'industria brasiliana reagirà positivamente al trend di svalutazione del real? I numeri finora non lo hanno confermato: il saldo della bilancia commerciale nel 2013 è cresciuto di ben 12 miliardi di dollari a 54 miliardi. E secondo l'Istituto brasiliano di Geografia e Statistica, del ministero dell'Economia, la produzione industriale è calata del 3,5% nel dicembre scorso, anche se il dato annuale segna un leggero miglioramento. «D'altra parte l'effetto della svalutazione sui dati dell'industria non è rapido, prende tempo», ha sottolineato Thomaz Zanotto, capo del dipartimento internazionale della Federazione delle industrie di San Paolo, mentre José Augusto de Castro, presidente dell'Associazione del commercio con l'estero, ha fatto rilevare che «le esportazioni di manufatti non sono come quelle dei commodities, che si vendono sulla base di prezzi spot. Sono fatte sulla base di contratti, che vengono riadeguati alla scadenza.» Altri industriali ammettono che la svalutazione da sola non basta a compensare la perdita di competitività sulla produzione, diventare competitivi significa abbassare i costi interni al sistema paese e fare in modo che i fondamentali dell'economia migliorino. «Una politica industriale basata solo sulla svalutazione del cambio non funziona», ha concluso Cavalcanti.

«la svalutazione da sola non basta a compensare la perdita di competitività sulla produzione, essere competitivi significa abbassare i costi interni e fare in modo che i fondamentali dell'economia migliorino»

PATRIMONIO IN GABBIA DORATA?



AZIMUT WEALTH MANAGEMENT, NATA PER LIBERARE LE POTENZIALITÀ DEL TUO PATRIMONIO.

Libera, indipendente, estranea a ogni scandalo è **Azimut Wealth Management**, la divisione del gruppo Azimut focalizzata sui Clienti Private. Dotata delle qualità che da sempre contraddistinguono Azimut, **Azimut Wealth Management** offre soluzioni per soddisfare le esigenze del patrimonio personale, familiare e aziendale. Scoprite su www.azimut.it chi siamo, verità e semplicità vi conquisteranno.

Tel. 02 8898 5704
marketing@azimut.it
www.azimut.it

★
AZIMUT
WEALTH MANAGEMENT.

Pasta, formaggi, caffè... Per l'agribusiness è boom

Dal Rio Grande do Sul al Minas Gerais, da San Paolo al Nordovest si moltiplicano iniziative locali e gli investimenti di grandi gruppi italiani, Barilla, Lavazza, Segafredo, Brazale...

di Franco Canevesio

A Tiradentes, qualche migliaio di abitanti in un angolo verde e sperduto del Minas Gerais, esistono e prosperano una pizzeria e una trattoria italiana. Basta il nome e i clienti arrivano. I motivi sono tanti, dalla crescita esponenziale di un ceto medio di oltre 100 milioni di persone, la metà dei brasiliani, ormai abituati ai prodotti italiani acquistati sugli scaffali di Pão de Açúcar, 600 negozi e un fatturato annuo da 11,4 miliardi di euro, o Carrefour, 500 negozi e un fatturato da 11,1 miliardi di euro, fino alle affinità culturali, eredità della forte emigrazione italiana a San Paolo e negli Stati del Sud. «La cucina italiana è quasi più conosciuta di quella brasiliana, la gente vuole mangiare italiano al punto che il miglior cuoco francese su piazza è obbligato ad avere nella carta risotto e ravioli», ha raccontato a *MF International* José Barattino, nipote di un emigrante da Gattinara, in Piemonte e chef del ristorante dell'hotel Emiliano, superlusso a San Paolo. «Mangiare una pizza la domenica sera è quasi una scelta obbligata». I brasiliani stessi amano mangiare la

«La gente vuole mangiare italiano al punto che il miglior cuoco francese a San Paolo è obbligato ad avere nella carta risotto e ravioli»

mozzarella col pomodoro, condita con olio e foglie di basilico. «Ci sono parecchi produttori che cercano di offrire una discreta mozzarella di bufala, ma non ci siamo ancora», ha detto Barattino. La pasta resta in cima al gradimento dei brasiliani e si prende il 70,7% dell'import totale, nonostante sia bersagliata da dazi e balzelli fiscali (box nella pagina a fronte). In cinque anni, dal 2008 al 2013, l'importazione

di pasta è cresciuta del 76% passando da 12,6 milioni di euro a 22,2 milioni, nonostante il Brasile con i suoi 1.640 mulini produca ogni anno 1,3 milioni di tonnellate di pasta, una delle maggiori al mondo. Ma i record non sono solo per i prodotti scontati. I kiwi sono il terzo prodotto nella classifica dell'import italiano. Dal 2008 al 2013, l'import è quadruplicato a 12,6 milioni di euro (+53% nel 2013), perchè gli italiani hanno saputo sfruttare la bassa stagionalità dei principali concorrenti Cile e Nuova Zelanda. «Essendo dalla stessa parte dell'Equatore rispetto al Brasile, riforniscono il paese da aprile a ottobre. L'Italia si è accaparrata l'approvvigionamento da novembre ad aprile», ha spiegato Denis Pantini, analista di Nomisma. L'esportazione di insaccati (prosciutto, salame, mortadella, salsiccia, coppa, falda, prosciutto di Parma e pancetta) è quintuplicata a 5,3 milioni di euro, proiettando l'Italia al primo posto tra i fornitori di salumi del mercato brasiliano. Con il prosciutto crudo stagionato che la fa da padrone assoluto, con una quota di quasi il 90% della categoria. «Il potenziale di crescita è decisamente interes-

te», ha ammesso Davide Calderone, direttore di Assica, «nonostante le autorità brasiliane continuano ad adottare misure restrittive di natura commerciale». Da un punto di vista geografico, le regioni brasiliane del Sud e del Sudest «presentano usanze e consumi simili, anche se non identici, a quelli italiani», ha rilevato un recente rapporto dell'Ice sulle opportunità di business nell'agro-alimentare. Infatti gli Stati che acquistano più prodotti italiani sono quelli del Sudest: primo fra tutti San Paolo che conta più di 500 ditte di import e grandi negozi di vendita, seguito da Minas Gerais e Rio de Janeiro. Alcuni dei principali negozi specializzati in prodotti di alta qualità, come l'emporio Santa Luzia di San Paolo, importano direttamente da produttori italiani e addirittura richiedono l'esclusività di mercato, soprattutto per prodotti con elevati volumi di vendita. E sei prodotti italiani più richiesti sono vino, pasta, olio d'oliva, cioccolata preparati di verdure e sottaceti, la loro vendita è spesso favorita dal fenomeno, molto diffuso in Brasile, e molto vituperato in Italia, dell'Italian sounding. Sono parecchi, sostiene l'Ice, «i prodotti alimentari con no-

La fazenda dei Brazale nel Mato Grosso do Sul, dove pascolano in libertà 5 mila bovini. Fa parte del progetto eco sostenibile Silvopastoril che la famiglia veneta sta sviluppando in Brasile





Massimo Zanetti, proprietario di Segafredo, è in Brasile il maggior produttore privato di caffè crudo (la foto della piantina), nella fazenda di Nossa Senhora da Guia, nel Minas Gerais (foto grande). Sotto, Andrea Illy. Il gruppo triestino ha incentivato la produzione di caffè di qualità premiando i migliori coltivatori



mi ed etichette che rievocano l'Italia pur essendo al 100% brasiliani». Molti prodotti tipicamente italiani e di origine controllata «vengono realizzati e distribuiti legalmente in Brasile». Tra questi il Parmigiano Reggiano, che in Brasile si chiama parmesão.

Il livello quasi impossibile di dazi e tasse ha quasi obbligato i grandi marchi del food italiano, Barilla, Fabbri, Ferrero, Segafredo, Campari, Illy, Lavazza, Perfetti a produrre direttamente in loco, per il mercato locale, o come nel caso del caffè, per disporre della materia prima. Massimo Zanetti, la cui famiglia da generazioni opera nel commercio del caffè, è proprietario dal 1995 della più grossa piantagione a corpo unico del mondo, a Nossa Senhora da Guia, nel Minas Gerais, dove si producono 3,5 milioni di sacchi di caffè l'anno, il 7% circa dell'intera produzione brasiliana, la più consistente al mondo. «La acquistai per una promessa di aiutare il Brasile che avevo fatto ad Ayrton Senna», ha ricordato Zanetti, «per quasi 10 anni avevo girato il Paese per trovare il posto migliore.» Sulle rive di un lago e protetta a sud dalla Sierra de Pimente che blocca i venti freddi provenienti dall'Argentina, i milioni di piantine di caffè di Nossa Senhora da Guia, hanno consentito al gruppo di Zanetti, che controlla fra l'altro Segafredo, di diventare il primo produttore privato, al mondo, alle spalle di colossi come Nestlé e Craft. E il business non è stato solo quello legato al commercio del caffè crudo, ma anche quello della torrefazione per il mercato interno brasiliano, dove il

Dazi & balzelli

SULLA PASTA SI ARRIVA AL 62%

Tra dazio vero e proprio (Imposto de importação, non si applica ai paesi del Mercosur), Ipi (Imposta sui beni lavorati, che incide anche sui beni prodotti in Brasile ma costa meno), Icms (Imposta sulla circolazione di beni e servizi, praticamente la nostra Iva), Afrmm (Addizionale sul nolo marittimo, varata per generare un fondo a favore della Marina mercantile brasiliana), Pis e Cofins (imposte sull'importazione dal calcolo complesso, dipendente da un gran numero di variabili), più qualche altro balzello (Tassa di Desconsolidação, variabile a seconda dei doganalisti che possono chiedere da 50 a 100 dollari), la semplice pasta italiana viene gravata da oltre il 62% di addizionali (16% dazio, 12% Icms, 1,65% Pis, 7,6% Cofins e 25% Afrmm). Con tutto questo peso sulle spalle, un pacco di pasta Barilla da mezzo chilo, in un supermercato brasiliano costa più o meno 10 reais, oltre 3 euro, quasi il doppio di quanto costa in Italia: la meno diffusa pasta all'uovo, sempre targata Barilla o il ragù Barilla, toccano la vetta dei 9 euro.

consumo pro capite è triplicato a 16 chili negli ultimi anni, aprendo enormi frontiere anche a Illy e Lavazza. Questi ultimi sono sbarcati nel 2006 con la filiale Lavazza do Brasil che rifornisce oltre un migliaio di clienti tra panetterie, uffici e ristoranti, ma non si occupa ancora di vendita al dettaglio né delle macchine né dei suoi 25 diversi tipi di capsule di caffè che valgono un giro d'affari di 250 milioni di euro all'anno. Nel 2008 con l'acquisizione di due torrefazioni, Cafè Grao Nobre e Cafè Terra Brasil, Lavazza ha incominciato a espandersi anche nella distribuzione retail che avrà a breve un ulteriore impulso dall'entrata in funzione della nuova torrefazione, con macinatura e produzione di vari tipi di caffè, a Queimados, nello stato di Rio de Janeiro, 40 milioni di dollari d'investimento. «Con questa nuova unità operativa intendiamo focalizzare l'attenzione sul mercato nazionale brasiliano ma abbiamo valutato la capacità della fabbrica di fornire anche il Nord America», ha sottolineato Massimo Locatelli, direttore di Lavazza in Brasile, che fornisce il 40% del caffè crudo che la Lavazza consuma. L'obiettivo finale dell'azienda torinese è di esportare la tradizione del caffè espresso italiano, non solo attraverso un prodotto di qualità ma anche formando i bari-

Il caso Brazzale

PIÙ CARNE E PIÙ LEGNO CON MENO CO₂

Nel Brasile delle sorprese, quello che, al di là di tasse e dazi, è considerato una nuova frontiera dell'agroalimentare, un posto sterminato, in gran parte incontaminato, la famiglia Brazzale ha un ruolo d'avanguardia. Commercianti di burro e formaggio dalla fine del '700, tra l'Altopiano di Asiago e la pianura vicentina, negli anni 40 del secolo scorso, sono stati i primi a produrre il Grana Padano in quella zona, soprattutto per merito di Giovanni Brazzale. Ma l'innovazione di oggi si è trasferita molto più lontano e ha preso un nome esotico, Silvopastoril. Si tratta di un progetto gestito dalla Agropecuaria Ouro Branco proprietaria della fazenda Pontinha, nel Mato Grosso do Sul. In questo angolo di sconfinata prateria verde, Piercristiano Brazzale, responsabile agronomico dell'azienda di famiglia e Vittorio Maronese, il direttore della fazenda, stanno sviluppando un nuovo modello di silvicoltura, associando il pascolo in prato aperto del bestiame bovino da carne con la piantagione di circa 300 alberi di eucalyptus per capo, in modo da produrre ossigeno e proteggere l'umidità naturale del suolo. «Abbiamo creato un nuovo modello di ecosistema per realizzare prodotti qualitativamente migliori a impatto ridotto», ha spiegato Brazzale. La fazenda Pontinha è entrata a far parte del gruppo Brazzale nel 2000, quando venne deciso di trasformare l'attività orientandosi verso filiere innovative ecosostenibili di alta qualità e a ridotto impatto ambientale. Attualmente nella fazenda Ouro Branco pascolano in libertà circa 5 mila bovini. Ogni anno vengono prodotte circa 600 tonnellate di carne di qualità in una piantagione di eucalyptus che

conta oltre 1,2 milioni di alberi. «L'ossigeno prodotto da questi alberi supera di tre volte l'anidride carbonica (CO₂) prodotta dagli animali, perciò il bilancio dell'ossigeno è fortemente positivo», ha spiegato Brazzale a *MF International*. Al bilancio agricolo va aggiunta anche la produzione della legna, circa 50 metri cubi per ettaro ogni anno che diventa combustibile rinnovabile o materiale per costruzioni. «In sette anni gli alberi sono pronti per il taglio e poi ricrescono spontaneamente», ha fatto sapere Brazzale. Questo allevamento modello è inserito nella filiera di qualità Novilho Precoce, creata dagli allevatori del Mato Grosso do Sul per rispondere alla crescente domanda nazionale e internazionale di carne di qualità comprovata e con certificato di origine. Con questa garanzia la carne della fazenda è venduta nelle linee speciali Primo Corte dei più grandi supermercati del Brasile, come Carrefour o Comper. «Il Brasile si sta rivelando un ambiente adatto a questi progetti, a fare impresa in modo innovativo», ha insistito Roberto Brazzale, presidente del gruppo familiare, che vende formaggi a mezzo mondo e fattura 180 milioni di euro l'anno. Un secondo cavallo di battaglia del gruppo veneto si chiama Gran Moravia, un marchio che denota un formaggio grana prodotto nell'omonima regione orientale della repubblica ceca, con un sistema di allevamento completamente ecosostenibile che gli consente da cui si ricavano 400



mila litri di latte al giorno. «In Brasile esistono regole ferree e precise soprattutto in tema ambientale e di tracciabilità, ma l'ambiente è molto aperto all'evoluzione di nuovi modelli di agricoltura che poi sono quelli che chiede il consumatore nel mondo», ha spiegato Roberto Brazzale. Sulle scelte del gruppo veneto di delocalizzare alcune produzioni legate alla fama del made in Italy si sono appuntate le critiche di molti operatori del settore. «Il nostro gruppo da quindici anni ha virato senza mezzi termini verso le filiere innovative e pensiamo sia la scelta giusta da fare», ha puntualizzato Roberto Brazzale, «il fatto è che in Italia non c'è più spazio, troppa urbanizzazione e troppo poco terreno. Certi progetti non si possono più nemmeno pensare. Ci vuole il clima adatto e il terreno sufficiente, che l'Italia non ha più. La Pianura Padana è meravigliosa, ma sovraccarica, non è pensabile impiantare un modello equivalente a quello che abbiamo realizzato in Brasile o in Moravia».

Dall'alto, gli sterminati filari di eucalyptus della fazenda Pontinha, nel Mato Grosso do Sul, di proprietà della famiglia Brazzale. Sullo sfondo dei 5 mila ettari di terreno, in cui sono al pascolo brado circa 5 mila bovini, si intravede la fattoria. Il personaggio nelle foto è Piercristiano Brazzale, l'agronomo del gruppo veneto, responsabile del progetto Silvopastoril

sti alla preparazione del caffè, come avviene nella sede di Torino. Un'idea che da anni viene sfruttata da Illy in una diversa accezione. Dal 1991 l'azienda triestina premia con una ricompensa in denaro i coltivatori più meritevoli. Quest'anno il Premio Ernesto Illy per la Qualidade do café para espresso, 60 mila reais, sono andati a Simone Dias Sampaio Silva, produttore di Araçuaia, nello Stato di Minas Gerais, distintosi tra oltre 500 produttori, nazionali e regionali. Nel corso degli anni in cui più di diecimila produttori di caffè hanno preso parte alla competizione e sono stati elargiti premi per più di 2 milioni di dollari, il premio ha contribuito allo sviluppo delle coltivazioni di interesse regioni, le aree intorno a Pirajá (San Paolo), l'entroterra del Cerrado, e le regioni montagnose dello Stato di Minas Gerais. «L'edizione regionale è una novità che abbiamo ripetuto per promuovere una maggiore partecipazione dei coltivatori di tutto il Brasile. Continueremo a incoraggiare questi fornitori, aiutandoli a ottenere un caffè di qualità», ha sottolineato Andrea Illy, presidente e ceo di Illycaffè, che nel 2012 ha registrato un fatturato di 361 milioni e vende il suo caffè in 140 paesi.

Tra i giganti del food made in Italy anche Barilla ha deciso di puntare molto di più sui mercati del sud est del mondo, Brasile in testa. Per conquistarlo dall'interno, ha studiato una pasta ad hoc, a grano tenero, ed è andata a produrla nello stabilimento di Vilma, nel Minas Gerais, mentre un impianto per la produzione di salse, è stato attrezzato a Predilecta, vicino a San Paolo. Goldman Sachs sta studiando, secondo

fonti brasiliane, possibili acquisizioni in Brasile per conto dell'azienda di Parma con l'obiettivo di fare del Paese uno dei primi cinque mercati entro il 2020, decuplicando il volume delle vendite, oggi ancora molto basso (12 mila tonnellate l'anno). Il problema, per Barilla e non solo, non sta soltanto nel gusto e nel marketing, ma anche nella distribuzione, data la vastità del Paese e le limitate infrastrutture, condizioni che hanno finora impedito anche all'industria domestica nazionali di affermarsi a livello nazionale. Il primo passo in questa direzione è stato l'ampliamento dell'ufficio di San Paolo, passato da 12 a 34 dipendenti e l'ampliamento delle reti distributive a otto grossisti, che porteranno la nuova pasta a grano tenero e i sughi in 10 mila punti vendita. L'obiettivo a breve è di servire 30 mila negozi nel Minas Gerais, come prima tappa dello sviluppo nel resto del Paese.

LA GUERRA DEL FORMAGGIO

Quella del Parmigiano è una guerra che, a furia di andare avanti, sta cambiando i suoi connotati. E non solo, o non tanto, per colpa delle imitazioni. Di certo non per quelle poco riuscite. In Brasile ci sono parecchie persone che si dichiarano innamorate dell'Italia e tentano (e riescono) a riprodurre i sapori rispettando al millimetro ricetta e tradizione. Perché globalizzazione e tecnologia hanno raggiunto livelli molto sofisticati a dispetto dei fautori del dop che vorrebbero il parmigiano tutto solo italiano, fatto in Italia da mani italiane. Al contrario, si sono aperti sempre più spazi per uno scambio alla pari tra materia prima estera e know how domestico, come indica la storia di Raul Anselmo

Randon che nel 1996, a Vacaria, nel Rio Grande do Sul, ha costruito la prima fabbrica di formaggio grana di tutta l'America Latina. Il gruppo Randon è un gigante del mercato dei veicoli pesanti: quasi la metà dei rimorchi che ogni giorno circolano sulle strade brasiliane ha impresso sul retro il marchio di questa azienda fondata nel 1949 da Raul e dal fratello Hercílio, che esporta in oltre 80 Paesi e ha un fatturato di oltre 2,5 miliardi di dollari. Raul Randon, 84 anni, dal 2006 anche cittadino italiano e Cavaliere della Repubblica, trent'anni fa si è messo in testa di replicare l'agroalimentare dell'amato Veneto. Nella sua tenuta di Vacaria, a mille metri d'altitudine, produce 48 mila tonnellate di mele Gala e Fuji, uva pregiata, 660 tonnellate, trasformate in vino dalla sua azienda Miolo Wine Group, e soprattutto mille tonnellate di Gran Formaggio, il primo grana prodotto fuori Europa secondo l'antica ricetta del Grana Padano. Negli ultimi anni Randon ha iniziato anche la coltivazione degli ulivi per ricavarne olio da tavola. Tutte attività che danno lavoro ad altri 750 dipendenti diretti, e un migliaio stagionali, fanno capo alla Rasip Agro Pastoral, la società agroalimentare del miliardario, con un giro d'affari da 50 milioni di dollari. Il suo prodotto più pregiato è il grana, stagionato per almeno 12 mesi, dopo una lavorazione artigianale che unisce antichi rituali alla tecnologia messa a punto da un caseificio di Manerbio (Brescia), dove Randon si è recato per conoscere da vicino la tradizione. Il suo Gran Formaggio, commercializzato nella forma in-

Chi cresce di più

IL BOOM DI CAFFÈ E PASTICCINI

► Grazie al graduale aumento del reddito medio nelle diverse classi, il consumo pro capite di alimenti aumenterà del 46% in valore nominale, secondo l'associazione delle industrie

alimentari, nei prossimi cinque anni. Il motore della crescita è rappresentato dalla propensione dei consumatori verso prodotti di marca, high value e premium price.

► Business Monitor International stima che il segmento della birra, bevanda molto cara al costume brasiliano, nel periodo 2011-2016, crescerà più in termini di valore (56%) che di volume (38%), mentre il vino sta gradualmente diventando più popolare anche fra la classe media della popolazione brasiliana, lasciando pertanto auspicare un grande potenziale di mercato soprattutto per le imprese straniere.

► Il Brasile è il maggiore produttore di caffè e il secondo più grande mercato di consumo, dopo gli Stati Uniti. L'emergere di una domanda più sofisticata ha incoraggiato anche il miglioramento delle strutture produttive.

Secondo dati dell'Associazione di settore a partire dal 2008 le esportazioni di caffè già tostato sono più che raddoppiate.

► Nella pasticceria, fra il 2013 e il 2016 l'incremento sarà pari a circa il 50% principalmente legato alla crescita del benessere, anche per la classe media, e ad una popolazione in larga maggioranza giovane.

46%

56%

38%

1°

50%



Sulle rive di un lago e protetta a sud dalla Sierra de Pimente che blocca i venti freddi provenienti dall'Argentina, maturano milioni di piantine di caffè a Nossa Senhora da Guia, la sterminata piantagione di Segafredo nel Minas Gerais



Raul Anselmo Randon, a Vacaria, nel Rio Grande do Sul, ha costruito la prima fabbrica di formaggio grana di tutta l'America Latina. Sotto, Guido Barilla, presidente del gruppo

tera da 33 chili, metà forma e anche a pezzi, viene venduto anche come formaggio grattugiato. La sua strada è stata seguita da un altro imprenditore della regione di Santa Catarina, Acari Luiz Menestrina, che ha deciso di investire nel segmento dei formaggi e, come Raul Randon, ha cercato partner in Italia, con cui ha dato vita alla Gran Padania do Brasil. Questa azienda si è messa a produrre a Santa Catarina un formaggio tipo grana padano, commercializzato con il marchio Gran Mestri, seguendo esattamente le stesse linee della produzione italiana. L'obiettivo è di arrivare nel 2017 con un fatturato di 150 milioni di reais (50 milioni di euro). Figlio di contadini, nato a Rio dos Cedros, nella Media Valle Itajaí. Acari Menestrina, dopo gli studi alla scuola di agraria, ha incominciato producendo artigianalmente mozzarella e burro e grazie agli investimenti in tecnologia europea, ha ampliato e diversificato la linea di prodotti. Tratta milioni di litri di latte che trasforma in mozzarella, provolone, burro, panna da cucina, stracchino, latte, cioccolato con latte in polvere e formaggi speciali, freschi e light. «In Italia abbiamo visitato più di 600 aziende prima di scegliere la tecnologia più adatta», ha sottolineato Acari Menestrina, «in Brasile 40 milioni di persone con un alto potere d'acquisto vogliono consumare prodotti di alta qualità: c'è un enorme potenziale di crescita nel mercato dei formaggi.»

Il successo brasiliano dell'Italian food e delle sue imitazioni è

anche merito delle iniziative che puntano a diffondere la cultura del cibo attraverso gli operatori chiave della filiera. Alma, la Scuola internazionale di cucina italiana, una specie di università con a capo il rettore Gualtiero Marchesi, ha 20 scuole partner sparse per il mondo, tra cui la sede di San Paolo, dove forma cuochi, pasticceri, sommelier e manager della ristorazione. Grazie alla partnership con Senac, l'Unione camere di commercio brasiliane, la scuola ha incominciato a organizzare corsi di cucina italiana in tutto il Brasile. «Insegniamo la cucina dei territori italiani con le trasformazioni che stanno avanzando»,

ha spiegato Riccardo Carelli, ad di Alma, «organizziamo un periodo di alcuni mesi in Brasile con docenti brasiliani che insegnano le basi della cucina italiana.» Il corso poi prosegue in Italia per due mesi con otto ore di lezione al giorno e da cinque mesi di stage, in Italia, a cui fanno seguito le prove di esame, con la consegna del diploma di cuoco. Al corso che costa 13 mila euro agli italiani e qualcosa in più ai brasiliani, si iscrivono esponenti della classe media o medio alta che vogliono intraprendere la professione e soprattutto aprire un ristorante italiano. Perché il Brasile, chiede e pretende chef e cuochi made in Italy, soprattutto nella parte sud, tra San Paolo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte.


Ristorazione
MA SULLA VIA DI SAN PAOLO...

Nonostante l'Italian sound sia trionfante, almeno nel cibo, San Paolo non è città per chef alla ricerca di un successo facile. «Le distanze di questo Paese pesano sui costi, il regime fiscale tassa il fatturato, quindi una presunzione di utile, poi ci sono i problemi insoliti di import», ha spiegato Marco Renzetti, che dal 2006 ha gestito il suo Pettiroso, uno dei più conosciuti e apprezzati ristoranti italiani a San Paolo. Romano, 39 anni, una lunga esperienza in Sud America, Perù e Bolivia, è riuscito con la moglie brasiliana, Erika Andrade, a costruire un'esperienza di successo, nonostante le difficoltà. Il segreto? «Cucino secondo la mia tradizione e ci autoproduciamo quasi tutto, a partire dai salumi utili alla gastronomia come il guanciale e la pancetta, di cui facciamo la stagionatura, o formaggi come il mascherpone», ha spiegato. Per tutto quanto non fa in casa, ci sono gli importatori perché Renzetti non vuole acquistare prodotti locali. L'olio extravergine di oliva deve essere italiano, non quello che arriva dal Cile o dall'Argentina, così per il pecorino romano che, d'importazione, costa non meno di 25 euro al chilo, «ma ci assicura l'immagine di ristorante che usa prodotti di qualità». Ai tavoli del Pettiroso si siedono prevalentemente gli italiani residenti a San Paolo e i brasiliani smalzati che hanno viaggiato, che sono stati in Italia e apprezzano la cucina tradizionale, politici, personaggi del cinema

e della finanza, che garantiscono un giro d'affari annuo di 2 milioni di reais, poco meno di 700 mila euro. Un altro segreto del successo di Renzetti è l'aver puntato su una proposta di nicchia, fuori dal coro con tanta attenzione al cliente, che «conosciamo uno per uno, cosa impensabile in una grande città come San Paolo». Il format è limitato a 40 coperti con prezzi medi intorno ai 35 euro, vino escluso. Il cui prezzo, però, porta il conto finale quasi a raddoppiare, nel migliore dei casi. Il vino più economico del Pettiroso è un Langhe Nebiolo di Batasiolo, 25 euro la bottiglia, ma un sangiovese Le More cantina Castelluccio va a 34 euro, anche con ricarichi all'osso, al minimo al 100%. «In questo momento, tra i vini italiani che vanno di più ci sono i siciliani, il Nero d'Avola, 23 euro per una bottiglia di Cantina Cellaro o 37 per una della Cantina Orestyadi», ha detto Renzetti. I costi di gestione sono elevati soprattutto perché a San Paolo la vita è molto più cara che altrove, in Brasile. A partire dall'affitto di un locale che in una zona di pregio può arrivare a 20 mila euro al mese. Cucinare con materie prime di qualità e originali, incide di almeno un 20% sui costi. Poi



Marco Renzetti, romano, 39 anni, ha gestito dal 2006 la sua Osteria del Pettiroso, con la moglie brasiliana, Erika Andrade. Sono 40 coperti con prezzi medi tra 60 e 70 euro

ci sono i costi del servizio. «Pur essendo un ristorante semplice deve avere una struttura di servizio da 2 stelle Michelin che significa almeno dieci camerieri e due parcheggiatori, uno a pranzo e uno a cena: è obbligatorio se si vuole essere ristoranti di classe A».

