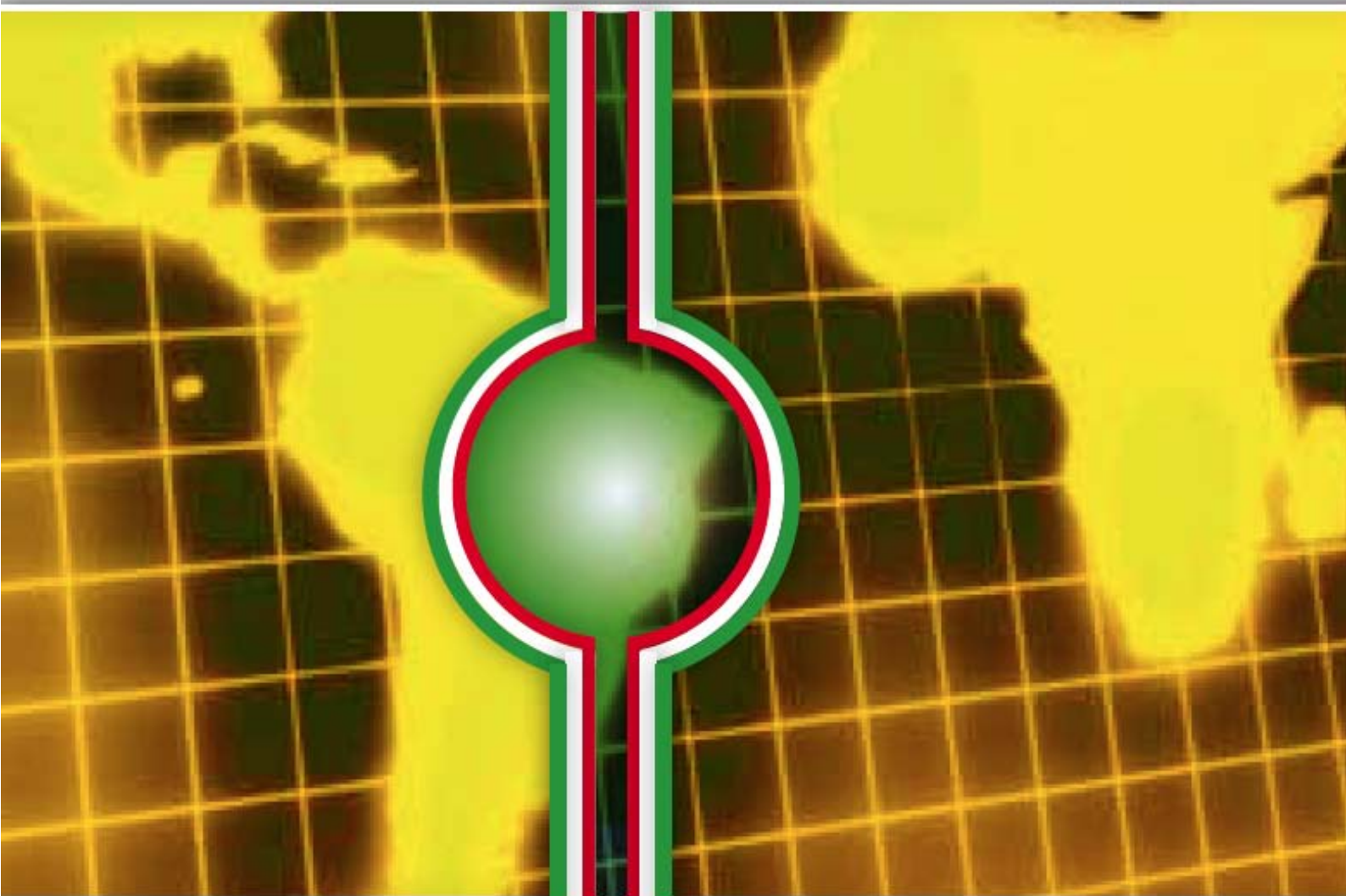




Ministero dello Sviluppo Economico

Dossier Brasile

L'IMPRESA VERSO I MERCATI INTERNAZIONALI



a cura di



Interprofessionalnetwork

Dossier Brasile

L'IMPRESA VERSO I MERCATI INTERNAZIONALI

a cura di



Ministero dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per le Politiche di Internazionalizzazione e la
Promozione degli Scambi Dipartimento per l'impresa e l'internazionalizzazione
www.mincomes.it • interpromo.seg@sviluppoeconomico.gov.it



Interprofessionalnetwork

www.interprofess.it • impresa@interprofess.it

Tutti i diritti sono riservati

I testi anche se curati con scrupolosa attenzione non possono comportare specifiche responsabilità per involontari errori e inesattezze; pertanto l'utente è tenuto a controllare l'esattezza e la completezza del materiale utilizzato.



Gli autori

*Gli **Autori** che hanno curato l'elaborazione dei contenuti inseriti nel presente Dossier sono i seguenti:*

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO

Silvana La Bella, Direzione Generale per le Politiche di Internazionalizzazione e la Promozione degli Scambi

Fabio Giorgio, Direttore Responsabile del Bollettino Scambi con l'Estero - Note di aggiornamento

INTERPROFESSIONAL NETWORK

Giulio Veneri, Consigliere delegato

Marco Bagolin, dottore in scienze della comunicazione

Barbara Bonafini, avvocato in Verona – Dindo, Zorzi e Associati Studio Legale, LegAll Verona

Pietro Butturini, dottore in giurisprudenza

Gian Andrea Chiavegatti, avvocato in Verona – Studio Legale Chiavegatti

Luca Chiavegatti, avvocato in Verona – Studio Legale Chiavegatti

Serena A.L. Corongiu, avvocato in Thiene/Vicenza – Studio Legale Corongiu

Stefano Dindo, avvocato in Verona – Dindo, Zorzi e Associati Studio Legale, LegAll Verona

Olivia Dornetta, avvocato in Verona – Dindo, Zorzi e Associati Studio Legale, LegAll Verona

Stefano Garelli, dottore commercialista in Torino – Studio Garelli Dottori Commercialisti Associati

Pietro Mastellone, avvocato in Firenze – Studio Legale Mastellone, LegAll Firenze

Daniela Tomiello, dottoressa in Lingue per la comunicazione commerciale e la promozione del turismo internazionale

Vittorio Zattra, dottore in giurisprudenza – Studio Legale Dindo & Associati, LegAll Verona

Paolo Zucconelli, avvocato in Verona – Studio Legale Dindo & Associati, LegAll Verona

Si ringraziano per il loro prezioso intervento:

Emilio Bellini, Managing Director – Orobica Plast-Gom Srl

Furio Bragagnolo, Presidente – Pasta Zara

Andrea Cavagnis, Amministratore Delegato – Pavan Group

Michele Darderi, Corporate Marketing Manager – Pavan Group

Francesco Mazzoli, International Business Development – Officine Maccaferri Spa

Massimo Resaz, Direttore responsabile dipartimento estero – Gruppo Acqua Minerale San Benedetto S.p.A.

Filippo Servalli, Responsabile Area Marketing e Comunicazione – RadiciGroup

Luca Tomat, Head of Sales Ap - Am EEMEA Regions – Lotto Sport

Manfredi Ucelli di Nemi, Direttore Esecutivo – Bonfiglioli do Brasil

Enrico Zoppas, Presidente – Gruppo Acqua Minerale San Benedetto S.p.A.

Il coordinamento scientifico dell'opera ringrazia, altresì, per la preziosa collaborazione prestata, **Gianluca Vigo di Torre Bairo**, avvocato e consulente all'internazionalizzazione, l'Avv. **Durval de Noronha Goyos jr.** e l'Avv. **Milena Rupiani Bonetto** dello Studio legale Noronha Advogados di San Paolo e **Silvia Ciato**, dottoressa in Lingue per la comunicazione commerciale e la promozione del turismo internazionale.





