

INTERVISTA

Luciano Feletto

Presidente **Camera di Commercio italo-brasiliana**

Spazi per l'alimentare, ma bisogna studiare

L'alimentare è uno dei settori che più interessa gli imprenditori italiani che vogliono esportare in Brasile. Il made in Italy alimentare è conosciuto in tutto il mondo e molto apprezzato in Sud America, ma i dazi, i maledetti dazi, scoraggiano. Tuttavia il pessimismo è eccessivo e dovrebbe lasciare il posto a un'analisi dei dati. Luciano Feletto, presidente della **Camera di Commercio italo-brasiliana**, mostra sprazzi di ottimismo e spazi di manovra.

Presidente Feletto, esistono ambiti alimentari in cui un imprenditore italiano riesce a operare in Brasile?

Sì, ci sono. È necessario effettuare delle analisi di settore e spulciare la legislazione brasiliana per capire dove sono gli interstizi in cui un operatore economico italiano si può infilare. Le barriere

ci sono, è vero. Ma all'interno di uno stesso settore merceologico, per esempio il comparto lattiero-caseario, ci sono prodotti con una tassazione molto elevata e ce ne sono altri con una tassazione abbordabile.

Più attenzione e una strategia mirata. È questo che suggerisce agli imprenditori italiani?

Proprio così. Chi non organizza nei dettagli uno sbarco imprenditoriale in Brasile è destinato all'insuccesso. Per esempio chi vuol riempire un container di prodotti italiani e incassare tanto e subito. Ecco, così non si va da nessuna parte. È necessario affidarsi a chi conosce la legislazione brasiliana e offre servizi mirati.

Ci faccia degli esempi.

Il Brasile va studiato e analizzato nelle pieghe dei regolamenti tariffari ma

anche delle caratteristiche di mercato. Il prosciutto italiano, per esempio, viene esportato in minima quantità in Brasile, a differenza di quello spagnolo. La ragione è semplice: in Brasile le affettatrici non sono diffuse e il prosciutto viene tagliato "al coltello". Gli italiani devono attrezzarsi per un mercato che ha caratteristiche peculiari.

Il caffè italiano, preparato con la moka, è conosciuto in tutto il mondo. Perché allora in Brasile non ha sfondato?

La moka in effetti non ha mai attecchito in Brasile. Eppure l'errore commerciale è stato degli italiani che non hanno saputo dribblare il problema. Oggi il 90% delle macchine da caffè, con relative cartucce, è in mano a Nescafé che ha saputo fornire il pacchetto completo.

I macchinari sono un punto di forza dell'export italiano. Qual è la situazione di mercato e doganale in Brasile?

I brasiliani applicano dazi alti quando i macchinari italiani sono concorrenziali con i loro. Quando invece i nostri macchinari non sono prodotti anche lì, il regolamento doganale è molto favorevole. E quindi si può esportare.

R.D.R.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Strategia mirata

«Chi non organizza nei dettagli uno sbarco imprenditoriale in Brasile è destinato all'insuccesso. Per esempio chi vuol riempire un container di prodotti italiani e incassare tanto e subito. Ecco, così non si va da nessuna parte»

Luciano Feletto, Camera di Commercio italo-brasiliana