Essere pratici non vuol dire essere noiosi.



Aberdeen Emerging Markets Debt

Aberdeen Global - Select Emerging Markets Bond Fund

Aberdeen Global - Emerging Markets Local Currency Bond Fund

Aberdeen Global - Emerging Markets Corporate Bond Fund

Per ottenere un'efficace diversificazione degli asset vale la pena essere un po' più avventurosi.

L'esperienza di Aberdeen nel debito dei paesi emergenti ci permette di esplorare opportunità tra alcuni dei più giovani e dinamici mercati obbligazionari del panorama internazionale. Supportati da un team di 70 gestori esperti di mercati emergenti sia sul lato debito che azionario e forti di un track record di due decenni, cerchiamo opportunità in tutto il mondo.

Un po' insolito? Forse. Sensato?

Crediamo proprio di sì.

Per maggiori informazioni:
www.aberdeen-asset.it



Aberdeen
Simply asset management.

Diamo al reddito fisso una marcia in più.



I rendimenti passati non sono indicativi di quelli futuri. Il valore delle azioni e il reddito derivante possono diminuire o aumentare e un investitore può anche non riottenere l'intera somma investita. Le fluttuazioni dei tassi di cambio possono incidere sia sul livello dei redditi ricevuti sia sul valore capitale del proprio investimento. Se la valuta del proprio Paese di residenza si rafforza rispetto alla valuta di riferimento degli investimenti sottostanti del Fondo, il valore dell'investimento si ridurrà, e viceversa. I fondi di Aberdeen investono anche in mercati che non sono così sviluppati e regolamentati come lo è quello britannico e che possono presentare un minore livello di liquidità e una volatilità superiore alla media e implicare rischi maggiori, tra cui quello legale e di custodia. Le opinioni espresse nel presente documento non devono essere invocate quando si prendono decisioni di investimento. Prima dell'investimento nel Fondo i sottoscrittori devono consultare il relativo Prospetto informativo, il "KIID" (Key Investor Information Document) disponibile sul sito www.aberdeen-asset.it. Pubblicato da Aberdeen Asset Managers Limited, 10 Queen's Terrace, Aberdeen AB10 1YG. Autorizzata e regolamentata dall'Autorità di vigilanza finanziaria nel Regno Unito.

Saranno Amarone e Brunello do Brasil?

Mentre i Boscaini delle Cantine Masi stanno pensando di produrre in Brasile alcuni businessmen brasiliani, hanno incominciato a investire in Toscana. Perché l'appeal del vino italiano...

di Franco Canevesio

Le due bottiglie di vino all'anno pro capite che i 200 milioni di brasiliani hanno consumato nel 2013 dovrebbero diventare almeno otto nei prossimi tre anni, mentre i vini d'importazione cresceranno almeno di un 15% l'anno. I numeri li ha dati una fonte certamente interessata, ma anche bene informata di come si sta muovendo il mercato: Didu Russo, coordinatore del Comitato vini della Federazione del commercio dello Stato di San Paolo. L'estrapolazione è anche basata sul fatto che l'Ibravin, l'Istituto brasiliano do vinho, ha calcolato che le importazioni di vino in Brasile, tra il 2005 e il 2010, sono aumentate dell'84%, da 40,9 milioni a 75,3 milioni di litri. Sono cifre che hanno svegliato l'attenzione di molti importatori e produttori italiani. «Oltre 300 importatori e 30 mila etichette provenienti da 32 Paesi sono già disponibili per i brasiliani», ha spiegato Giancarlo Voglino, managing director di Iem, International exhibition management, società di servizi per la promozione del vino italiano sui mercati internazionali, «e c'è un interesse crescente verso i vini italiani». Le esportazioni dal 2010 al 2012 sono aumentate del 16%, da 30 milioni di euro a 35,5 milioni, facendo dell'Italia il quarto esportatore in Brasile, con il 14% di quota di mercato, preceduta da Cile, Argentina e Francia. Ma alla fine del 2012 il governo federale, cedendo quasi del tutto alle pressioni dell'Ibravin ha reso più difficile la vita di chi vuole esportare vino, soprattutto di qualità. Una nuova norma ha stabilito infatti che almeno il 25% dei vini presenti sugli scaffali dei supermercati debba essere di produzione domestica e, nelle enoteche, almeno il 15%. E poteva andare peggio se fosse passata la richiesta dell'Ibravin che chiedeva di aumentare la tassazione sui vini importati, portandola dal 27% al 55%. La conseguenza è stata immediata: nel 2013 l'esportazione in Brasile di vini italiani è scesa di quasi il 7%,

Alessandra Boscaini, responsabile vendite di Masi Agricola, figlia del presidente e ad, Sandro. Il brand della Valpolicella, famoso per il suo Amarone, vende in Brasile 68 mila bottiglie.

Sotto, Rolando Chioffi presidente del Giv, Gruppo italiano vini, il più forte esportatore di Lambrusco, tra cui il Cella, in Brasile, dove è il vino più conosciuto e venduto, anche ai tropici, ghiacciato



«Intanto si fa largo il Lambrusco rosato e c'è sempre più interesse per i grandi veronesi: il Pinot grigio o il Prosecco. Perché il Brasile è un Paese che ormai ha una storia consolidata di passione per il vino italiano»



"CHILL-A-CELLA"



secondo i dati di Wine Monitor di Nomisma, colpendo, ovviamente, la fascia più bassa di mercato. I vini importati dall'Italia arrivano generalmente via nave, con un minimo di 2 pallets, 600 bottiglie, come test di mercato nei porti di Itajaí, São Francisco do Sul e Santos. Il transit time Genova-Itajaí è di 30 giorni, ai quali vanno aggiunti circa 10 giorni per lo sdoganamento. La conseguente distribuzione avviene per la maggior parte nello stato di San Paolo, Rio de Janeiro e Brasilia. Tempi, distanze e dazi sono un trittico impossibile. «È un mercato difficilissimo per gli italiani», ha spiegato Roberto de Blasi, direzione logistica Italia di Italy's wine, brand attraverso cui insieme al figlio Alessandro opera ad Araranguá, nello Stato di Santa Catarina, quasi al confine con l'Uruguay, per rifornire la grande distribuzione, enoteche e ristoranti in gran parte del Brasile. A Rio de Janeiro la società dei de Blasi è ai primi posti nella grande distribuzione con le linee Amerigo Vespucci e Michelangelo. Le etichette hanno quasi tutti nomi molto italiani: Terre dei Savoia, Cascine Toscane, Imperium Romanum (Frascati),

Amerigo Vespucci e Michelangelo ai primi posti nella gdo di Rio de Janeiro. Dogana altissima («un vino che costa 2 euro in Brasile, solo per sdoganarlo, costa già 6 euro»), normative fiscali complesse («ogni Stato ha una sua normativa fiscale») che spingono ad aprire una filiale in ogni Stato dove si vuole lavorare («altrimenti i costi sono talmente alti che non si lavora»).

Per questo motivo un milione di euro di vino italiano viene prodotto in Brasile e per lo più confluisce nella grande distribuzione. Ma secondo l'Ice, le principali marche brasiliane, Miolo, Salton e Casa Valduga, non riescono ancora a fare concorrenza al vino europeo pur cercando di adeguarsi alle tecniche di produzione italiane o francesi e adottando strategie differenziate di marketing e di distribuzione. La loro materia prima non presenta un livello di qualità stabile e costante, soprattutto per l'uva nera e i tecnici locali non dispongono ancora della necessaria preparazione e formazione. Per questo c'è molto spazio per esportare know how, oltre che prodotto finito di qualità. «Stiamo studiando con una cantina brasiliana una nuova etichetta per un vino che tenga conto delle nostre tecniche di passificazione da esportare direttamente in loco», ha rivelato a MF International Alessandra Boscaini, responsabile dell'amministrazione



Roberto de Blasi è uno dei maggiori importatori di vino italiano in Brasile attraverso Italy's wine, che opera ad Araranguá, nello stato di Santa Catarina. Qui a destra le etichette più apprezzate in Brasile, vendute da de Blasi nella grande distribuzione

L'enologo

MENO TANNINO PER COMPETERE

Il suo ruolo è fare wine education, girare il Brasile, incontrare gli importatori e i consumatori, soprattutto con quelli che si avvicinano al vino italiano. Su Vincenzo Protti, enologo, il vino italiano sta puntando per affermarsi in terra verdeoro, nonostante dazi, tasse e balzelli pesantissimi a cui è sottoposto l'import. Uno dei suoi cavalli di battaglia è la promozione del vino di qualità, l'Amarone per esempio. Nella battaglia sul campo, Protti si è alleato con Giovanni Cardullo, agente in Centro e Sud America del vino italiano, che attraverso la sua Giowine rappresenta, oltre alle cantine Masi, di cui è esclusivista, anche i siciliani di Planeta, il friulano Fantinel, il piemontese (di Dogliani) Batasiolo, l'abruzzese Farnese e il salentino Castello Monaci. «La competizione più dura è con i vini locali o quelli importati dagli altri paesi del Mercosul, che non pagano il 27% dell'imposta di importazione e poca Icms, calcolato anche sul trasporto, che è un costo non da poco viste le distanze da Stato a Stato, da città a città», ha spiegato Protti. Tasse a parte, gli importatori di vino italiano devono fare i conti con la svalutazione del reais, la sua fluttuazione costante e il costo della vita che aumenta ogni giorno. Anche i vini domestici costano cari, non meno di 15 euro per un prodotto di media qualità, e non meno di 23 se è importato. Un vino da 7 euro in Italia, in Brasile arriva ai 20 euro. I gusti però alla fine non si discutono. I vini più venduti sono quelli cileni, con una quota del 30%,

grazie al fatto di non pagare quasi tasse. «La cosa importante è che aumenta il gradimento e la conoscenza dei vini italiani premium, come il Masi Campofiorin, perché in Brasile sono graditi i vini con tannino delicato», ha sottolineato l'enologo. Questi ultimi hanno un valore aggregato maggiore che assicura più margini: il Lambrusco viene commercializzato a un euro dall'importatore, contro i 128 dell'Amarone. «L'Amarone ha tanti punti di forza e per questo va spinto presso i nuovi consumatori che si stanno avvicinando al vino», ha spiegato Protti, che ha organizzato più di 250 degustazioni in due anni per promuovere questo prodotto. Il Brasile ne consuma circa 70 mila bottiglie l'anno, la maggior parte vendute nei ristoranti, in grado di contrattare con gli importatori che hanno margini tra l'80 e il 120%. «C'è ancora molto da fare», ha concluso l'enologo.



Vincenzo Protti, enologo. Su di lui il vino italiano sta puntando per affermarsi in terra verdeoro

vendite di Masi Agricola, figlia del patron Sandro, «per noi il Brasile è comunque un mercato in crescita». Ma Boscaini smentisce che si stia pensando di fare un Amarone do Brasil. La casa della Valpolicella, 69 milioni di euro di fatturato nel 2013, ebitda al 28% con l'export che mantiene il 92% sul fatturato, vende in Brasile 68 mila bottiglie, quanto produce una media cantina italiana, contro i 4 milioni del Canada, il suo primo mercato estero. I Boscaini sono concentrati anche sull'azienda in Argentina, che potrebbe servire anche il mercato brasiliano. Il progetto viticolo-enologico («natura argentina, stile veneto») dell'azienda agricola Vigneti di Arboleda, nella regione di Mendoza, mille metri sul livello del mare, opera

su ciclo completo, dalla produzione su 125 ettari (80% uve rosse, 20% bianche) all'imbottigliamento. La cantina, con una capacità di 1,6 milioni di litri, sala e magazzino che possono stoccare fino a 300 mila bottiglie produce con le sue tecniche di appassimento tre vini, il Passo Blanco, il Passo Doble, ispirato al Campofiorin e il Corbec, Corvina e Malbec insieme. Mentre Bardolino, Valpolicella, Merlot, Cabernet e Prosecco sono le qualità di vino in crescita di numeri e apprezzamento, il Lambrusco è quello che vende di più in Brasile. «Lo esportiamo soprattutto nello Stato di San Paolo», ha rivelato Rolando Chioffi presidente del Giv, Gruppo italiano vini e di Cantine Riunite & Civ, leader italiano dei produttori di vino, 205,5 milioni di bottiglie nel 2013 distribuite in 100 mercati, con 514 milioni di euro di ricavi, di cui il 62% all'export. Una bottiglia di Lambrusco Cella, tra i più richiesti, costa dai 25 ai 30 reais, 8-10 euro circa, sugli scaffali dei centri commerciali. «Grandi gruppi della grande distribuzione come Pão de Açúcar hanno cominciato ad acquistare direttamente in Europa», ha detto Chioffi, «fiscaltà e barriere doganali verso l'Ue portano a raddoppiare il costo del prodotto al cliente finale.» Tuttavia Chioffi non nasconde l'interesse crescente per il mercato brasiliano, che non è più

soltanto quello degli stati del sud. Nella parte nord con clima equatoriale, da qualche tempo il marketing made in Italy promuove bianchi frizzanti da servire freschi. O addirittura gelati, come il Cella che ha proposto il suo bianco col nuovo slogan «Chill a Cella». E mentre si fa largo il Lambrusco rosato e c'è sempre più interesse intorno ai grandi veronesi come il Pinot grigio o il Prosecco, alcuni personaggi brasiliani di primo piano hanno acquistato vigne in Toscana, forse più come status symbol che per business. È il caso di Galvao Bueno, uno dei più noti anchormen di Rede Globo, grande esperto di Formula 1, oltre che produttore di vino nel sud del Brasile, 200 ettari per fare soprattutto spumante classico, ma anche merlot e bordeaux. A Montalcino Bueno ha acquistato tre ettari e da un paio d'anni produce un Brunello firmato da Roberto Cipresso, un wine maker della zona, che all'esordio ha conquistato 98 punti da Wine Spectator. Più recente è l'avventura di André Esteves, il ceo e maggiore azionista di BTG Pactual, la banca d'affari che in marzo ha acquisito il 2% del Monte dei Paschi, facendo un patto di sindacato con la Fondazione sulla gestione. Esteves ha investito 30 milioni di dollari per comperare la tenuta di Argiano, vicino Montepulciano, dove si producono Brunello e Supertuscan.

La grande partita del design italiano

In palio c'è un mercato ricco e innamorato degli oggetti e dell'arredamento tricolore che potrebbe moltiplicarsi abbattendo i dazi. Ecco qualche idea per contenerli, come fa Ideiafactory

di Martina Mazzotti

Quando un Super Santos costava 100 lire al pezzo... Non è il titolo di una canzone, ma il prezzo di un record: quello del pallone di gomma arancione a strisce nere ispirato al calcio brasiliano lanciato nel 1962 dalla Mondo, uno dei giocattoli più usati d'Italia. Stefano Seno, l'operaio dell'azienda di Alba che produce campi sintetici per gli stadi sportivi di mezzo pianeta, si ispirò alla storica vittoria del Brasile ai Mondiali di quell'anno e dedicò il pallone a Pelé e alla sua squadra, il Santos. La sua capacità artigianale di mischiare qualità e creatività a partire dall'uso quotidiano degli oggetti è diventata così uno degli esempi più calzanti del legame tra design italiano e brasiliano. Infatti la fortuna dell'oggetto, oltre che nel simbolo, è stata nel prezzo e nel peso piuma, 280 grammi per ogni singolo esemplare. Qualcuno si è avventurato a calcolare, con verosimile approssimazione, il numero di bambini che dal 1962 a oggi almeno una volta ha calciato un Super Santos in qualche vicolo o piazzetta d'Italia: la cifra è 1 miliardo e 575 milioni. Questa storia ha il suo ritorno al futuro. Giulio Iachetti, affermato designer, e Francesca Molteni, fondatrice di Muse Project Factory, hanno portato a San Paolo in occasione del Festival dell'Economia Creativa, lo scorso novembre, la mostra Design nel pallone chiedendo a 11 designer italiani un'interpretazione aggiornata del Super Santos. Festival dell'economia creativa sembra un ossimoro, ma il senso

di questo evento, unico nel panorama dell'interscambio culturale italo-brasiliano, è stato tutt'altro che contraddittorio. L'idea è venuta a Enrico Cietta, economista con vocazione per la filiera produttiva di moda e design, che dal 2006 ha capito che Italia e Brasile avevano molto in comune, soprattutto in questi due segmenti. «Ho cercato di spiegare come sia possibile produrre valore attraverso la creatività e tradurre la cultura di un luogo, di un mestiere, di una persona in un progetto e in un prodotto», ha detto Cietta, «oggi è possibile



«Il rapporto di intesa culturale fra Italia e Brasile è profondo e trova nel design un suo punto di incontro, proprio perché unisce artigianalità e creatività»

I palloni Super Santos reinterpretati dai designer italiani. A sinistra, Sandra ed Helio Bork, importatori di design italiano, hanno fondato Montenapoleone, che, fra gli altri, tratta in esclusiva i marchi Poltrona Frau e Cassina. In basso, la vasca Accademia POP Limited Edition di Teuco



Parla Luti

MR. KARTELL, IN BRASILE IL DESIGN ITALIANO È DI CASA

Kartell è impegnata in una maratona brasiliana. Leader mondiale nella produzione industriale di prodotti di design in materiale plastico, a fine 2013 ha aperto tre nuovi flagship store nella stessa settimana a migliaia di chilometri di distanza, Santo André (San Paolo), Recife (Pernambuco) e Curitiba (Paraná). I nuovi spazi si uniscono ai monomarca di San Paolo, Rio de Janeiro, Santos e Goiânia completando una rete di distribuzione che fa perno anche su 34 retailer del marchio Kartell. Erede dello spirito Kartell e del suocero Giulio Castelli che ha fondato l'azienda nel 1949, Claudio Luti, che guida la società dal 1988, ha raccontato a **MF International** perché ha deciso di puntare così tanto sul Brasile.

Domanda. Quali sono le ragioni che vi hanno spinto a essere così presenti in Brasile?

Risposta. È un paese che ha una forte affinità con l'Italia, dove ci sentiamo veramente a casa. Il rapporto di intesa culturale è profondo e trova nel design un suo punto di incontro, forse proprio perché unisce artigianalità e creatività.

D. Da che cosa lo capisce?

R. Per esempio, la presenza di brasiliani che arrivano al Salone del Mobile supera quella di molti altri paesi. Sono stati oltre 10 mila fra clienti e semplici visitatori.

D. Avete pensato a una linea di prodotti dedicata al mercato brasiliano?

R. Non abbiamo linee produttive dedicate. Il catalogo Kartell è uno solo per tutto il mondo. Per noi è fondamentale dare un'immagine uniforme del prodotto e della distribuzione, nei punti retail. Cambiamo le vetrine dei nostri negozi nello stesso momento in tutto il mondo. Anche

il sito internet è unico per tutti i paesi.

D. E qual è la risposta dei clienti?

R. Spesso i prodotti più venduti in Italia risultano quelli più venduti anche in Brasile e in Giappone. Avere un Dna identico in tutto il mondo è molto apprezzato all'estero ed è la peculiarità di quel made in Italy che riscuote successo. Il nostro segreto è riuscire a unire qualità e life style. Sono anche convinto che una linea dedicata Kartell fatta apposta per i brasiliani o per cinesi non la comprenderebbe nessuno.

D. Avete linee di prodotti legati a qualche nome del design brasiliano?

R. Non abbiamo ancora nomi brasiliani nella nostra squadra di designer solo per pura coincidenza. La mia idea è di coinvolgere i migliori designer del mondo ed è probabile che anche la creatività brasiliana entri presto nella grande famiglia Kartell. La produzione è italiana, ma le idee devono arrivare da tutte le parti del mondo. Il designer che lavora con noi porta un suo modo di creare, un suo stile,

a patto che sia disposto a dare all'oggetto le caratteristiche di Kartell, ovvero di durare nel tempo, di essere iconico, replicabile in grandi numeri e vendibile al giusto prezzo.

D. Come riuscite a conciliare la filosofia del giusto prezzo con la politica di dazi alti del Brasile?

R. Ovviamente in Brasile il prodotto Kartell è più caro, ma restiamo concorrenziali perché tutto il prodotto importato subisce questa maggiorazione. Altrimenti non avremmo tanti negozi e clienti.

D. Quanto vendete?

R. Esportiamo in Brasile per circa 2 milioni di euro, che vuole dire un fatturato retail, prima delle tasse, intorno ai 10 milioni di euro.

D. Obiettivi di crescita?

R. Da un mercato così promettente potremmo ottenere molto di più, se non ci fossero dazi che raddoppiano il prezzo del prodotto esportato.

D. Produrre in Brasile non sarebbe un modo per evitarli?

R. Esportare il processo produttivo Kartell è molto complicato, perché lavoriamo con stampi particolari, molto cari, difficilmente duplicabili. Si tratterebbe di fare un investimento

enorme. Il know how, legato alla tecnica di stampaggio, alla ricerca nella qualità dei materiali, non è semplice da trasferire oltreoceano. Poi tutti gli anni puntiamo a produrre qualcosa di speciale e innovativo, cambiando spesso tecniche e forme.

D. Che cosa significa in concreto?

R. Stiamo finalizzando la produzione di un divano che viene fatto con un unico stampo. Per produrre questo stampo si utilizza un macchinario speciale di cui, in tutta Europa, esiste un solo esemplare che pesa sei tonnellate. Dietro questo genere di avventure c'è ricerca, rischio, costi. Ne è ipotizzabile una produzione a minor prezzo in mercati diversi dal nostro. Lo standard qualitativo è l'X factor che ci contraddistingue.



Claudio Luti, ceo e proprietario di Kartell, e alcuni oggetti dell'ultima collezione. L'azienda è leader mondiale nella produzione industriale di prodotti di design in materiale plastico



dare vita a soluzioni altamente innovative e uniche capaci di conciliare il bello da vedere con la competenza produttiva». Diomedea, la società italiana che Enrico Cietta ha fondato nel 2009 e che ha curato l'organizzazione dell'evento paulista, lavora per mettere in contatto istituzioni e aziende europee e brasiliane nel mondo della moda e del design, perché la via dell'export, per il mondo dell'arredo e del design made in Italy, è ormai

una strada obbligata. Ma per conquistare mercati così differenti dall'Italia è necessario individuare modelli distributivi innovativi e adeguati a una economia protetta da dazi elevati, fino al 100%. «Il Brasile è sempre stato visto dall'Europa come una Mecca del commercio, salvo poi scoprire una volta nel paese che si tratta di un miraggio, perché un prodotto d'alta gamma importato arriva a costare troppo», ha spiegato Emanuel Bernini

che dal 2010 si occupa del marchio Poliform per tutto il Sud America, e che vive a San Paolo da 15 anni, «e per venderlo a un prezzo che è molto più alto del suo valore reale bisogna creare una clientela fidelizzata, che cerca e desidera proprio quel prodotto». Il successo di Poliform in Brasile è dipeso dalla scelta di allearsi a Casual Moveis, il retailer numero uno in Brasile per il design d'alta gamma che lavora con tutti i più importan-

ti marchi italiani, Arflex, B&B Italia, DePadova, ArmaniCasa. Con lui Poliform ha aperto tre showroom. «Il mercato brasiliano d'alta gamma si distingue per la presenza di un numero ristretto di operatori», ha spiegato Bernini, «per esempio su un territorio che è grande due volte l'Europa ci sono 5 concessionari Mercedes». Anche nel design e nell'arredamento per far tornare il conto economico, esistono pochi grandi importatori che

trattano molti marchi senza riuscire a seguirli singolarmente con la debita attenzione. Un'eccezione è Helio Bork, un altro dei maggiori importatori brasiliani di brand italiani, che ha fondato Montenapoleone. «Quando ho cominciato nel 1995, anno in cui il Brasile ha aperto le frontiere all'import, il nostro mercato in Europa non era neppure preso in considerazione, allora era perfino difficile ricevere la stampa estera specializzata», ha ricordato Bork. La sua passione condivisa con la moglie lo ha portato a creare uno showroom, al 1572 di Gabriel

per tradurre lo stile Poltrona Frau e Cassina al pubblico,» ha raccontato Bork. La cosa che all'inizio è stata più difficile da trattare è stata la clausola di esclusività, fondamentale perché i prodotti di marca vanno presentati come dei gioielli considerando il prezzo che raggiungono. Anche Molteni e Kartell si sono mossi sulla stessa lunghezza d'onda, «ma una company del livello di Kartell, dovrebbero considerare la produzione locale per raggiungere il massimo del suo potenziale», ha aggiunto Bork. Il design di lusso resta comunque un

mercato di nicchia e a San Paolo si concentra più del 75% del potenziale di consumatori, in grado di apprezzare l'esclusività dei prodotti. «Anche Rio è ricca», ha concluso Bork, «ma chi vuole investire nell'interior design sa che a San Paolo trova tutto e qui vengono da ogni parte del Brasile per fare acquisti».

Roberto Di Filitto, designer, e Giorgio Ferrone, architetto, hanno individuato una strategia alternativa per contenere le barriere d'ingresso al mercato. Lo scorso aprile hanno inaugurato la loro start-up, Ideiafactory, che si propone come ponte tra aziende italiane del design e clienti brasiliani, ma anche studi di progettazione, costruttori, negozi. «L'idea è di mettere direttamente in contatto i professionisti e le aziende italiane per saltare i costi intermedi degli importatori e dei rivenditori», ha spiegato Di Filitto, che da Milano cura lo scouting dei brand. Ferrone che vive e lavora a San Paolo crea i contatti con gli acquirenti, spesso altri architetti che stanno progettando alberghi,

loft, o che hanno grosse commesse tanto da poter mettere insieme un numero di ordinativi rilevante per un'azienda italiana. «Le tasse d'importazione rimangono, ma in questo modo riusciamo a ridurre il prezzo finale dei prodotti anche del 50%», ha aggiunto Di Filitto. Il catalogo di Ideiafactory comprende arredi e complementi di marchi tra cui Calligaris, Karol, Toncelli Cucine, Pellitteri Led Light. «Il test di collaborazione con Ideiafactory, che propone marchi italiani di eccellenza bypas-



Il design district paulista si snoda su Alameda Gabriel Monteiro da Silva dove si affacciano le insegne dei brand internazionali dell'arredamento, fra i quali spiccano gli italiani B&B Italia, Kartell, Rimadesio, Molteni&C e Minotti

Monteiro da Silva a San Paolo, dedicato al design italiano, Poltrona Frau, Cassina, Kartell, Molteni e MDF Italia. Agli imprenditori italiani, Bork consiglia un approccio diretto e personale con il mercato brasiliano, come a suo tempo, nel 2009, hanno fatto Federico Materazzi e Dario Rinero per Poltrona Frau e Cassina per studiare il modo migliore di vendere i loro prodotti. «Materazzi ha viaggiato per tutto il Brasile e ha compreso il forte potenziale di San Paolo, poi ha deciso di affidarsi a noi

Dal Brasile

MODERNISMO ALLA RIBALTA

Rio è una fucina di creatività. E il design di qualità è un importante «strumento di comunicazione del potenziale brasiliano, oltre a rispondere a una domanda interna ed esterna che si impone in maniera sempre più intensa». Dulce Ângela Procópio, viceministro per lo Sviluppo Economico, ha dato l'imprimatur del governo alla presenza verdeoro al Salone del Mobile dell'aprile scorso, dove le rassegne Rio+Design, Brasil S/A e l'archistar Marcio Kogan sono stati tra i protagonisti.

