

Il Brasile "satellitare" invita le MPI

Alla scoperta di un Paese in continua crescita dove il Made in Italy è uno stile di vita. Ne parliamo con Luciano Feletto, Presidente della Camera di Commercio Italo-brasiliana.



Luciano Feletto

<San Paolo non è il mondo: quando si parla del Brasile si parla di una nazione che è 28 volte l'Italia, con 27 stati e 27 legislazioni. Una realtà federale dove ogni territorio ha un governatore vero con poteri veri, una propria costituzione, una propria legislazione esecutiva. Un luogo comune dove si parla la stessa lingua e si vive la stessa cultura>. A ritornare sul fatto che <San Paolo non è il Brasile, ma la capitale finanziaria del Brasile> è Luciano Feletto, Presidente della Camera di Commercio Italo-Brasiliana. Lo incontriamo a Milano, nella sede di via Moscova, per capire i motivi che hanno portato il Brasile ad essere una fra le economie più interessanti, perché in continua crescita proprio di fronte alla recessione economica, del mondo. <Parliamo di un Paese che offre innumerevoli possibilità grazie ai suoi 27 stati. Sinceramente, la località dove si dovrebbe andare sempre meno è proprio San Paolo per i costi della vita e la vivibilità (è la città con l'inquinamento più alto dopo Città del Messico). Poi, con diciassette milioni di abitanti un micro, piccolo o medio imprenditore non può non perdersi. E' come se dicessi che San Paolo è l'hub del Brasile così come Malpensa è l'hub per l'Italia>.

Quindi, un Brasile "articolato"?

<Il Brasile dev'essere considerato come un paese globale o "satellitare". Conoscendo le 27 legislazioni possiamo confrontarci con le imprese per preparare le loro missioni in termini teorico-pratici in base alle loro specialità / specificità. Il nostro obiettivo è quello di approntare un'economia di scala in forma preventiva, prima ancora di prendere la valigia e andare. Questa è la logica che deve guidare le micro, piccole e medie imprese>.

Cosa distingue l'economia del Brasile dagli altri Paesi BRIC: Russia, India e Cina?

<La distinzione è semplice: **il Brasile garantisce un mercato reale per le MPI perché queste mancano nel tessuto sociale del Paese e se ne avverte il bisogno.** Con la Russia, il Brasile detiene tutte le risorse naturali dei paesi BRIC: primo produttore al mondo di caffè, secondo di soia, autonomo del petrolio dal 2006 (ormai paragonato all'Arabia Saudita), pietre preziose e semipreziose, agricoltura in spazi liberi. Il Made in Italy è in testa al gradimento del consumatore brasiliano: **se si deve scegliere tra un prodotto italiano e un altro, si sceglie il primo.** Latini? L'unico paese del Sud America che parla il portoghese. Pacifico, tranquillo, con una popolazione di età media inferiore ai 30 anni.

Come spiega il "miracolo" brasiliano?

<Semplice: popolazione giovane e una amministrazione federale e statale positiva. **Il miracolo è dettato dalla stabilità: nella moneta, nel sociale e nella politica.** Non importa se centrodestra o centrosinistra: in Brasile si ha l'obiettivo di consolidare la propria economia. E il miracolo nasce dalle grandi risorse di cui è dotato il Paese e dalle sue esportazioni. Sino agli anni Novanta il Paese era prettamente agricolo; oggi, dopo vent'anni, è prettamente industriale: qualcosa vorrà pur dire!>

Come definirebbe l'attuale economia brasiliana?

<Sicura, stabile e di lungo periodo. Un'economia che facilita gli investimenti con alcune restrizioni solo su stampa, tv, nucleare, militare e aree di confine. Il resto è libero>.

Come valuta l'accordo di 10 miliardi di euro tra Brasile e Italia?

<Il Brasile è un continente dove ci sono grandi industrie che ormai si devono considerare un punto di riferimento del Made in Italy: Fiat, Telecom, Pirelli. Si tratta di eccellenze trainanti, perché la Fiat è prima per produzione e vendite in Brasile; la Pirelli, in Brasile, ci lavora da 100 anni, da quando i pneumatici erano prodotti con il caucciù. Quindi, il Presidente del Consiglio Berlusconi parla e decide sui grandi numeri, ma da questo accordo le medie e piccole imprese che vogliono trovare un nuovo mercato non trarranno alcun beneficio. Finmeccanica, Ferrovie dello Stato, Fiat, Eni, Piaggio: gli accordi vanno in questa direzione. Ed è positivo perché il Made in Italy traina. Nella realtà dei fatti, però, le MPI potranno ottenere una piccola fetta di indotto solo tra alcuni anni. Ricordo che ci sono ancora 100 milioni di euro portati dal Governo Prodi in Brasile e che non sono stati investiti del tutto>.