Indice

Presentazione

A CURA DELLA DIREZIONE GENERALE PER LE POLITICHE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEGLI SCAMBI MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO

Introduzione

<i>Marta Dassù</i> - SOTTOSEGRETARIO DI STATO MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI	<i>pag. 10</i>
<i>Gherardo La Francesca</i> - AMBASCIATORE D'ITALIA IN BRASILE	<i>pag. 14</i>
<i>Gian Mario Spacca</i> - PRESIDENTE REGIONE MARCHE	<i>pag. 16</i>
<i>Vasco Errani</i> - PRESIDENTE DELLA CONFERENZA DELLE REGIONI E DELLE PROVINCE AUTONOME	<i>pag. 18</i>
<i>Ferruccio Dardanello</i> - PRESIDENTE UNIONCAMERE	<i>pag. 20</i>
Le Regioni si presentano	<i>pag. 25</i>

1. Overview Paese

pag. 63

- | | |
|---------------------------|--------------------------------------|
| 1. Aspetti generali | 4. Rapporti economici Italia-Brasile |
| 2. Cenni storico politici | 5. Scambi commerciali |
| 3. Usi e costumi | |

2. Perché fare business in Brasile

pag. 87

- | | |
|--------------------------------------|----------------|
| 1. Caratteristiche del Sistema Paese | 2. Conclusioni |
|--------------------------------------|----------------|

3. Strategie di ingresso

pag. 93

- | | |
|---|---|
| 1. Aspetti contrattuali | 3. Accordi di collaborazione interaziendale (Joint Venture) |
| 2. Insediamento all'estero: scelta della struttura più idonea | 4. Contratti di distribuzione |

4. Aspetti legali

pag. 109

- | | |
|---|--|
| 1. Antitrust, monopoli pubblici e leggi sulla concorrenza | 3. Task Force ICE per l'assistenza alle imprese per la tutela dei diritti di proprietà intellettuale |
| 2. Marchi e brevetti | 4. Il sistema giudiziario |

5. Aspetti tributari

pag. 129

- | | |
|---|--|
| 1. Aspetti generali del sistema tributario | 6. ICMS - State Value Added Tax |
| 2. Imposte indirette | 7. ISS - Municipal Service Tax |
| 3. IPI - Federal Value Added Tax (O Federal Excise Tax) | 8. Imposte dirette sulle persone giuridiche |
| 4. PIS - PASEP e COFINS | 9. Imposte dirette sulle persone fisiche |
| 5. IOF | 10- Agevolazioni fiscali per gli investimenti esteri |

6. Il Ministero dello Sviluppo Economico per l'internazionalizzazione delle imprese

pag. 159

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1. L'attività promozionale del MISE | 2. Gli strumenti di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese |
|-------------------------------------|---|

7. Casi aziendali

pag. 175

- | | |
|--|--------------------------|
| 1. Acqua Minerale San Benedetto Spa | 5. Orobica Plast-Gom Srl |
| 2. Bonfiglioli Redutores Do Brasil Indústria E Comércio Ltda | 6. Pasta Zara Spa |
| 3. Lotto Sport Italia | 7. Pavan Group |
| 4. Officine Maccaferri Spa | 8. RadiciGroup |



Presentazione



Ministero dello Sviluppo Economico

Il settore estero costituisce, in questo momento, uno dei più significativi elementi di sostegno al consolidamento dell'economia italiana.

A rafforzare questo positivo andamento del nostro export hanno contribuito in maniera rilevante i paesi emergenti, verso i quali abbiamo incrementato le vendite del 15% su base annua.

In tale quadro, i paesi BRIC (Brasile, Russia, India e Cina) continuano a rappresentare i principali mercati di sbocco a livello mondiale, grazie ai tassi di crescita che si sono mantenuti positivi anche in periodo di crisi globale, ed alla domanda che sono in grado di esprimere e che si sta orientando verso le nuove necessità legate alla diversificazione dell'economia, con notevoli ripercussioni sulla scena mondiale.

E' in questo contesto che prende il via la Missione Governo Regioni in Brasile, promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico in collaborazione con le Regioni italiane e con il supporto del Sistema Camerale e dell'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane - ICE.

Dal 21 al 25 maggio 2012 la Missione a carattere plurisetoriale ed articolata in approfondimenti con esperti, visite ai poli produttivi ed incontri B2B con controparti locali mirate, toccherà le città di San Paolo, San Josè Dos Campos, Curitiba, Santos e Belo Horizonte.

Il Brasile, principale membro del Mercosur, offre importanti opportunità di collaborazione imprenditoriale e di investimento ed in questo contesto la Missione rappresenta un importante momento di promozione delle eccellenze del





Made in Italy.

Basti pensare che vi partecipano ben duecento imprese, le quali, sommate ai rappresentanti delle Amministrazioni centrali e Regionali, delle Associazioni di categoria e del sistema creditizio che vi hanno aderito, formano una delegazione altamente rappresentativa, di oltre quattrocento partecipanti.

Le relazioni tra Italia e Brasile stanno vivendo una fase di forte rilancio e intensità, che poggia non solo sugli storici legami esistenti tra i due popoli, con 30 milioni di brasiliani di origine italiana, e sulle loro naturali affinità culturali e linguistiche, ma anche su concreti interessi economici.

Sono stati individuati, in condivisione tra le nostre regioni e le regioni brasiliane, i settori prioritari nei quali appare più proficuo avviare una collaborazione: Agroindustria, Legno – Arredo, Meccanica, Sistema Moda.

Il fine è quello di attuare un'efficace strategia di penetrazione nel mercato offrendo un'immagine organica e unitaria del nostro Paese e delle sue peculiarità e creando al contempo legami stabili e duraturi con le controparti istituzionali e imprenditoriali che si andranno ad incontrare.

Se le aziende italiane guardano al mercato brasiliano con rinnovato interesse per via degli elevati tassi di crescita e delle potenzialità esistenti in una pluralità di settori strategici, con la crescita del reddito e della **proiezione internazionale**, il Brasile rivolge una crescente attenzione alle aree di eccellenza italiane ed al contributo decisivo che il Sistema Italia può dare allo sviluppo economico del Brasile, in termini di tecnologia, innovazione, formazione e



modelli di sviluppo.

Entrambi i Governi sostengono con forza il pieno utilizzo delle complementarità esistenti tra i due Paesi a partire dall'ambizioso piano d'azione per il partenariato strategico, firmato il 12 aprile 2010 a Washington, cui si aggiungono le opportunità offerte dagli eventi sportivi programmati nei prossimi anni, quali la Coppa del Mondo di Calcio nel 2014 e le Olimpiadi a Rio de Janeiro nel 2016, che costituiscono un'eccellente opportunità di business per le imprese italiane e l'occasione per rafforzare la cooperazione economica e commerciale bilaterale.

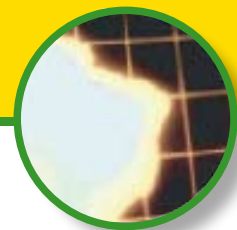
La sfida risiede sia nello stimolare l'export tradizionale di macchinari e attrezzature per soddisfare la domanda dei consumatori di fascia alta per i beni di consumo made in Italy, sia nel trovare spazio nei settori strategici posti al centro dei Programmi di Accelerazione della Crescita.

Tali programmi hanno infatti previsto progetti infrastrutturali nei tre macro-settori della logistica, energia e infrastruttura sociale ed urbana; a questi si aggiungono ulteriori risorse finanziarie per sostenere progetti nei trasporti, nell'energia e nell'edilizia.

L'unicità e la differenziazione del prodotto italiano costituiscono il punto di forza per un approccio selettivo alle opportunità presenti in Brasile.

L'impegno delle Istituzioni è quello di sostenere ed affiancare i territori italiani, attraverso le Regioni, a dialogare con i territori brasiliani rappresentati dagli Stati federali, fungendo da cornice e impulso alle attività di sviluppo di quanto già attivato in collaborazione con l'Amministrazione centrale.

Si tratta cioè di attivare sinergie e collaborazioni per



operare, con vantaggi reciproci, in questa parte del mondo che assume sempre più una valenza strategica per le nostre relazioni internazionali.

*Direzione Generale per le Politiche di
Internazionalizzazione e la Promozione degli Scambi
Ministero dello Sviluppo Economico*



Introduzione - I



Ministero degli Affari Esteri

Per introdurre e contestualizzare questo ponderoso “Dossier Brasile”, può essere utile ricordare due dati molto semplici. Primo dato: l'Italia, nonostante la crisi economica e finanziaria, è ancora uno dei principali esportatori europei. L'incidenza dell'export sul PIL è attorno al 20%. La sua importanza, vista la contrazione della domanda interna, è in rapido aumento. Secondo dato: quasi il 70% dell'export italiano resta tuttavia concentrato in Europa. Solo il 7% e il 3.5% delle esportazioni italiane hanno come destinazione rispettivamente il Nord America e l'America Latina, un continente che nell'ultimo decennio ha cominciato a crescere in modo sostenuto. Conclusione, anch'essa molto semplice: un catching up, nel continente americano, è necessario e possibile. Necessario per le capacità di ripresa di un sistema produttivo come il nostro, dipendente più che in passato dalla domanda esterna. Possibile, visto che gran parte dell'America Latina ha ormai tassi di sviluppo elevati e conosce un aumento costante della classe media - elementi che rendono i mercati latino-americani, almeno in teoria, mercati di sbocco primari per le nostre aziende. Il Brasile, parte dei BRICS, è in cima alla lista delle priorità: per le dimensioni del paese, per la performance economica dell'ultimo decennio, per la stabilità politica e per l'importanza della comunità italiana.

Come passare, tuttavia, dalla teoria alla pratica? Come fare in modo che una presenza già rilevante ma soprattutto imperniata su grandi gruppi industriali diventi una presenza diffusa, capace di includere anche le imprese di dimensioni minori? In Stati-continenti come il Brasile, quest'azione di diffusione della presenza industriale italiana può essere condotta efficacemente solo attraverso un'azione coordinata, che permetta di rendere sinergici gli sforzi e le risorse degli operatori, pubblici e privati. Come dimostrano una serie di studi, fra i fattori di successo della promozione dell'export





rientra certamente la capacità di individuare gli “enabler” chiave per “supportare” una strategia integrata. Nel caso dell'Italia, la cooperazione fra Governo e regioni è una di queste condizioni. La missione in Brasile, in effetti, sarà un test significativo delle potenzialità di iniziativa congiunta tra Governo e autonomie territoriali. Non solo: è la prima missione di questa entità ad essere organizzata – sulla base di un'azione coordinata fra Ministero dello Sviluppo Economico, Ministero degli Affari Esteri, Regioni, e Sistema Camerale - dopo la nascita della nuova Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane - CE. Anche per questa ragione, sarà in qualche modo una “nuova” missione, capace di presentare in modo efficace le molteplici realtà produttive e le capacità di innovazione dei territori italiani. Infine, la missione si svolge al culmine della manifestazione “Momento Italia in Brasile”, una rassegna curata dall'Ambasciata d'Italia a Brasilia: oltre 400 progetti, articolati in grandi eventi culturali e iniziative mirate sia alla promozione economico-commerciale che alla valorizzazione della vasta collettività di origine italiana.

