

A partire da gennaio 2023, il Brasile avrà un Nuovo Governo Federale con la presidenza di Luiz Inacio Lula da Silva, al suo terzo mandato, ed il rinnovo dei 27 Governatori, la cui certezza oggi, sono la continuità della democrazia socio economica del Paese, il quale, visti gli eventi Mondiali si dovrà adattare alle mutevoli situazioni in atto.

“Fare previsioni, salvo la certezza della continuità della democrazia, anche economica del Brasile, è oggi molto complesso, poiché, come ha detto l’economista, Presidente Consob, Paolo Savona, in questa epoca di grandi cambiamenti, fare previsioni, queste possono essere considerate “pure congetture”. In ogni caso, le certezze sono evidenti, trattandosi di un Paese democratico, aperto e rispettoso degli investimenti stranieri, tutelati dalla Banca Centrale e da un sistema legislativo, anche se complesso, con proprie regole ed un Codice Civile aggiornato”.

Presidente Feletto, quali sono le opportunità per il “Made in Italy” in Brasile?

Evitando luoghi comuni o frasi fatte, preferisco fare alcuni importanti riferimenti di un Made in Italy di successo e consolidato, per far meglio comprendere alle Imprese alcune delle opportunità già esistenti in Brasile: i principali grandi gruppi d’origine italiana, in varia misura sono presenti da decenni in Brasile (Gruppo Fiat, Pirelli, Barilla, Ferrero, Enel, ecc.) e continuano ad investire.

Domandarsi quindi, quali siano le opportunità da parte del Made in Italy, è ripetitivo, ad esempio: visto che il Brasile è il 4to produttore al Mondo del sistema automotive, ed importa circa il 35/40% dei suoi componenti, ed in Italia abbiamo aziende del settore in crisi, bisognerebbe capire le ragioni oggettive del perché non colgono i nuovi panorami

economici mondiali di settore.

Citato l’esempio del Made in Italy automotive, per “aziende strutturate”, incluse le Pmi, queste possono trovare in Brasile un “mercato di consumo reale” nella loro internazionalizzazione, godendo anche delle opportunità offerte dal Mercosul, quindi, aperto a tutti i settori tipici italiani: food, agroindustria, meccanica, sistemi e tecnologie per le grandi opere, indotto nell’Oil & Gas, farmaceutici e parafarmaceutici, cosmesi e bellezza, per citare i principali, con significative opportunità in costante crescita di mercato.

Energia, come viene affrontato il tema nel Paese e con quali occasioni per il nostro sistema imprenditoriale?

Pur non avendo il Brasile i bisogni di energia della maggioranza dei Paesi Nord Europei e Usa, l’argomento energia è molto più sviluppato, sia perché l’energia elettrica viene prodotta per il 95% da fonti Green (acqua, solare, eolico), e le riserve naturali di Oil & Gas sono tali da assicurare un lungo periodo di tranquillità; unitamente all’etanolo (estratto dalla canna da zucchero), in Brasile è un’altra grande opzione che il Paese utilizza, per abbassare il tasso d’inquinamento, producendo automobili con i due sistemi di combustione, benzina ed etanolo, indifferentemente, nell’attesa degli sviluppi del sistema elettrico.

Detto quanto sopra, le grandi opportunità di business per il Made in Italy sono molteplici, purché organizzate, anche quali sub fornitori, vista la strategica presenza di Enel sul mercato, la quale, ha in programma anche d’investire circa 4mld di dollari nel sistema eolico locale.

Il punto è, quale attenzione le aziende italiane dei diversi settori dedicano a comprendere le opportunità esistenti, organizzandosi, anche in consorzi, per agire con

“Evitare l’export Made in Italy che non abbia prima valutato usi, costumi e cultura locale”

Lo afferma, durante la nostra intervista, Luciano Feletto, Presidente Camera di Commercio Italo Brasiliana a Milano

maggiore efficacia, poiché lo sviluppo d’alcune aree è di tale rilevanza che, esistono licitazioni che non trovano partecipanti/offerte.

Biogas e suoi derivati: altro settore, che dopo il Cop27 di novembre u.s., vede il Brasile, in fase di organizzazione per agire nella tutela ambientale, anche attraverso il trattamento di beni riciclabili (immondizie, plastica, latine, vegetali, ecc.), necessitando quindi di Partner industriali con sistemi e tecnologie adeguate.