Lei pensa che il modello capitalistico possa essere ripensato e che i Paesi BRIC possano insegnarci nuove formule politiche?

<Se con formule politiche si intendono numeri economici, sì. Quando nel 2004 è stato coniato l'acronimo BRIC, si guardava già al potenziale futuro di quei Paesi. Non solo la loro trasformazione economica, ma anche le performance in termini di PIL. Nuove forme di economia? Difficile, perché l'ideale sarà solo una partnership tra le conoscenze dei paesi evoluti e le esigenze di questi paesi. **Loro hanno le potenzialità e noi abbiamo le tecnologie e l'inventiva.** Quindi gli unici insegnamenti che ci possono dare nascono dalla loro predisposizione al mercato di consumo. Insegnarci il resto, proprio no. Quando si parla di BRIC, il Brasile è l'unico paese che

• **BIOCONBUSTIBILI:** 1° produttore al Mondo.

• **PETROLIO:** autonomo dal 2006, con riserve paragonabili a quelle dell'Arabia Saudita

rispetta i diritti civili e pretende gli oneri sociali sulle retribuzioni (il governo stabilisce un salario minimo da dare a chiunque e su quello si pagano gli oneri sociali). C'è quindi la possibilità che il Brasile sia più vicino ad una crescita programmata perché si interessa anche della realtà. Lo stesso governo è diventato più flessibile rispetto a 10 anni fa ed è simile all'Italia perché sta crescendo sul lavoro>.



LE IMPRESE ITALIANE

Il Brasile ha in sé tanto dell'Italia: perché dovrebbe ingolosire le micro, piccole e medie imprese?

<Perché quelle mancano e perché **gli imprenditori italiani hanno quello che un continente giovane come il Brasile non ha: la cultura d'impresa**. Però dobbiamo capirci: fare impresa non è, come pensano alcuni, aprire un bar in riva alla spiaggia e bersi il cocco. Il fine è quello di poter lavorare in partnership e utilizzare le reciproche conoscenze. In Italia molte imprese chiudono o vengono cedute; in Brasile invece potrebbero trovare tutto lo spazio necessario. **Ciò che manca è l'indotto e la creatività tipicamente italiana**>.

Il Sole 24 Ore del 21 giugno 2010 scriveva: "Gli imprenditori brasiliani sono i più ottimisti del mondo". Lo potranno essere anche le imprese che decideranno di commercializzare con il Brasile?

<Condivido ciò che scrive Il Sole: il brasiliano è ottimista per natura, tant'è che se non lo fosse non comprirebbe qualsiasi bene a rate, dai calzini alle cravatte. Eppure le insolvenze sono al di sotto dell'1%. **Però, distinguiamo tra il fare impresa in Brasile e il commercializzare**, cioè vendere container di merce o strutturarsi commercialmente sul luogo (in tal caso buona parte delle tasse di importazione sono recuperabili). Per quei beni che non sono prodotti localmente (esenti da imposte), il Brasile ha forti barriere doganali. Ma tutti questi discorsi si fanno qui, seduti a Milano. Se si vuole essere competitivi ci si deve informare, perché gli slogan non funzionano in fatto di impresa: **le vendite non possono basarsi sull'occasionalità**>.

Cosa offre in più il Brasile, alle MPI, rispetto gli altri paesi emergenti?

<Ambiente, manodopera competitiva, leggi sufficientemente chiare e più snelle di quelle italiane, facilità di apprendimento della lingua (provate con il russo, il cantonese o il mandarino!). Poi, lo ripeto, il fatto che il Made in Italy è sempre benvenuto ed è quotato in tutte le sue forme. Per i brasiliani l'Italia è un miraggio ma ci considerano anche un poco "polli": meno fiscali rispetto ad altri popoli ma sempre di corsa. Questo non gioca a nostro favore, soprattutto in un paese dove si premia la ponderazione e non la fretta. **Purtroppo il "fai da te" (coloro che si inventano imprenditori in una nazione della quale sanno poco) continua a piacere**. Attenzione però, lingua e legislazioni, tra Italia e Brasile, sono diverse; si firmano documenti in una lingua che non si comprende; si va in Brasile perché si organizza una fiera. Non si può: in Italia, per qualsiasi cosa riguardi l'impresa, ci si rivolge – giustamente – alle strutture associative. E così dev'essere per chi è attratto dal "mollo tutto": sempre pericoloso perché spesso nasce da una settimana di vacanza in Brasile>.