Non si tratta, evidentemente, di scoprire il Brasile: si tratta semmai di riflettere su punti di forza e possibili fragilità di un modello economico che guarda, oltre che verso il nostro Continente, verso l'Asia. E non si tratta, vista la ricchezza del fattore umano che ci lega, di fare scoprire l'Italia al Brasile: si tratta semmai di illustrare i risultati di uno sforzo continuato di innovazione industriale. Obiettivo “sistemico”, naturalmente, è quello di moltiplicare le opportunità di collaborazione commerciale e produttiva con un Paese che costituisce la prima economia del sub-continente latino-americano e che ha goduto nell'ultimo decennio di notevole stabilità politica, capitale prezioso per un



rapido sviluppo economico e sociale. La crescita del Brasile ha reso possibile, tra il 2010 e il 2011, anche uno sviluppo rilevante dell'interscambio commerciale bilaterale, passato da 9 miliardi di dollari a circa 12, con un apprezzabile aumento della quota italiana di mercato. L'Italia è ormai il secondo fornitore europeo del Brasile dopo la Germania e si colloca all'ottavo posto nella classifica degli investitori stranieri. È un record importante, che fra l'altro contribuisce – dando peso alla relazione commerciale fra UE e America Latina – a combattere le tendenze al protezionismo che esistono su entrambe le sponde dell'Atlantico. Non è un caso che l'accordo UE-Mercosur, volto alla creazione di un'area di libero scambio, sia ancora in fase di stallo.

Oltre settecento imprese italiane sono già presenti in Brasile, con filiali e stabilimenti produttivi. Sono risultati importanti, ma non ancora all'altezza – come si notava all'inizio - del potenziale esistente. La missione Governo-Regioni-Sistema Camerale si propone di cominciare a colmare questo gap, offrendo alle aziende italiane, attraverso un programma dettagliato di visite e incontri, l'occasione di stabilire contatti e di effettuare una valutazione accurata delle possibilità esistenti nei diversi settori: aumento dell'export, investimenti diretti e joint ventures con partner locali selezionati, attrazione di investimenti in Italia e collaborazione con imprese brasiliane nei paesi terzi.

Di particolare rilevanza è il tema dello sviluppo sostenibile nell'ambito della Green Economy, vista anche come strumento per creare occupazione altamente specializzata: è un settore in cui il sistema Italia, grazie agli sviluppi tecnologici degli ultimi anni, è in grado di esercitare un ruolo importante. In tale contesto, è significativo che questa missione si svolga alla vigilia della Conferenza Rio+20 del giugno 2012 (Conferenza delle Nazioni



Unite sullo Sviluppo Sostenibile), dove saranno discusse tematiche ambientali e sociali di interesse globale. Le aziende italiane del settore avranno quindi l'occasione di sondare il mercato brasiliano anche nella prospettiva di una loro successiva partecipazione ai side events previsti per il settore privato a margine della Conferenza di Rio.

Marta Dassù
Sottosegretario di Stato
Ministero degli Affari Esteri



Introduzione - II

Il Brasile rappresenta storicamente per l'Italia un partner politico ed economico di assoluto rilievo. Il potenziale di questo Paese trova fondamento non soltanto nella presenza di circa trenta milioni di discendenti italiani e nell'affinità linguistica e culturale, che lo differenzia dagli altri BRICS, ma anche nella complementarità dei sistemi economici di Italia e Brasile.

Il gigante sudamericano continua a crescere economicamente oramai da un decennio: se nel 2010 il PIL è aumentato del 7,5 per cento, nel 2011 si stima che il suo incremento si attesti a circa 3 per cento. Tale percorso di sviluppo ha consentito l'emancipazione di ampie fette di popolazione dalla soglia della povertà e la creazione di una nuova classe media. La presenza di una forte domanda interna ha per così dire reso questo Paese difficilmente permeabile alle ripercussioni negative della crisi economica del 2008-2009.

Tuttavia, l'attuale congiuntura economica internazionale e, in particolare, la crisi europea del debito sovrano hanno portato le autorità brasiliane a strutturare un piano di difesa del proprio sistema economico, che negli ultimi anni si è sempre più specializzato nell'esportazione di materie prime, dirette principalmente verso il mercato cinese.

La contrazione della crescita di Pechino e la sofferenza di parte dell'industria nazionale, con particolare riferimento ai settori chimico e dell'automotive, causata anche dal forte apprezzamento del Real nei confronti delle principali valute internazionali, ha indotto le autorità brasiliane a varare una strategia che privilegi la formazione del capitale umano, quale il programma Scienza senza Frontiere, e che prediliga il trasferimento di tecnologie avanzate che consentano al percorso di sviluppo intrapreso di essere sostenibile nel lungo periodo.

La missione di sistema Stato-Regioni-Sistema camerale è stata concepita per rispondere a questo tipo di domanda e di necessità della controparte brasiliana. Le oltre duecento aziende italiane, selezionate su un "parterre" iniziale di circa settecento imprese, sono



*Ambasciata d'Italia
Brasilia*





in grado di offrire ai partner brasiliani innovazioni di processo e di prodotto in vari settori produttivi: dalla meccanica all'agroindustria, dall'aerospazio all'alimentare, dalla moda alla logistica, dalla nautica all'Oil & Gas, dall'energia all'automotive, dall'edilizia sostenibile alla biotecnologia. La missione è stata strutturata per coprire cinque poli industriali brasiliani, capofila di alcuni settori produttivi: San Paolo, São José dos Campos, Belo Horizonte, Curitiba e Santos.

Già nel 2011 l'Italia ha aumentato di circa il 30 per cento le proprie esportazioni in Brasile con beni manufatti e strumentali ad alta intensità tecnologica e con ritmi tendenziali che superano non solo quelli di Francia e Regno Unito ma anche quelli della Germania. La performance italiana è stata migliore di quella di tutti i Paesi che la precedono nella classifica dell'export verso il Brasile con l'unica eccezione della Nigeria, che vende in Brasile quasi esclusivamente greggio e suoi derivati. Tale andamento ha permesso al nostro paese di aumentare la quota di mercato, passata dal 2,7% al 2,8%, e di confermarsi l'ottavo fornitore del Brasile e il secondo tra i paesi europei dopo la Germania. Più in generale, l'interscambio commerciale bilaterale ha raggiunto il valore record di quasi 11,7 miliardi di dollari aumentando del 28,5 per cento rispetto al 2010.

L'Italia, inoltre, è presente in Brasile con oltre settecento filiali e stabilimenti produttivi di imprese italiane e occupa la nona posizione, con quasi 18 miliardi di dollari, nel ranking dei Paesi investitori. La missione di sistema, quindi, che si situa nell'alveo del partenariato strategico sottoscritto tra i due Paesi nell'aprile del 2010 e che costituisce uno dei grandi eventi di Momento Italia Brasile 2011-2012, rappresenta un'opportunità di grande valore e respiro perché mira a sostenere ulteriormente le eccellenti relazioni economiche tra Italia e Brasile.

Gherardo La Francesca
Ambasciatore d'Italia in Brasile



Introduzione - III

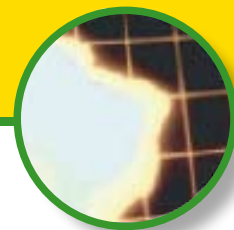
L'internazionalizzazione, nello scenario economico attuale, è una strategia "obbligatoria" anche per le micro e piccole imprese. Tuttavia, internazionalizzare non è un'impresa semplice. Si può seguire la grande industria, partecipare alla costruzione di un indotto e realizzare una filiera produttiva. Questa è una delle vie per ritagliarsi, in alcuni settori come la meccanica, un ruolo sui mercati internazionali. Non sempre, però, questa strada è percorribile ed adeguata. Il tessuto produttivo marchigiano, per esempio, fatto di micro, piccole e medie imprese che operano in settori tradizionali del Made in Italy (pelli, cuoio, mobile, tessile, abbigliamento), non può avere le stesse opportunità.

Inoltre l'elevata qualità e l'innovazione delle produzioni, la creatività, il brand, che sono il segno distintivo del Made in Italy e del fare impresa nelle Marche, da soli non bastano. E' infatti sulla dimensione che si gioca la sfida dell'internazionalizzazione. Un problema che si fa stringente quando le opportunità di crescita sono offerte quasi esclusivamente sul mercato globale.