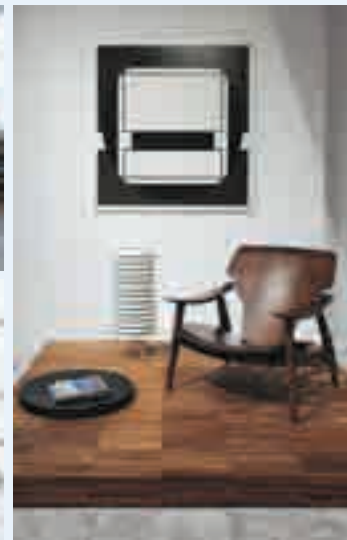
«Cultura, artigianato e design sono elementi inscindibili quando si parla di Brasile», ha spiegato Ricardo Caminada, socio fondatore di Brasil S/A, «vogliamo mostrare sui palcoscenici internazionali la capacità di innovare attraverso la sapienza delle tradizioni e la ricchezza delle materie prime, rispettando le nostre origini». Caminada, insieme a José Roberto Moreira do Valle, uno dei nuovi ma già affermati designer della scuola carioca, hanno puntato quest'anno al legame con le Origens do Brasil, il tema portante della loro rassegna. Rio+Design, invece, ha messo in mostra pezzi progettati da circa 50 professionisti e nuovi talenti che rendono omaggio alla natura esuberante, accattivante e ospitale della città carioca. Un altro pezzo del Brasile più noto a livello internazionale è stato proposto da Francesca Molteni, che ha inserito Marcio Kogan tra i testimonial della mostra di apertura del Salone intitolata «Dove vivono gli architetti». «La capacità di mescolare l'uso di legno e cemento e di saper interpretare oggetti di design d'uso quotidiano rendendoli parte dei suoi progetti ha molto in comune con la cultura e la storia del design industriale italiano», ha spiegato Molteni. L'attenzione degli addetti ai lavori è ora rivolta alla realizzazione del padiglione firmato dallo studio Arthur Casas con cui i verdeoro saranno presenti a Expo 2015. I progettisti hanno trovato nell'immagine dell'intreccio il simbolo che meglio rappresenta il Brasile con la rete come elemento predominante (foto alla pagina successiva). Il successo di queste ultime manifestazioni non è una novità assoluta. Dalla metà degli anni 80, Humberto, avvocato,



La poltrona in pelle e jacaranda di Jean Gillon e le sedie in bambù e jacaranda di Joaquim Tenreiro



Monika Unger, appassionata di design del XX secolo, colleziona e vende mobili brasiliani (di cui alcuni esempi nelle immagini) firmati dai grandi protagonisti della stagione d'oro del design e dell'architettura verdeoro del Novecento





Marcio Kogan (nelle foto alcune delle sue case più famose a San Paolo) è stato tra i testimonial al Salone del Mobile di Milano, quest'anno. Sotto, Dulce Ângela Procópio, vice ministro per lo Sviluppo Economico



e Fernando Campana, architetto, rappresentano la coppia di fratelli più celebre nel mondo del design artistico, facendo della progettazione di oggetti funzionali dei veri e propri manifesti politici. In Italia, alcuni dei pezzi più emblematici di inizio millennio, le sedute Anemone (2001) e Corallo (2003) e gli imbottiti Boa (2002) e Cipria (2012), sono entrati nelle collezioni di Edra mentre Alessi ha puntato sulle collezioni Blow up (2003) e Nuvem (2010). Magli appassionati di storia del design sanno che il periodo magico



che ha influenzato anche il mondo europeo risale ai decenni tra le due guerre del secolo scorso, fino agli anni Cinquanta. È in quegli anni che si è sviluppata una delle correnti moderniste più interessanti del panorama internazionale. Alla Semana de Arte Moderna, nel 1922, cominciò ad affluire verso San Paolo quel flusso di idee innovative che in Europa avevano sovvertito le linee classiche dell'architettura e delle arti visive a cavallo fra Otto e Novecento. Le idee di Lina Bo Bardi, Jorge Zalsupin, Jean Gillon entrarono in contatto con il dirompente stile brasiliano di Oscar Nymeyer e Sergio Rodrigues dando vita al Brazilian modernist style. Nel 2010, un pezzo dell'età d'oro del design brasiliano viene riproposto con successo da Monika Unger che insieme a Cinzia Ferrara ha rilevato 100 pezzi disegnati dai protagonisti di quella mitica stagione fra cui spiccano le firme di Sergio Rodrigues, Joaquim Tenreiro, Jhon Graz, Carlo Hauner, Geraldo De Barros, Jorge Zalsupin, Jean Gillon. I pezzi sono in vendita, e spesso vengono richiesti per mostre ed esibizioni (la gallery di mobili Brazilian Modern, Masters of Style, è sul sito www.bemodern.net). «Il concetto di linee essenziali che continua a influenzare i grandi architetti contemporanei brasiliani fu forgiato dal modernismo europeo approdato in Brasile», ha spiegato Unger, approdata al Brasile grazie all'incontro casuale con un collezionista di Conegliano e alla sua passione per il design e l'architettura eredità delle origini mitteleuropee. Nel 2009 questa sua passione per il design moderno prende corpo nella collezione Be Modern, che comprende una gallery di pezzi scandinavi degli anni 40 e 50, che Monika acquista nei paesi nordici e rivende in tutta Europa. «In Europa si sentiva parlare poco, troppo poco di quel design brasiliano, che ha prodotto oggetti bellissimi», ha concluso Monika.



In alto e a fondo pagina, interni brasiliani arredati con pezzi Moroso, fra i quali Nanook, Smock, Riff, Fergana, Yo-yo, Klara, Carpet Reloaded. Anche le poltroncine da esterno sono di Moroso

sando i tradizionali canali distributivi e i relativi ricarichi, è all'inizio, ma è un modo per assicurare al marchio un posizionamento consistente con il resto del mondo», ha confermato Giorgio Gobbi, ceo di Calligaris, l'azienda di Manzano (Udine) che dagli anni 20 del Novecento produce la tipica sedia impagliata della zona, la Marocca, 126,5 milioni di euro di fatturato 2013. Patrizia Moroso, leader dell'omonimo marchio che ha risollevato le sorti dell'azienda di famiglia lavorando sulla creatività e sull'intuito, affidandosi a nomi nuovi e svincolando dalle regole del marketing, ha puntato, in Brasile, su una strategia double face. Il suo stile eclettico e coloratissimo, particolarmente apprezzato nel Paese, viene commercializzato in multibrand nei migliori negozi di design di San Paolo, Rio, ma anche Salvador de Bahia, Recife, Fortaleza e Joinville. E per la distribuzione anche Moroso ha scelto la

strada del rapporto in esclusiva, in questo caso con BrasIta, un altro storico importatore di design made in Italy che da oltre vent'anni si occupa della distribuzione retail ma anche dell'inserimento nella filiera delle grandi commesse alberghiere di marchi italiani tra cui iGuzzini, Arper, Kundalini, Fiam e Bonaldo. Chi invece ha fatto subito il salto produttivo è il gruppo Natuzzi, dal 1993 quotato alla borsa di New York (NYSE), 451 milioni di fatturato 2013, leader mondiale nel segmento dei divani in pelle con il marchio Divani&Divani con 289 punti vendita in tutto il mondo oltre a 336 Natuzzi Italia Galleries, aperte in partnership nei maggiori department stores a livello globale. Pasquale Natuzzi, fondatore e ceo, è partito nel 2001 alla conquista del mercato verdeoro aprendo un primo stabilimento a Simoes Filho (Bahia), dove venivano prodotti principalmente divani





A Expo 2015, il Brasile parteciperà con un padiglione a firma dello Studio Arthur Casas (qui a lato i rendering della costruzione). I progettisti hanno ritrovato nell'immagine dell'intreccio il simbolo che meglio rappresenta il paese verdeoro. La rete, elemento predominante del Padiglione, rappresenta la fitta anatomia idrografica del Paese, una delle più estese al mondo, e il mix di culture e tradizioni che vi sono rappresentate. Oltre alla rete il leitmotiv del progetto sarà innovazione e sostenibilità che si concretizzeranno in un particolare tessuto interattivo, che genera energia per il Padiglione grazie al movimento originato dai visitatori. Durante i sei mesi della manifestazione di Milano sono state programmate attività didattiche e sensoriali, che guideranno il visitatore in un viaggio tra quattro distinti cluster contenenti riso, caffè, cacao e frutta: le colture che hanno reso leader il paese nella produzione mondiale.



e poltrone destinati all'export verso i mercati della costa est degli Stati Uniti. Nel 2004 è stato aperto un secondo stabilimento a Pojuca (Bahia) e nel 2009 vengono lanciati sul mercato i brand Italsofa e Leather Editions con il primo negozio monomarca aperto a San Paolo l'anno dopo. «All'inizio degli anni del 2000 per noi il Brasile occupava una posizione ideale per avviare un insediamento produttivo perché da un lato il paese è il primo produttore al mondo di pelle, dall'altro è vicino al mercato di sbocco ameri-

cano, in particolare la costa est», ha ricordato Pasquale Natuzzi. Dal 2009 il Gruppo ha iniziato a vendere anche sul mercato brasiliano e ha aperto a San Paolo una sede commerciale che ha adottato una strategia molto diversificata. Da un lato si punta sul made in Italy, come indicano le due aperture di Natuzzi Italia

Gallery nel 2013 negli stati del Sud a Balneario Camboriù (Santa Caterina) e Curitiba (Paraná). Dall'altro Natuzzi ha spinto sulle vendite attraverso il brand locale, Leather Editions, che ha ben 47 punti vendita e sta moltiplicando le aperture, 24 nei prossimi mesi. Inoltre il gruppo ha sviluppato anche un'offerta private label (unbranded) dedicata ai mass market dealer. Nel settore delle cucine Marchi Group, azienda del Cremonese leader nella produzione di cucine artigianali in stile country modern, ha deciso di sfidare il difficile mercato brasiliano dove nel novembre scorso ha inaugurato il primo showroom con punto vendita. «Ci siamo resi conto delle potenzialità in Brasile perché qui i mobili Dialma Brown rappresentano, con il loro stile peculiare, una novità assoluta», ha raccontato Gianluigi Marchi, patron dell'azienda, «la stessa intuizione che ci aveva portato anni fa ad aprire i negozi di cucine country in tutta Italia, oggi ci indica che il futuro è sicuramente rappresentato dal mercato brasiliano.» L'obiettivo ambizioso è di aprire punti di vendita in tutte le principali città brasiliane. Per Teuco Guzzini, leader nel segmento arredo-bagno, un big delle vasche idromassaggio d'altagamma, il Brasile potrebbe diventare addirittura la piattaforma di lancio del marchio verso il resto del Sud America, nonostante le barriere d'ingresso. «Il Brasile è un paese in forte sviluppo, che offre oggi grandi opportunità al made in Italy e alle imprese della filiera arredo-design», ha commentato Enrico Bracesco, ad di Teuco Guzzini, «per crescere abbiamo ritenuto strategico puntare su un'organizzazione commerciale



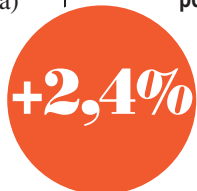
Pasquale Natuzzi è stato uno dei pochi industriali italiani nel settore del mobile che ha deciso di produrre direttamente in Brasile i suoi divani in pelle (a sinistra due modelli dell'ultima collezione)



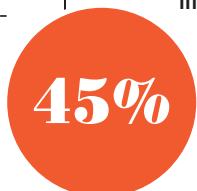
I numeri

SALE L'EXPORT MADE IN ITALY

Nel panorama di crisi del settore mobili e arredo, le esportazioni, e quelle in Brasile in particolare, continuano a rappresentare una finestra di opportunità. Per il macrosistema Legno-Arredo, secondo i consuntivi diffusi dall'associazione di categoria dei produttori, il 2013 ha registrato un calo del fatturato (-3,2%), con numerose chiusure di aziende (-2.400) e perdita di occupati (-6.800). Le esportazioni hanno invece registrato un +2,4% con un'ulteriore crescita del +3,4% attesa nel corso di quest'anno.



Il saldo commerciale continuerà a essere positivo e a crescere nel biennio 2013-14 fino a raggiungere quasi 9 miliardi di euro. L'export verso il Brasile per il settore mobile ha registrato un +12,8% su base annua, per un totale di circa 500 milioni di euro a fine 2013, secondo i dati dell'Ice. Circa il 2% dei consumi in Brasile è rivolto al settore mobile-casa. Le famiglie che hanno un reddito tra 1.500 e 3.000 dollari rappresentano circa il 45% del totale del consumo di mobili a livello nazionale. I maggiori consumi in questo segmento riguardano ancora l'area sud-est con un forte aumento in previsione del Norte. La sola città di San Paolo assorbe circa il 75% del mercato di mobili brasiliano.



diretta, attraverso la quale gestire la distribuzione anche in tutto il continente sudamericano». In un'ottica di internazionalizzazione, il brand di Macerata dedicato al bagno, sinonimo di qualità italiana al servizio del benessere, ha aperto la Teuco do Brasil a San Paolo, che importa e nazionalizza direttamente i prodotti sul mercato locale, grazie al fatto che sono stati allineati agli standard Inmetro, la certificazione richiesta per la vendita sul mercato brasiliano di elettrodomestici ed elettronica al consumo, divenuta obbligatoria a partire da luglio 2013.



valentinesarottiassociati Ph Ezio Prancini

HOMESOFTHOME

ENDOR SOFA: DESIGN **MARC SADLER**

LE MIDÌ ARMCHAIR: DESIGN **SETSU & SHINOBU ITO**

DABLIU COFFEE TABLE AND COAT RACK: DESIGN **SETSU & SHINOBU ITO**

100% MADE IN ITALY www.desireedivani.com

désirée
divani

Tra blog e web, la griffe sfida il middle market

Gli italiani, concentrati a San Paolo e Rio, puntano al lusso, in crescita a doppia cifra. Ma nel resto del Paese, dove si sviluppa il business di massa, che chiede prezzi e qualità...

di Milena Bello

Gli ultimi sbarchi nel Quadrilátero do luxo di San Paolo, formato da Iguatemi, Cidade Jardim, Morumbi Shopping, Rua Oscar Freire, quest'ultima ormai avviata alla riconversione in una zona piú mass market, sono stati Fendi e Moncler. Hanno chiuso, solo temporaneamente, perché entro l'estate dovrebbe aprire Cucinelli, la pattuglia delle griffe, da Prada a Miu Miu, da Gucci a Valentino e Ferragamo e poi le francesi Hermes, Dior, Chanel, attrirate nella capitale paulista dalle proiezioni sulle vendite di lusso, 3 miliardi di euro, l'1,5% degli acquisti in tutto il mondo, una cifra che potrebbe/dovrebbe decuplicare nell'arco di pochi anni, secondo gli ultimi dati di Altgamma e Bain. Per ora, il 95% dei prodotti di lusso è venduto nella top five dei piú esclusivi shopping mall di San Paolo dove transitano per i loro acquisti i ricchi di tutto il paese, un monopolio solo in parte intaccato da Rio de Janeiro. Dai servizi di sartoria ai personal shopper ma anche fashion show ed eventi immancabili per il jet set sono l'asso nella manica del mondo dei department store. Che, per questioni di sicurezza, hanno sempre diffidato dallo shopping a cielo aperto. La guerra dei mall vede da una parte Iguatemi, colosso di proprietà del gruppo Jereissati che conta 13 location di lusso in Brasile a partire dal primo department store di San Paolo (1966), e dall'altra Cidade Jardim di proprietà del gruppo Jhsf, che si sviluppa su una superficie di 36 mila metri quadrati con 180 negozi, un cinema, un teatro, una palestra, una spa e diversi giardini. Un gradino piú in

«L'abbigliamento made in Italy incontra delle barriere in piú, per le taglie e la conformazione del corpo, per il gusto, estremamente femminile con le sue linee fascianti che non sempre si sposa con le caratteristiche delle maison italiane»



Francesca Picciafuochi, ex pr di griffe internazionali, da un paio d'anni ha aperto a San Paolo un'agenzia di comunicazione

basso ecco il Morumbi di San Paolo, l'unico tra i mall specializzati nella fascia del cosiddetto lusso accessibile a contare su qualche marchio italiano (A/x Armani Exchange) mentre tra i multibrand, il piú famoso resta il paulista NK Store che ha esteso il raggio

d'azione a Rio de Janeiro. Per chi se lo può permettere l'ultima tendenza è quella di farsi portare la collezione direttamente a casa o nella camera d'albergo. Si sceglie, si prova e i responsabili di boutique provvederanno a tutto il resto.

Tra San Paolo e Rio da una parte e Brasília, Belo Horizonte, Recife, Curitiba e Porto Alegre dall'altra, la differenza nel mondo del lusso è ancora sensibile. «Queste ultime scontano una visione decisamente meno internazionale, la donna delle classi alte, che vive nelle due grandi ha un gusto piú europeo quindi opta per marchi come Prada, Valentino, Hermes, Dior, Chanel, Louis Vuitton per gli accessori e un brand come Gucci, per il suo accento piú grintoso, per il prêt-à-porter», ha raccontato a *MF International* Francesca Picciafuochi, ex pr italiana di griffe internazionali, che un paio d'anni fa ha aperto a San Paolo l'agenzia di comunicazione Esperienza Italiana.



Brasile in
DALL'INFRADITO AL FAST FASHION

Prima di tutte ci sono state le Havaianas, create negli anni Sessanta come infradito in gomma per la classe operaia, diventate, 40 anni dopo, icona fashion e simbolo di uno stile di vita informale, positivo, innovativo e divertente. Da allora il Brasile è riuscito a imporsi nel panorama della moda svelando l'esistenza di un sistema produttivo moderno, efficiente ma, soprattutto, creativo, come prova il successo delle ballerine firmate Melissa. Marchio specializzato in scarpe in plastica ecologica, fa parte del gruppo Grendene da 1,4 miliardi di reais (circa 480 milioni di euro) che ha inaugurato a Milano il suo primo showroom fuori dai confini nazionali. E nel capoluogo lombardo è recentemente approdato un altro marchio storico, Dudalina. Fondata 57 anni fa a Luis Alves (Santa Catarina), la fabbrica di camicie conta 2.500 dipendenti, sei stabilimenti e 97 negozi di cui due all'estero, Panama e Milano. Nel 2013 i ricavi hanno raggiunto 520 milioni di reais (circa 170 milioni di euro) con un obiettivo per il 2014 di 650 milioni di reais (211 milioni di euro). Entro la fine del 2014 ha in programma di aprire anche a Zurigo e Vienna. Il fashion business tra Italia e Brasile corre anche sulle invenzioni di Barbara Casaola, giovane stilista italo-brasiliana, guest designer dell'edizione invernale di gennaio di Pitti W, e di Uel Camilo, il designer paulista classe 1985 che ha aperto lo scorso ottobre a Milano il suo headquarter italiano dopo aver conquistato clienti in Russia, Middle East e Asia. E mentre gli alto-gamma Pedro Lourenço, ormai un habitué delle sfilate parigine



Le ballerine firmate per Melissa Jean da Jason Wu in oro glitter

Issa London e i marchi Osklen e Alexandre Herchcovitch fanno affari ovunque, il talento creativo del Brasile si fa sentire anche nel fast fashion. I rumors di mercato, per ora smentiti dagli

interessati, indicano che Riachuelo, colosso della moda a prezzi contenuti, potrebbe

lanciare una capsule collection firmata niente meno che da Donatella Versace, che già collaborò nel 2011

con l'altro gigante del fast fashion, la svedese H&M. La verdeoro Riachuelo è il più grande produttore tessile abbigliamento del Sud America, e con un valore di marchio stimato a 690 milioni di dollari, al 33° posto tra le aziende di maggior valore dell'intero Brasile.

Secondo Picciafuochi, l'uomo d'affari brasiliano ha nel mirino Zegna, considerato emblema del non plus ultra del lusso e Dolce & Gabbana più richiesto per gli abiti da cerimonia. Più in generale è l'accessorio a spopolare nel made in Italy mentre l'abbigliamento incontra qualche barriera in più. «Per le taglie e la conformazione del corpo, per il gusto, estremamente femminile con le sue linee fascianti che non sempre si sposa con le caratteristiche delle maison,» ha os-

servato Picciafuochi. E anche per via della stagionalità inversa, che limita l'offerta europea. Le quattro fasce climatiche che caratterizzano il Paese, da quella tropicale a nord al clima temperato del sud, ha ovviamente ripercussioni sulla domanda dato che in alcune zone praticamente non c'è una alternanza di stagioni. La tentazione di diversi brand esportatori di tropicalizzare la propria proposta e renderla vicino allo spirito del cliente verdeoro è forte. Anche perché la concorrenza



locale è molto forte e prevalente. Il mix&match che va di più è quello tra il tocco internazionale di un accessorio griffato e il capo firmato dagli stilisti di moda brasiliani che spopolano non solo nelle passerelle di Rio de Janeiro (Fashion Rio) e San Paolo (SPFW-São Paolo



Report Brasil Textil 2013 promosso dalle tre associazioni cardine del sistema tessile-moda, il fatturato del comparto ha raggiunto 58,4 miliardi di dollari, il 5,5% del valore dell'intera industria manifatturiera, con una classe media che la fa da padrone. Il motivo è legato alla situazione di un paese giovane

con un'età media è poco superiore ai trent'anni. Ma si spiega anche con la tendenza al cosiddetto acquisto *parcelizado*, che spesso può essere diluito anche in 10 o 12 rate e che quindi va, in sostanza, a rafforzare il concetto di acquisto aspirazionale, l'acquisto dettato dal piacere più che dall'idea dello status symbol. A decretare il successo dei marchi hot, e definire i must have del momento sono la schiera di It girls che godono di una lunga schiera di followers sui social media. Thassia Naves, Anna Fasano, Sophia Alckmin, Cris Tamer, Lu Ferreira e Helena Bordon. Helena, figlia (d'arte) di Donata Meirelles direttore creativo del leggendario multibrand paulista Daslu, il negozio che vent'anni portò in Brasile le prime griffe della moda aprendo in sostanza il mercato ai fashion brand europei, gestisce la catena di store 284 di high street fashion e un canale su Instagram con oltre 250mila follower, un blog dove mescola pettegolezzi e ultime tendenze, nonché tutti i suoi look indossati alle settimane internazionali della moda. Nel quinto al mondo per numero di persone collegate a Internet, dietro a Giappone, India, Stati Uniti e Cina, il fattore web è diventato vincente. Oltre al boom del fenomeno delle fashion blogger, c'è l'esplosione dell'e-commerce. Il successo dell'online ha decretato l'ascesa di fenomeni come Dafiti, Fiveblu, Qqvestir, specializzato in brand brasiliani, e ha provocato un rapido ingresso di player internazionali, fra cui Net-a-porter e Farfetch.



Scene dalla coloratissima collezione per l'inverno 2014 presentata da Melissa nella sua Gallery di San Paolo. In alto, Barbara Casaola e i modelli della sua ultima collezione

Ipanema, Copacabana & C. Il sogno della villa al mare

Boom degli acquisti italiani, mentre si moltiplicano le lotizzazioni per ogni tasca lungo le spiagge più belle. E nelle città salgono i prezzi degli appartamenti. Conviene ancora investire?

di Francesca Vercesi

L motivi sono i più svariati, ma sta di fatto che gli italiani si stanno affermando tra i maggiori compratori di case e terreni in Brasile: si calcola che, nel 2013, abbiano acquistato almeno cinquecento immobili. Un record storico, che segue una crescita sostenuta nel corso degli anni, visto che nel 2006 gli acquisti si contavano solo in poche decine. «È una storia che incomincia dieci anni fa, con il boom del Paese. Solo da un paio d'anni, però, ha acquisito proporzioni consistenti», spiega Paola Gianasso, responsabile mercati esteri di Scenari Immobiliari. Che spiega: «Chi ha acquistato qualche

anno fa ha fatto ottimi affari, considerando che i prezzi sono più che raddoppiati dal 2008 al 2013, nonostante la crisi finanziaria. Attualmente, però, sembra che le quotazioni abbiano raggiunto livelli difficilmente sostenibili.» In particolare a San Paolo e Rio de Janeiro la concorrenza tra acquirenti di immobili di lusso comporta la conclusione di trattative a prezzi decisamente superiori alla media, con un impatto pesante sugli equilibri del mercato stesso. Reag, il maggiore valutatore italiano, ha calcolato che in cinque anni i prezzi medi delle case nelle due città sono raddoppiati o triplicati (vedere intervista alla pa-

gina seguente). Nelle top location di Rio de Janeiro, così come nelle aree delle località turistiche più richieste, la media dei prezzi è intorno 6.500 euro al metro quadrato. «I prezzi dovrebbero registrare ancora qualche aumento, ma a un ritmo inferiore rispetto al passato, in considerazione degli investimenti in corso soprattutto a Rio in vista delle Olimpiadi del 2016. Il quadro economico, però, è in fase di deterioramento», ha rimarcato Gianasso. Tra gli investitori italiani, i quartieri più richiesti a Rio de Janeiro sono Leblon e Ipanema, mentre chi ha a disposizione budget più ridotti si rivolge verso Copacabana e Barra de

Tijuca. «La parte nobile di Rio oggi è decisamente a livelli impossibili e non dà sicuramente un buon ritorno. È più rischiosa che altro», ha avvertito Giovanni Lazzari, un passato come ad del gruppo Zamparini. Insediatosi a Rio de Janeiro all'inizio del 2013 ha costituito una società di sviluppo e consulenza, Imodapaz Ltda, ed è diventato direttore generale del gruppo immobiliare Cds International Do Brasil. «Rio offre ancora aree, Santa Teresa, Botafogo, Gloria dove, se si sa scegliere, è possibile una rivalutazione in 3,5 anni dal 25 al 50%», ha concluso.

La maggior parte degli analisti im-

La parte della baia di Rio de Janeiro chiamata Costa Verde. Tra gli investitori italiani, i quartieri più richiesti a Rio de Janeiro sono Leblon e Ipanema, mentre chi ha a disposizione budget più ridotti punta a Copacabana e Barra de Tijuca



I PREZZI MEDI DELLE CASE NELLE PRINCIPALI CITTÀ



Il consiglio

ATTENZIONE AL JETINHO

«C'è la legge e il modo jetinho, ovvero l'improvvisazione, l'aggirare l'ostacolo. In altre parole, molti lavorano senza permessi e licenze», ha avvertito l'avvocato Massimo Penco, studio-boutique a Milano, da molti anni attivo sul Brasile, dove è in partnership dal 2006 con lo studio Lima&Falcao di San Paolo. Attraverso Redejur, una fitta rete di studi che copre tutti gli Stati, Penco è in grado di contare su corrispondenti fidati quasi ovunque. «Ci sono dei titoli della proprietà terriera che passano di mano senza che ci sia il vero titolo di proprietà sottostante, per cui prima di investire è bene informarsi con commercialisti e studi legali che conoscono bene il territorio», ha ribadito Penco. Per comprare terreni, con l'ottica dell'investitore, è bene pensare di costituire una partnership con società locali o creare una società in loco per usufruire della forte autonomia in tema di livello concessorio, tasse locali e sgravi fiscali di cui godono gli Stati e i comuni. Dal punto di vista giuridico e del diritto del lavoro Italia e Brasile hanno norme analoghe anche per i

fallimenti. «I soci di una società di capitali italiana rischiano solo il capitale che hanno sottoscritto e non rispondono delle obbligazioni prese dalla società. In Brasile, se



Cristina Fussi

la controllata diventa insolvente e rimangono creditori privilegiati, c'è la possibilità che aggrediscano i soci anche all'estero», ha avvertito Cristina Fussi, partner di De Berti Jacchia Franchini Forlani, «con arbitraggi internazionali li si fronteggia, ma attenzione al contratto sociale quando si costituisce una società: in genere tende a favorire il socio brasiliano». Occorre anche tener conto che l'attuazione e l'interpretazione che la pubblica amministrazione dà della norma sono molto discrezionali. Le risposte del registro imprese cambia a seconda dal funzionario che si contatta in materia di aspetti fiscali, burocrazia societaria, revocche degli amministratori.