Qui entra in gioco la Camera di Commercio italo-brasiliana?

<Non ci occupiamo di diritto di famiglia (sic!) ma dobbiamo dare una risposta a coloro che, magari, vorrebbero trovare un posto di lavoro in Brasile. Troppi pregiudizi e troppe idee sbagliate: non si sta parlando di un paese del Terzo Mondo, ma in via di sviluppo. Non c'è nulla da conquistare, ma da condividere. **Ci sono grandi opportunità, ma al 70% degli imprenditori "fai da te" dobbiamo risolvere problemi particolarmente spinosi**. Prima informatevi, perché tutto diventa meno costoso e più facile. Prima chiedete a noi se la vostra impresa ha le caratteristiche o le dimensioni per affrontare un mercato del genere e poi decidete>.

Economia italiana e brasiliana hanno punti in comune?

<Rispetto ad altri paesi il Brasile ha una sua ricettività. **Le micro, piccole e medie imprese possono beneficiare di ottime occasioni senza temere, come accade in India e Cina, di vedersi copiate le loro tecnologie**. Il copiare e il tutelare sono due elementi fondamentali nella vita di un'impresa: evitare il primo, insistere sul secondo. In Brasile ci sono l'Olivetti e la Fininvest, ma non c'entrano nulla con quelle italiane>.

Quindi?

<Quindi, il primo consiglio alle imprese è di **tutelare il proprio marchio**. Sulle tecnologie ci dev'essere, così come accade in Brasile, il rispetto della partnership e del brevetto. La stessa Regione Lombardia concede finanziamenti a fondo perduto sino ad un massimo di 16 mila euro, con un bando che esiste da circa un mese e mezzo, ai paesi extraeuropei per il registro dei marchi e brevetti. Molto spesso le imprese considerano il know-how ma non valutano il valore insito nel marchio. Dal 2010 anche il Ministero dello Sviluppo Economico ha inserito la tutela del marchio anche nella programmazione internazionale che vale per le MPI. Un tempo si pensava che la tutela valesse solo per i marchi-tipo Fiat e altri, **ora il Ministero aiuta anche le MPI a tutelarsi**. Regione Lombardia, attraverso Unioncamere, ha delegato alle Camere miste – come è l'italo-brasiliana - l'operatività della tutela perché ci rivolgiamo all'estero e possiamo sensibilizzare gli imprenditori in

Altri dati economici

- PIL 2008 : + 5,1%
- PIL 2009 : + 1,6%
- Prev.ni PIL 2010 (F.M.I.) + 4,7%
- Prev.ni PIL (B. Central) 2010 + 3,5/5 %



questo campo. E la Camera di Commercio è stata la prima, sin dal 2007, anche ad organizzare seminari sull'argomento. Il marchio è importante per qualunque realtà imprenditoriale, perché parla di te e racconta la tua impresa. In ultimo, Regione Lombardia ha stanziato 3 milioni di euro per marchi e brevetti: **ecco, le imprese piccole devono cominciare a non essere più artigiane ma a pensare da artigiani con una visione diversa e lasciarsi guidare da chi sa.** Se qualcuno mi chiedesse di parlare di un "progetto in Cina", lo manderei dai colleghi della Camera di Commercio italo-cinese. Informarsi per crescere, non solo per curiosità, e dare informazioni percettibili>.

Quindi, nulla in comune tra le economie dei due paesi?

<No, perché il Brasile ha le materie prime e l'Italia ha il know-how, la genialità e i capitali. I brasiliani, poi, sono votati al commerciale: saprebbero vendere i frigoriferi agli eschimesi. E il loro sogno tipico è passare dalle vendite ambulanti al negozio fast-food. Diciamo che le due economie sono complementari: **i brasiliani sono di una simpatia sfrenata, ma per il resto non somigliano in nulla ai nostri imprenditori: tosti, duri, precisi, veloci>.**

Allora, quali consigli darebbe a chi vuole investire in Brasile?

<Prima di partire, acquisire da chi ne ha le competenze, tutte le informazioni possibili sulle leggi del luogo e sulla fattibilità dell'investimento. Pensi a quanto siano sbagliati alcuni parametri: a Milano un garage vale 80mila euro, se con questa cifra le offrono un appartamento in Brasile pensa ad un grosso affare. Invece scopre che l'abitazione ha tre ipoteche o valeva 40mila euro. C'è una differenza tra rischio di impresa e rischio di un investitore>.