Nelle Marche, in particolare, sostenere e favorire l'internazionalizzazione delle micro e piccole imprese è essenziale: siamo la prima regione manifatturiera d'Italia in rapporto alla popolazione, la decima d'Europa. È indispensabile, dunque, che le nostre imprese partecipino a un processo di internazionalizzazione e abbiano un percorso che si realizzi all'interno di una logica di sistema. Fare sistema significa integrarsi fortemente e nel modello che la Regione Marche persegue ormai da molti anni, l'integrazione riguarda ogni soggetto: le istituzioni, le imprese, le Università, il sistema della formazione, i Centri ricerca e il credito.

La Missione di Sistema in Brasile, che la Regione Marche è onorata di coordinare, rientra appieno in questa strategia, che vuole incentivare la presenza delle nostre imprese su quel mercato, ma anche sviluppare relazioni strutturali tra le due





economie. Per le Marche e per altre Regioni si tratta della conferma della strategia di collaborazione già avviata con il Paese sudamericano. Sulla strada che l'ha già portata in Brasile, la nostra regione ha avuto la fortuna di avere dalla sua parte l'Unione Europea e il Banco Interamericano di Sviluppo. Sono stati costruiti due progetti in regioni particolari dell'area brasiliana, Pará e Amazonas, dove è stata sperimentata una strategia basata soprattutto sulla creazione di un ambiente favorevole alla nascita della micro e piccola impresa. Questo progetto ha coinvolto il BID, il Sebrae, le Regioni, Università e Istituti di formazione, centri di innovazione tecnologica, come il Cosmob, che opera nel distretto legno e dell'arredamento a Pesaro. A Belem e a Manaus sono stati creati due centri di innovazione, trasferimento tecnologico e formazione e sono state attivate 250 imprese brasiliane, a fronte della collaborazione di 50 imprese marchigiane.

E' un esempio di buona pratica che potrebbe essere estesa ad altre realtà e territori. E' anche questo il senso della Missione di maggio. Confidiamo nel suo successo e nelle opportunità che si potranno aprire per un sempre maggiore protagonismo delle micro e piccole imprese nel mercato brasiliano. Perché siano interpreti e protagonisti di una via originale alla crescita e al sostegno dell'economia.

*Gian Mario Spacca
Presidente Regione Marche*



Introduzione - IV

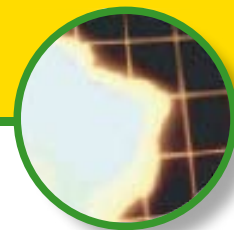
Con la Missione Governo/Regioni/Sistema camerale prevista in Brasile dal 21 al 25 maggio 2012 prosegue la positiva esperienza di sistema, lanciata nel 2009 in India e proseguita in Cina durante l'Expo Universale di Shanghai del 2010, che vede la massima collaborazione fra il Governo centrale e le realtà territoriali sui principali mercati internazionali.

La risposta del sistema delle Regioni in termini di partecipazione alla missione, ma più in generale alla rassegna Momento Italia Brasile 2011-2012, è andata oltre le aspettative, se si tiene in considerazione che ben sedici Regioni, numero mai toccato prima d'ora in analoghe iniziative all'estero, hanno aderito con grande entusiasmo ed impegno.

Al centro della missione vi saranno gli incontri delle imprese italiane con quelle brasiliane, accompagnati da seminari tecnici e visite aziendali. Saranno più di 200 le aziende italiane che hanno superato con successo un severo processo a partire da una richiesta superiore alle 700, che rappresenteranno in Brasile le principali filiere produttive nazionali. Ad ogni Regione partecipante è stata assegnata una capofilatura settoriale a seconda della propria vocazione produttiva principale e in base a questa suddivisione le Regioni avranno il compito di coordinare le attività operative delle imprese che andranno a realizzare, nelle diverse tappe di missione, e di organizzare eventi collaterali. La partecipazione delle Regioni alla missione di Sistema avrà anche lo scopo di valorizzare non solo gli aspetti più significativi dell'imprenditoria italiana, ma anche la cultura, l'offerta turistica, la capacità d'innovazione della ricerca applicata all'industria che il nostro Paese può offrire, mettendo in risalto certamente la cornice nazionale, ma valorizzando in questo contesto anche le specificità regionali.

Per ogni tappa sono previsti incontri ai massimi livelli fra le Regioni capofila e i Governi degli Stati interessati, San Paolo, Minas Gerais e Paranà, consentendo di porre le relazioni "Local to local" al centro di un intenso confronto ideale ed operativo. Saranno rivisti accordi preesistenti, o lanciate nuove forme di collaborazione, organizzati





congiuntamente eventi convegnistici, sfilate di moda e spettacoli culturali. L'iniziativa nazionale diventerà infine anche l'occasione per le Regioni per presentare lo stato dell'arte e i risultati di importanti progetti interregionali che le vede impegnate da anni in attività di supporto e assistenza alla società brasiliana, soprattutto nel settore della cooperazione decentrata e del welfare.

La presenza delle Regioni racconterà un'Italia fatta di arte, cultura, tradizione, ma anche di un Paese in grado di esprimere una grande dinamicità imprenditoriale e capacità di innovazione. Questo messaggio contribuirà a declinare l'essenza di un popolo, quello italiano, che produce ed esporta non soltanto uno stile di vita apprezzato in tutto il mondo, ma anche prodotti di elevata qualità, innovazione e design molto amati anche in Brasile. E' con queste premesse, quindi, che il settore pubblico e quello privato, lo Stato e le Regioni hanno lavorato insieme con impegno affinché Momento Italia Brasile in generale e la missione di Sistema in particolare rappresentino una vetrina sulle eccellenze italiane e regionali e consentano di trasmettere un messaggio sulla capacità complessiva dell'Italia di raccogliere le sfide del futuro traendo ispirazione dal grande patrimonio del proprio passato. Tutto questo, con l'obiettivo di portare nel medio e lungo periodo più Italia in Brasile e più Brasile in Italia, per una maggiore conoscenza reciproca e per una crescita intelligente e sostenibile di entrambi i territori.

Ringrazio a nome di tutte le Regioni l'Ambasciatore italiano a Brasilia, Gherardo La Francesca, l'Agenzia per la promozione all'estero - ICE di San Paolo, l'Istituto Italiano di Cultura, le Camere di commercio Italia-Brasile per l'ottimo lavoro di coordinamento con i Ministeri Affari Esteri e Sviluppo economico e la Regione Marche, coordinatrice della missione.

Vasco Errani

*Presidente della Conferenza delle Regioni e
delle Province autonome*



Introduzione - V



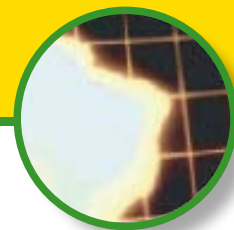
Il Brasile ha assunto un ruolo fondamentale nell'economia mondiale. Il deciso impegno del governo federale per potenziare le infrastrutture, per diversificare l'industria locale e per sviluppare una classe media a elevate capacità di spesa costituiscono un eccellente intreccio di fattori che rendono il Paese fortemente attrattivo per il commercio e gli investimenti esteri.

A partire dagli anni '90 il Brasile ha adottato importanti misure per la stabilità macroeconomica in vigore ancora oggi. I tre pilastri del modello macroeconomico, controllo dell'inflazione, responsabilità fiscale e tasso di cambio flessibile, rappresentano una combinazione vincente che ha già prodotto risultati importanti.

Inoltre la crescita economica sopra la media del Brasile si fonda principalmente su dinamiche demografiche favorevoli che alimentano la domanda al consumo - più di metà della popolazione ora fa parte della classe media, mentre la soglia di povertà si è dimezzata - e una spesa ingente in infrastrutture.

Il processo di apertura dell'economia brasiliana è coinciso con una marcata internazionalizzazione del suo sistema produttivo. Le fusioni e acquisizioni verificatesi in Brasile a partire dal 2009 hanno portato alla costituzione di grandi imprese in grado di primeggiare sul mercato interno e di competere su quello internazionale.

Ai tradizionali partner commerciali, Argentina, Stati Uniti ed Unione Europea, si è aggiunta, in anni recenti, una diversificazione dell'interscambio. La maggiore presenza brasiliana in nuovi mercati - quali la Cina, principale mercato di sbocco col 15,1% sul totale dell'export brasiliano, ma anche l'India, ottavo mercato di sbocco col 2,2% - è conseguenza sia dell'andamento della domanda delle materie prime, sia della



ricerca di partenariati con altre economie emergenti. Questo approccio economico diversificato mira a rendere il Paese meno dipendente dai mercati tradizionali.

Le relazioni tra Italia e Brasile stanno vivendo una fase di forte rilancio e intensità, che poggia non solo sugli storici legami esistenti ma anche su interessi economici di grande concretezza.

Da un lato le aziende italiane guardano al mercato brasiliano con rinnovato interesse per via dei suoi elevati tassi di crescita, della sana gestione macroeconomica dell'ultimo decennio e delle potenzialità esistenti in una pluralità di settori strategici, dalle telecomunicazioni all'energia, dalle infrastrutture all'organizzazione dei grandi eventi sportivi dei prossimi anni. Dall'altro, con la crescita del reddito e delle ambizioni del Paese, il Brasile rivolge la propria crescente attenzione alle aree di eccellenza italiane e al contributo decisivo che il Sistema Italia può dare per la crescita del Brasile, in termini di tecnologia, innovazione e modelli di sviluppo.