Quattro blocchi separati sono la soluzione dell'architetto Isay Weinfeld per villa Grecia (a sinistra), una delle più belle abitazioni di San Paolo. Sopra, un interno in un condo di lusso nella capitale brasiliana



mobiliari concorda che le zone più interessanti per un investimento in Brasile siano quelle del Nordest, che comprendono località di Bahia, Fortaleza, Maceió e Natal. In forte espansione Iracema, vicino a Fortaleza, con quotazioni molto più basse. Nell'area meridionale il flusso di acquisti più consistente è concen-

trato nelle aree di Rio Grande do Sul e Santa Caterina, dove i prezzi degli immobili di qualità si avvicinano a quelli di Rio de Janeiro. In Brasile più che altrove il concetto di prezzo medio ha un significato relativo, perché le quotazioni sono molto influenzate dalla qualità dell'immobile e del contesto e, soprattutto, dalla distanza dal

mare. «Senza fronte mare ma con laghi balneabili intorno, si può spendere fino al 40% in meno che arriva al 60% in meno se lontano dall'acqua», ha concluso Gianasso. «Vedo grandi prospettive dal punto di vista immobiliare nei prossimi due anni, considerando che il deficit abitativo è di 7 milioni di case, l'ampia offerta di mutui e il sostegno da parte del governo al settore», ha concordato Renato Teixeira, presidente del ramo brasiliano di Re/Max. Il mercato è attualmente diviso in due grandi fette: il 40% è primario, composto da nuovi sviluppi e costruzioni, il resto sono rivendite. In questo segmento la necessità di più servizi professionali spinge la domanda di agenti e broker qualificati. «Ai nostri agenti e affiliati offriamo un modello di business in franchising per partecipare con un ruolo attivo al mercato», ha raccontato Teixeira. Nel 2013 sono stati venduti solo a San Paolo 33 mila nuovi immobili, per lo più mono e bilocali. Ma secondo lo Zap Index, i prezzi medi nelle principali città, San Paolo, Rio, Brasilia, Porto Alegre e Curitiba, sono sostanzialmente stabili.

L'intervista

OUTLOOK POSITIVO, PUNTEREI A NORDEST

A Real Estate Advisory Group, Reag, parte di American Appraisal, leader mondiale nel campo delle valutazioni patrimoniali e finanziarie, *MF International* ha chiesto una valutazione superpartes sulle prospettive del mercato immobiliare brasiliano. Ecco l'opinione di Paola Ricciardi, presidente di Reag che in Italia è uno dei principali valutatori in campo immobiliare.

Domanda. Qual è la vostra visione sul mercato immobiliare brasiliano?

Risposta. L'outlook per il 2014 rimane decisamente positivo, perché si attendono importanti riforme nel settore fiscale e in quello del lavoro, oltre a un sensibile miglioramento delle infrastrutture, in previsione delle Olimpiadi del 2016.

D. Con quali conseguenze sul mercato immobiliare?

R. Lo scenario atteso prevedeva lo scoppio della bolla, dopo la crisi del 2009, invece il mercato è rimasto forte, con i prezzi delle case che mantengono una crescita costante, se pur rallentata, rispetto ai risultati dell'ultimo biennio. Nel 2013 i prezzi su base annua del sono cresciuti del 12,5%, 6,5% corretto dell'inflazione anche se decisamente meno rispetto al +20% del 2012.

D. Che cosa è successo nelle due città maggiori?

R. In cinque anni, dal 2008 al 2012, i prezzi medi delle case a San Paolo e Rio de Janeiro sono aumentati del 159, 98% al netto dell'inflazione, e 194, 124% al netto dell'inflazione, rispettivamente. Nello stesso periodo i mutui erogati sono passati dall'1,5% del Pil al 6,2%.

D. Come mai questi picchi?

R. Gli acquirenti provengono da ogni parte del mondo, canadesi, russi, inglesi, una tendenza già conosciuta a New York, Parigi, Miami. Non c'è da stupirsi se le unità più costose affacciate sulle spiagge di Ipanema e di Leblon, a Rio, registrano valori medi attorno a 7 mila euro/mq, per alcune soluzioni è possibile raggiungere 10 mila euro/mq, paragonabili ai valori riscontrabili nel centro di Roma, Milano e Parigi.

D. Su che cosa si regge questo boom?

R. In primo luogo è esplosa la domanda di abitazione di qualità che era stata repressa nel ventennio di stagnazione economica 1980/2000, poi c'è stato un consistente aumento del reddito della classe media combinato con la facilità di ottenimento di mutui, a tassi sempre più favorevoli. Il tasso guida Selic è sceso dal 26% del 2003 al 7,25% nel 2012, anche se poi dal 2013 ha ripreso a salire.

D. Quindi, la vostra previsione?

R. C'è un gap abitativo esistente di prime case stimato in circa 8 milioni di unità, a cui tenta di dare una risposta il programma governativo di sviluppo Minha Casa, Minha Vida, sostenuto da forti investimenti pubblici anche in nuove aree del paese, che punta a coinvolgere anche investimenti diretti privati. Per questo il mercato immobiliare si mantiene in continua espansione.

D. Quindi è ancora un momento favorevole per effettuare investimenti?

R. I fondi immobiliari che stanno realizzando progetti di sviluppo, in particolare nel Nordest, a Maceiò e Fortaleza rappresentano un investimento interessante, perché supportati dalle politiche di Social Housing.

D. Qual è la strategia se si volesse investire direttamente?

R. La strategia di investimento consiste nell'acquisizione di lotti di terreno edificabile in aree caratterizzate da un forte sviluppo demografico prospettico, trainato dalla crescita industriale e commerciale, con l'obiettivo di incrementarne la valorizzazione lungo un orizzonte temporale di breve periodo, 2-4 anni.

D. Perché puntare sul Nordest?

R. Gli Stati del Nordest sono notevolmente più economici di San Paolo o Rio de Janeiro e beneficiano di un aumento dei flussi turistici che si somma agli effetti positivi dello sviluppo industriale. Natal e Recife vivono un boom immobiliare residenziale grazie anche al miglioramento delle infrastrutture turistiche. Nel Pernambuco sta nascendo un nuovo distretto industriale che, grazie agli sgravi fiscali per coloro che intendono insediare attività produttive, ha permesso di attrarre notevoli investimenti di grandi gruppi. A Pecem, il più importante porto del Nordest del Brasile, il governo si è impegnato in un programma di sviluppo industriale che prevede insediamenti industriali e commerciali che comporteranno più di 300 mila nuovi posti di lavoro e altrettanti nuclei familiari nei prossimi cinque anni.

D. Una buona indicazione?

R. Joao Pessoa, capitale dello stato della Paraíba, è una delle città più sicure dell'America Latina, classificata come la seconda città più verde al mondo. I suoi litorali hanno un deficit nell'offerta di immobili turistici e residenziali di alta qualità, questo comporterà una domanda costante per quanto riguarda gli investimenti. Nell'ultimo anno è stato registrato un aumento del 50% del turismo legato anche ad attività business.



Marco Girelli, imprenditore italiano della costruzioni che ha trasferito l'azienda in Brasile, e Paola Ricciardi, presidente di Reag



Il mercato immobiliare è in pausa di riflessione, salutare e fisiologica, secondo gli analisti. Sta scontando la svalutazione del real, l'impennata dell'inflazione e il rallentamento della crescita economica. «Le banche, più conservatrici e prudenti nella gestione dell'erogazione del credito, si sono dimostrate meno spregiudicate e hanno puntato sull'alta remunerazione assicurata dai tassi sugli impieghi tradizionali», ha sostenuto Felipe Gregoski, legale dello studio Coletto, Gregoski & Gavronski Advogados. Fatta salve la combinazione di fattori negativi, le opportunità continuano a esserci, sia sul fronte residenziale che su quello più legato al turismo e al commerciale. Basta scegliere bene come e dove, arrivare strutturati e avere le idee chiare. «Nelle città satellite a 50, 100 chilometri dai grandi centri ci sono ancora molte op-

«Nelle città satellite a 50, 100 chilometri dai grandi centri ci sono ancora molte opportunità di buoni investimenti. Le grandi aziende di sviluppo Cyrela, Alpha Realty, João Fortes oggi sono tutte là»

portunità di buoni investimenti. Le grandi aziende locali di sviluppo immobiliare come Cyrela, Alpha Realty, João Fortes oggi sono tutte là», ha spiegato Lazzari, «c'è spazio di sviluppo anche sul fronte dei centri commerciali. Al momento sono in contatto con 23 prefetture per valutare l'idea di prenderne qualcuno in comodato d'uso per 70-80 anni», ha confessato Zamparini, «si compra ancora bene anche la terra nonostante i prezzi in tensione.» «A 100 chilometri dal centro di San Paolo lungo le grandi circonvallazioni si compra ancora il terreno a 100 reais al metro quadrato, mentre in città i prezzi sono sei o sette volte di più», ha confermato a *MF International*



STARHOTELS®
COLLEZIONE

**Your Italian home
at the heart of the city**

MILANO Rosa Grand, NEW YORK The Michelangelo,
PARIS Castille, TRIESTE Savoia Excelsior Palace,
VENEZIA Splendid Venice

STARHOTELS.COM

Preferred
HOTELS & RESORTS



Esempi di lotizzazioni orizzontali che stanno attirando molti investitori brasiliani ed esteri. Sopra, a Maricà (nord di Rio de Janeiro), Rio Hills, un condominio di lusso con campo di golf progettato dall'architetto svizzero De Fournier. Sotto a sinistra, la lotizzazione Solar Agua presso la spiaggia di Pipa (Rio grande do Norte) e a destra il progetto del gruppo Bonelli vicino Fortaleza



Investire nel retail

FINE CORSA PER GLI IPERMERCATI?

Il Brasile resta attraente sul fronte degli investimenti commerciali retail e per il terzo anno è il primo in classifica sulla base del Global Retail Development Index, elaborata da A.T. Kearney. Il rallentamento della produzione e delle importazioni dovrebbe essere bilanciato dagli investimenti in infrastrutture, non più rinviabili secondo gli analisti della società americana. La novità dovrebbe essere conseguenza di una certa saturazione del modello di distribuzione retail che finora ha prevalso soprattutto nelle grandi città, basato sull'ipermercato con intorno tanti negozi. Le grandi catene, il colosso domestico Pao de Açúcar a cui si sono accodati i principali gruppi internazionali, Casino, Carrefour, Walmart avrebbero ormai espresso tutto il loro potenziale di crescita. «Sulla scia di una classe media che sta diventando più selettiva e ha una capacità di spesa superiore rispetto al passato, il consumatore valuta meno interessante andare in un centro commerciale, si sta assistendo a un fenomeno di disaffezione ai grandi formati e al ritorno verso un modello di vicinato, di supermercati dai formati più piccoli», ha spiegato Emanuele Savona, principal della società di consulenza, «anche i grandi retailer stanno aprendo formati più piccoli e di prossimità, per uno shopping meno dispersivo». Secondo Savona, lo sviluppo nel settore immobiliare del commercio retail va in tre nuove direzioni. Il nord est resta un'area in forte sviluppo dove il modello classico, ipermercato più centro commerciale, è ancora replicabile. Poi lo sviluppo immobiliare legato al retail riguarderà il numero enorme di centri secondari nei dintorni delle grandi città. La terza direzione è rappresentata dai dintorni di Rio e San Paolo popolati dalla working class con un reddito medio mensile tra 1.500 e 2.000 reais. «Con un brand sviluppato e dal formato retail opportunità ce ne sono, attraverso l'apertura di negozi nei centri commerciali», ha concluso Savona.

class. 2013	paese	attrattività del mercato	rischio paese	saturazione mercato	time pressure	GRDI	camb. suclass. 2012
1	Brasile	100	82,6	43,3	48,3	69,5	-
2	Cile	95,6	100	18,7	54,3	67,1	-
3	Uruguay	92	73,9	63,5	36,5	66,5	1
4	Cina	62,1	67,9	34,3	100	66,1	-1
5	Emirati Arabi	95,8	94,6	3	60,8	63,5	2

Legenda: Lo 0 e il 100 rappresentano i punteggi minimo e massimo nelle diverse categorie, nella categoria time pressure, il valore 100 indica urgenza di entrare sul mercato - GRDI: Global retail development index - Fonte: A.T. Kearney

Giorgio Nicoli, imprenditore italo brasiliano di seconda generazione. Suo padre trasferì in Brasile nel 1948 l'attività nel meccanotessile che aveva a Reggio Emilia. Dopo aver liquidato dieci anni fa l'azienda di mobili con 800 dipendenti e un buon successo, Nicoli ha investito nel settore della logistica e oggi gestisce decine di magazzini del valore di 300 milioni di dollari, nella grande area di San Paolo.

Le località con vocazione turistica, riconosciute e/o in via di sviluppo sono quelle che, ovviamente, attirano di più gli italiani. «Nel nord est a ridosso delle spiagge meravigliose di Pipa, oppure a Cabo Frio, Arrial do Cabo e Buzios, località più vicine a Rio, la possibilità di comprare e mettere a reddito con l'affitto temporaneo è interessante. La richiesta è talmente alta che si rientra facilmente dell'investimento», ha assicurato Lazzari. Cabo Frio ha stabilmente 200 mila abitanti ma da novembre a marzo/aprile si arriva a circa 1.400.000 presenze. Maricà, a 70 chilometri da Rio, è un'altra delle località che negli ultimi anni ha attirato e sta tuttora interessando un gran numero di investitori. Qui nel 2008 il gruppo Zamparini ha acquistato 1,5 milioni di metri quadrati vicino al mare a 3 reais al metro quadrato per creare uno sviluppo immobiliare di 240 lotti, i cosiddetti condomini orizzontali, obiettivo oggi realizzato al 70%. Sono sviluppi che possono rendere dalle tre alle quattro volte i costi di realizzazioni secondo gli esperti del settore. Ma nel frattempo il prezzo dei terreni è aumentato in maniera esponenziale da 3 a 20 reais al metro quadrato. Il che non ha impedito ad altri sviluppatori di replicare il modello di sviluppo, tanto più redditizio quanto più è vicino al mare. Alphaville

è un'altra realizzazione a Maricà dove sono stati progettati 300 lotti venduti, in gran parte a brasiliani, ma non solo, a prezzi variabili tra 120 mila e 180 mila reais (40 e 60 mila euro) per abitazione tra i 100 e i 200 metri quadrati circondata da un piccolo giardino. «La richiesta per questo tipo di prodotti è ancora molto forte, in più di una occasione le vendite vengono aperte in piena notte e al mattino successivo l'offerta è esaurita», ha raccontato Marco Girelli, che ha lavorato per costruire Alphaville con la sua impresa. «I costi di costruzione di queste tipologie di ville variano da 1.000 a 2.000 reais al metro quadro, a seconda delle finiture» ha detto Girelli. Titolare di un'impresa di costruzione di strade a Desenzano, Girelli è riuscito a cederla nel 2008, alle prime avvisaglie di crisi e si è trasferito in Brasile, aggregando alla sua attività di costruttore altri piccoli imprenditori e professionisti travolti dalla crisi. Dopo aver lavorato anche per un gruppo di Dubai che a Maricà sta costruendo Rio Hills, un condominio di lusso con campo di golf progettato dall'architetto svizzero De Fournier, Girelli ha deciso di focalizzare l'attività del suo team su opere di edilizia civile. «Abbiamo molto lavoro anche dalla pubblica amministrazione e le condizioni economiche sono favorevoli, i pagamenti arrivano anche a 15 giorni dall'emissione della fattura e i clienti tengono molto a essere puntuali, altrimenti arrivano le segnalazioni che intaccano la loro reputazione», ha raccontato Girelli, che ha investito nell'acquisto di un terreno di 50 mila metri quadrati a Maricà, dove probabilmente farà un'operazione di sviluppo in proprio. Per i piccoli investitori che volessero comprar casa in Brasile la scelta è ampissima.

Nuovi progetti

ARCHEA PUNTA SUL LUSSO E LE FAVELAS

«Quando abbiamo presentato i progetti di ristrutturazione delle favelas a Eduardo Paes, sindaco di Rio, due anni fa, volevamo solo dimostrare come fosse possibile intervenire in un tessuto delicato come quello. La soddisfazione è stata di constatare che il senso di quella proposta, non demolire ma ristrutturare, è stata recepita negli interventi sono poi incominciati.» Marco Casamonti, 42 anni, fiorentino, figlio di un mercante d'arte, è uno dei fondatori di Archea, lo studio d'architettura con basi a Firenze, Milano, Pechino e Dubai che a Rio+20 ha presentato due progetti per le favelas di Chapeau Mangueira e Babilonia, due delle più difficili della capitale carioca. «Dialogare con i brasiliani non è facile, sono molto gelosi della loro cultura e delle loro tradizioni, che sono importanti.» Però l'esperienza ha convinto Casamonti delle necessità di puntare anche sul Brasile oltre che in Medio ed Estremo Oriente. Nel quartiere Maddalena di San Paolo, Archea ha acquistato un pezzo di terreno dove sorgerà la nuova sede, la prima di uno studio italiano in Brasile. E intanto sono partite anche le prime commesse. La cantina interrata degli Antinori in Toscana, uno dei progetti

di Casamonti che più ha fatto discutere, è servita da biglietto da visita per farsi affidare la costruzione di un'importante cantina a Florianópolis, capitale dello stato di Santa Caterina, una delle zone più vocate alla vigna. Sullo stesso stile ha progettato la mega villa che Mario Garnero, presidente della Banca d'affari Brasilinvest, si sta facendo costruire nei dintorni di Campinas, nello stato di San Paolo. Sarà una grande ellisse affondata nel verde di una collina. Nella capitale paulista, Casamonti sta costruendo un ristorante di lusso e ha recentemente consegnato al committente, Jo Slaviero, uno dei principali galleristi, il progetto di un condominio verticale in cui ogni appartamento affaccia su un giardino pensile. «Per problemi di sicurezza i ricchi brasiliani stanno rinunciando sempre di più alla villa singola e vogliono il condominio protetto,» ha commentato l'architetto fiorentino. Anche sul fronte dell'edilizia sociale, le opportunità di lavoro per costruttori e architetti sono molte. Entro la fine del 2015 devono essere consegnate dai 2 ai 3 milioni di nuove case che riescono ad entrare nel programma governativo Minha Casa Minha Vida, un obiettivo irrealizzabile dai

costruttori locali, secondo la maggioranza degli analisti. Il secondo Piano federale di Accelerazione della Crescita (PAC2) che dovrebbe prendere il via dalla fine di quest'anno, quando si concluderà la prima fase triennale, prevede investimenti per 410 miliardi di euro, divisi in sei filoni: energia, acqua e luce, servizi metropolitani, settore immobiliare, trasporti e il piano «città migliore».



Uno dei progetti di ristrutturazione delle favelas di Rio de Janeiro, curato dallo studio Archea di Firenze, di cui Marco Casamonti (sinistra) è uno dei fondatori. Suo è anche il progetto del condominio a San Paolo (foto a lato)

Fare partnership con aziende locali alla ricerca di know how è un'opportunità a cui molti imprenditori stanno guardando con interesse. Fabio Vicenzi, dell'omonimo studio di avvocati di San Paolo con solidi collegamenti con l'Italia, sta lavorando in questa direzione. «Le cose stanno cambiando rapidamente in Brasile anche a livello legislativo», ha raccontato, «per esempio dal 2015 entrano in vigore nuove norme per lo smaltimento dei rifiuti urbani che inevitabilmente spingeranno le amministrazioni locali a consorziarsi e cercare partner tecnologici importanti per affrontare i problemi». Tra gli obiettivi del piano, i programmi di urbanizzazione di favelas sono entrati a fare parte degli obiettivi delle amministrazioni in tutte le principali città brasiliane.



Molto più a Nord, nel Ceará, uno degli Stati a maggior crescita, intorno al 4% l'anno, ha puntato Edilmedia, un'immobiliare di Torino, che da tempo ha messo la zona di Fortaleza, la capitale dello stato nel mirino.

Più rischioso è entrare nel mercato dei lanciamenti ossia l'acquisto in pianta, la maggior parte concentrati in aree limitrofe alle grandi città. «Se si sa scegliere c'è ancora della convenienza a comprare e magari a rivendere prima della consegna», ha suggerito Cristiano Gatti, nel comitato tecnico della Camera di commercio italo brasiliana. Per farsene un'idea, internet funziona benissimo in Brasile, almeno in questo campo. Ci sono siti ove è già possibile capire l'andamento dei prezzi: vivareal.com.br, imovelweb.com.br, patrimovel.com.br. Per le chicche in Ipanema, Leblon e Copacabana, sul portale juliobogorcin.com si possono trovare interessanti

idee di acquisto. Un altro agente immobiliare con una fortissima copertura in Brasile del Sud è brasilbrokers.com.br. Un'altra idea di investimento sono i centri commerciali. Sul sito di Abrasce (portaldoshopping.com.br) l'associazione nazionale centri commerciali si possono avere buoni spunti di interesse. «Meglio indirizzarsi verso cittadine di 150/250.000 abitanti prossime ai grandi centri e/o con caratteristiche che possano offrire un buon collegamento alle metropoli», ha consigliato Lazzari. L'area prossima a Rio e quella a nord, da Niteroi in su, è interessante per investimenti nel residenziale turistico. Sul fronte dei terreni nelle grandi città ci sono tutt'ora ottime possibilità di investimento, dove anche solo l'acquisto senza lo sviluppo può portare al raddoppio se non a triplicare il capitale investito in poco tempo uno o due anni. Ovviamente bisogna saper

scegliere. «La terra c'è e in certe zone costa ancora poco», ha raccontato Massimo Penco, dell'omonimo studio-boutique di Milano, partner di Lima & Falcão a Recife e da 10 anni membro di RedeJur, associazione di studi legali di diritto societario con sede nella città di Brasilia fondata nel 2003 da un gruppo di avvocati, con l'obiettivo di creare un network di studi legali specializzati nell'assistenza delle imprese sia in Brasile sia all'estero. «Si possono investire anche 100 mila euro in un terreno e rivenderlo dopo un anno con una buona plusvalenza. Ma i numeri si fanno partendo da investimenti corposi, dal milione di euro in su. Si può comprare un terreno e poi rivenderlo ai programmi di edilizia convenzionata: ci vogliono però gli interlocutori giusti, i cosiddetti corretores o agenti immobiliari», ha detto Penco, che frequenta il Brasile con continuità. Da

Bahia, passando nel Minas Gerais, al sud del Paese, il terreno in buona posizione è piuttosto costoso ma al nord c'è ancora molto da fare. Ad esempio a Pecem, nello stato del Ceará, nella zona di Fortaleza, dove è stato scoperto il gas naturale, il potenziale è enorme. «Si creerà una città di 500 mila persone dove ci sarà bisogno di tutto, dalle case ai centri commerciali, alle infrastrutture», ha concluso Peco. Con questa valutazione concorda anche Lab Agency, società immobiliare che opera da anni sul mercato brasiliano come punto di riferimento per coloro che desiderano effettuare investimenti immobiliari (realestatebrasil.com). «In questo momento nel Nord-Est da Ceará a Fortaleza le quotazioni immobiliari partono da livelli molto più bassi rispetto al Sud. Il valore delle case, considerato il grande afflusso turistico, è destinato a crescere».

Il boom del Nordeste tra eco e business

Sette milioni di ingressi attesi per quest'anno, record assoluto, di cui almeno 600 mila solo per la Copa, stanno proiettando il settore tra quelli con la crescita maggiore. Intanto verso l'Italia...

di Francesca Vercesi

Solo per visitare il più grande acquario dell'America Latina e forse del mondo sono attesi, nel 2016 quando sarà pronto, un milione e mezzo di visitatori l'anno. E ne varrà la pena: 25 mila metri quadrati, 5 milioni di litri d'acqua, 12 mila animali di 400 specie, un recinto oceanico e un recinto di immersione interattivo, alimentato a energia solare e con il recupero di acqua pluviale. Ma basterà un acquario per quanto grande a bilanciare nel conto finale la speculazione immobiliare sulle coste del Nordest, l'attacco alle biodiversità nella foresta amazzonica e il caos creato dai grandi eventi? Il problema attualissimo è stato affrontato alla fine di aprile per 4 giorni dalla 8ª Conferenza Mondiale sull'Ecoturismo e il Turismo Sostenibile, che si

è svolta a Bonito (Rio Grande do Sul), premiata come meta turistica più responsabile del mondo durante l'ultimo World Travel Market. Poco conosciuta dal turismo straniero e scoperta da poco dal turismo dei brasiliani, lontana dal mare, Bonito offre ai visitatori un ambiente unico fatto di cascate, grotte, laghi, sorgenti, ruscelli, acquari naturali e fiumi di acqua trasparenti, molto ricercati per lo snorkeling. Insomma, un testimonial d'eccezione, dove in un acquario naturale formato dalla sorgente, di acque cristalline, del fiume Formoso, dove si trovano pesci coloratissimi che brillano in contrasto con il verde della vegetazione circostante.

Tuttavia la Conferenza non ha fornito, com'era prevedibile, risposte esaurienti ai quesiti sulla sostenibilità di un business colossale che muove quasi 80 miliardi di dollari l'anno e oltre 6 milioni di

ingressi nel 2013. Anche se l'esistenza di Bonito ha convinto perfino gli scettici inglesi dell'*Economist* a dichiarare il 2014, anno del Brasile, dal punto di vista turistico. «Il 2013 è stato per il Brasile l'anno migliore nella storia del turismo. In dieci anni, l'aumento del flusso è stato del 45%, con una crescita del 6% nel 2013 rispetto al 2012», ha rimarcato Andrea Faini, ceo di World Capital Group, attivo nell'immobiliare-turistico, «e le previsioni parlano di una crescita del settore che dovrebbe essere in media del 6,6% all'anno per i prossimi dieci anni». Non è difficile pronosticare che tra Calcio e Olimpiadi, il record del 2013 verrà agevolmente polverizzato, anche perché il Paese verdeoro ha il vantaggio di essere meta di flussi turistici tutto l'anno. L'interscambio con l'Italia, tra i Paesi europei, si mantiene in salute, grazie al fatto che, per molti italo-brasiliani, la

penisola è una tappa irrinunciabile sulle orme della storia familiare, ma non solo. Anche lo shopping di lusso attira in Italia i visitatori brasiliani. Lo fa sapere Angela Cataldi, responsabile di Regal Travel per il mercato brasiliano. Il brand di lusso del Gruppo HTS, insieme alla catena di outlet McArthur Glen, ha organizzato per un gruppo di tour operatori brasiliani specializzati nel segmento di lusso, una visita in Italia per far conoscere le migliori strutture ricettive e amplificare il tema dello shopping. Sulla rotta opposta, invece, c'è stata una contrazione del 13%, tra il 2008 e il 2012. «I viaggiatori italiani in Brasile, solo per fare vacanza, nel 2013 sono scesi a 105 mila dai 130 mila nel 2012. La spesa è scesa del 18% e i pernottamenti del 17% a causa della crisi e del real sopravvalutato», ha detto Luca Patané, presidente di Uvet American Express, uno dei tour ope-



«Il 2013 è stato per il Brasile l'anno migliore nella storia del turismo. In dieci anni, l'aumento del flusso è stato del 45%, con una crescita del 6% nel 2013 rispetto al 2012»



La chiesa ad Alcantara, antica capitale colonica del Maranhão

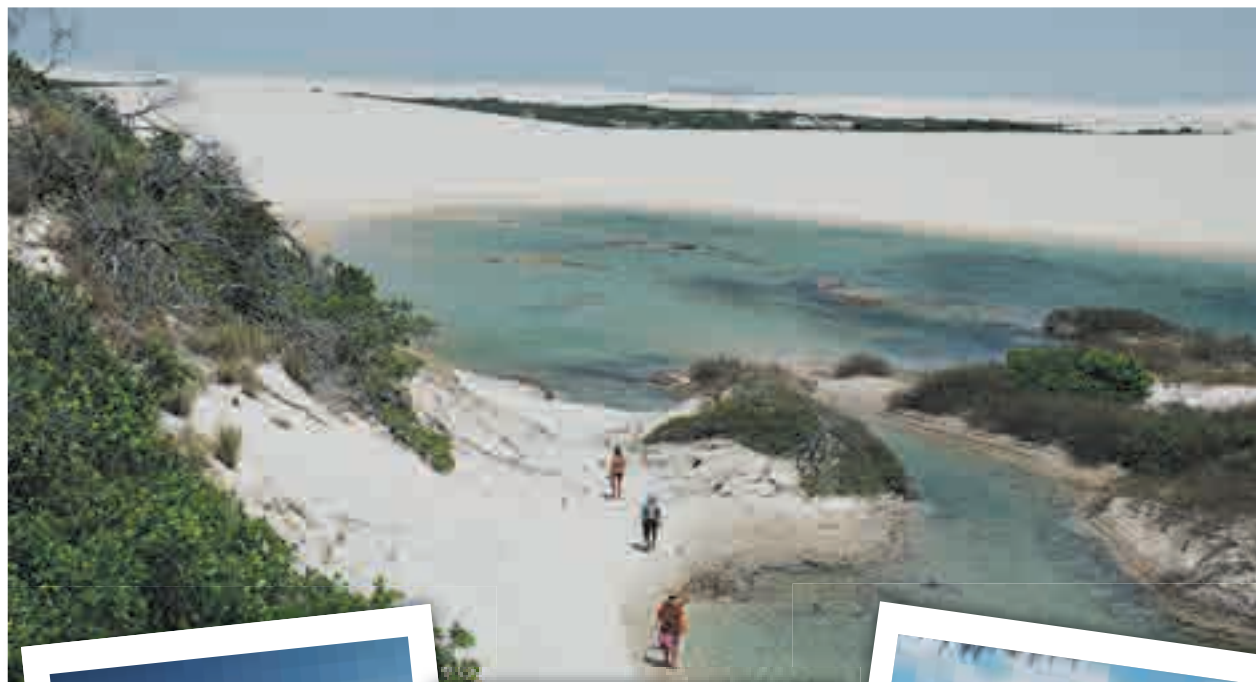


A vela nella baia di São Luís, capitale del Maranhão



In navigazione sui canali d'acqua dolce del delta del Parnaíba

Una delle spiagge più belle della costa del Ceará, Lagoa Paraiso e, sopra nella pagina a fianco, uno specchio turchese d'acqua piovana fra le dune dei Lençóis Maranhenses, uno degli spettacoli naturali più straordinari del Nordeste



La distesa di sabbia a Lagoa Paraíso nei pressi di Jericoácará



Le chiatte in attesa di transitare i buegy, fuoristrada da sabbia



Lagoa Paraíso, laguna d'acqua dolce, nei pressi di Jericoácará



I rendering del mega acquario in costruzione per Rio 2016. A destra, Andrea Faini, ceo di World Capital Group, attivo nell'immobiliare-turistico del mercato brasiliano

rator più forti sulla destinazione. «Sul fronte del business, la città di San Paolo è cresciuta moltissimo anche in termini di traffico. Un'idea che attira è quella di acquistare un immobile a fini turistici, per farne un hotel di charme, per esempio, sfruttando il gusto italiano che i brasiliani amano molto», ha concluso Patané. Intanto, a poche settimane dal calcio d'inizio della Copa triplicano le ricerche online degli hotel in Brasile. Secondo l'Osservatorio di trivago.it che ha analizzato l'andamento delle ricerche degli alberghi da



parte di belgi, tedeschi, inglesi, nordamericani, francesi e, in coda, italiani. Di conseguenza, oltre alle ricerche, aumentano anche i prezzi degli hotel nelle città che ospiteranno le partite: una camera doppia a Manaus la notte prima di Italia-Inghilterra costava all'inizio di Aprile 316 euro, mentre la notte prima della finale a Rio de Janeiro i prezzi medi degli hotel erano arrivati a 263 euro a notte.