NUOVI CAMPI DI INDAGINE

Quali sono i settori più attrattivi nei quali le imprese italiane potranno beneficiare al meglio di un rapporto commerciale con il Brasile?

<Per quanto riguarda il rapporto commerciale, i settori comprendono attrezzature, macchine o tecnologie che non abbiano competitori, o comunque prodotti localmente. Settori nei quali le MPI potrebbe giocare un ruolo: software e suo sviluppo, hardware di alta tecnologia, biomedicali, petrolchimici o farmaceutici generici, formazione e comunicazione, perché i venditori devono essere formati, e sotto questo punto di vista in Brasile si è rimasti agli anni Settanta. Nell'ambito della comunicazione si acquista di tutto: dal centralino agli strumenti che assicurano una certa cura del cliente>.

Dunque, servizi alle imprese?

<Certo, anche se non mancano opportunità per le MPI nella plastica e sue applicazioni (non solo stampaggio) e tutto l'indotto dell'assistenza tecnica avanzata: dai servizi agli hotel all'impiantistica (idraulici, elettricisti...). Per un'assistenza di alto livello, il Brasile richiede ancora tecnici italiani. E così accade anche per quanto riguarda il settore petrolifero: per il controllo dell'inquinamento, per le grandi riserve di risorse sottomarine, per trovare soluzioni volte ad evitare catastrofi naturali. Insomma, **i tecnici sono richiestissimi,** ma sino ad ora la Camera di Commercio italo-brasiliana ha contattato 25 imprese ed hanno risposto in 2>.

Alcuni sostengono che il Brasile sembra essere "il magazzino del mondo" grazie alla sua ricchezza di materie prime. L'Italia, invece, di materie prime ne ha poche: cosa serve al Brasile?

<Quello che abbiamo noi: testa, voglia di fare, molta imprenditorialità. Il mix che serve per chiudere accordi interessanti>.

Il Brasile, poi, garantisce agevolazioni fiscali per chi vuole "fare impresa", vero?

<Sui commerci non ci sono facilitazioni fiscali, perché si deve avere una struttura lì. **Le facilitazioni per chi vuole fare impresa – che dipendono dalle aree geografiche e dai singoli stati (federali) - sono molte e differenziate.** Le tasse municipali, inoltre, sono imposte proprie di ciascun paese, variano notevolmente e addirittura possono essere negoziate>.

Quali i risultati ottenuti sino ad oggi, dalle nostre MPI, grazie agli accordi economici stilati tra Italia e Brasile? E quali quelli ottenuti con le relazioni pluriennali con la Regione Lombardia?

<Per le micro, piccole e medie imprese, risultati prossimi allo zero. Promos è riuscita a portare la metropolitana a Salvador de Bahia (ma non è partita) e alcune tecnologie utili per la metropolitana a San Paolo. Solo la Camera di Commercio è in grado di offrire i servizi che vogliono le MPI. **Un esempio: nel 2008 c'è stata la missione di Confindustria in Brasile e su 100 soggetti italiani che sono andati e 100 soggetti brasiliani che sono venuti in Italia, 99 erano professionisti che offrivano servizi.** La gente è confusa da troppi eventi e le imprese sono bombardate da troppe informazioni, non ci sono riferimenti precisi o interlocutori credibili. Escluse però **le associazioni di categoria, che ancora oggi sono un punto di arrivo dove le imprese si possono confrontare e informarsi con professionisti che sanno offrire consigli e consulenze importanti.** E non dimentichiamo i consorzi export. La gente deve capire che esistono ciò che io definisco le "specialità-paese" (tutto ciò che distingue una nazione da un'altra) e diversi modi per fare ciò che si vuole fare. Le camere di commercio si intendono di internazionalizzazione, ma a far crescere le imprese è un altro obiettivo>.

Come?

<Ci sono imprenditori che in questo secolo non sanno cosa sia un computer: se vogliono muoversi su altri mercati è bene che si lascino guidare per ottenere le informazioni basilari. La Camera di Commercio italo-brasiliana è fra le prime, tra istituzioni simili, a poter essere contattata con una semplice navigazione in google. Ma dobbiamo pensare a tutti, anche a coloro che non navigano in Internet, perché più del 30% degli imprenditori non naviga in rete. Così, se qualcuno telefona e si qualifica come imprenditore, rispondiamo a voce. Insomma, un'attenzione particolare alle persone: domanda-risposta, interlocutori a disposizione, immediatezza>.