I settori significativi in termini di penetrazione commerciale italiana nel mercato brasiliano continuano ad essere quelli della meccanica e delle medie tecnologie. Tradizionalmente si tratta di tutte le varie tipologie di attrezzature e macchinari per l'industria manifatturiera leggera, in cui il nostro Paese è riconosciuto tra i leader mondiali. Si va quindi dalle macchine tessili, a quelle per la lavorazione dei metalli, della ceramica, del legno, della pietra.

Pur affermate, ma non quanto le potenzialità del mercato consentirebbero, sono tutte le attrezzature collegate alla filiera dell'agro-industria, dell'alimentare e dell'imballaggio.

Esistono poi ampi margini di penetrazione commerciale in nuove aree di interesse: mobili, design, arredo, lusso, "made



in Italy”, turismo, aerospazio, ambiente, “auto motive”, marmi e graniti, nautica da diporto, petrolchimica, telecomunicazioni, alimentare e agroalimentare, energie rinnovabili, tessile, calzaturiero, infrastrutture, logistica, meccanica e componentistica industriale, edilizia/architettura, farmaceutico anche se il settore dei beni di consumo (principalmente moda, calzature e casa/arredo) e dei prodotti agroalimentari hanno delle difficoltà di penetrazione di mercato legate soprattutto all’incidenza dei dazi doganali – che generalmente li rendono accessibili solo ad una ristretta élite di consumatori.

In vista dei grandi eventi sportivi dei prossimi anni il Paese sta inoltre potenziando porti, aeroporti e linee di trasporto urbane, palesemente insufficienti rispetto ai volumi di domanda previsti.

Ulteriori opportunità per le aziende italiane in Brasile si presentano attraverso un radicamento nel mercato, che può essere attuato attraverso investimenti diretti, accordi di collaborazione industriale o joint-venture, e che preveda trasferimento di tecnologia.

Fondamentale per approcciare questo ed altri mercati esteri è il sostegno che le imprese – soprattutto le PMI – ricevono anche dalla rete delle Camere di commercio che svolgono un ruolo fondamentale nella promozione del business all'estero; una rete che conta su 105 nodi provinciali organizzati per offrire al tessuto produttivo servizi in grado di rispondere, in modo tempestivo ed efficace, ai bisogni e alle esigenze di sviluppo locale e di crescita sui mercati esteri, anche grazie al contributo delle 76 Camere di Commercio Italiane all'estero operanti in 50 Paesi. Una rete che in Brasile vede la presenza di sei strutture che assicurano una



copertura capillare del territorio (Belo Horizonte, Curitiba, Florianópolis, Porto Alegre, Rio de Janeiro e San Paolo) e che associano oltre 1.400 imprese locali e italiane.

Nel corso del 2011, il sistema camerale ha sostenuto le imprese italiane con più di 60 iniziative promozionali verso il Brasile: una missione imprenditoriale di sistema che ha coinvolto 31 imprese dei settori più significativi del Made in Italy, la partecipazione ad importanti Fiere in loco (Automec, FeiconBatimat, Casa Brasil, San Paolo Boat Show, Pret à Porter, Abav, Febrava, Hospitalar), due progetti a livello di sistema regionale "Deliziando" in Emilia Romagna e "Buy in Veneto", oltre a diverse iniziative di formazione, seminari, road show.

A seguito di queste iniziative, è emerso un forte interesse delle imprese nei seguenti settori economici: agroalimentare e vitivinicolo, ambiente, meccanica, materiali per l'edilizia, sistema casa (interior design, arredamento), beni di consumo e strumentali, moda (abbigliamento, calzature e accessori). Ben 48 sono ad oggi le iniziative programmate sul Brasile per l'anno 2012 di cui: 22 partecipazioni a fiere, 12 missioni imprenditoriali, 7 missioni incoming, 7 altre iniziative.

Mi auguro che questa missione, grazie allo sforzo sinergico di tutti gli attori del Sistema Italia, sia per le imprese un vero e proprio salto di qualità nel partenariato economico tra i due paesi.

Ferruccio Dardanello
Presidente Unioncamere





Le Regioni si presentano

REGIONE
TOSCANA



REGIONE
MARCHE



REGIONE SICILIA



REGIONE PUGLIA



REGIONE LIGURIA

REGIONE



CALABRIA



Regione Lombardia

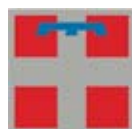


REGIONE MOLISE



REGIONE CAMPANIA

Regione Emilia-Romagna



REGIONE
PIEMONTE



BIC
SARDEGNA



REGIONE BASILICATA



Provincia di Trento



REGIONE DEL VENETO



Regione Umbria



La regione Marche, adottando un sistema integrato di risorse produttive, paesaggistiche e culturali, ha rafforzato l'impegno per lo sviluppo internazionale del proprio sistema imprenditoriale. Tra le regioni più specializzate e artigiane in Italia, tra le più industrializzate in Europa, le Marche detengono il primato nazionale quanto a poli produttivi e ospitano imprese leader che si affiancano a realtà produttive manifatturiere. Sono questi gli elementi connotanti del modello di sviluppo marchigiano, dove la competitività e la crescita economica si giocano sulla capacità di coniugare valorizzazione del territorio, salvaguardia dell'ambiente, qualità della vita e coesione sociale, cultura, una produzione manifatturiera di lunga tradizione e competenza unita all'esigenza della ricerca e dell'innovazione tecnologica.

Per la strategia di internazionalizzazione del tessuto imprenditoriale la regione Marche da tempo ha dedicato una particolare attenzione al Brasile; ha avviato un'intensa collaborazione con le Istituzioni brasiliane e ha condiviso con i partner istituzionali brasiliani una strategia di cooperazione che punta a sviluppare le politiche di internazionalizzazione delle piccole medie imprese locali e le politiche di promozione del Made in Marche integrando i distretti produttivi marchigiani con quelli brasiliani.

Queste forme di collaborazione hanno posto la Regione Marche come interlocutore privilegiato delle istituzioni e dei principali stakeholders economici e tecnologici brasiliani, introducendo processi di cooperazione industriale e modelli di metodologia per la promozione dello sviluppo industriale che il Brasile si è dimostrato interessato a replicare su vasta scala.

Tra i fattori chiave di successo sperimentati dal modello Marche vi è l'interazione feconda tra l'industria privata, i grandi Centri di ricerca, i Centri di innovazione tecnologica e il mondo accademico che sostengono le imprese favorendo processi di innovazione, internazionalizzazione, ricerca e certificazione di qualità. Tale sistema si propone di ottenere nei progetti e negli interventi che ne seguiranno, collaborazioni strutturate e implementabili nel tempo, una rispondenza e comparabilità tra i due sistemi imprenditoriali partner, nel percorso progettuale, nei processi produttivi e nel linguaggio tecnologico e infine nei mezzi di collaborazione commerciale.

Anche in virtù di questo contesto, la Regione Marche ha assunto il ruolo di raccordo e coordinamento tecnico organizzativo nazionale della Missione Governo/Regioni/Sistema camerale in Brasile, con la finalità di raggiungere una migliore e organica realizzazione del programma e una condivisione del ruolo di raccordo tra sistemi imprenditoriali dei due paesi integrando la rappresentanza istituzionale e quella economica nel quadro di filiere e ambiti di eccellenza delle azioni regionali italiane.

La missione che con il Ministero dello Sviluppo Economico, la regione Marche di concerto con le altre Regioni ha progettato, prevede di promuovere il Sistema Italia nel suo complesso integrando al contempo la rappresentanza istituzionale e quella economica nel quadro di filiere e ambiti di eccellenza delle azioni regionali. In quest'ottica le Regioni si propongono di rappresentare i settori di eccellenza secondo ambiti di specializzazione.

La massiccia richiesta di partecipazione alla missione da parte del mondo imprenditoriale italiano vuole tradursi in azioni di cooperazione imprenditoriale e culturale fondate sull'economia della conoscenza, sulle prestazioni qualitative delle soluzioni tecnologiche, sul valore delle idee che possano rafforzare con efficacia la costruzione di profondi rapporti e legami scientifici e di sviluppo economico tra la comunità marchigiana e quella brasiliana.