Per i 10 milioni di addetti nel settore turistico che genera quasi il 3% del Pil nazionale, Copa e Olimpiadi saranno una manna. Secondo la Fifa (su dati Ernst & Young), l'evento sportivo frutterà all'economia brasiliana circa 113 miliardi di reais (circa 37 miliardi di euro) nel 2014, una buona parte spesi dai 600 mila turisti stranieri durante l'evento. Per le Olimpiadi nel 2016 si stima l'arrivo di 380 mila turisti stranieri. Per accoglierli sono in costruzione in tutto il Brasile 200 hotel e altre 170 aperture sono previste entro i prossimi tre anni, secondo Lodging Econometrics. E anche secondo la mappatura degli «Investimenti in Brasile: Hotel e Resorts», saranno operativi 164 nuovi hotel che forniranno 28.248 camere entro il 2016. «La classe media emergente del Brasile che si sta spingendo a esplorare il suo Paese è il nuovo fe-

DESTINAZIONE ITALIA

LA MATRICE OPPORTUNITÀ RISCHI PER I BRASILIANI

Punti di forza...

- › fascino del patrimonio artistico culturale, enogastronomia e legami storico-culturali
- › prezzi delle strutture ricettive più convenienti di quelli brasiliani
- › grande varietà dell'offerta turistica
- › accoglienza e ospitalità degli italiani
- › facilità di trasporto pubblico interno, in particolare ferroviario

... e di debolezza

- › alto costo del biglietto aereo
- › scarsa offerta di voli charter
- › scarsa disponibilità di materiale promozionale in portoghese
- › distanza geografica
- › scarsa promozione turistica in loco

Le opportunità...

- › aumento del reddito della popolazione brasiliana
- › popolarità dell'Italia derivante dalla scelta di un Papa sudamericano
- › espansione del credito bancario
- › maggiore disponibilità di voli con destinazione Italia
- › liberalizzazione delle tariffe internazionali da parte di Anac
- › crescita delle spese all'estero dai turisti brasiliani, soprattutto moda e hi-tech

... e le difficoltà

- › forte concorrenza di Stati Uniti, Spagna, Francia, Germania e Portogallo
- › qualità/prezzo migliori dei viaggi verso Argentina e Cile
- › grande offerta di crociere nel litorale brasiliano e argentino

Fonte: Enit 2014

nomeno», ha rivelato Ricardo Suarez, executive di Starwood, responsabile dello sviluppo del Brasile. Per questo la stragrande maggioranza delle nuove strutture sarà per tutte le tasche firmate da Novotel, Ibis, Holiday Inn Express, Super 8 e Tryp by Wyndham, mentre solo Hilton e Grand Hyatt stanno puntando sulla fascia alta di mercato. Il gigante dell'ospitalità francese Accor ha un portfolio di 55 alberghi in costruzione. Seguono Ihg, che ha sei sedi Inn Express e un Holiday Inn in cantiere e Hilton. Anche i complessi Novotel e Ibis dual-branded a un migliaio di distanza dallo Stadio Olimpico di Rio de Janeiro sono stati sviluppati da Host Hotels, uno dei più grandi proprietari di

Volare in Brasile
ALITALIA ANDRÀ IN GOL SUI VOLI INTERNI

Alitalia ha deciso di incrementare i voli sul Brasile, in occasione dei Mondiali di calcio. A partire da giugno renderà operativo un nuovo collegamento tra Roma e Rio de Janeiro, portando la frequenza a sei voli settimanali. Ma il passo più importante è stato l'accordo commerciale con la compagnia low cost Gol - Linhas Aéreas Inteligentes, che consentirà ai passeggeri Alitalia di raggiungere 17 destinazioni da nord a sud del Paese servite da Gol in coincidenza con i voli Alitalia per San Paolo e Rio de Janeiro. Le destinazioni sono: Aracaju, Belo Horizonte, Brasilia, San Paolo Congonhas, Cuiaba, Curitiba, Florianopolis, Goiania, Iguazu Falls, Maceiò, Manaus, Natal, Navegantes, Porto Alegre, Recife, Salvador de Bahia e Vitoria. «Gol rappresenta una compagnia molto forte in Brasile, mercato per noi fondamentale perché in continua crescita e con una rilevante presenza della comunità italiana», ha spiegato Gabriele Del Torchio, ceo di Alitalia. L'accordo con Gol prevede inoltre la possibilità di accumulare miglia per il programma MilleMiglia anche sui voli operati dalla compagnia brasiliana, e di accumulare punti Smiles per i passeggeri di Gol che volano con Alitalia. Alitalia è, inoltre, l'unica compagnia aerea a offrire ai passeggeri in Brasile la possibilità di acquistare a rate, fino a 12 mesi senza interessi, i biglietti per i voli dell'intero network. Nel periodo dei Mondiali, Milano Malpensa-San Paolo costerà 429 euro e il Roma-San Paolo 581, quindi molto meno delle tariffe medie registrate quest'anno che variano sul Milano-San Paolo dai 713 euro di Air Europe ai 1.120 euro di Alitalia. Dall'Italia, oltre alla compagnia di bandiera, i collegamenti più comodi con il Brasile sono quelli effettuati dalla TAP Portugal che vola da Roma, Milano, Bologna e Venezia verso Lisbona con collegamenti per Belo Horizonte, Brasilia, Fortaleza, Natal, Porto Alegre, Recife, Salvador de Bahia, Rio de Janeiro, San Paolo e Viracopos. E a partire dal 3 giugno anche verso Manaus e Belém, in Amazzonia. Tutte le tariffe includono pasto a bordo, due bagagli in stiva (max 32 kg ciascuno), e bagaglio a mano (max 8 kg). Check-in online e mobile check-in da 48 ore fino a 90 minuti prima della partenza del volo, con carta d'imbarco da stampare o mostrare da dispositivo mobile. Apwp free per info su volo

e destinazione scelti. La tariffa da Milano e Roma è poco più di 900 euro (dati in tabella). In occasione della Copa, tutte le compagnie aeree incrementeranno destinazioni e numero dei voli verso le 12 città delle partite perché si stima che oltre 3 milioni di brasiliani si sposteranno nel paese durante il torneo. Per evitare che le tariffe dei voli schizzino troppo in alto, le autorità brasiliane starebbero per varare una commissione di coordinamento tra le compagnie aeree e le agenzie di viaggio. A rendere le cose più complicate per i non brasiliani c'è anche il fatto che comprare i biglietti online per i voli interni è quasi impossibile. Al momento dell'acquisto, nella sezione dei dati obbligatori da compilare, le compagnie aeree domestiche chiedono un numero di identificazione fiscale, il Cpf, del quale solo i residenti in Brasile sono provvisti. Quindi, a meno di non avere qualcuno in loco, è impossibile portare a buon fine la transazione. Intanto Avianca Brasil e Azul Linhas Aereas hanno assicurato che non ci sarà nessun cambiamento delle tariffe abituali inerenti le rotte internazionali per i Mondiali Brasile 2014. La Azul, l'altra compagnia low cost brasiliana, ha deciso di limitare il tetto massimo del costo del biglietto per i voli interni a 999 reais, circa 307 euro, dal 6 giugno fino a metà luglio. Prima di questa presa di posizione la tariffa tra Brasilia e Rio era arrivata a quasi 1.500 reais, circa 462 euro, quando, più del doppio della tariffa normale, circa 600 reais, ovvero 200 euro. Azul ha anche fatto sapere di avere ricevuto l'autorizzazione per 600 voli extra e che ne ha richiesta un'altra per 310 voli. Non è passata invece la possibilità di permettere a compagnie estere, come Lufthansa e Air France, di allestire voli interni durante il periodo della Copa, che saranno invece appannaggio della Tam la aerea brasiliana che ha chiesto l'autorizzazione ad operare 1.000 voli in più, 850 dei quali domestici, in giugno e luglio prossimi.



I colori di Alitalia e Gol, che hanno stretto un accordo per collegare dall'Italia tutte le città dei Mondiali

Quali sono le tariffe più convenienti per i Mondiali

Partenza	Arrivo	Data	Prezzo (€)	Compagnia	Scalo
Milano Malpensa (Mxp)	Rio De Janeiro	12/06/2014-13/07/2014	944	Tam Linhas Aereas Economy	Si/San Paolo
Milano Linate (Lin)	Rio De Janeiro	12/06/2014-13/07/2014	1.603,70	Alitalia	Si/Roma
Roma Fiumicino (Fco)	Rio De Janeiro	12/06/2014-13/07/2014	1.035	British Airways+Iberia	Si/Londra
Roma Fiumicino (Fco)	Rio De Janeiro	12/06/2014-13/07/2014	2.037,73	Alitalia	No
Milano Malpensa (Mxp)	Sao Paolo	12/06/2014-13/07/2014	913	Tap Portugal	Si/Lisbona
Milano Malpensa (Mxp)	Sao Paolo	12/06/2014-13/07/2014	965	Tam Linhas Aereas Economy	No
Roma Fiumicino (Fco)	Sao Paolo	12/06/2014-13/07/2014	917	Tap Portugal	Si/Lisbona
Roma Fiumicino (Fco)	Sao Paolo	12/06/2014-13/07/2014	1.553,52	Alitalia	No
Milano Malpensa (Mxp)	Recife	12/06/2014-13/07/2014	871	Tam Linhas Aereas Economy	Si/San Paolo
Roma Fiumicino (Fco)	Recife	12/06/2014-13/07/2014	1.605	Alitalia	Si/San Paolo
Milano Malpensa (Mxp)	Natal	12/06/2014-13/07/2014	886	Tam Linhas Aereas Economy	Si/San Paolo
Roma Fiumicino (Fco)	Natal	12/06/2014-13/07/2014	1.472	Alitalia, Gol, Tam	Si/San Paolo, Rio De Janeiro
Milano Malpensa (Mxp)	Manaus	12/06/2014-13/07/2014	948 Euro	Tam	Si/San Paolo
Roma Fiumicino (Fco)	Manaus	12/06/2014-13/07/2014	1.640 Euro	Alitalia, Tam	Si/San Paolo

Fonte: Elaborazioni MF International da Skyscanner.it, Volgratis.it, Alitalia.it, Tam.it al 3 aprile scorso

hotel di lusso negli Stati Uniti. A Belo Horizonte, la quinta città del Brasile, ci sono 20 progetti alberghieri in corso che aggiungeranno 4.100 camere. La catena Wyndham sta lavorando per l'apertura di 25 nuovi hotel nel corso dei prossimi tre anni, che avrà un prezzo inferiore alla concorrenza attuale. Si chiamano i Super 8 e avranno tariffe che variano tra circa 80 e 120 dollari a notte. È anche l'aumento vertiginoso della domanda

di alloggi da parte dei viaggiatori d'affari in Brasile sta facendo lievitare i costi, secondo il Global Business Travel Association. Il totale della spesa per viaggi d'affari è previsto a 35 miliardi di dollari quest'anno, un salto del 14% rispetto allo scorso anno. Tra gli investitori italiani Giorgio Bonelli, figlio del creatore di *Tex Willer*, sta invece puntando su un resort di lusso con viule, l'Achymist Grand Hotel and Resort di

Jericooara, che dovrebbe vedere la luce nel giro di due, tre anni. «Sorgerà su un'area di circa 65 ettari che si affaccia direttamente sulla spiaggia più bella della costa detta Lagoa Paraiso. Il terreno è diviso dalla spiaggia da una duna di sabbia, alle cui spalle verranno realizzati i lotti più prestigiosi», ha spiegato Bonelli a *MF International*. Intanto Embratur ha appena lanciato la nuova piattaforma digitale Brazil Home.

Un sito che permette ai visitatori di fare un tour virtuale all'interno di una casa dove è possibile scoprire la storia e la cultura del Brasile. Anche Tour2000, attraverso il lancio di un nuovo sito dedicato, www.viaggiabrasile.net, in partnership con Latam Airlines Group, intende offrire una nuova idea del Paese proponendo la destinazione in quattro chiavi diverse: Happiness, Wedding, Family, Football&Sport.

Veneto: una regione incastonata tra la terra e il cielo

Veneto e Brasile, due regioni dal legame storico culturale talmente forte da essere ormai indissolubile. Su questo connubio si fondano le tre motivazioni principali che spingono la Regione del Veneto a puntare sul Brasile come mercato sul quale concentrare i propri sforzi.

Il Veneto è la prima regione italiana a vocazione turistica, con quasi 15 milioni di arrivi all'anno e circa 60 milioni di presenze. La domanda turistica del Veneto ha per fortuna una dimensione internazionale e la varietà dei paesi di provenienza dei turisti è un punto di forza che ci ha consentito di mantenere un elevato volume di flussi turistici anche nei periodi di crisi. Per questo e per tanti altri motivi diversificare i mercati per ridurre la dipendenza dai singoli paesi è per noi fondamentale. Evitando di riporre "tutte le nostre uova in un solo paniere".

A prescindere però da queste considerazioni meramente numeriche, i motivi che ci hanno spinto a guardare al Brasile e ai suoi mercati sono principalmente tre, dettati come dicevo all'inizio dal forte legame che intercorre tra i due paesi.

Il primo è un motivo fortemente sentimentale, infatti il Brasile ha accolto un grandissimo numero di emigranti italiani, per la maggior parte veneti, e ancora oggi la comunità veneta brasiliana conta circa 7 milioni di persone, è principalmente a loro che noi indirizziamo la nostra offerta turistica, a tutte quelle persone che vogliono visitare la terra d'origine dei propri genitori, ma anche conoscerne e impararne gli usi le tradizioni e gustarne il patrimonio enogastronomico.

Il secondo motivo che ci spinge a guardare con interesse al mercato brasiliano è di carattere strettamente economico e politico, in quanto essendo il Brasile il paese dell'area comunemente indicata come BRIC (Brasile, Russia, India e Cina) o BRICS (con l'aggiunta del Sudafrica) che ha sempre goduto di una stabilità politica e di una economia stabile e florida, si presta meglio degli altri ad accogliere le nostre proposte e le nostre strategie di promozione, e dall'altro lato ci garantisce appunto una resa ottimale dei nostri sforzi.

Il terzo motivo, strettamente turistico, ri-



Veneto
Tra la terra e il cielo

www.veneto.to



guarda la fortunata tendenza che le nostre stagioni subiscono nel corso dell'anno. Quando da noi è estate infatti da voi il clima volge all'inverno e viceversa, questo consente agli appassionati del mare di godere di una splendida alternativa al proprio paese natale, cogliendo anche l'occasione di visitare la propria terra d'origine, o per gli altri, una splendida fetta d'Italia che gode della più completa gamma turistica: mare, montagna, terme, lago, delta del Po, città d'arte e il nuovo prodotto turistico che stiamo promuovendo e valorizzando, la Pedemontana veneta, una striscia di terra fra le montagne e la pianura dalle straordinarie potenzialità.

Ma oltre a questo cosa può interessare ad un turista che viene da un paese con un'offerta turistica altrettanto ricca come il Brasile?

È proprio per questo

che dobbiamo essere capaci di sviluppare delle strategie di marketing turistico che devono necessariamente far leva sugli elementi dell'offerta veneta non rinvenibili in quella brasiliana, con un forte valore aggiunto emozionale.

Non da ultimo spingiamo per far apprezzare le eccellenze turistiche e produttive del Veneto. A questo proposito possiamo proporre occasioni di "shopping" presso le principali realtà produttive industriali ed artigianali come il settore della moda, calzaturieri della Riviera del Brenta, le Vetrerie di Murano, la Ceramica di Rosà, e poi le visite alle realtà produttive dei vini e delle produzioni artigianali.

Come ho cercato quindi di illustrare i motivi che hanno spinto la Regione Veneto a credere ed investire fortemente nel Brasile sono molteplici e di varia natura, perché vario e variegato è il mercato nel quale ci affacciamo. Per questo è importante selezionare il mix di elementi dell'offerta culturale, produttiva e turistica del Veneto che possono suscitare un forte appeal nel mercato brasiliano, grazie alla loro diversità ed originalità.



Marino Finozzi Assessore
al Turismo e al Commercio Estero
e Internazionalizzazione.

Automotive, cibo, lusso Chi cerca l'Italmanager

Per i manager che vogliono trasferirsi le opportunità non mancano e la retribuzione è spesso più elevata che in Europa. Ma il mercato richiede grande capacità di adattarsi ed esperienza

di Martina Mazzotti

Automotive, food, luxury e poi automazione industriale e travel retail: per i manager che guardano al Brasile come opportunità di lavoro sono e saranno questi per un bel po' di anni i segmenti dell'industria a creare la domanda maggiore. A stabilirlo è Consea Brasile, operativa dal 2009 come branch della casamadre di Torino guidata da Francesco Altomonte, trent'anni di attività nell'executive search. Consea do Brasil, sotto la responsabilità di Antonella Cerabona, lavora in tutta la regione Sud e Sudest del paese, quella più industrializzata e con il pil pro-capite più elevato, e affronta quotidianamente quella che è ritenuta da tutti una delle strozzature più rilevanti del sistema Brasile: la scarsa qualificazione nel middle management e la carenza di risorse adeguate a livello delle posizioni dirigenti di responsabilità. Dal punto di vista di chi decide di entrare nel mercato brasiliano o già vi opera da un po' di tempo, il problema è altrettanto pressante e spesso si pone il dilemma se convenga esportare, oltre alla produzione, manager di talento o puntare su professionisti in loco. «Per una start-up di successo ci vogliono professionisti preparati, con un solido background e una conoscenza consolidata del mercato locale», ha affermato, senza dubbi, Cerabona.

Per le posizioni più sensibili, occorrono non solo le competenze manageriali maturate in contesti complessi e ben organizzati, ma anche conoscenze tecniche approfondite su alcuni aspetti strategici che riguardano il contesto paese, altrove sarebbero meno necessarie: l'aspetto fiscale e tributario, le normative locali, il contesto sindacale. Per non parlare della sensibilità culturale e della capacità di adattarsi ad un mercato grande come un continente. Un simile background restringe molto la scelta dei potenziali concorrenti a posizioni chiave. «Solo chi ha potuto già maturare esperienze in loco, oggi può offrire alle aziende italiane

«Solo chi ha potuto già maturare esperienze in loco, oggi può offrire alle aziende italiane valore aggiunto, siano essi professionisti brasiliani o espatriati»



Bruno Busacca, rettore di SDA Bocconi che per conto di Fiat Chrysler ha organizzato un corso di specializzazione per manager brasiliani. Sotto, Stefano Caselli, pro rettore di Bocconi e responsabile dei progetti di internazionalizzazione

valore aggiunto, siano essi professionisti brasiliani o espatriati con alle spalle una forte esperienza in Brasile», ha avvertito Cerabona. D'altra parte il livello di professionalità di chi esce dal sistema di istruzione presenta molte lacune. Un esempio, fra molti: nonostante le numerose multinazionali presenti in Brasile, fra i candidati brasiliani a posizioni dirigenti l'inglese non è ancora un requisito assodato e spesso diventa l'ago della bilancia all'interno di un processo selettivo. «Un altro aspetto critico è il basso senso di appartenenza all'azienda, anche se il fenomeno si sta riducendo grazie alle politiche di retention, tra cui la

formazione all'estero e il talent development», ha sottolineato Cerabona. Una peculiarità del mercato del lavoro brasiliano da non sottovalutare è che la retribuzione media di un manager è paragonabile, o a volte leggermente più elevata, a quella del suo omologo europeo. Un trend che appare tanto più difficile da digerire se rapportato ai dati sui livelli di preparazione media dei manager, effetto diretto di un sistema educativo carente. Il 20% della popolazione non sa leggere, quasi la metà dei bambini brasiliani non frequenta la scuola e in Brasile vive ancora la metà della popolazione analfabeta di tutta l'America Latina, secondo uno studio condotto dall'Association of Executive Search Consultant. Questa organizzazione ha appurato che la debolezza nell'istruzione di base si ripercuote verso l'alto. È il motivo per cui gli ingegneri laureati ogni anno, 30 mila di cui solo una piccola minoranza arriverà ad avere competenze manageriali, sono pochi rispetto agli 80 mila della Corea del

I COMPENSI DEI MANAGER

CEO O COUNTRY MANAGER

Azienda brasiliana	Totale	Base mensile	Bonus annuo*	LTI*
range 1	798	42	5	2
range 2	940	47	6	2
range 3	1.134	54	6	3
range 4	1.560	65	8	4

Multinazionale

range 1	648	36	4	2
range 2	963	47	5	3,5
range 3	1.071	51	5	4
range 4	1.430	65	6	4

CHIEF FINANCIAL OFFICER

Azienda brasiliana	Totale	Base mensile	Bonus annuo*	LTI*
range 1	464	29	3	1
range 2	576	32	4	2
range 3	780	39	5	3
range 4	1080	45	7	5

Multinazionale

range 1	480	30	3	1
range 2	612	34	4	2
range 3	703	37	4	3
range 4	990	45	6	4

CHIEF COMMERCIAL, MARKETING OFFICER

Azienda brasiliana	Totale	Base mensile	Bonus annuo*	LTI*
range 1	486	27	4	2
range 2	589	31	5	2
range 3	665	35	5	2
range 4	858	39	7	3

Multinazionale

range 1	468	26	5	1
range 2	600	30	6	2
range 3	700	35	6	2
range 4	840	40	6	3

Fonte: Page executive 2013 - I numeri sono in migliaia di reais - * percentuale sulla retribuzione mensile nel caso vengano raggiunti tutti i target stabiliti, LTI: Long term incentive - I range si riferiscono alle dimensioni di fatturato dell'impresa: 1 - Fatturato inferiore a 100 milioni di reais all'anno; 2 - compreso fra 100 e 500 milioni di reais all'anno; 3 - compreso fra 500 e 1 miliardo di reais all'anno; 4 - oltre 1 miliardo di reais all'anno. Il campione analizzato era composta da 700 manager intervistati

Sud, 250 mila dell'India e i 400 mila della Cina. «Il gap qualitativo si ritrova anche nella formazione executive, soprattutto se paragonata a quella di India e Cina con una tradizione consolidata di preparazione a tutti i livelli, anche manageriale», ha confermato Stefano Caselli, vicerettore dell'Università Bocconi. SDA Bocconi School of Management, la scuola di specializzazione dell'università milanese, è un buon punto di osservazione perché sviluppa molti progetti di collaborazione interna-

La consulenza

LA BOUTIQUE CHIAMA ITALIA

Le big del settore, la boutique o il singolo professionista, elastico e con buone idee di business? Anche nella scelta dell'advisor, occorre avere le idee molto chiare dove e come si vuole andare, perché il rischio di spendere tanto e male è dietro l'angolo. Nella consulenza strategica a San Paolo si confrontano McKinsey, Boston Consulting, AT Kearny e Bain con la presenza non marginale di Value Partners, che nel paese verdeoro vanta una presenza ventennale e specializzazione nei settori dei media e delle telecomunicazioni. VP può mettere in campo l'esperienza di Alberto Griselli, director e responsabile dell'attività anche in Argentina. Guida un'organizzazione di una trentina di consulenti che ha allargato il raggio di azione all'oil&gas e al banking. Seguono in particolare progetti di strategia, ottimizzazione del go-to-market e allineamento strategico-operativo per gruppi locali con focus su efficacia ed efficienza dei modelli commerciali, aumento di produttività e cost-transformation. «Le opportunità in Brasile sono legate al piano di sviluppo infrastrutturale,

educazione, salute, agribusiness, servizi di base e beni consumo in generale,» ha avvertito Griselli.

Le big four della revisione, PwC, KPMG, Ernst

& Young, Deloitte sono tutte fornite di servizi corporate per la grande e media impresa. «Il vero valore aggiunto della consulenza è culturale e relazionale», ha spiegato Roberto Giovannini, responsabile del desk italiano di Kpmg a San Paolo, che può



Dall'alto, Graziano Messana punta soprattutto sulla consulenza finanziaria, Alberto Griselli di Value Partners, lunga esperienza brasiliana, e Fabrizio Brogгинi. A sinistra, Roberto Giovannini di Kpmg

contare su una decina di professionisti, «è necessario conoscere bene quali sono i passi migliori sia da un punto di vista politico che economico per fare breccia in quel mercato». Se la strada individuata è di sbarcare in Brasile insieme a un partner locale, il network di conoscenze e competenze che un colosso come Kpmg è in grado di mobilitare nei due sensi della relazione bilaterale, da Italia a Brasile ma anche viceversa, può fare premio. Tra le boutique, quella lanciata nel 1999 da Fabrizio Brogгинi, Brogginido Brasil Consultoria, è una delle più attive sul fronte Italia-Brasile. «Un hub di servizi per l'impresa», la definisce Brogginido, che spaziano dal commerciale-marketing, al legal, alla ricerca di partner e di manager. Ex manager Pirelli per il sud America, Brogginido ha una ventina di collaboratori a San Paolo, dove il suo alter ego brasiliano cura i rapporti locali, mentre Brogginido in Italia almeno una settimana al mese, sviluppa la rete di clienti italiani, tra cui nomi prestigiosi come Arvedi (acciaio), Teuco Guzzini (oggetti d'arredo), Zucchi Bassetti (tessile), e svizzeri. «Stiamo lavorando per due multinazionali rossocrociate del farmaceutico e delle costruzioni», ha rivelato, «la richiesta di aziende medio-grandi per entrare in Brasile continua a essere rilevante». Recentemente Brogginido ha aperto un desk specializzato

sulle pratiche doganali, perché metà delle aziende che cercano consulenza dalla sua Consultoria è esportatrice, in una prima fase. Un modello di consulenza più particolare è quello lanciato da Graziano Messana, che punta molto sulla parte finanziaria, attraverso la sua personal company GM Ventures, che si propone come partner strategico in start up e società che desiderano investire in Brasile. Messana ha anche lanciato una società specializzata nella gestione di marchi premium nella distribuzione retail e sono già suoi clienti Ducati, National Geographic, Armani Jeans, Victoria Secret, Safe Bag.