Materie prime. Brasile, Paese “ricco” di risorse. Come sfruttarle?

Il tema delle materie prime, è diventato, non solo strategico, ma “caldo” visto che, sino a prima della crisi pandemica, guerre e conflitti in atto nel Mondo, appariva, un “non problema”, dall’altro, la nuova geopolitica

economica sta modificando l’esigenza del sistema produttivo in generale, ponendo il Brasile come un’area che gode di importanti riserve di materie prime e commodities strategiche.

Poiché il Brasile è tra i principali produttori di materie prime tradizionali: minerali di ferro, Oil & Gas, commodities nel sistema Agroindustriale come grano, soia, zucchero, caffè, cacao e molti altri, per le Aziende rappresenta nel concreto una “certezza”, per quelle realtà che intendano valutare un’internazionalizzazione, basando le scelte anche su un futuro consolidato di approvvigionamenti.

È quindi evidente, che per i settori industriali di macchinari, attrezzature, tecnologie e sistemi dei vari settori legati alle materie prime e suoi derivati, esistono concrete possibilità di mercato.

Quali sono gli elementi caratterizzanti del Sistema economico e imprenditoriale brasiliano?

Anche se evidente, i punti fondamentali che caratterizzano il sistema economico brasiliano sono: il mercato, i consumi e la ricerca di prodotti e tecnologie che possano rispondere alle esigenze con il sistema Brasile, spesso in dissonanza con le “abitudini italiane” di porsi sul mercato, proponendo prodotti e soluzioni, anche di qualità, ai quali, il locale mercato non è interessato.

È quindi necessaria maggiore attenzione nel fare internazionalizzazione in Brasile, principalmente dal punto di vista del “mercato reale” e delle sue reali esigenze, qualità quindi di prodotti Made in Italy, ma adattati e compatibili al mercato locale.

Evitare d’esportare un Made in Italy che non abbia prima valutato gli usi, costumi e cultura locale, e le proposte devono integrarsi alle esigenze, inclusa quella di carattere finanziario, utilizzando nell’export le strutture esistenti anche in Italia per operare con maggiore sicurezza e prospettive di mercato.

Tribuna Economica
(© Riproduzione riservata)

Mercato interno di dimensioni continentali

Con i suoi oltre 210 milioni di abitanti il Brasile ha di fatto le dimensioni di un sub-continente. La metà della popolazione brasiliana si colloca nella cosiddetta classe media ed ha accesso a buoni livelli di benessere e consumo, nonostante la crisi. Inoltre, l’esistenza di una considerevole domanda interna favorisce la realizzazione di investimenti produttivi.

Complementarietà

Il Brasile presenta un notevole fabbisogno tecnologico, che le aziende italiane possono efficacemente soddisfare mediante trasferimento di tecnologie, know how specializzato, formazione di capitale umano e assistenza tecnica in settori nei quali l’Italia possiede expertise di eccellenza.

Ricchezza di risorse naturali, commodities e materie prime

Il Brasile possiede il 12% delle risorse mondiali di acqua fresca e si colloca nella classifica mondiale come: primo produttore mondiale di caffè, soia, etanolo, carne bovina e succo d’arancia; secondo per cellulosa, minerali di ferro, carne di pollo e zucchero; terzo per bauxite, frutta e mais; settimo per la chimica e la produzione di petrolio; nono per acciaio e automobili; sesto paese destinatario degli Ide nel mondo e primo in America Latina.

Prospettive di recupero economico

L’aumento dei prezzi delle materie prime ha concorso a migliorare le ragioni di scambio del Brasile, rafforzando le prospettive di crescita. C’è, inoltre, grande richiesta di forza lavoro specializzata (tecnici, ingegneri, professori, informatici etc.).

The advertisement for IVECO GROUP features a central logo with the text "IVECO • GROUP" in a large, bold, sans-serif font. Surrounding the logo are several images showcasing different IVECO vehicles and components: a large white semi-truck, a black dump truck, a white van, a blue bus, a red fire truck, a yellow construction truck, and a detailed view of an engine. At the bottom of the advertisement, there are logos for IVECO CAPITAL, HEULIEZ, IVECO BUS, IVECO, FPT, IDV, ASTRA, and MAGIRUS.