*Raimondo Orsetti
Direttore Dipartimento Internazionalizzazione
Regione Marche*



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE MARCHE CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Marche in Brasile	32,0	23,7	21,1	26,8	26,0	34,5	49,7	57,6	64,3	57,5	59,8
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-12,9	-26,0	-10,7	26,9	-2,9	32,3	44,2	16,0	11,5	-10,6	3,9
<i>% su export totale Marche</i>	0,4	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5	0,8	0,6	0,6
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	1,2	1,2	1,3	1,5	1,3	1,5	1,9	1,7	2,4	1,5	1,2
Import Marche dal Brasile	47,3	46,7	61,3	71,6	39,8	40,8	42,2	29,4	21,5	26,8	14,0
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-25,5	-1,4	31,3	16,8	-44,3	2,3	3,6	-30,4	-27,0	25,0	-47,7
<i>% su import totale Marche</i>	1,2	1,2	1,6	1,8	0,8	0,6	0,6	0,4	0,4	0,4	0,2
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	2,0	2,2	2,8	2,7	1,4	1,2	1,1	0,8	0,9	0,8	0,3
Saldo Marche con il Brasile	-15,3	-23,0	-40,2	-44,8	-13,8	-6,3	7,5	28,3	42,8	30,7	45,7

Principali prodotti esportati dalle Marche in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile delle Marche (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
CK284-Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	22,7	37,9	Pasta-carta, carta e cartone	6,0	42,7
CK282-Altre macchine di impiego generale	7,5	12,6	Prodotti di colture permanenti	2,5	18,2
CK289-Altre macchine per impieghi speciali	7,0	11,8	Cuoio; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce	1,3	9,0
CJ275-Apparecchi per uso domestico	6,8	11,3	Prodotti di elettronica di consumo audio e video	1,0	7,2
CH259-Altri prodotti in metallo	1,8	3,0	Calzature	0,9	6,7
Graduatoria delle province delle Marche in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province delle Marche in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Pesaro e Urbino	27,9	46,6	Ancona	6,6	47,0
Ancona	25,4	42,4	Macerata	4,3	30,7
Macerata	3,0	5,1	Pesaro e Urbino	1,4	10,3
Ascoli Piceno	2,6	4,3	Ascoli Piceno	1,2	8,3
Fermo	0,9	1,5	Fermo	0,5	3,8

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT I dati del 2011 sono provvisori



REGIONE BASILICATA

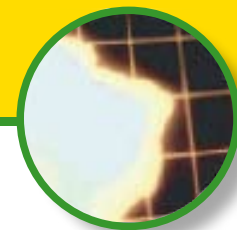
La Basilicata guarda con interesse al Brasile e più complessivamente ai paesi dell'area BRIC, che in questo momento rappresentano il vero motore dell'economia mondiale. Di conseguenza, non potevamo lasciarci sfuggire l'opportunità, offerta ad alcune delle nostre aziende operanti nei settori dell'agroalimentare, dell'automotive, dell'edilizia sostenibile, del legno-arredo e della logistica e nautica, di partecipare da protagoniste alla Missione di Sistema Governo-Regione-Unioncamere, in programma dal 21 al 25 maggio 2012 a San Paolo, Belo Horizonte, Santos, San Jose Dos Campos, Curitiba.

La Regione Basilicata ha messo al centro della propria azione politico-programmatica il rilancio del sistema-impresa, attraverso una serie di interventi che mirano, da un lato, a rafforzare il tessuto industriale esistente e, dall'altro, ad attrarre investimenti, soprattutto dall'estero.

In particolare, oltre a finanziare i fondi di garanzia per la nascita di nuove aziende, la Basilicata è una delle poche Regioni in Italia ad aver messo a disposizione degli operatori economici uno strumento innovativo, e per certi versi unico, qual è il *fondo di garanzia* per il capitale circolante. Contemporaneamente stiamo operando con specifici bandi sul fronte del microcredito, del venture capital e del credito di imposta per l'occupazione. Un provvedimento, quest'ultimo, che noi consideriamo particolarmente efficace, tanto da aver previsto di incrementare, con nostri fondi, le risorse economiche che il governo nazionale si appresta a mettere a disposizione delle Regioni attraverso il Piano di azione per il Sud.

Infine, d'intesa con le organizzazioni imprenditoriali e l'Unione delle Camere di Commercio di Potenza e Matera, la Regione sta favorendo la nascita di una vera e propria "rete" di imprese impegnate nel settore automobilistico, posto che in Basilicata opera da vent'anni uno dei più grandi e moderni stabilimenti italiani della Fiat.

Vito De Filippo
Presidente Regione Basilicata



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE BASILICATA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Basilicata in Brasile	1,6	1,3	5,9	3,5	1,1	1,1	1,0	1,2	1,3	3,0	5,2
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-52,9	-19,4	354,1	-41,2	-69,0	1,4	-6,2	16,1	12,2	125,6	74,4
<i>% su export totale Basilicata</i>	0,1	0,1	0,4	0,3	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,2	0,4
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	0,1	0,1	0,4	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Import Basilicata dal Brasile	27,1	29,3	31,4	18,8	10,1	12,0	17,4	6,8	3,5	6,0	7,6
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	11,5	7,9	7,3	-40,1	-46,5	19,4	44,6	-60,6	-48,8	70,2	27,2
<i>% su import totale Basilicata</i>	5,6	7,3	6,9	3,3	1,5	1,2	1,6	0,7	0,4	0,6	0,8
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	1,2	1,4	1,5	0,7	0,3	0,3	0,5	0,2	0,1	0,2	0,2
Saldo Basilicata con il Brasile	-25,5	-28,0	-25,5	-15,4	-9,0	-10,9	-16,4	-5,7	-2,2	-3,0	-2,4

Principali prodotti esportati dalla Basilicata in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile della Basilicata (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Prodotti di colture permanenti	1,5	29,3	Cuoio; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce	3,8	49,5
Prodotti abrasivi e di minerali non metalliferi n.c.a.	0,8	15,8	Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	3,3	43,6
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	0,8	15,0	Metalli di base preziosi e altri non ferrosi; combustibili nucleari	0,5	6,1
Altri prodotti in metallo	0,4	8,0	Prodotti in legno, sughero, paglia e materiali da intreccio	0,0	0,7
Articoli di coltelleria, utensili e oggetti di ferramenta	0,4	7,2	Altre macchine di impiego generale	0,0	0,0
Graduatoria delle province della Basilicata in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province della Basilicata in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Potenza	3,0	58,3	Matera	3,8	50,2
Matera	2,2	41,7	Potenza	3,8	49,8

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



REGIONE



CALABRIA

La strategia regionale per l'internazionalizzazione delle imprese calabresi ha introdotto il modello Progetto Paese, quale metodologia privilegiata per la penetrazione delle produzioni regionali nei mercati Target. In tale ambito si colloca la partecipazione alla missione governativa in Brasile, progetto di sistema, ben articolato e sostenuto dal Ministero dello Sviluppo Economico che presenta il Paese Italia con un unico volto e affida alla Calabria e alla Sicilia il ruolo di capofila nel settore agroalimentare.

Interessante è, inoltre, la crescita dell'export italiano verso i Paesi Bric che promette bene anche per una buona performance delle produzioni regionali sul mercato brasiliano.

La Calabria è certamente una regione ricca di opportunità. Storia, arte, cultura ed eccellenze produttive di elevata qualità delineano i contorni di un territorio localizzato nel cuore del Mediterraneo, un hub strategico per i flussi di traffico di medio raggio caratterizzato da boschi aree protette e altipiani estesi e da ben 800 km di costa.

Il modello di sviluppo economico locale è basato su piccole e medie imprese che uniscono tradizione, cultura e know how innovativo per competere sui mercati globali.

Di concerto, la strategia politica regionale punta alla semplificazione normativa per le imprese, favorendo incentivi per nuovi investimenti, agevolando l'accesso al credito e la ristrutturazione del debito bancario.

Quattro Università e numerosi Centri di Competenza Tecnologica promuovono lo sviluppo scientifico-tecnologico delle imprese e sostengono i processi di innovazione, internazionalizzazione, ricerca e certificazione di qualità.

I settori trainanti dell'economia regionale spaziano dall'agroalimentare tipico, al turismo, all'artigianato locale artistico passando attraverso il sistema moda, energetico e metalmeccanico.

Il Brasile è un paese in forte crescita e la Calabria può e deve essere parte attiva di questo processo, per questo l'impegno a raddoppiare gli scambi tra la nostra regione e l'importante Stato sud americano deve essere costante, per non perdere l'occasione storica di una crescita comune.

Giuseppe Scopelliti
Presidente Regione Calabria



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE CALABRIA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Calabria in Brasile	1,0	6,6	1,2	0,4	0,4	0,8	1,1	5,1	0,5	1,2	1,7
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	132,6	567,1	-81,9	-65,3	-7,6	119,4	30,6	368,7	-90,3	139,0	43,3
<i>% su export totale Calabria</i>	0,3	2,3	0,4	0,1	0,1	0,3	0,3	1,3	0,2	0,3	0,5
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	0,0	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
Import Calabria dal Brasile	4,1	4,2	11,6	10,3	8,5	14,0	6,0	7,6	4,5	5,1	5,1
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-9,7	4,2	174,1	-10,8	-17,7	65,0	-57,2	27,0	-41,0	14,1	0,0
<i>% su import totale Calabria</i>	0,8	0,9	2,1	1,9	1,4	2,3	0,8	1,3	0,8	0,8	0,9
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	0,2	0,2	0,5	0,4	0,3	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1
Saldo Calabria con il Brasile	-3,1	2,4	-10,4	-9,9	-8,1	-13,2	-4,9	-2,5	-4,0	-3,9	-3,4

Principali prodotti esportati dalla Calabria in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile della Calabria (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Altri prodotti chimici	0,5	29,8	Prodotti di colture permanenti	4,0	78,9
Altre macchine di impiego generale	0,5	27,2	Frutta e ortaggi lavorati e conservati	0,2	4,8
Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	0,2	11,9	Pietre tagliate, modellate e finite	0,2	4,3
Altri prodotti delle industrie manifatturiere n.c.a.	0,1	6,5	Prodotti in legno, sughero, paglia e materiali da intreccio	0,2	3,4
Prodotti di elettronica di consumo audio e video	0,1	5,0	Pietra, sabbia e argilla	0,1	2,7
Graduatoria delle province della Calabria in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province della Calabria in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Reggio di Calabria	0,6	33,6	Reggio di Calabria	2,6	50,6
Catanzaro	0,5	31,3	Catanzaro	1,4	26,6
Crotone	0,3	19,6	Cosenza	1,1	21,7
Cosenza	0,2	9,2	Vibo Valentia	0,1	1,2
Vibo Valentia	0,1	6,4	Crotone	-	-

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



La Campania, posta al centro del bacino mediterraneo, vuole avere un ruolo strategico nell'intera area. L'intero Sud può e deve essere protagonista. La nostra regione ha una naturale vocazione per esserlo.