Antonella Cerabona di Consea Brasile, operativa dal 2009 come branch della casamadre di Torino guidata da Francesco Altomonte (sotto), trent'anni di attività nell'executive search. Consea do Brasil lavora in tutta la regione Sud e Sudest del paese, la più industrializzata



zionale e, in particolare, in India ha aperto una sede, l'unica sede fuori dall'Italia. «Veniamo servizi di formazione a multinazionali e banche che operano sui mercati esteri. Il Brasile è un paese in cui abbiamo una buona clientela e un rapporto consolidato con Fiat do Brasil», ha detto Caselli. «Fiat Chrysler America Latina ci ha dato mandato nel 2012 per l'edizione di un master che prevede un programma executive con moduli di insegnamento 1:1 e che comprende anche una parte da eseguire in remoto su piattaforme digitali», ha spiegato Bruno Busacca, rettore di SDA Bocconi. Il corso, molto intenso che si svolge in Brasile all'interno di Fiat, sta per concludere il primo biennio 2012-14. Al master hanno partecipato una quarantina di iscritti nella fascia middle manager di talento. La scelta di posizionamento in Brasile è stata di offrire una formazione in lingua inglese, quindi esportabile a livello internazionale, ma ritagliata sulle esigenze delle aziende che lavorano in quel mercato. Dal 1998 Bocconi collabora anche con la Facoltà di Economia di San Paolo, FEA-Usp e dal 2001 la collaborazione si è estesa a FIA, la Fundação Instituto de Administração, con cui ha promosso programmi di Executive MBA. La sinergia fra grandi aziende e programmi di formazione executive può rappresentare una grande opportunità che il governo federale sembra voglia cogliere, cercando soluzioni per alzare il livello di preparazione della classe dirigente del futuro. Con Scienza Senza Frontiere, il governo si propone, per esempio, di favorire

IL CEO È PIÙ PAGATO IN MINIERA

Settore	Reais	Euro
Minerario e metallurgia	55.100	17.891
Costruzioni	49.536	16.082
Consumer Goods	46.419	15.070
Farmaceutico	45.156	14.662
Chimico	44.885	14.572
Automotive	42.180	13.702
Elettrico/Elettronica	42.180	13.702

Fonte: Consea aprile 2014

I dati si riferiscono alla retribuzione mensile media

Il nuovo master

DA BOLOGNA PARTE LA SPECIALIZZAZIONE

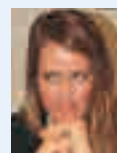
Otto giovani provenienti da diverse esperienze accademiche e lavorative, ma accomunati dalla scelta di puntare sul Brasile per future opportunità professionali. Sono gli studenti della prima edizione dell'International MBA in Brazil - Europe Business Relations, che rientra nel programma di master internazionali promossi da Alma Graduate, la Business School che ha come socio di maggioranza l'Università di Bologna. «L'idea è nata tempo fa in collaborazione con Fibra, la fondazione culturale italo-brasiliana che ha fra le sue mission quella di promuovere la cultura scientifica italiana in Brasile, ed è un format nuovo, unico in Italia e difficile da trovare a livello internazionale», ha spiegato Roberto Vecchi, professore di Letteratura portoghese e brasiliana di Unibo che coordina il programma dell'MBA Brazil-Europe, il primo in Europa. «Il focus del master privilegia l'area emergente a cui è dedicato, il Brasile, senza perdere di vista la dimensione di business europea, quindi non solo studio geografico e tematico, ma anche valore aggiunto attraverso lo scambio relazionale con l'Europa», ha concluso Vecchi. L'MBA, che costa 27 mila euro e prevede finanziamenti con borse di studio parziali o totali, ha una durata annuale sulla base di un programma di formazione in inglese, rivolto a studenti internazionali laureati che abbiano alle spalle da tre a cinque anni di esperienza lavorativa. Si rivolge quindi ai tentenni che desiderino fare un salto professionale. «Decidere di puntare, attraverso un MBA dedicato, alla specializzazione professionale e al mercato brasiliano, riflette la nostra consapevolezza delle grandi opportunità di crescita offerte dal Brasile per le imprese italiane», ha spiegato Giorgia Sanchini, che sta terminando la prima edizione del master. «L'obiettivo è di far parte di una nuova generazione di manager specializzati nella gestione del business development e nelle strategie di espansione internazionale delle aziende italiane, e che necessitano di essere accompagnate da esperti in grado di valutare investimenti specifici nel mercato brasiliano, cogliendone la complessità e favorendo lo sviluppo delle relazioni economiche e commerciali tra i due paesi».

la mobilità internazionale di studenti, studiosi e ricercatori brasiliani verso università e centri di ricerca di alta qualificazione nel resto del mondo. Il programma prevede di erogare

100 mila borse di studio in quattro anni, 2011-2015, per aree disciplinari di interesse per l'innovazione e lo sviluppo tecnologico e industriale, scienze naturali e scienze della vita, ingegneria, agricoltura so-

stenibile, ITC, energie rinnovabili e biotecnologie. Nel novembre 2011, 14 istituzioni italiane hanno firmato un accordo con le due agenzie del governo brasiliano incaricate, costituendo un network per lo scambio di studenti, scienziati e studiosi. Dal settembre scorso, sono in Italia circa 1.400 studenti, finanziati con borse del governo brasiliano, che svolgono un periodo di studio nell'ambito di percorsi di laurea, laurea magistrale e dottorato, uniti alla possibilità di effettuare da 3 a 6 mesi di tirocinio in aziende italiane. Fra le società che hanno aderito con più interesse c'è Telecom Italia. «Il progetto ha riconosciuto nei nostri laboratori di ricerca di Torino, Venezia e Roma dei pun-

ti di riferimento qualificati in grado di rispondere alle esigenze formative degli studenti», ha detto Emmanuele Carboni, responsabile dei rapporti con le istituzioni extra-europee di Telecom, grande sostenitore del progetto brasiliano. Fra il 2012-13, dei circa mille studenti brasiliani del programma Scienza Senza Frontiere che hanno scelto l'Italia come destinazione, una decina è entrata nel programma ITC di Telecom Italia. Questo consente a Telecom di avere uno scambio culturale con giovani molto bene preparati tecnicamente. «E nulla esclude che questi studenti una volta rientrati in Brasile siano oggetto di recruiting da parte di Tim Brasil», ha concluso Carboni.



Giorgia Sanchini, Italia

Laurea all'Università LUISS Guido Carli, Roma, in Management Consulting, Business Development & Strategy, Comunicazione & PR, Relazioni internazionali



Glòria Gállo, Ungheria-Brasile

Laurea all'Università Nazionale dei Servizi Pubblici, Ungheria, in Relazioni Internazionali e Commerciali, Business Relations



Maira Costa, Brasile

Diplomata alla Fundação Getúlio Vargas, FGV, Brasile, in New Business Development, Project Management and Business Process Excellence



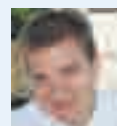
Jamshid Akhmedov, Uzbekistan

Laurea all'Università d'Aix-Marsiglia, Francia e all'Università Nazionale di Yokohama, Giappone, in Business development, Turnaround management, cultura d'affari in Giappone e Russia



Emanuele Arduini, Italia

Laurea all'Università degli Studi di Parma, Italia, in Consulenza, Business Development & Strategy, Legal & Regulatory Affairs



Diego Ramos Reis, Brasile

Laurea all'Universidade do Vale do Itajai - Univali, Brasile, in Automotive, Market Development



Daniele Di Blasio, Italia

Laurea all'Alma Mater Studiorum Università di Bologna, Italia, in Wine&Spirit Consultant, Art Consultant, Business and Investments in Brazil



Philipp Schneider, Germania

Laurea al FAP - Faculdade Piauiense / Brasil-PI, Brasile, in Business Development & Consulting, International Relations, E-Commerce

IL NOSTRO DESIGN E... LA TUA CASA



Modello Orione: soluzione ideale
per ambienti moderni ed
attenti ad ogni dettaglio.

casavalentina.it - info@casavalentina.it



Contenzioso e dazi per l'avvocato-commercialista

È sempre più la figura chiave per sbarcare bene sul mercato, poi quando gli affari hanno preso la piega giusta od occorrono operazioni straordinarie intervengono gli studi internazionali

di Gabriele Ventura

Un po' commercialista e un po' notaio, l'avvocato in Brasile è una figura chiave per l'imprenditore o chiunque voglia operare sul mercato. Dall'impostazione della pratica sul visto di lavoro, che richiede la residenza e 3-4 mesi di tempo per l'autorizzazione, alla redazione del primo statuto della Limitada, la più semplice delle società a responsabilità limitata, alla scelta del contadores, il ragioniere che dovrà provvedere alla stesura del bilancio, ma soprattutto alle pratiche di importazione e di fiscalità, tutto o quasi nell'avvio di un business dipende dalla capacità, dai contatti e dalla preparazione dell'avvocato-commercialista. «I problemi sono facilitati dal fatto che il nuovo codice civile brasiliano che unifica il diritto commerciale è quasi una copia di quello italiano, quindi di importazione giuridica europea-continentale,

«Anche il problema dei dazi, uno dei più sensibili per l'imprenditore italiano, può essere molto ridimensionato studiando attentamente la normativa»

non common law», ha fatto notare Giacomo Guarnera, palermitano ma ormai naturalizzato a San Paolo, dove si è trasferito nel 1990, avvocato brasiliano dal 1995. Dal suo studio in Rua Gomes de Carvalho a San Paolo, dove lavorano una quindicina di professionisti, sono passate una buona parte delle aziende, piccole e grandi, entrate in Brasile, anche in virtù del fatto che Guarnera è uno dei principali esponenti della comunità italo brasiliana di San Paolo, nonché vicepresidente della locale camera di commercio. «Anche il problema dei dazi, uno dei più sensibili per l'imprenditore italiano, può essere molto ridimensionato studiando

attentamente la normativa», ha sostenuto Guarnera in un recente incontro con gli imprenditori italiani a Milano, in cui ha annunciato un accordo tra il suo studio e quello dell'avvocato Girolamo Abbatescianni che lo rappresenterà a Milano.

La strada maestra per l'impresa italiana che decide di sbarcare in Brasile è, quindi, di stabilire il contatto giusto tra il proprio legale di fiducia in Italia e il suo corrispondente locale, che gli farà da alter ego. Per avere un'idea dei migliori studi legali in Brasile per settore si possono consultare le graduatorie messe a punto da diversi operatori, per esempio Chambers, che ha classificato law firm e avvocati anche sulla base delle testimonianze dei clienti, dividendoli in diverse fasce, dove la prima è la migliore (nella tabella in pagina sono riportate le prime due). Nella scelta va comunque tenuto presente che in Brasile possono esercitare solo gli avvocati iscritti all'Ordine brasiliano (Oab), il che significa, per il cliente, tariffe elevate, perché manca la concorrenza delle grandi law firm globali. La tariffa di una consulenza semplice per l'apertura di una nuova società può variare da poche migliaia ai 10 mila euro nei casi più complessi. Gli studi legali di medie dimensioni, sia italiani che brasiliani, propongono tariffe intorno ai 300-350 euro l'ora, stemperate dal fatto che viene concordato un cap che consente un abbattimento dell'onorario complessivo del 30-40%. La complessità dei problemi e la crescita di scambi tra le economie stanno creando una domanda crescente di professionisti con competenze internazionali sui temi di maggiore attualità, il contenzioso societario e commerciale, il cosiddetto settore dell'Abc (antitrust, anti-bribery e anti-corruption) e le operazioni di finanza straordinarie, tra cui l'export credit financing, cioè l'assistenza ai



1

1 Francesco Stella dello studio Hogan Lovells si è occupato di una importante acquisizione per conto di Parmalat;
2 Ricardo Gardini de Andrade dello studio Freshfields; 3 Paolo Quattrocchi, partner di riferimento per il Brasile dello studio Nctm;
4 Fabio Vicenzi, titolare dell'omonimo studio di San Paolo; 5 Giacomo Guarnera, fondatore dell'omonimo studio di San Paolo



2



3



4



5

I MIGLIORI STUDI LEGALI BRASILIANI PER SETTORE

Settore	Studi legali	
Agribusiness	Prima fascia	- Lazzarini Moretti e Moraes Advogados - Ramos e Zuanon Advogados - Santos Neto Advogados
	Seconda fascia	- Demarest Advogados - Mattos Muriel Kestener Advogados - Passos e Sticca Advogados Associados
Banking & Finance	Prima fascia	- Machado, Meyer, Sendacz e Opice - Pinheiro Guimarães Advogados - Pinheiro Neto Advogados
	Seconda fascia	- Mattos Filho, Veiga Filho, Marrey Jr. e Quiroga Advogados - Souza, Cescon, Barriau & Flesch Advogados - TozziniFreire Advogados - Veirano Advogados
Capital markets	Prima fascia	- Lefosse Advogados - Machado, Meyer, Sendacz e Opice - Mattos Filho, Veiga Filho, Marrey Jr. e Quiroga Advogados - Pinheiro Guimarães Advogados - Souza, Cescon, Barriau & Flesch Advogados
	Seconda fascia	- Barbosa, Müssnich & Aragão - Pinheiro Neto Advogados
Corporate/m&a	Prima fascia	- Barbosa, Müssnich & Aragão - Machado, Meyer, Sendacz e Opice - Mattos Filho, Veiga Filho, Marrey Jr. e Quiroga Advogados - Pinheiro Neto Advogados - Souza, Cescon, Barriau & Flesch Advogados - TozziniFreire Advogados
	Seconda fascia	- Demarest Advogados - Lefosse Advogados - Lobo & de Rizzo Advogados - Pinheiro Guimarães Advogados - Trench, Rossi e Watanabe (associated with Baker & McKenzie International) - Veirano Advogados
Contenzioso	Prima fascia	- Andrade & Fichtner Advogados - Ferro, Castro Neves, Dalro & Gomide Advogados - Pinheiro Neto Advogados - Sergio Bermudes Advogados - Wald e Associados Advogados
	Seconda fascia	- Demarest Advogados - Mattos Muriel Kestener Advogados - TozziniFreire Advogados - Veirano Advogados
Settore minerario	Prima fascia	- Lobo & Ibeas Advogados - Pinheiro Neto Advogados - Veirano Advogados
	Seconda fascia	- Azevedo Sette Advogados - Rolim, Viotti & Leite Campos Advogados
Oil & gas	Prima fascia	- L.O. Baptista, Schmidt, Valois, Miranda, Ferreira & Agel - Mattos Filho, Veiga Filho, Marrey Jr. e Quiroga Advogados - Tauil & Chequer Advogados in association with Mayer Brown LLP
	Seconda fascia	- Trench, Rossi e Watanabe (associated with Baker & McKenzie International) - Veirano Advogados - Vieira Rezende
Proprietà intellettuale	Prima fascia	- Dannemann, Siemsen, Bigler & Ipanema Moreira
	Seconda fascia	- Barbosa, Müssnich & Aragão - Gusmão & Labrunie - Kasznar Leonardos Intellectual Property - Montauray Pimenta, Machado & Vieira de Mello - Trench, Rossi e Watanabe (associated with Baker & McKenzie International) - Veirano Advogados
Lavoro	Prima fascia	- Mallet Advogados Associados - TozziniFreire Advogados
	Seconda fascia	- Demarest Advogados - Machado, Meyer, Sendacz e Opice - Robertella Advogados - Trench, Rossi e Watanabe (associated with Baker & McKenzie International) - Veirano Advogados
Real estate	Prima fascia	- Campos Mello Advogados - Duarte Garcia, Caselli Guimarães e Terra Advogados - DGCCT - Koury Lopes Advogados - PMKA Advogados
	Seconda fascia	- Amaral e Nicolau Advogados - Bicalho e Mollica Advogados - Felsberg e Pedretti Advogados e Consultores Legais - Gustavo Padilha Advogados Associados - TozziniFreire Advogados
Telecomunicazioni e hi tech	Prima fascia	Mundie Advogados Pinheiro Neto Advogados
	Seconda fascia	Barretto Ferreira e Brancher (BKBG) Manesco, Ramires, Perez, Azevedo Marques Sociedade de Advogados Trench, Rossi e Watanabe (associated with Baker & McKenzie International)

Chambers, fondata nel 1990 a Londra, dispone di un team di 140 analisti, che classifica gli studi legali in tutto il mondo sulla base di criteri oggettivi e dichiarazioni degli interessati e dei clienti che vengono raccolte dagli analisti specializzati sui singoli mercati, via email o telefono. Gli analisti impegnati full-time e durante tutto l'anno nelle ricerche contattano anche i clienti degli studi per un double check. I singoli avvocati sono classificati nelle singole aree di specializzazione sulla base della loro preparazione legale, esperienza, capacità e risultati. La classifica delle law firm si riferisce alla valutazione del dipartimento specializzato nei diversi settori, quindi non è una valutazione dello studio nel suo complesso. Quando uno studio ha diversi dipartimenti specializzati nei diversi segmenti del business legale, la classifica si riferisce a quel determinato dipartimento e non ad altri. La classifica a lato si riferisce all'attività 2013

gruppi industriali brasiliani che importano beni e servizi dall'Italia. «Molto spesso le imprese italiane puntano al Brasile ma non sanno come affrontare il mercato e hanno bisogno quindi di un professionista in Italia che si occupi di tutta quella serie di step necessari per entrare in Brasile: in questi casi il lavoro di consulenza che serve maggiormente all'impresa si svolge in Italia, dove conoscenza e serietà del professionista fanno la differenza», ha osservato Paolo Carbone dello studio Carbone&Vicenzi, che da quasi 20 anni opera nel campo della internazionalizzazione delle imprese straniere in Brasile, dove a San Paolo i tre fratelli Vicenzi, Fabio, Fernando e Marcelo, rappresentano una realtà attiva anche nella promozione del business. Fabio si occupa, in particolare del settore immobiliare e dello sviluppo di grandi progetti industriali, oltre a rappresentare in Italia anche Private equity partners. «Il punto cruciale è che l'impresa che sbarca in Brasile si trova di fronte a una montagna di passaggi burocratici che rischiano di togliere mesi allo sviluppo dell'attività: l'obiettivo è fare in modo che l'imprenditore debba occuparsi solo del suo business», è la mission di Diego Corrado, dell'omonimo studio legale di Milano legato allo studio Lautenschlager, Romeiro e Iwamizu di San Paolo. Corrado ha assistito imprese nel settore della filiera automotive, e case di moda. Nedl 2013 ha curato l'apertura della filiale italiana della casa di moda brasiliana Grendene, titolare tra l'altro dei marchi Ipanema e Melissa ed è consigliere di amministrazione di Grendene Italy. I grandi studi italiani puntano soprattutto alla specializzazione, come Nctm che svolge in Brasile l'attività di anticontraffazione per conto di Ferrari, avvalendosi del supporto di uno tra i primari studi brasiliani del settore Ip. Matteo Trapani e Paolo Quattrocchi sono i partner di riferimento per il mercato brasiliano. «Sul mercato dei servizi legali la capacità di porsi come interlocutore sia delle imprese italiane intenzionate a investire in Brasile sia delle imprese brasiliane in Italia è un fattore cruciale di competitività», hanno spiegato. Altra area di interesse di Nctm è costituita dai contratti di distribuzione e franchising. Legance che non ha sede in Brasile, ha scelto la strategia di dedicare allo sviluppo del lavoro con quel mercato, un partner se-

Una nuova legge

CORRUZIONE, ORA LA RESPONSABILITÀ È OGGETTIVA

Dal 29 gennaio è entrato in vigore un pesante inasprimento delle sanzioni previste dalla nuova legge anticorruzione: fino al 20% del fatturato annuo per l'impresa che le viola. Ma soprattutto la legge adotta il principio della responsabilità oggettiva ed estende la sua applicazione alle società estere che abbiano una presenza diretta o indiretta in Brasile. La sua conoscenza approfondita è quindi essenziale per l'adeguamento dei programmi di compliance e limitare i rischi di eventuali sanzioni. Freshfields ha elaborato un report, con l'assistenza dello studio legale brasiliano Tozzini Freire, e organizzato un seminario a Milano per informare gli investitori dei rischi a cui vanno incontro. La legge (n. 12846/13) stabilisce, tra l'altro, la responsabilità degli enti in caso di turbativa d'asta e truffa in relazione agli appalti pubblici, nonché in caso di corruzione di pubblici ufficiali, brasiliani o stranieri, mentre la precedente normativa sanciva esclusivamente la responsabilità delle persone fisiche. Enti e società, pur non essendo soggetti a responsabilità penale, adesso sono invece ritenuti responsabili, sulla base di un principio di responsabilità oggettiva, per la violazione delle disposizioni di cui si tratta nella legge. Un'ulteriore novità introdotta consiste nella possibilità di stipulare accordi di clemenza con le autorità brasiliane, il che, secondo Freshfields, potrebbe incoraggiare le società brasiliane a condurre indagini interne e denunciare spontaneamente eventuali violazioni.

Cosa è vietato fare. Le condotte sanzionate sono l'offerta o la dazione di benefici illeciti a un pubblico ufficiale o a una persona a questi correlata; la cooperazione nell'esecuzione delle condotte illecite; l'occultamento o la dissimulazione dei reali interessi o l'identità dei beneficiari di operazioni commerciali; l'ostacolo

all'attività di indagine o supervisione da parte degli enti pubblici. Per quanto riguarda gare e contratti pubblici, invece, la nuova legge brasiliana sancisce il divieto di:

- > impedire o turbare la natura competitiva di una gara pubblica;
- > escludere o tentare di escludere un concorrente mediante frode od offerta di benefici;
- > costituire, in modo fraudolento o illecito, una persona giuridica per la partecipazione a una gara pubblica o per la sottoscrizione di un contratto amministrativo;
- > ottenere un indebito beneficio o vantaggio per modificare o estendere contratti pubblici, formulare inviti

alla partecipazione a gare pubbliche o a concludere contratti con la pubblica amministrazione;

- > manipolare l'equilibrio economico-finanziario dei contratti stipulati con la pubblica amministrazione.

La nuova legge prevede pesanti sanzioni a carico dell'ente, sia dal punto di vista economico sia nella limitazione della capacità di un'azienda di operare in Brasile. Una società che dovesse essere ritenuta responsabile di uno degli atti vietati

dovrà risarcire i danni causati. Potranno inoltre essere chiamate a rispondere in solido società appartenenti al medesimo gruppo o consorzio. È prevista anche la responsabilità dell'ente, che risulta a seguito di fusione o acquisizione di enti aventi l'obbligo di risarcire i danni causati, fino al limite del capitale trasferito nell'operazione di fusione o acquisizione. Le sanzioni pecuniarie sono invece comprese tra l'1 e il 20% del fatturato lordo nell'esercizio precedente il fatto. Qualora tale valore non potesse essere determinato, l'importo della sanzione andrà da 6 mila reais, una soglia minima incredibilmente bassa, a 60 milioni, circa 20 milioni di euro.



Diego Corrado, dell'omonimo studio legale di Milano legato a Lautenschlager, Romeiro e Iwamizu di San Paolo, ha seguito lo sbarco in Italia del gruppo Grendene

rantito da Sace, e Mpx sa (ora Eneva sa), quotata alla borsa di San Paolo, nel contenzioso contro Maire Tecnimont, conclusosi con la stipula di un accordo transattivo in relazione ai contratti di engineering, procurement and construction (Epc) in corso di esecuzione nella zona Nordest del paese da parte della società di progetto Mabe. «Le grandi aziende italiane che scelgono il Brasile hanno bisogno di un'assistenza legale molto specializzata sul mercato locale, costruita su esperienze vissute», ha spiegato de Andrade. Hogan Lovells ha scelto invece di operare in Brasile a Rio de Janeiro e San Paolo come foreign legal consultancy. Francesco Stella, partner della sede italiana ha seguito Parmalat nell'ambito dell'acquisizione, attraverso la controllata Lactalis do Brasil, della società brasiliana produttrice di formaggi Balkis Indústria e Comércio de Laticínios di San Paolo che ha portato a Parmalat due impianti di produzione di Santo Antônio do Aracanguá e Juruáia. Se ne è occupato «Il mercato è molto interessante anche nei settori del life sciences e del diritto ambientale», ha commentato Stella. Per Luis Riesgo, partner dell'ufficio di San Paolo di Jones Day Jones Day, che sceglie lo studio legale brasiliano con cui collaborare a seconda dell'operazione, «il settore manifatturiero è molto promettente per gli investitori e l'm&a e il diritto societario saranno i settori chiave per i servizi legali».



nior, Bruno Bartocci.

