

## BRASILE, TRA I BRIC È IL PIÙ EUROPEO

Le Pmi italiane si interessano sempre più al Brasile. La logica, però, suggerisce Ccib, non può essere la delocalizzazione

Roberto Pacifico

Il Brasile non è un Paese per dilettanti. Queste parole di Tom Jobim (1927-1994), il celebre compositore brasiliano, uno degli artefici della bossa nova, tornano bene anche per sintetizzare uno dei messaggi-cardine del seminario "Brasile, crisi od opportunità", tenutosi nella sede della Camera di Commercio Italo-Brasiliana (Ccib). Uno dei non pochi motivi che rendono attrattivo il Brasile è il



38

febbraio\_2014

potenziale della domanda. Anche se il Pil 2013 (+2,5%) è lontano dagli incrementi a due cifre di qualche anno fa, il bacino potenziale di consumatori, soprattutto nell'area Sud e Sud-Est - che concentra il 70% dell'economia nazionale - è di tale portata da convincere sempre più Pmi italiane a volare in Brasile, nonostante le distanze che non si possono definire brevi (almeno dieci ore di aereo): sulla scia delle grandi companies tricolore, che hanno fatto da apripista al made in Italy in Brasile, come Fiat, Pirelli, Telecom-Tim, Brembo, Barilla, Ferrero, per citare le più grandi, assisteremo a un esodo sempre più consistente di piccole e medie imprese interessate a portare la cultura e le competenze tecniche proprie dei brand e del know-how italiano in uno dei più grandi Paesi del mondo - il Brasile è 2,2 volte più esteso dell'Ue-25, e 28 volte più vasto dell'Italia - ma anche fra i più belli e attraenti.

### Brasile: principali Paesi fornitori



### Un'Europa anni Ottanta

"Se si guardano le vetrine delle profumerie brasiliane sembra di vedere l'Europa degli anni Ottanta" racconta **Roberto Petrucci**,

coo di Chromavis, azienda italiana specializzata nella cosmetica, che fa parte di Fareva, e ha aperto l'anno scorso uno stabilimento da 100 dipendenti a San Paolo.

"L'idea di andare in Brasile è nata nel 2010, quando già fervevano i preparativi per i Mondiali di calcio 2014. Le opportunità sono immense, ma all'inizio abbiamo incontrato alcuni problemi nell'avviamento dell'attività. Per esempio, abbiamo dovuto cambiare tre studi di legali e commercialisti perché le professionalità locali sono molto basse e la burocrazia del paese è spaventosa". Ma Chromavis è tutt'altro che pentita: grazie al Brasile, dove i consumi di cosmetici crescono del 20% l'anno, il fatturato arriverà nel 2015 a 27 milioni contro i 3,3 nel 2012. Fra i concorrenti di Chromavis spicca, oltre a O Boticario, Natura, la più grande realtà produttiva brasiliana nella bellezza per la persona (fatturato 2,8 miliardi di dollari), il cui amministratore delegato Alessandro Carlucci, è di origine italiana, come il 15% della popolazione brasiliana: circa 30 milioni di persone, la più numerosa popolazione di oriundi italiani nel mondo. ■

febbraio\_2014

39