Dal punto di vista delle reti infrastrutturali, la Campania attualmente può essere considerata come una delle principali "macro-piattaforme" del Sud Italia, una base nel mediterraneo.

Un territorio con un grande patrimonio di beni storici, artistici ed archeologici capaci di attirare ogni anno milioni di turisti da tutto il mondo.

Riteniamo rilevante la partecipazione della Campania alla missione di sistema, organizzata dal Ministero degli Esteri, dal Ministero dello Sviluppo Economico e dall'ICE, per consolidare la collaborazione e l'interscambio della nostra regione con il Brasile. Si tratterà di un'opportunità per rafforzare e consolidare il rapporto di amicizia con una Nazione alla quale ci legano molte affinità culturali e caratteriali e per incentivare i legami di cooperazione nei settori di comune interesse, anche attraverso il coinvolgimento delle imprese esistenti sui rispettivi territori. L'obiettivo è anche quello di accrescere il grado di conoscenza del sistema produttivo campano, con particolare attenzione ai settori strategici quali aerospazio, automotive, agroalimentare e agroindustria, nautica, meccanica, sistema moda ed oreficeria.

L'auspicio è che nel corso della missione - cui prenderanno parte significativa realtà imprenditoriali oltre che rappresentanti delle istituzioni - possano essere specificate opportunità concrete per favorire una reciproca crescita, con un partner di prima grandezza ed estremamente dinamico quale è il Brasile.

Stefano Caldoro
Il Presidente della Regione Campania



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE CAMPANIA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Campania in Brasile	41,2	40,2	23,6	26,4	23,9	34,0	37,0	49,5	51,0	88,2	85,5
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	43,5	-2,6	-41,2	11,7	-9,3	42,2	8,7	33,7	3,1	72,9	-3,0
<i>% su export totale Campania</i>	0,5	0,5	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	1,0	0,9
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	1,6	2,0	1,5	1,5	1,2	1,5	1,4	1,5	1,9	2,3	1,8
Import Campania dal Brasile	94,6	60,6	49,1	65,0	102,7	87,7	109,4	109,8	71,6	94,4	147,5
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-38,7	-35,9	-19,0	32,4	58,1	-14,7	24,7	0,4	-34,8	31,8	56,3
<i>% su import totale Campania</i>	1,2	0,8	0,6	0,8	1,2	0,9	1,1	1,1	0,8	0,8	1,2
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	4,1	2,8	2,3	2,4	3,6	2,5	2,9	2,9	3,0	2,8	3,6
Saldo Campania con il Brasile	-53,4	-20,4	-25,4	-38,6	-78,8	-53,6	-72,3	-60,3	-20,6	-6,2	-62,0

Principali prodotti esportati dalla Campania in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile della Campania (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Altre macchine di impiego generale	11,6	13,6	Prodotti di colture permanenti	59,3	40,2
Apparecchiature di cablaggio	9,2	10,8	Prodotti della siderurgia	47,6	32,3
Locomotive e di materiale rotabile ferro-tranviario	8,6	10,1	Metalli di base preziosi e altri non ferrosi; combustibili nucleari	15,6	10,5
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	7,0	8,2	Prodotti di colture agricole non permanenti	6,8	4,6
Frutta e ortaggi lavorati e conservati	6,8	8,0	Altre apparecchiature elettriche	4,6	3,1
Graduatoria delle province della Campania in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province della Campania in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Napoli	32,7	38,3	Napoli	67,6	45,8
Salerno	25,0	29,2	Salerno	66,5	45,1
Avellino	16,3	19,1	Avellino	10,6	7,2
Caserta	11,3	13,3	Caserta	2,7	1,8
Benevento	0,2	0,2	Benevento	0,2	0,1

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



Regione Emilia-Romagna

Il Brasile è un mercato di indubbio interesse per le attività internazionali delle imprese italiane. Per questo motivo la Regione Emilia-Romagna ha scelto il Brasile quale paese focus e partner imprenditoriale per il triennio 2011-2013 e ha lanciato un vasto programma di promozione economica e collaborazione industriale che si svilupperà prioritariamente negli Stati di San Paolo, Paraná, Pernambuco e Santa Catarina.

Il programma si articola in una serie di iniziative che si svolgeranno principalmente nell'arco temporale della rassegna Momento Italia-Brasile in cui l'Emilia-Romagna sarà impegnata attivamente nella promozione delle proprie filiere produttive. L'approccio del programma sarà multisetoriale e un'attenzione particolare verrà dedicata a settori di eccellenza per entrambi i mercati: meccanica, automotive, agroindustria, agroalimentare, moda. In particolare, nel corso della missione Governo/Regioni/Sistema camerale che si svolgerà in Brasile dal 21 al 25 maggio 2012, l'Emilia-Romagna sarà capofila nazionale della filiera agroindustriale, coordinando seminari tematici e incontri bilaterali tra imprese a San Paolo e Curitiba.

La partecipazione dell'Emilia-Romagna alla missione di Sistema avrà lo scopo di valorizzare non solo gli aspetti più significativi dell'imprenditoria regionale, ma anche la cultura, l'offerta turistica, la capacità d'innovazione della ricerca applicata all'industria, le positive esperienze di cooperazione decentrata e welfare che la nostra Regione può vantare. Gli assi fondamentali su cui si vuole orientare lo sviluppo delle relazioni tra Emilia-Romagna e Brasile sono fondati quindi sull'economia della conoscenza, sulla ricerca e innovazione, sulla qualità e design dei nostri prodotti, per una crescita intelligente e sostenibile di entrambi i territori.

Vasco Errani
Presidente Regione Emilia-Romagna



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Emilia Romagna in Brasile	302,3	230,2	172,3	188,4	236,0	284,6	359,3	425,1	356,8	604,2	677,8
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	2,9	-23,8	-25,2	9,3	25,3	20,6	26,3	18,3	-16,1	69,3	12,2
<i>% su export totale Emilia Romagna</i>	1,0	0,7	0,5	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1,0	1,4	1,4
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	11,6	11,5	10,7	10,4	11,6	12,8	14,0	12,7	13,2	15,6	14,2
Import Emilia Romagna dal Brasile	160,9	175,9	163,5	304,9	209,2	228,6	269,5	249,5	156,0	288,3	230,0
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	13,6	9,3	-7,1	86,5	-31,4	9,3	17,9	-7,4	-37,5	84,8	-20,2
<i>% su import totale Emilia Romagna</i>	0,9	0,9	0,8	1,5	0,9	0,9	0,9	0,9	0,7	1,1	0,8
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	6,9	8,2	7,6	11,4	7,3	6,6	7,1	6,5	6,5	8,7	5,5
Saldo Emilia Romagna con il Brasile	141,3	54,3	8,8	-116,5	26,8	55,9	89,8	175,6	200,8	315,9	447,7

Principali prodotti esportati dall'Emilia Romagna in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile dell'Emilia Romagna (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Altre macchine per impieghi speciali	140,9	20,8	Oli e grassi vegetali e animali	50,6	22,0
Altre macchine di impiego generale	133,1	19,6	Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	43,1	18,7
Macchine di impiego generale	71,7	10,6	Prodotti di colture permanenti	42,8	18,6
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	61,9	9,1	Macchine di impiego generale	15,5	6,7
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	38,2	5,6	Prodotti chimici di base, materie plastiche e gomma sintetica	15,5	6,7
Graduatoria delle province dell'Emilia Romagna in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province dell'Emilia Romagna in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Modena	206,7	30,5	Bologna	61,4	26,7
Bologna	156,9	23,1	Ravenna	38,8	16,9
Reggio nell'Emilia	100,8	14,9	Reggio nell'Emilia	35,5	15,4
Parma	76,5	11,3	Ferrara	32,2	14,0
Ferrara	34,9	5,2	Modena	28,2	12,3
Forlì-Cesena	32,8	4,8	Forlì-Cesena	13,0	5,7
Piacenza	30,0	4,4	Piacenza	12,3	5,4
Ravenna	19,8	2,9	Parma	8,2	3,6
Rimini	19,3	2,9	Rimini	0,3	0,1

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



REGIONE LIGURIA

La Liguria affronta il 2012 con la consapevolezza del perdurare di una situazione economica di crisi e di grande incertezza ma anche dell'affermarsi di importanti segnali positivi. In particolar modo i traffici portuali sono cresciuti tornando ai livelli pre-crisi del 2007 e il sistema degli scali liguri ha per la prima volta di fronte la prospettiva di grandi investimenti per superare, con nuove vie di comunicazione per le ferrovie e il traffico stradale, storiche strozzature. Risultati importanti sono stati registrati anche nel turismo e nella tenuta delle imprese ad alta tecnologia.

