

Nuovi mercati. Trenta aziende regionali pronte a investire

Mondiali brasiliani business per il Lazio

Workshop tecnico di Unindustria il 13 aprile

Giuseppe Latour

*** Energie rinnovabili. Prodotti "made in Italy". Grandi infrastrutture che serviranno per i Mondiali del 2014 e per le Olimpiadi del 2016. Senza contare le occasioni che possono arrivare dall'indotto di due grandi aziende italiane già massicciamente presenti nel paese: Telecom e Fiat. Le opportunità che il Brasile è in grado di offrire alle imprese nostrane danno l'idea di quello che è diventato il paese sudamericano. Una nazione-continente che, al ritmo di crescita del 7% annuo, ha ormai davvero poco del paese emergente e negli ultimi anni ha raccolto investimenti di almeno 500 aziende italiane.

Per intercettare i colossali affari che possono derivare da questo mercato Confindustria, Ice e Abi capitaneranno tra il 16 e il 19 maggio prossimi una missione di sistema che passerà da San Paolo e da Rio de Janeiro. Con l'obiettivo di rimpolpare la già sostanziosa presenza italiana nel pa-

ese. Una trentina di queste imprese saranno laziali. Per sostenerle, Unindustria il prossimo 13 aprile darà vita al suo primo workshop internazionale, in collaborazione con la Camera di commercio italo brasiliana. Ad aprire i lavori della giornata sarà il presidente Aurelio Regina.

«Forse per la distanza geografica dall'Italia - spiega Simone Santi, vicepresidente del gruppo giovani imprenditori di Roma con delega all'internazionalizzazione - il Brasile non è uscito fuori come meritava, ma parliamo di un paese molto interessante sul fronte degli investimenti». Partiamo, allora, dall'analisi dei settori. «In testa - prosegue Santi - ci sono di certo le rinnovabili, sulle quali il Brasile ha un primato di livello mondiale. Poi, vanno ricordati gli appalti per le opere collegate ai Mondiali e alle Olimpiadi. Non solo edifici e strade, ma anche le relative reti, i sistemi di sicurezza e gli impianti. Ci sono

poi i filoni legati, come detto, a Fiat e Telecom. «E, infine, c'è grande spazio per i prodotti italiani. Nel sud del Paese ci sono 25 milioni di nostri connazionali».

Su questo punto, però, Santi fa una precisazione. «Il Brasile ha dazi molto alti, che sono serviti negli anni a proteggere le imprese locali. Si presta, per questo, molto alla creazione di nuove attività e poco all'export in senso classico». Con la sola esclusione delle macchine ad alta tecnologia e dei prodotti più tipici, come vino e pasta, in grado di sopportare i sovrapprezzi. A questo, poi, va aggiunto che molte regioni hanno sistemi di incentivazione che favoriscono la nascita di attività produttive. E questo non è l'unico vantaggio. «Il cuneo fiscale - racconta Santi - è molto più favorevole di quello italiano, esiste un trattato di doppia imposizione italo brasiliana che ci agevola, non ci sono imposizioni sulle rimesse di capitali verso l'estero e l'infla-

zione sta scendendo».

Data la vastità del territorio, le aree in cui è possibile investire sono molte. «Oggi dice Santi - il made in Italy è molto forte nel sud e nella zona di Belo Horizonte». Le zone più incentivate sono gli stato di Minas Gerais e del Paraná (il Brasile è una repubblica federale). E i mercati di riferimento per i grandi capitali stranieri sono, ovviamente, San Paolo e Rio de Janeiro. Senza dimenticare il settore

del turismo, in grande espansione al nord e nello stato di Salvador de Bahia. E senza trascurare la funzione di trampolino che il Brasile può svolgere. «È un'area di libero scambio con il Mercosur (il mercato comune del Sud America) - conclude Santi - e costituisce un riferimento per tutti i paesi del mondo di lingua portoghese». Come l'Angola, il Mozambico, la Guinea Bissau.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

RICCHEZZA PRODOTTA

+7%

Il Pil del Brasile. Il tasso di crescita del gigante sudamericano nel 2010

EXPORT 2010

110,6 milioni

In crescita. Le vendite del Lazio in Brasile nel 2010 sono quasi raddoppiate

LA MISSIONE

16-19 maggio

In Brasile. Organizzata a livello nazionale da Confindustria, Ice e Abi



Gruppo giovani imprenditori.
Il vicepresidente Simone Santi



In espansione. Rio de Janeiro (in foto) ha una popolazione superiore a 6 milioni di abitanti