Tra gli studi internazionali, Freshfields Bruckhaus Deringer ha messo a disposizione dei clienti italiani un brazilian desk guidato da Ricardo Gardini de Andrade, parte di una struttura internazionale dedicata alle relazioni con il Brasile composta da 20 partner e 30 associate in 19 sedi a livello globale, che ovviamente funzionano da e verso il Paese. Gardini de Andrade sta assistendo la brasiliana Apex (Trade and Investment Promotion Agency), responsabile per le attività di progettazione, costruzione,

Bruno Bartocci segue per Legance, che non ha una sede in Brasile, lo sviluppo del mercato

gestione e smantellamento del padiglione brasiliano per Expo 2015. I servizi legali riguardano il diritto regolamentare (le normative italiane e il procedimento di autorizzazione alla partecipazione a Expo), il diritto amministrativo e industriale (procedure per ottenere i permessi necessari per la costruzione e l'attività del Brazilian Pavilion, tutela della proprietà intellettuale durante Expo). Ma anche contrattualistica, diritto del lavoro, tributario, ambientale, immobiliare, costruzioni, societario e commerciale in genere. Freshfields ha assistito anche Jbs, il primo produttore mondiale di carne, in relazione a un contratto di finanziamento all'esportazione del valore di 42 milioni di euro erogato da Deutsche Bank e ga-

**MF MILANO
FINANZA**

Con meno di €5 a settimana leggi
il tuo quotidiano preferito su PC, iPad,
Tablet e Smartphone Android,
Tablet e PC Windows 8, Amazon Kindle Fire



Abbonamento mensile €19,99
(pari a €4,99 a settimana)

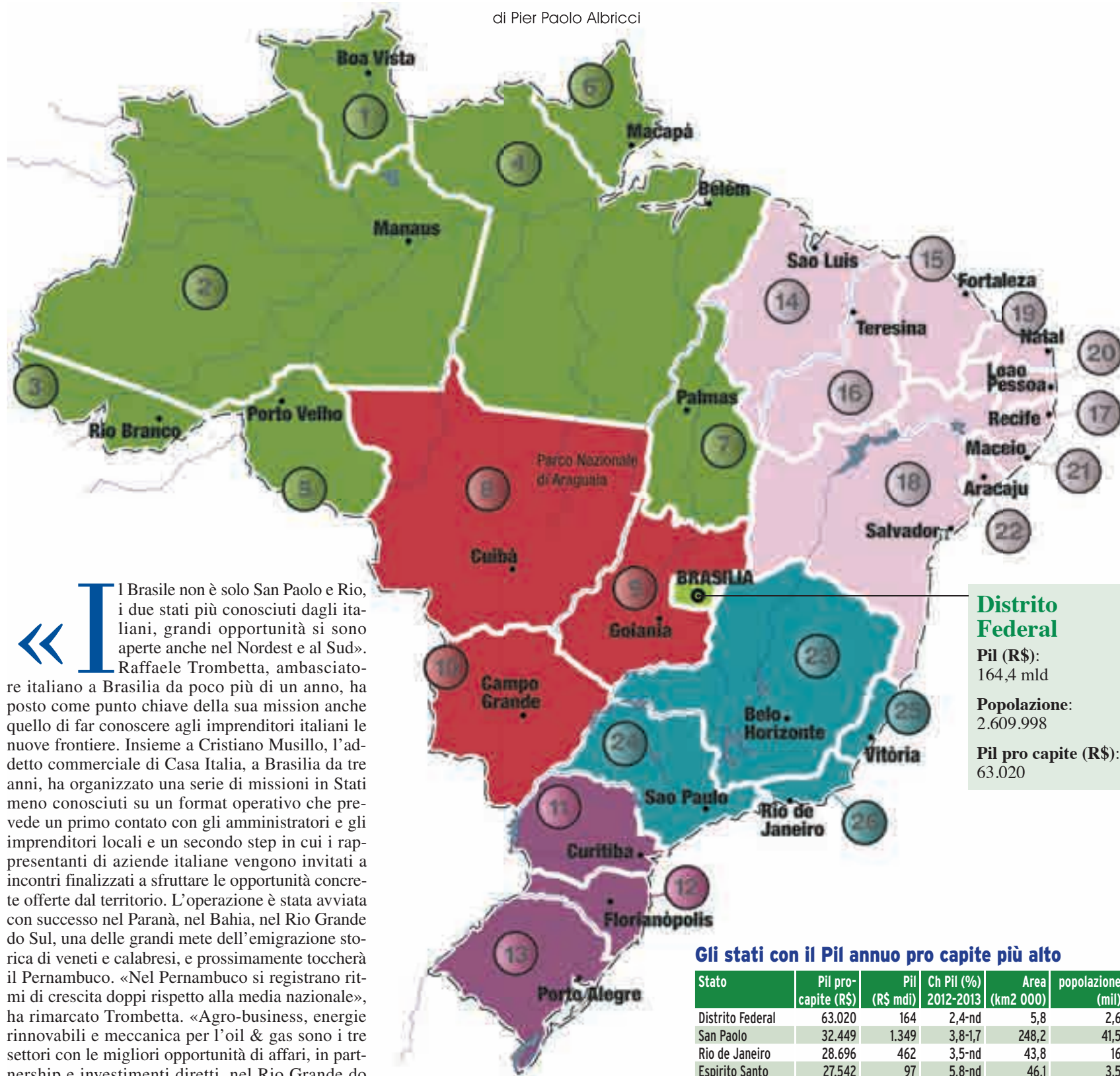
Abbonamento annuale €229,99
(pari a €4,42 a settimana)

Abbonati su www.classabbonamenti.com
oppure chiama il numero verde 800.822.195

La mappa del tesoro

Grandi opportunità si sono aperte negli stati del Nordest e del Sud. Ecco i nomi che servono per entrare in contatto con i nuovi mercati. E farsi finanziare a tassi decenti

di Pier Paolo Albricci



Distrito Federal
Pil (R\$): 164,4 mld
Popolazione: 2.609.998
Pil pro capite (R\$): 63.020

«Il Brasile non è solo San Paolo e Rio, i due stati più conosciuti dagli italiani, grandi opportunità si sono aperte anche nel Nordest e al Sud». Raffaele Trombetta, ambasciatore italiano a Brasilia da poco più di un anno, ha posto come punto chiave della sua mission anche quello di far conoscere agli imprenditori italiani le nuove frontiere. Insieme a Cristiano Musillo, l'addetto commerciale di Casa Italia, a Brasilia da tre anni, ha organizzato una serie di missioni in Stati meno conosciuti su un format operativo che prevede un primo contatto con gli amministratori e gli imprenditori locali e un secondo step in cui i rappresentanti di aziende italiane vengono invitati a incontri finalizzati a sfruttare le opportunità concrete offerte dal territorio. L'operazione è stata avviata con successo nel Paraná, nel Bahia, nel Rio Grande do Sul, una delle grandi mete dell'emigrazione storica di veneti e calabresi, e prossimamente toccherà il Pernambuco. «Nel Pernambuco si registrano ritmi di crescita doppi rispetto alla media nazionale», ha rimarcato Trombetta. «Agro-business, energie rinnovabili e meccanica per l'oil & gas sono i tre settori con le migliori opportunità di affari, in partnership e investimenti diretti, nel Rio Grande do Sul, terzo maggior parco industriale del Brasile e 7% dell'intera economia brasiliana», ha commentato Musillo dopo due giorni di visite e riunioni con imprenditori e autorità a Puerto Alegre, la capitale dello stato. Nel campo delle energie rinnovabili c'è, per esempio un progetto da 160 milioni di euro per costruire una linea di trasmissione che collegherà i principali parchi eolici del Paraná a quelli del

Gli stati con il Pil annuo pro capite più alto

Stato	Pil pro-capite (R\$)	Pil (R\$ mdi)	Ch Pil (%) 2012-2013	Area (km2 000)	popolazione (mil)
Distrito Federal	63.020	164	2,4-nd	5,8	2,6
San Paolo	32.449	1.349	3,8-1,7	248,2	41,5
Rio de Janeiro	28.696	462	3,5-nd	43,8	16
Espirito Santo	27.542	97	5,8-nd	46,1	3,5
Santa Caterina	26.760	169	2,7-4,0	95,7	6,2
Rio Grande do Sul	24.562	263	nd-5,8	281,7	10,7
Mato Grosso	23.218	71	4,1-nd	903,3	3
Paraná	22.769	239	nd-5	199,3	10,5
MG do Sul	19.875	49	4,6-nd	357,1	2,5
Minas Gerais	19.728	386	4,6-0,5	586,5	19,6
Amazonas	18.244	64	4,1-nd	3.484	1,6
Rondonia	17.659	28	nd-nd	237,5	1,5

Fonte: Ibope

1 Roraima

Pil (R\$): 6,9 mld
Popolazione: 460.165
Pil pro capite (R\$): 15.105

2 Amazonas

Pil (R\$): 64,5 mld
Popolazione: 3.538.387
Pil pro capite (R\$): 18.244

3 Acre

Pil (R\$): 8,7 mld
Popolazione: 746.386
Pil pro capite (R\$): 11.782

4 Pará

Pil (R\$): 88,3 mld
Popolazione: 7.688.593
Pil pro capite (R\$): 11.493

5 Rondônia

Pil (R\$): 27,8 mld
Popolazione: 1.576.455
Pil pro capite (R\$): 17.659

6 Amapá

Pil (R\$): 8,9 mld
Popolazione: 684.309
Pil pro capite (R\$): 13.105

7 Tocantins

Pil (R\$): 18 mld
Popolazione: 1.400.882
Pil pro capite (R\$): 12.891

8 Mato Grosso

Pil (R\$): 71,4
Popolazione: 3.075.936
Pil pro capite (R\$): 23.218

9 Goiás

Pil (R\$): 111,2 mld
Popolazione: 6.080.716
Pil pro capite (R\$): 18.298

10 Mato Grosso do Sul

Pil (R\$): 49,2 mld
Popolazione: 2.477.542
Pil pro capite (R\$): 19.875

11 Paraná

Pil (R\$): 239,3 mld
Popolazione: 10.512.349
Pil pro capite (R\$): 22.769

12 Santa Caterina

Pil (R\$): 169 mld
Popolazione: 6.317.054
Pil pro capite (R\$): 26.790

13 Rio Grande do Sul

Pil (R\$): 263,6 mld
Popolazione: 10.733.030
Pil pro capite (R\$): 24.562

14 Maranhão

Pil (R\$): 52,1 mld
Popolazione: 6.645.761
Pil pro capite (R\$): 7.852

15 Piauí

Pil (R\$): 24,6 mld
Popolazione: 3.140.328
Pil pro capite (R\$): 7.835

16 Pernambuco

Pil (R\$): 104,3 mld
Popolazione: 8.864.905
Pil pro capite (R\$): 11.776

17 Bahia

Pil (R\$): 159,8 mld
Popolazione: 14.097.524
Pil pro capite (R\$): 11.340

18 Rio Grande do Norte

Pil (R\$): 36,1
Popolazione: 3.198.657
Pil pro capite (R\$): 11.286

19 Ceará

Pil (R\$): 87,9 mld
Popolazione: 8.530.155.381
Pil pro capite (R\$): 10.314

20 Paraíba

Pil (R\$): 35,4 mld
Popolazione: 3.791.315
Pil pro capite (R\$): 9.348

21 Alagoas

Pil (R\$): 28,5 mld
Popolazione: 3.143.384
Pil pro capite (R\$): 9.079

22 Sergipe

Pil (R\$): 26,1 mld
Popolazione: 2.089.819
Pil pro capite (R\$): 12.536

23 Minas Gerais

Pil (R\$): 386,1 mld
Popolazione: 19.728.701
Pil pro capite (R\$): 19.573

24 São Paulo

Pil (R\$): 1349,4 mld
Popolazione: 41.587.182
Pil pro capite (R\$): 32.449

25 Espírito Santo

Pil (R\$): 97,6 mld
Popolazione: 3.547.055
Pil pro capite (R\$): 27.542

26 Rio de Janeiro

Pil (R\$): 462,3 mld
Popolazione: 16.112.678
Pil pro capite (R\$): 28.696

10,3%crescita del Pil
in Maranhao
nel 2011**21.545**R\$, pil medio pro
capite nel
2011**32,6%**quota Pil dello
Stato di
San Paolo

«Agro-business, energie rinnovabili e meccanica per l'oil & gas sono i tre settori con le migliori opportunità di affari, in partnership e investimenti diretti, nel Rio Grande do Sul, terzo maggior parco industriale del Brasile e 7% dell'intera economia brasiliana»

Rio Grande do Sul. Nell'oil & gas, la domanda di apparecchiature ed equipaggiamenti offshore sarà superiore a 7 miliardi di dollari, mentre cresce costantemente la domanda di macchinari agricoli, che per il 65% di producono in questo stato.

L'attenzione verso le nuove frontiere è sollecitata dalla decisa politica di incentivi, fiscali e doganali, che le amministrazioni locali portano avanti da tempo. I meccanismi di incentivazione sono stati sviluppati sia a livello territoriale che in settori ritenuti strategici dal governo federale. Il principio che l'investitore estero può godere degli stessi benefici dei cittadini brasiliani è ormai diffuso dappertutto, con poche eccezioni, e nel caso di insediamenti nei parchi tecnologici e distretti industriali gli incentivi sono offerti in forma di esenzioni fiscali e prestiti a tassi agevolati e possono comprendere anche la concessione di terreni per l'installazione di stabilimenti di produzione. Ma i finanziamenti su attività industriali, soprattutto quelli previsti dal Bndes, la struttura federale deputata ai prestiti per lo sviluppo, e dalle grandi banche, hanno regole molto specifiche. Addentrarsi nei meccanismi delle concessioni è impossibile per un investitore estero, senza l'aiuto di un advisor adeguato.

«I finanziamenti del Bndes sono stati aperti anche alle piccole e medie imprese con procedure articolate che però ottengono risposte relativamente rapide, al massimo quattro mesi», ha sostenuto Luciano Felletto, presidente della Camera di commercio Italo Brasiliana di Milano, un'istituzione privata patrocinata dal ministero dello Sviluppo, specializzata sul segmento della media impresa, con 60 anni di vita. La struttura guidata da Felletto ha accompagnato l'apertura di filiali commerciali e produttive di decine di imprese, anche con fatturati di pochi milioni di euro. «Il Bndes concede finanziamenti dal milione di euro in su per investimenti in macchinari, miglioramenti

tecnologici e anche per il capitale circolante», ha sostenuto Felletto. In questi casi si riescono a spuntare tassi di interesse sul livello del tasso di sconto (11% in aprile). Ai finanziamenti federali si possono sommare le agevolazioni concesse dai singoli stati. «Le principali agevolazioni sono concentrate nel Nordest e nel Centronord dalle regioni meno sviluppate che per questo offrono grandi opportunità», ha puntualizzato Gustavo Westmann, capo dell'Ufficio commerciale dell'Ambasciata del Brasile a Roma, impegnato nel far conoscere gli incentivi pubblici concessi agli investitori esteri. «Pernambuco e Ceará, con il loro potenziale eolico, Goiás, Mato Grosso e Amazonas attirano sempre più l'attenzione degli investitori anche italiani», ha spiegato. Nello stato di Santa Caterina, per esempio, sta crescendo un grande polo nautico italo-brasiliano dove hanno aperto i cantieri Ferretti e Azimut. In Pernambuco incomincerà presto a produrre la Fiat e Goiás, Rio Grande do Sul e Mato Grosso cominceranno ad apparire sul radar dell'agribusiness italiano. Negli stati del Nordest è attivo sul fronte dei finanziamenti il Banco do Nord Est, a controllo federale,

5,4%quota Pil degli
stati del
Norte**14,2%**crescita del Pil
nel Tocantins
nel 2012**5,8%**crescita di Pil
in RG do Sul
nel 2013



Luiz Pisanelli, vice direttore di Banco do Brazil a Milano, ha incominciato la carriera all'Istituto San Paolo di Torino in Brasile, segnalandosi come uno dei talenti più promettenti

che finanzia applicando un abbattimento dei tassi di interesse grazie a una legge federale. «Si arriva a pagare sui loro finanziamenti un tasso del 5%», ha fatto sapere Felletto, specificando che l'investimento può essere fatto anche in buona parte dello Stato dell'Espirito Santo, uno dei più favorevoli per i programmi di sviluppo infrastrutturali (intervista alla pagina seguente).

Tra le istituzioni brasiliane particolarmente attive nel finanziamento all'industria estera, il Banco do Brazil, l'unica banca brasiliana storicamente presente in Italia (a Milano), ha deciso di dare una sensibile accelerata ai rapporti bilaterali, grazie anche all'intraprendenza di Luiz Pisanelli, il manager che ha preso in mano le redini della squadra milanese. Formazione internazionale, con esperienza a Londra e New York, Pisanelli ha incominciato la carriera in Brasile all'Istituto San Paolo di Torino, segnalandosi come uno dei talenti più promettenti. Poi a capo della rete del Banco do Brazil in Europa, centralizzata a Lisbona, ha avviato un programma di sviluppo continentale che ha in Italia una delle punte avanzate. «L'attività con le imprese italiane ha avuto un'accelerazione impressionante sia con grandi che medie aziende», ha rivelato Pisanelli, «sono aziende che sono già in Brasile, che vogliono aprire laggiù o che vogliono investire per diversificare». Se l'azienda, con un livello di fatturato medio, diventa cliente del Banco, quindi ha ottenuto un rating positivo dalla banca, le si aprono diverse possibilità di essere finanziata. La più interessante è quella creata da una legge federale, la 4131, recentemente aggiornata, che consente all'azienda estera di essere affidata in Italia in euro per investimenti in Brasile, pagando quindi un tasso di interesse parametrato al mer-

Le banche italiane

ECCO PERCHÉ SERVE UNA BUONA PRESENTAZIONE

Il primo sportello tricolore, full banking, sarà quello di Intesa Sanpaolo. Ma l'inaugurazione dei nuovi uffici di Avenida Faria, affidati a Marco Fracchia, è stata rimandata ancora alla fine d'anno. Ai primi di aprile è arrivata la firma del presidente della repubblica, ultimo atto autorizzativo del lungo iter che dura da più di un anno, anche se, ha assicurato Walter Ambrogi, capo dell'estero di Intesa e presidente in pectore della nuova banca brasiliana, è stato fatto tutto il possibile per seguire la via più breve. Ma ora servono ancora mesi perché la Banca centrale e la vigilanza possano testare l'affidabilità delle procedure. Le autorità si sono irrigidite sui processi autorizzativi dopo che diverse banche avevano chiesto di aprire senza poi dare seguito operativo alle licenze ottenute. Intesa ha dovuto comperare una di queste licenze non sfruttate per potere accelerare i piani operativi. La vicenda del gruppo milanese sa, tuttavia, di nemesi storica, dal momento che circa dieci anni fa la stessa banca decise di vendere la controllata sudamericana, Sudameris, eredità della Banca Commerciale Italiana, che aveva una buona presenza in Brasile, uscendo quindi dal quel mercato, che stava incominciando una rapido percorso di crescita. Così a San Paolo nei dieci anni più fertili del boom brasiliano sono rimasti solo uffici di rappresentanza, oltre a Intesa, quello di Unicredit, di Ubi banca e Banca Popolare di Vicenza, l'unica delle medie istituzioni italiane a spingersi fin laggiù. Le due banche maggiori fanno affari sul Brasile da New York dove sono centralizzati gli affidamenti sui grandi clienti sia italiani che brasiliani, come Petrobras, Embraer, Vale, Brazilian Food. Dall'Italia, invece, viene seguito tutto il lavoro legato agli scambi commerciali, il cosiddetto export finance e l'attività di promozione della destinazione. Intesa prevede che a regime la filiale di San Paolo avrà una cinquantina di dipendenti, un target che dà le dimensioni dell'impegno nel segmento corporate con cui la banca ha deciso di recuperare sul mercato. Ubi banca, affidata alle cure di Isidoro Guerrieri, 15 anni di esperienza brasiliana oltre che responsabile dell'area latino-americana non ha, invece, intenzione di investire altre risorse sul paese, nonostante l'attivismo di Guerrieri, ben inserito nella comunità italo brasiliana, stia attirando un numero crescente di relazioni al gruppo anche fra le grandi aziende brasiliane. Ubi, con il progetto Ubi World, sta puntando piuttosto a sensibilizzare la rete italiana perché diventi più attiva nella promozione dei processi di internazionalizzazione delle aziende clienti. Resta il fatto che nessuna delle grandi banche italiane, con l'eccezione di Intesa, ha ancora deciso di spingere l'acceleratore sul mercato



Dall'alto, Isidoro Guerrieri, responsabile dell'ufficio di Ubi Banca per Brasile e Sud America, Renzo Regini di Unicredit, veterano dei banchieri italiani a San Paolo, Maria De Freitas, italo brasiliana, responsabile dell'ufficio di Banca Popolare di Vicenza, e Marco Fracchia, responsabile di Intesa Sanpaolo che aprirà entro l'anno una banca corporate

verdeoro, nonostante la presenza italiana, storica e recente, sia molto elevata e in crescita. Ottimista sulle prospettive brasiliane, Renzo Regini responsabile a San Paolo del team di sei persone di Unicredit (il Credito Italiano fu la prima banca italiana ad aprire in Brasile nel 1948), è anche quello con la più lunga esperienza del Paese, dove risiede da 22 anni, già manager della Banca Nazionale del Lavoro e responsabile del desk italiano di Unibanco, ora Itaù. «Stabilirsi in Brasile è un passo fondamentale per chi voglia affrontare quel mercato, il Brasile vuole comprare Brasil e il paese sta difendendo con i dazi la sua giovane industria», ha spiegato il manager, in un recente incontro con gli imprenditori italiani, «ma vale la pena investire perché il Paese ha enormi vantaggi comparativi per gli italiani». Secondo Unicredit il ruolo di facilitatore che la banca italiana può avere introducendo la media azienda italiana nel sistema finanziario brasiliano è tutt'altro che irrilevante. «In un paese dove il costo medio del debito è del 2-2,5% al mese e le banche locali finanziano solo sulla base della consistenza dei mezzi propri ed è complicato anche aprire un conto corrente se non si è brasiliani, il ruolo dell'advisor bancario che conosce bene la casamadre è fondamentale», ha avvertito Regini. Unicredit ha stretto accordi con Itaù, Bradesco e Santander, cioè 3/4 del sistema bancario locale, presso cui appoggia i suoi clienti. Convogliare l'apertura dei conti correnti sulle maggiori banche brasiliane e con le istituzioni finanziarie federali, il Bndes in primo piano, per creare le premesse di linee di credito a favore degli imprenditori italiani resta comunque una delle principali attività delle banche italiane a San Paolo. «Continua a esserci un interesse molto forte a mettere un piede in questo mercato», ha confermato Guerrieri, «sia costituendo società dirette, sia cercando alleati con cui creare joint venture». Secondo il manager di Ubi non va sottovalutato il ruolo che le rappresentanze italiane hanno nel favorire il business. La presentazione presso le banche locali sta diventando sempre più importante perché i controlli sui movimenti bancari delle autorità locali, soprattutto in funzione antiriciclaggio, sono molto cresciuti e le procedure di tipo know your client sono diventate obbligatorie per l'apertura di un rapporto di conto. Regini raccomanda agli imprenditori che vogliono aprire in Brasile di puntare ad avere affidamenti in reais piuttosto che fare arrivare finanziamenti intercompany per far partire il business. Il finanziamento in reais non espone al rischio svalutazione, che è sempre un pericolo latente, anche se non nelle dimensioni del passato. Inoltre è gestibile con molta più elasticità dalla società sussidiaria, mentre i controlli delle autorità locali sui movimenti bancari in valuta estera sono tipici da sistema valutario chiuso, in cui lo Stato ha il monopolio del cambio.

Nuove frontiere

ESPIRITO SANTO, L'ELDORADO TRICOLORE

Una buona parte 190 miliardi di dollari stanziati in Brasile per lo sviluppo del settore oil & gas fino al 2019 a seguito della scoperta dei giacimenti marini di petrolio e gas, riguarda lo Stato dell'Espírito Santo, con cui l'Italia ha avviato una serie di accordi per portare le sue industrie nel nuovo eldorado. Con soli 3 milioni e mezzo di abitanti è il secondo produttore brasiliano nell'oil & gas e lo Stato con il Pil più alto del continente. La comunità italiana e italo-brasiliana rappresenta la maggioranza della popolazione locale, che ha eletto governatore, con una maggioranza dell'83%, Renato Casagrande, 54 anni, italiano di seconda generazione, bilingue (italiano e portoghese). La sua mission è anche quella di favorire l'arrivo di investimenti dall'estero soprattutto nei settori della tecnologia e dell'energia. MF International lo ha intervistato.

Domanda. Espírito Santo 2030 è un programma molto ambizioso. Su quali risorse finanziarie si basa?

Risposta: Il piano di sviluppo conta già oggi un portafoglio d'investimenti pubblici e privati approvati dal dipartimento allo Sviluppo del valore di 50 miliardi di dollari che verranno spesi entro il 2017. Prevediamo la creazione di almeno 100 mila nuovi posti di

lavoro. La rendita petrolifera che nel 2013 ha generato allo Stato introiti per circa xxx sarà una delle leve più importanti dal punto di vista finanziario.

D. Quale sarà l'impatto economico dello sviluppo dell'industria dell'oil&gas nel suo Stato, nei prossimi cinque anni?

R. Negli ultimi anni, lo Stato è diventato il secondo maggior produttore del Brasile, con una quota del 15% della produzione nazionale. Attualmente vengono estratti dal mare 350 mila barili di petrolio al giorno in media e circa 12 milioni di metri cubi di gas naturale. Il completamento della filiera petrolifera con l'attivazione delle piattaforme offshore (i progetti C-Port Edison Chouest, Itaoca Offshore), del cantiere navale Jurong, uno dei più grandi del Brasile) e della raffineria in fase d'insediamento ci fanno prevedere una crescita accelerata nei prossimi cinque anni.

D. Quali sono le direttrici principali del piano di sviluppo?

R. Gli obiettivi di lungo termine sono basati su un trinomio: innovazione, dinamicità e sostenibilità, che orienta e orienterà piani, programmi e progetti.



Renato Casagrande, 54 anni, italiano di seconda generazione, sposato con due figli è governatore dell'Espírito Santo dal 2011. Nella mappa sono evidenziati i giacimenti di petrolio, al largo delle coste brasiliane



In concreto vuole dire operare per una migliore qualità di vita della popolazione, assicurare competitività economica, uguaglianza d'opportunità per le persone e identità capixaba forte e riconosciuta.

D. Che cosa vuole dire?

R. La popolazione capixaba è quella formata da coloro che nascono nello Stato e hanno discendenza italiana. Sono la maggioranza degli abitanti di questo Stato che si può considerare un pezzo d'Italia in Brasile, geloso delle tradizioni e di questa identità culturale.

D. Per le imprese italiane quali sono i vantaggi di un insediamento in Espírito Santo, rispetto ai più conosciuti Rio e San Paolo?

R. L'Espírito Santo offre una localizzazione geografica privilegiata, poiché nel raggio di 1.000 chilometri da l'accesso al maggior mercato di consumi brasiliano, concentrato nelle città di Rio de Janeiro, San Paolo, Salvador, Goiânia e Belo Horizonte. Inoltre 28 municipi al Nord dello Stato possono contare su incentivi federali che si aggiungono a quelli statali abbattendo

moltissimo gli interessi sui finanziamenti pubblici, oltre agli incentivi fiscali.

D. In dettaglio quali sono possono essere gli incentivi?

R. Con lo scopo di proporre e creare progetti che tengano conto della crescita capixaba, la struttura statale che si occupa dello sviluppo (Sedes) agisce come interfaccia dell'Invest-ES, il cui scopo è di stimolare la realizzazione d'investimenti, il rinnovamento tecnologico delle strutture produttive e l'aumento della competitività statale, puntando alla creazione di posti di lavoro e crescita del reddito.

D. Dal momento della richiesta di insediamento, quanto tempo passa mediamente per ottenere i permessi necessari e gli allacciamenti alle reti di servizi?

R. Le proposte di investimento vengono valutate e su questa base si stabilisce un cronogramma specifico, pertanto ogni caso è studiato individualmente. Le imprese possono anche contare sul supporto della Banca di Sviluppo dell'Espírito Santo (Bandes), oltre che, naturalmente, delle banche locali.

cato italiano, che nel peggiore dei casi è meno della metà di quello che pagherebbe in Brasile. Se l'azienda è già cliente del Banco do Brazil, l'affidamento, nel limite di credito riconosciuto al cliente, avviene senza nessuna garanzia accessoria. Se l'azienda non è cliente, la banca chiede un deposito a garanzia, per tutto il tempo del finanziamento, remunerato a tassi di mercato. «La pratica viene approvata in un paio di settimane per i clienti», ha specificato Pisanelli, che sta lavorando molto anche sullo sconto commerciale agli esportatori italiani. Nel caso che l'importatore brasiliano sia un cliente del Banco do Brazil, la banca anticipa all'esportatore l'intero importo della fornitura a presentazione fattura con la clausola pro-soluto, quindi rinunciando al diritto di rivalersi in caso di problemi. Anche le banche italiane sono attive sul fronte commerciale, nel trade finance ed export finance, soprattutto se le operazioni hanno garanzia Sace. E appoggiano le aziende italiane clienti che vogliono investire in Brasile attraverso le loro rappresentanze (box alla pagina precedente).

Negli ultimi due anni l'Italia ha investito circa 2 miliardi in Brasile, classificandosi tra i partner principali. La maggior parte degli investimenti è concentrata a San Paolo, che ha una delle più grandi popolazioni di origine italiana nel mondo, ma anche a Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo. Gradualmente, tuttavia, vi è un lento spostamento degli investimenti italiani in nuove aree. Gran parte delle pratiche relative agli investimenti diretti in Brasile sono passate dalla scrivania di Massimo D'Aiuto, ispiratore e ceo di Simest, la finanziaria



Luciano Feletto, 68 anni, è presidente della Camera di commercio Italo Brasiliana, attiva da 60 anni nel favorire i rapporti bilaterali

controllata (76%) da Cassa depositi e prestiti e dalle principali banche italiane e dal sistema imprenditoriale. Il suo ruolo, prevalentemente ricolto ai processi di internazionalizzazione di piccole e medie imprese, è stato negli anni fondamentale su diversi piani. Da un lato ha finanziato studi conoscitivi per capire le possibilità di business nel mercato. Ove il business plan fosse convincente, ha investito capitale nell'impresa finalizzato all'avvio dell'investimento. Inoltre ha svolto un ruolo di intermediario con i canali bancari tradizionali italiani e brasiliani, con il Bndes in particolare.

Dalla scrivania di D'Aiuto sono passati 82 progetti con target il Paese verdeoro. Senza distinzione alcuna di settore, Simest ha stanziato 141,6 milioni di euro per le imprese pari a 1.218 milioni di euro di investimenti complessivi e un capitale sociale di 794 milioni di euro. «Buona parte dei progetti è finanziata con partecipazioni. Sono ormai 45 pari a una quota di 70 milioni di euro, a fronte di investimenti complessivi per 696 milioni di euro ed un capitale sociale delle imprese partecipate di 463 milioni di euro», ha spiegato D'Aiuto che tiene a sottolineare però come le partecipazioni non siano l'unico strumento a disposizione di Simest. «Con sempre maggior frequenza aiutiamo le aziende italiane con operazioni di venture capital attraverso un fondo di equity pubblico gestito autonomamente.» In questo senso, i progetti di investimento in Brasile deliberati sulle disponibilità del Fondo sono stati 39, per una quota di 26 milioni di euro.

Ma Simest non svolge solo un ruolo di equity. Lo scopo della finanziaria guidata da D'Aiuto è promuovere l'internazionalizzazione anche attraverso l'individuazione di investimenti da segnalare alle più virtuose aziende italiane e la gestione degli strumenti pubbli-



Massimo D'Aiuto è il ceo di Simest, la finanziaria della Cdp impegnata sui processi di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese

Le buone relazioni

COME AVERE TUTTI I CONTATTI DA LIDE

L'idea di Jao Doria, editore e volto televisivo di Rede Globo, è stata quella di costruire una rete fatta di imprenditori leader, che potesse rappresentare il nodo principale per l'ingresso sul mercato brasiliano di imprenditori esteri e, al tempo stesso, rappresentasse l'industria brasiliana all'estero. È nata così nel 2003, Lide un'organizzazione privata a scala globale, che in pochi anni ha costruito un network di oltre 1400 imprenditori, che rappresentano il 51% del Pil brasiliano e ha articolazioni in 12 città brasiliane e 11 paesi. In Italia, Juan Barberis sta formalizzando una sezione locale con l'appoggio di PwC, Barabino & Partners, Bsi Merchant e Azimut. *MF International* ha intervistato Doria.