La Camera di Commercio italo-brasiliana quali servizi mette a disposizione delle micro e piccole imprese per dare il via ad un percorso di internazionalizzazione?

<Un sito internet aggiornato settimanalmente con informazioni di tipo pratico per valutare qualsiasi tipo di iniziativa commerciale, di investimento o societaria. Il che significa informazioni di tipo tecnico, legale e cultura-paese del tutto gratuite. All'impresa che intende valutare, in qualsiasi forma, una iniziativa in Brasile dedichiamo un incontro mirato, nuovamente gratuito, per valutare insieme la sostenibilità dell'idea in base alle dimensioni, all'operatività e all'area geografica più idonea in base al settore di intervento. Si tratta del (primo) "ABC" per chiunque. Inoltre, il target dell'impresa varia a seconda delle categorie di intervento: nel settore del software, se è media o piccola ma fattura 1 milione di euro, è da considerarsi medio-grande; se fattura 1 milione nelle macchine utensili è artigianale>.

E le MPI?

<Chi propone, come singolo professionista, servizi di formazione perde solo tempo. Invece, **se c'è una MPI che cerca spazio possiamo interessarci, valutare i luoghi dove proporla. Si potrebbe tradurre il know-how in lingua portoghese, perché i brasiliani parlano tanto e non annoiano mai.** In Brasile c'è bisogno di sapere, e i brasiliani sanno ricevere e trasmettere. In Italia vedo gente stanca, vecchia, poca lucidità. Poi, c'è il percorso di internazionalizzazione: si passa dai colloqui gratuiti all'operatività con indagini di mercato, ricerche doganali, analisi di elementi strategici (tutelare il nome commerciale) per l'impresa. C'è una cattiva informazione: si pensa che associazioni e Camere di Commercio siano centri di burocrazia. Non lo sono>.

CAMERA DI COMMERCIO ITALO-BRASILIANA

Una breve presentazione

L'unica Camera di Commercio Italo-Brasiliana in Italia, a Milano, facente parte del sistema Unioncamere. Non beneficia di alcun finanziamento pubblico, quindi propone agli interlocutori servizi reali per autofinanziarsi. Poca burocrazia (con la Camera di Commercio si dimezzano i passaggi; per chi preferisce il "fai da te" gli adempimenti superano, in numero e complessità, quelli italiani) e tanti nuovi strumenti per farsi conoscere. Dall'affiancamento delle imprese allo start-up, dalla crescita consolidata (ovviamente senza sostituirsi all'imprenditore) al tutoraggio in tutti i settori con particolare attenzione a quelli più evoluti. Sistema societario, immobiliare, fiscale, gestione del personale: la Camera di Commercio offre tutte le soluzioni di carattere tecnico-pratico affinché l'impresa funzioni senza problemi. Lo fa nei 27 stati del Brasile con suoi referenti appositamente coordinati. Inoltre, fornisce all'imprenditore i documenti tradotti in lingua italiana e in termini tecnici superando qualsiasi cavillo dettato da una traduzione incompleta. Dichiara il Presidente Luciano Feletto: <Il Brasile ha un problema: di fronte ad una grande crescita mancano le figure professionali. Il territorio è fertile – sia per chi si dedica al commercio, sia per chi vuole fare impresa – ma non ci si può permettere errori, perché i tempi sono difficili e i mercati si sono ristretti divenendo ancor più competitivi. E' bene affidarsi a chi conosce il Paese e a chi sa fornire servizi adeguati, puntuali, attenti all'imprenditoria>

Il Brasile... a Varese.

Si terrà nel mese di OTTOBRE, al Centro Congressi di Ville Ponti a Varese, un incontro informativo organizzato da **Confartigianato Imprese Varese e la Camera di Commercio Italo-brasiliana di Milano**. Ad illustrare alle imprese presenti le opportunità offerte dal Brasile, sarà il Presidente della CCIAA Luciano Feletto.

Differenze culturali, occasioni di investimento, settori più attrattivi, cavilli contrattuali, rischio di impresa. Ruolo delle associazioni di categoria e della Camera di Commercio. Un incontro per capire, conoscere, lasciarsi affascinare da un Paese dove il Made in Italy è espressione di creatività, genialità, professionalità. Ma anche una nazione schiacciata dai pregiudizi e dai luoghi comuni (l'impresa "fai da te"), eppure culla di un miracolo economico sempre più interessante perché in continua crescita. Dunque, il Brasile come "nuovo mondo" per quegli imprenditori che già fanno internazionalizzazione e per quelli che vogliono avvicinare un mercato del quale si sa sempre meno ma sa offrire sempre di più.