Jao Doria, editore e volto televisivo di Rede Globo, ha fondato Lide, la rete costituita da imprenditori leader

Domanda. In che modo Lide può essere utile a un imprenditore italiano che voglia investire in Brasile?

Risposta. L'imprenditore italiano deve seguire da vicino la domanda del mercato interno, i movimenti nel suo settore e gli altri indicatori economici. Lide, nel corso dei suoi appuntamenti periodici, consente uno scambio di informazione continuo e un aggiornamento sulla situazione. E dalla condivisione di idee con altri imprenditori arrivano i risultati concreti di business.

D. C'è un'accelerazione dell'interesse degli imprenditori italiani verso il mercato brasiliano?

R. Negli ultimi cinque anni gli investimenti italiani in Brasile sono cresciuti in modo esponenziale. L'Italia è diventato il terzo partner commerciale del Brasile in Europa, superata solo da Germania e Francia. Nel complesso, è il nono per importanza. Gli scambi commerciali hanno raggiunto 8 miliardi di dollari.

D. Qual è un fattore decisivo per investire in Brasile

in questo momento?

R. Un fattore decisivo è la recente crescita della domanda interna, stimolata dall'espansione della cosiddetta classe C, la classe media, stimata intorno ai 112 milioni di brasiliani. Questo domanda interna ha compensato negli ultimi anni di crisi internazionale, il calo delle esportazioni industriali.

D. Tuttavia il Brasile è un paese che protegge ancora molto il mercato interno con barriere all'ingresso?

R. Il notevole aumento dei flussi di capitali degli ultimi anni sta spingendo verso una crescente integrazione del Brasile nei mercati internazionali. Nel 2013 c'è stato il record negli investimenti diretti esteri con oltre 63 miliardi di dollari. E le previsioni sono di un livello molto alto anche nei prossimi anni, nonostante un leggero calo, rispetto al dato del 2013.

D. Quale sarà la base di sviluppo con l'Italia?


R. Il Brasile è un grande esportatore di prodotti agricoli e agro-industriali, mentre le importazioni di prodotti italiani sono per lo più costituite da prodotti manufatti.

D. L'Italia può rappresentare un punto di ingresso privilegiato per un'azienda brasiliana che voglia entrare nel mercato europeo?

R. Le 850 aziende italiane che operano in Brasile sono una base formidabile per avviare i contatti con gli uomini d'affari brasiliani che sono interessati ad investire in Italia. La grande esperienza italiana nel settore delle piccole e medie imprese, altamente qualificate, competitive e globalizzate, è un modello per lo sviluppo di numerosi progetti esistenti in Brasile, in atto o in fase di esecuzione, finalizzati alla formazione e internazionalizzazione delle piccole e medie imprese locali.

ci. «Rappresentiamo l'agenzia per gli investimenti del Governo italiano, un vero e proprio servizio su misura per le Pmi ma anche per le grandi», ha affermato D'Aiuto. Questo ruolo consente a Simest di appoggiarsi ai maggiori istituti di credito italiani che a seconda del progetto mettono a disposizione il capitale necessario in tempi brevi (30-60 giorni max) e a tassi di solito agevolati rispetto a quelli applicati da banche e paesi stranieri. In Brasile, Simest vanta accordi con le principali istituzioni tra cui il Bndes, l'Inter-American Investment Corporation, e la Corporación Andina de Fomento. «Attenzione però gli

investimenti seguono sempre un criterio finance», ha avvertito D'Aiuto. Quando Simest ha deciso di intervenire nel capitale, la partecipazione può restare in portafoglio per non più di otto anni, dopo di che verrà ceduta al partner industriale italiano sulla base di criteri di mercato. «Non entriamo nella gestione ordinaria che deve essere riservata esclusivamente alla competenza imprenditoriale», ha spiegato D'Aiuto secondo cui il fattore di successo di Simest è la capacità di valutare con distacco ogni aspetto dei progetti, dall'elaborazione di perizie sulle barriere d'ingresso all'apporto gestionale per migliorare l'efficienza organizzativa.



Cassa depositi e prestiti Risorse per la crescita

Cassa depositi e prestiti, l'operatore di riferimento per gli Enti pubblici, per lo sviluppo delle opere infrastrutturali, per la crescita e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

- **Finanziamenti al Territorio**
- **Supporto alle Imprese**
- **Sviluppo delle Infrastrutture**



GRUPPO

www.cassaddpp.it

Petrolio, infrastrutture e Olimpiadi Partono le gare per i grandi lavori

Tra le aree di intervento prioritarie in vista dei Giochi olimpici del 2016, il Comune di Rio de Janeiro ha individuato la riqualificazione urbanistica del porto e delle zone limitrofe, su un'area complessiva di 5 milioni di metri quadrati, con investimenti nell'ordine di 3 miliardi di euro. Il Consorzio Porto Novo, costituito dalle imprese brasiliane Oas, Carioca Engenharia e Norberto Odebrecht si è aggiudicato la gara per il progetto denominato Porto Maravilha, ma gli interventi specifici previsti nel contesto generale di riqualificazione urbana offrono opportunità di lavoro per la costruzione della nuova rete fognaria, condotte idriche per acqua potabile, reti per la distribuzione di gas, elettricità e sistemi di telecomunicazione, sistemi di drenaggio e d'illuminazione, oltre al miglioramento delle strade, tra cui la realizzazione di tunnel e 70 chilometri di strade, delle zone pedonali e aree verdi. Nell'area il Banco Central do Brasil costruirà un Green Building con tecnologie di punta e nel rispetto ambientale, su un'area di 30 mila metri quadrati. Poi è prevista la trasformazione del Morro da Conceição, un'intero quartiere di 4 mila abitanti, in polo turistico con il recupero della pavimentazione circostante, di alcuni edifici storici e dei giardini. C'è in ballo anche il recupero della Chiesa barocca del 1696 São Francisco da Prainha e la realizzazione sul molo Mauá del Museo del Domani, progetto dell'archistar Santiago Calatrava, le cui immagini sono il Porto Maravilha, testimonial dell'intero progetto di Porto

Maravilha, di cui farà parte anche il più grande acquario dell'America Latina.

UNA NUOVA MOBILITÀ

Il nuovo piano di mobilità urbana di Rio de Janeiro prevede l'incentivazione di sistemi di trasporto pubblico collettivo o non motorizzato, l'introduzione di barriere di accesso al traffico a determinate aree, la creazione di linee di transito dedicate al trasporto pubblico collettivo e controlli per il trasporto pubblico praticato illegalmente. I principali progetti nell'area urbana sono:

Transcarioca: collegamento di autobus a scorrimento rapido, Brt, tra l'aeroporto internazionale Galeão e i quartieri Penha (Stadio Maracanã) e Barra da Tijuca (Villaggio Olimpico). L'impegno finanziario stimato è oltre 500 milioni di euro di cui il 70% finanziati dalla Caixa Economica Federal, una banca pubblica; **Transolimpica**, una delle maggiori opere per il miglioramento della viabilità urbana di Rio degli ultimi 30 anni. Oltre alla Brt (integrata ai treni della Supervia e della Transcarioca), il progetto prevede l'ampliamento di importanti arterie della città, la realizzazione di corsie riservate agli autobus e di nuove strade, oltre alla costruzione di quattro tunnel, con l'urbanizzazione di tutte le aree limitrofe; **Supervia:** ammodernamento della rete ferroviaria urbana ed extraurbana dello Stato, che negli ultimi anni ha più che raddoppiato il numero di passeggeri e ne servirà un milione nel 2015. Bombardier fornirà un sistema che ridurrà della metà l'intervallo nella circolazione dei treni per i 5 tratti della rete



Il lungomare di Fortaleza, capitale del Ceará, che sarà oggetto di uno dei maggiori progetti di ristrutturazione urbana nel Nordest del Brasile, con il rifacimento e la pedonalizzazione dell'intero lungomare

ferroviaria metropolitana di Rio (225 km e 89 stazioni).

GIOCHI OLIMPICI

Gli investimenti legati alle Olimpiadi 2016, per un totale di 11 miliardi di dollari, privilegiano autostrade e ferrovie (4,5 miliardi di dollari), sistemi di gestione ambientale (1,2), aeroporti e porti (1 miliardo), sviluppo urbano (820 milioni), sicurezza (810 milioni), realizzazione del Barra Media Village (810 milioni), infrastrutture elettriche (770 milioni), impianti sportivi (490 milioni) e villaggio olimpico (420 milioni). I principali progetti infrastrutturali programmati per le Olimpiadi 2016 riguardano varie aree della città: 1 Barra da Tijuca, dove sorgeranno il villaggio olimpico e gli stadi principali (hockey, tennis, velodrome, sport acquatici, arena); 2 Lagoa Rodrigo de Freitas; 3 Copacabana con lo Stadium e il Copacabana Fort; 4. Parco Flamengo; 5. Maracanã, con lo stadio del calcio, palestre e sambodromo; 6. Stadio João Havelange; 7. Deodoro (mountain bike, canoe, centro equestre, pentathlon).

RISANAMENTO AMBIENTALE

Le bonifiche di baie e laghi nell'area di Rio, oltre che il raddoppio del sistema di fognature e l'eliminazione delle discariche abusive, attraverso la creazione di raccolte controllate di rifiuti municipali è uno dei fronti di maggiore impegno, anche finanziario, delle pubblica amministrazione. I programmi sono tre: Rio+Limpo, Lixão Zero e Guanabara Limpa. L'obiettivo di Rio+Limpo è raccogliere e tratta-

re l'80% delle acque nere di tutto lo Stato entro il 2018. Sulla base di un decreto federale tutti i municipi dovranno dotarsi di un proprio piano di intervento. Lixão Zero si propone di eliminare le discariche abusive presenti in 66 municipi nello Stato entro il 2014. Guanabara Limpa è un progetto articolato su tre iniziative per il recupero ambientale delle acque della Baia di Guanabara, intervenendo sulle fognature dei municipi che costeggiano la Baia, bonificando sei delle principali spiagge di Rio de Janeiro e ampliando il centro trattamento delle acque nere della località di Alegria.

GRANDI OPERE

Il nuovo bando di gara per il Collegamento ferroviario ad alta velocità RJ-SP-Campinas, inizialmente elaborato per rispondere alle necessità derivanti dagli eventi sportivi 2014/2016, dopo un primo flop a fine 2012, dovrà attendere il Governo che scaturirà dalle elezioni presidenziali di ottobre definisca se e come il progetto stesso potrà essere realizzato.

Aeroporti. Dopo la tornata elettorale di ottobre è prevista la riapertura delle gare per il programma di ammodernamento degli aeroporti annunciato a fine 2012. Il programma comprende anche la concessione per l'aeroporto internazionale Galeão di Rio de Janeiro e il rafforzamento del trasporto aereo regionale attraverso investimenti e incentivi. Il progetto Galeão dovrebbe valete circa 2,5 miliardi di euro. Le offerte presentate dalle imprese private potranno contare sul finanziamento



La zona di Rio interessata dal progetto Porto Maravilha, il cui simbolo sarà il Museo del Domani (rendering sopra), disegnato dall'archistar Santiago Calatrava, realizzato sul molo Mauá. Nella ristrutturazione della zona verranno spesi circa 3 miliardi di euro

I settori

TANTI BUONI MOTIVI PER ESSERCI

Alimentare

- Il consumo crescerà del 46%
- Le grandi aziende italiane sono esempi di successo

Energie Rinnovabili

- Matrice energetica composta per oltre il 45% da fonti rinnovabili
- Tecnologia d'avanguardia nell'eolico, solare e idroelettrico

Cosmetica

- Rappresenta il 10% del mercato mondiale
- Crescita del 10% anno su anno
- Quasi totale assenza di player italiani

Luxury

- Nel 2025 rappresenterà il 6% del mercato a livello mondiale
- Crescita del 35% negli ultimi dieci anni
- I negozi luxury in Brasile sono fra i più redditizi a livello mondiale

Oil&Gas

- Le scoperte di petrolio in Brasile sono le maggiori, dal 2000 a livello mondiale e dal 1976 di tutto l'occidente
- Crescita del 200% ogni 5-6 anni
- Solo il 4% dell'area ricca di petrolio è finora in concessione

Edilizia Popolare

- Agevolazioni fiscali
- Apertura alle imprese straniere nel programma Minha Casa, Minha Vida

Infrastrutture

- Piani di investimento pubblici e privati
- Gli investimenti pianificati rappresentano il 35% dell'ammontare necessario

Automotive

- Nel periodo 2013-2017 sono attesi investimenti pari a 23 miliardi di euro
- Entro il 2015, il numero di fabbriche del settore automotive passerà da 18 a 25 e la capacità di produzione crescerà del 30% a 5,7 milioni
- Sono previsti circa 40 progetti di investimento da parte di case automobilistiche, incentivati fiscalmente, se ecologicamente compatibili

Telecomunicazioni

- Nel triennio 2013-2015, TIM ha previsto un piano di investimenti di oltre 4 miliardi di euro di cui il 90% destinato alle infrastrutture per l'ampliamento della rete
- Le imprese IT, dei call centre e dell'informatica, attive anche nel settore dei pagamenti elettronici, potrebbero ben posizionarsi nell'indotto



Il Museo do Arte de Rio (Mar), creato dall'unione di due edifici molto diversi è uno dei simboli della ristrutturazione di Puerto Maravilha. Il progetto è di Bernardes & Jacobsen Arquitetura. A destra, un rendering della nuova zona pedonale lungomare, che sostituirà le grandi banchine commerciali

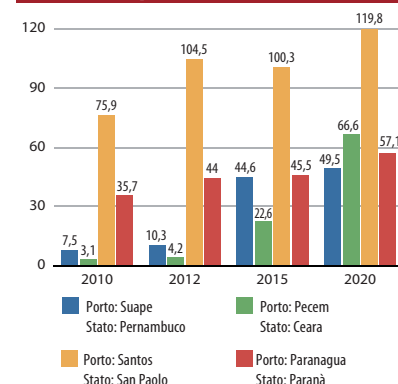
a tassi agevolati provenienti dal Bndes. Per qualificarsi alla gara, occorre un'esperienza nella gestione di aeroporti con oltre 35 milioni di passeggeri all'anno, condizione che restringe a una dozzina gli operatori internazionali candidabili, che comunque non potranno detenere oltre il 25% nel consorzio, mentre alla società pubblica Infraero andrà il 49% della partecipazione in ciascuna concessione. Sull'espansione del trasporto aereo regionale, saranno investiti circa 3,7 miliardi in 270 aeroporti minori. Gli investimenti comprendono, tra l'altro, la ristrutturazione e la costruzione delle piste, il miglioramento dei terminali passeggeri, l'ampliamento dei piazzali. La maggioranza dei fondi a disposizione proviene dal Fondo Nazionale per l'Aviazione Civile. Sono previste agevolazioni a favore dei piccoli aeroporti locali. Ad esempio, sarà introdotta l'esenzione dal pagamento delle tasse aeroportuali per gli aeroporti con una movimentazione di passeggeri inferiore al milione/anno. Inoltre, le tariffe pagate dalle compagnie aeree per l'utilizzazione dell'infrastruttura saranno rimborsate dal Governo regionale. Sarà anche introdotta una sovvenzione a carico del FNAC per voli su aeroporti regionali per tratte con posti occupati inferiori al 50% o comunque fino al 60%.

PETROLIO E PETROLCHIMICA

Per soddisfare l'espansione dell'industria petrolifera legata ai giacimenti del pre-sal, il Brasile dipenderà per circa l'80% da forniture di attrezzature e tecnologie straniere, secondo l'Agenzia Nazionale Petrolio (ANP). La catena produttiva dell'oil & gas e i settori collegati, servizi marittimi, logistici e di supporto, ingegneria, cantieristica ed energia, offriranno significative opportunità di business, tenendo conto che il Piano di investimenti 2013-2017 della Petrobras, a cui il governo ha assegnato lo sfruttamento in monopolio dei giacimenti, prevede investimenti per oltre 236 miliardi di dollari. Petrobras ha iniziato a pubblicare i bandi di gara da metà maggio 2013 per la fornitura di 38 sonde di perforazione, 200 navi di stoccaggio e trasporto e di oltre 400 navi di appoggio. Lo Stato di Rio de Janeiro è il maggiore produttore nazionale di petrolio grazie alla presenza del Bacino di Campos dos Goytacazes, dal quale viene estratto circa l'80% del petrolio del Paese. Recenti studi dell'Impresa di Ricerca Energetica brasiliana (EPE), indicano che il Brasile dovrebbe raddoppiare la sua capacità produttiva petrolifera entro il 2020, passando dagli attuali 2,2 milioni di barili al giorno a circa 4,5 milioni di barili. L'indotto nella filiera petrolifera riguarda due enormi progetti nel nord dello stato di Rio: il complesso petrolchimico Comperj e il Superporto do Açú. Comperj sorge su un'area di circa 45 kmq e prevede un investimento di 8,4 miliardi di dollari. L'unità petrolchimica e le due raffinerie previste dal progetto, che ver-

rà completato in due fasi, 2015 e 2018, produrranno derivati petrolchimici di prima e seconda generazione. Il grande parco industriale intorno a Comperj sta attraendo investimenti anche nel residenziale, alberghiero e dei trasporti, con la creazione di 30 mila posti di lavoro diretti e 200 mila nell'indotto. Il Porto Industriale di Açú e la zona industriale circostante su un'area di circa 90 kmq rappresentano uno dei principali progetti infrastrutturali dell'America Latina. Verrà costruita una banchina di 17 km e una capacità stimata di 350 milioni di tonnellate l'anno. Gli investimenti realizzati finora dal Gruppo Ebx sono stati pari a 2 miliardi di dollari e ulteriori 2,5 miliardi saranno investiti nei prossimi anni. Il distretto industriale a supporto dell'area del super porto ospiterà industrie di offshore, cluster metallurgici e di IT, basi per l'immagazzinamento e trattamento del petrolio, centri logistici, cementifici, per un volume di investimenti nell'ordine di 50 miliardi di dollari.

PORTI, BOOM A PECÉM



Fonte: Agenzia nazionale dei trasporti via acqua - Dati in milioni di tonnellate di merce in transito

PORTI E INDUSTRIA NAVALE

Rio de Janeiro rappresenta, assieme a San Paolo, uno dei principali poli nautici del Brasile. Nella fascia costiera che va da Cabo Frio (RJ) fino a Itanhaém (SP) si stima una concentrazione pari al 70% del mercato nautico brasiliano. Una posizione di rilievo è detenuta dalla Marina Verolme, localizzata ad Angra dos Reis (RJ), ispirata ai porti americani e considerata oggi il più grande porto dell'America Latina con un'area di 360 mila mq. Nell'ambito dei porti commerciali, uno delle aree di maggiore sviluppo sarà nello stato del Ceara, dove il porto di Pecem attualmente 7° per traffico di merci è destinato, secondo recenti stime, a diventare il 2° nei prossimi 5 anni dopo quello di San Paolo, collegato a una zona franca di 11 mila ettari voluta dal governo federale per attrarre investimenti di grosse e medie industrie. In quest'area è già in corso di realizzazione l'impianto di una siderurgica coreana (Posco), su un'area grande 2 volte l'Ilva di Taranto, che prevede appena ultimata l'assunzione di 25 mila operai brasiliani e il dislocamento in loco di 5 mila tecnici coreani.

Dove sta la diplomazia che aiuta gli affari



Raffaele Trombetta
Ambasciatore a Brasilia

Classe 1960, sposato con due figli, è ambasciatore a Brasilia da gennaio 2013. Dal 2008 al 2013 è stato ministro plenipotenziario con delega all'Unione Europa per i progetti di integrazione comunitari, specializzazione che è stata il fil rouge della sua carriera fin dal

1998, consigliere d'ambasciata a Bruxelles. È laureato in Scienze Politiche all'Università di Napoli e vanta un master in Studi Europei presso la London School of Economics.

e-mail: raffaele.trombetta@esteri.it



Mauro Marsili
Console generale a San Paolo (San Paolo)

Romano, classe 1960, Marsili rappresenta l'Italia a San Paolo dal 2010, e da quest'anno è anche ambasciatore in Perù. Conosce bene il Brasile e il Sud America perché nel 2001 è stato Primo consigliere presso l'Ambasciata d'Italia a Brasilia e nel 1993 Primo segretario all'ambasciata di Buenos Aires.

e-mail: mauro.marsili@esteri.it



Mario Panaro
Console generale a Rio Da Janeiro (Rio Da Janeiro)

Classe 1950, sposato con due figli, laureato in scienze politiche a Firenze e un diploma post universitario sull'integrazione europea a Bruges (Belgio), Panaro è console generale d'Italia a Rio de Janeiro da settembre 2011. Dal 2002 al 2006 era stato già console a Porto Alegre. Oltre che nello

stato di Rio la sua attività consolare è rivolta anche allo Stato confinante di Espírito Santo, piccolo ma molto dinamico e particolarmente aperto alla collaborazione con le imprese italiane.

e-mail: mario.panaro@esteri.it



Enrico Mora
Console generale a Curitiba (Paraná)

Classe 1954, consigliere ministeriale, ha lavorato presso la direzione generale per gli Italiani all'estero e le politiche migratorie. È stato console generale a Rosario, Manchester e San Gallo. Esperto amministrativo presso l'Ambasciata ad Ankara, è stato in Turchia dal 2003 2007.

e-mail: enrico.mora@esteri.it



Angelo Maria Biccirè
Console generale a Recife (Pernambuco)

Romano, classe 1958, specialista di elettronica è entrato al Ministero degli Affari Esteri nel 1985 presso il Centro di Comunicazioni per il quale ha svolto numerose missioni tecniche in Estremo e Medio Oriente e in Africa. Dal 1989 a Brasilia con diversi incarichi all'Ambasciata. È console a Recife da febbraio 2013.

Email: Angelomaria.Biccirè@esteri.it



Aurora Russi
Console a Belo Horizonte (Minas Gerais)

Romana, classe 1981, studi alla Bocconi di Milano, già incaricata a Londra e a Madrid, è entrata al Ministero degli Affari Esteri nel 2007, dopo due anni alla Confindustria. È console a Belo Horizonte dal 5 maggio scorso.

Email: Aurora.Russi@esteri.it



Augusto Vaccaro
Console generale a Porto Alegre (Rio Grande do Sul)

Classe 1955, laureato in scienze agrarie a Catania, ha ricoperto incarichi dirigenziali presso il Ministero degli Affari Esteri. Prima di dirigere il consolato a Porto Alegre (dal 2011) è stato console a Spalato.

Email: Augusto.Vaccaro@esteri.it



La directory con i contatti delle aziende italiane in Brasile curata dell'e-book dell'Ambasciata italiana a Brasilia, realizzato insieme a KPMG, aggiornato a giugno 2013 è consultabile sul portale www.MilanoFinanza.it nel sotto menù Mondo

MF MILANO FINANZA I FATTI SEPARATI DALLE OPINIONI
e-mail: mf-milanoфинanza@class.it

Direttore ed editore: Paolo Panerai (02-58219209)

Direttore ed editore associato: Gabriele Capolino (02-58219227)

Direttore: Pierluigi Magnaschi (02-58219263)

Condirettore: Andrea Cabrini (coordinamento media digitali),

Vicedirettrici: Filippo Buraschi (vicario, 02-58219205), Antonio Satta (06-69760847)

MF BRASILEITALIA
INTERNATIONAL

A cura di: Ettore Mazzotti (02-58219885)

Hanno collaborato: Pier Paolo Albricci, Milena Bello, Franco Canevesio, Marcello Conti, Christian D'Antonio, Martina Mazzotti, Emiliano Orsini, Oliviero Pluviano, Stefano Scacchi, Gabriele Ventura, Francesca Vercesi

Grafica e impaginazione: Erre Creativity - Alessandro Villa

Segreteria: Rosalba Pagano e Federica Troia (Milano)

Milano Finanza Editori spa

Milano Finanza Editori spa - 20122 Milano, via Marco Burigozzo 5, tel. (02) 582191 (sel. passante), telefax (02) 58317518-58317559, 00187 Roma, via Santa Maria in Via 12, tel. (06) 6976081 r.a., telefax (06) 69920373-69920374 - Copie arretrate: comporre il numero verde 800-822195. Risponderà la segreteria arretrati. Indicare cognome, nome, indirizzo, numero telefonico, pubblicazione

arretrate desiderata e relativa data di uscita. Ai non abbonati è richiesto l'invio anticipato del doppio del prezzo di copertina a Milano Finanza Editori, preferibilmente mediante francobolli, o a mezzo assegno. La richiesta sarà evasa entro 30 giorni

TARIFFE ABBONAMENTI

Milano Finanza Italia € 160,00 annuale, estero € 266,00 annuale; MF Italia € 230,00 annuale, estero € 770,00 annuale; MF+Milano Finanza Italia € 354,00 annuale, estero € 900,00 annuale. Abbonamento estero via aerea.

Stampa: Milano, Litosud Srl, via A. Moro 2 Pessano con Bornago - Roma, Litosud Srl, via C. Pesenti 130. Distribuzione Italia: Erime srl, 20122, Via Marco Burigozzo 5 - Milano. Concessionaria esclusiva per la pubblicità: Class Pubblicità, Via Burigozzo 8, 20122 Milano. Tel. 02-58219522/500. Executive Chairman: Andrea Mattei, VP Sales: Gianalberto Zappolini, Chief Marketing Officer: Domenico Ioppolo, Group Publishing Quotidiani: Francesco Rossi, Sales General Director: Stefano Maggini

Tariffe pubblicitarie a modulo: Commerciali € 520,00; Finanziari: € 340,00; Legali: € 220,00; Domanda e offerta di personale € 520,00; Aziende informano € 520,00. Supplementi per posizioni di rigore: +25%; per pubblicità a colori: +40%. Tutti i prezzi si intendono Iva esclusa.

Reg. al Trib. di Milano n. 266 del 14-4-89 - Direttore responsabile Paolo Panerai

Classeditori

SERVIZIO ABBONAMENTI
CHIAMATA GRATUITA
NUMERO VERDE
800-822195

CHIAMATA GRATUITA
FAX VERDE
800-822196

AI LETTORI

Tutte le informazioni contenute in queste pagine si basano su fonti che MF/Milano Finanza ritiene attendibili. Le asserzioni espresse nei vari articoli dei collaboratori rispecchiano esclusivamente l'opinione degli autori. Nonostante l'estrema cura nel trattare la materia, MF/Milano Finanza non si assume responsabilità per quanto riguarda conseguenze derivanti da eventuali inesattezze o imprecisioni dei dati e delle quotazioni. In particolare, l'investimento in prodotti derivati (opzioni, futures, premi, warrant) offre la possibilità di ottenere elevatissime performance ma anche correndo un rischio molto elevato. Nel caso più negativo, si può verificare anche la perdita totale del capitale investito. In un normale portafoglio, la quota da destinare a prodotti di questo tipo dovrebbe essere limitata.



PLANET INSPIRED
SOLUTIONS



La sostenibilità che cambia.

MONITORAGGIO
AMBIENTALE
E CAMBIAMENTI
CLIMATICI

GESTIONE
RISORSE NATURALI

ENERGIA E
SMART GRID

MOBILITÀ E
LOGISTICA
SOSTENIBILE

ASSISTENZA
SANITARIA E
SCUOLE

SECUREZZA E GESTIONE
GRANDI EVENTI



Con Planet Inspired Solutions Finmeccanica propone progetti e sistemi integrati, soluzioni interoperabili, prodotti e tecnologie all'avanguardia capaci di rispondere alle esigenze di sostenibilità di un mondo che cambia, seguendo il filo rosso dell'innovazione.

planetinspired.info



 **FINMECCANICA**

Con Telecom Italia e Sparkle, accendi il tuo business anche all'estero.

 **SPARKLE**

TELECOM ITALIA GROUP



Telecom Italia è
Official Global Partner



MILANO 2015

SCEGLI TELECOM ITALIA COME UNICO PARTNER IN ITALIA E NEL MONDO.

Grazie all'internazionalità di Sparkle, che nel mondo conta più di 1.000 punti di presenza diretti o attraverso partner, Telecom Italia fornisce una vasta gamma di servizi per la connettività dedicati alle imprese: dalle soluzioni cost efficient ai progetti di business continuity, fino a soluzioni cloud innovative. **Per un'offerta personalizzata rivolgiti al tuo consulente Telecom Italia di fiducia o chiama il 191.**

 **TELECOM**
ITALIA