La Liguria riunisce almeno tre assi strategici: una funzione logistica centrale tra Europa, Mediterraneo e il resto del mondo, una alleanza virtuosa tra ricerca, innovazione tecnologica e produzione, un turismo di qualità sorretto dalla valorizzazione della nostra storia, dell'arte e della natura di un territorio bellissimo.

Proprio per fare leva su queste vocazioni, insieme nuovissime e antiche, e considerando soprattutto l'interesse manifestato dal sistema portuale e dal sistema imprenditoriale ligure, si inserisce la partecipazione della Regione Liguria, attraverso la propria società operativa Liguria International S.c.p.a., in qualità di capofila nazionale dei settori logistica e nautica, alla Missione di Sistema in Brasile, organizzata dal Ministero dello Sviluppo Economico, dalle Regioni e dal sistema Camerale; tale candidatura è stata riproposta sulla base dei risultati positivi conseguiti a seguito della missione nazionale in India del 2009 dove la Liguria aveva il medesimo incarico nazionale e in continuità delle azioni promozionali realizzate con positive ricadute economiche e finanziate nell'ambito degli Accordi di programma I.C.E.-Regione e dei Piani attuativi annuali a regia regionale.

*Claudio Burlando
Presidente Regione Liguria*



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE LIGURIA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Liguria in Brasile	73,3	21,9	16,5	19,9	27,0	19,6	21,7	43,8	46,2	34,7	45,6
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	35,2	-70,1	-24,8	20,8	35,3	-27,4	10,9	101,7	5,5	-24,9	31,6
<i>% su export totale Liguria</i>	1,8	0,6	0,5	0,6	0,6	0,5	0,5	0,8	0,8	0,6	0,7
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	2,8	1,1	1,0	1,1	1,3	0,9	0,8	1,3	1,7	0,9	1,0
Import Liguria dal Brasile	118,6	98,2	100,0	137,7	98,1	78,8	76,3	38,7	29,9	53,9	49,4
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	0,7	-17,1	1,8	37,7	-28,7	-19,8	-3,2	-49,3	-22,7	80,0	-8,3
<i>% su import totale Liguria</i>	1,8	1,5	1,4	1,9	1,2	0,9	0,8	0,4	0,4	0,6	0,4
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	5,1	4,6	4,6	5,2	3,4	2,3	2,0	1,0	1,2	1,6	1,2
Saldo Liguria con il Brasile	-45,3	-76,3	-83,5	-117,8	-71,2	-59,2	-54,6	5,1	16,3	-19,2	-3,7

Principali prodotti esportati dalla Liguria in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile della Liguria (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
	Altri prodotti chimici	5,5		12,0	Prodotti di colture permanenti
Altre macchine di impiego generale	4,9	10,7	Pasta-carta, carta e cartone	8,9	18,0
Macchine di impiego generale	4,5	10,0	Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	8,1	16,4
Altre macchine per impieghi speciali	4,4	9,6	Prodotti chimici di base, materie plastiche e gomma sintetica	4,0	8,1
Aeromobili, veicoli spaziali e relativi dispositivi	4,1	8,9	Metalli di base preziosi e altri non ferrosi; combustibili nucleari	2,7	5,5
Graduatoria delle province della Liguria in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province della Liguria in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Genova	28,5	62,6	Genova	41,0	83,0
Savona	10,8	23,7	La Spezia	4,0	8,1
La Spezia	5,5	12,1	Imperia	2,9	5,9
Imperia	0,8	1,7	Savona	1,5	3,0

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



Regione Lombardia

In uno scenario di crisi economica globale ci sono Paesi che continuano a spingere sull'acceleratore della crescita e a rafforzare la propria economia. Di fronte a un mondo "a due velocità" appare allora sempre più urgente e necessario stabilire positive relazioni economiche con quelle parti del mondo che in questo momento corrono più veloci. Bastano queste semplici premesse per comprendere il carattere strategico della Missione di Sistema in Brasile, in programma dal 21 al 25 maggio prossimo, cui parteciperanno il Ministero dello Sviluppo Economico, le Regioni e il Sistema Camerale.

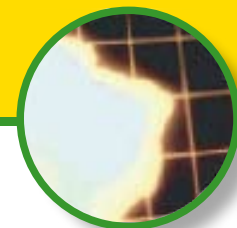
La missione, alla quale la Regione Lombardia parteciperà in qualità di capofila per il settore Energie, rappresenta un importante momento di promozione e di sviluppo reale dei rapporti economici, commerciali e imprenditoriali con i partner istituzionali ed economici brasiliani per una strategia di cooperazione che punta a sviluppare le politiche di internazionalizzazione delle nostre piccole e medie imprese industriali e artigiane e le politiche di promozione delle eccellenze del Made in Italy, integrando i distretti produttivi italiani con quelli brasiliani.

Regione Lombardia e Brasile hanno negli ultimi anni consolidato e rafforzato le proprie relazioni, anche in virtù della stretta analogia dei propri sistemi imprenditoriali, entrambi basati su un tessuto di piccole e medie imprese. Ma i rapporti di interscambio non si limitano alla dimensione commerciale. Dal 2001 a oggi Regione Lombardia ha sostenuto decine di progetti di cooperazione in Brasile nei settori della formazione professionale, dell'ambiente e dello sviluppo sociale. Frequenti anche i casi di gemellaggi socio-sanitari e le esperienze di cooperazione scientifica e tecnologica tra le rispettive università.

Quali tappe del positivo percorso comune avviato con il Brasile in molteplici settori, voglio ricordare infine le partnership privilegiate sottoscritte negli ultimi anni con gli stati del Pernambuco e del Minas Gerais, con i quali sono state sottoscritte intese negli ultimi anni, e con lo Stato di San Paolo, membro del World Regions Forum, la rete ideata e promossa da Regione Lombardia che riunisce le regioni più dinamiche e innovative del mondo.

Sono certo che l'importante missione che ci aspetta rappresenterà dunque una straordinaria occasione di interscambio economico e culturale tra i due Paesi, oltre che un volano per la crescita e l'internazionalizzazione del Sistema Italia.

Roberto Formigoni
Presidente Regione Lombardia



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE LOMBARDIA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Lombardia in Brasile	910,9	630,3	552,4	652,6	710,3	748,0	849,5	1.122,4	945,1	1.218,7	1.506,8
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	8,3	-30,8	-12,4	18,1	8,8	5,3	13,6	32,1	-15,8	28,9	23,6
<i>% su export totale Lombardia</i>	1,2	0,8	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	1,1	1,1	1,3	1,4
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	34,9	31,6	34,2	36,2	34,9	33,6	33,2	33,6	35,1	31,4	31,5
Import Lombardia dal Brasile	299,2	334,0	373,0	533,7	514,7	584,6	653,6	588,5	345,5	487,0	604,0
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-0,5	11,6	11,7	43,1	-3,6	13,6	11,8	-10,0	-41,3	41,0	24,0
<i>% su import totale Lombardia</i>	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	12,9	15,5	17,3	20,0	17,9	17,0	17,3	15,3	14,3	14,7	14,5
Saldo Lombardia con il Brasile	611,7	296,3	179,4	118,9	195,6	163,4	195,9	534,0	599,7	731,7	902,8

Principali prodotti esportati dalla Lombardia in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile della Lombardia (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Altre macchine per impieghi speciali	203,3	13,5	Metalli di base preziosi e altri non ferrosi; combustibili nucleari	176,5	29,2
Altre macchine di impiego generale	134,0	8,9	Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	70,7	11,7
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	124,9	8,3	Prodotti chimici di base, materie plastiche e gomma sintetica	63,1	10,4
Prodotti chimici di base, materie plastiche e gomma sintetica	102,4	6,8	Prodotti di colture permanenti	50,3	8,3
Macchine di impiego generale	95,0	6,3	Prodotti della siderurgia	50,3	8,3
Graduatoria delle province della Lombardia in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province della Lombardia in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Milano	602,0	40,0	Milano	396,6	65,7
Brescia	189,4	12,6	Brescia	62,0	10,3
Varese	177,6	11,8	Bergamo	36,1	6,0
Monza e della Brianza	150,9	10,0	Sondrio	23,5	3,9
Bergamo	140,7	9,3	Varese	20,0	3,3
Mantova	84,8	5,6	Como	14,3	2,4
Como	53,3	3,5	Monza e della Brianza	13,0	2,2
Pavia	35,4	2,3	Cremona	12,3	2,0
Lecco	31,4	2,1	Lecco	12,1	2,0
Cremona	24,4	1,6	Pavia	7,7	1,3
Lodi	10,6	0,7	Mantova	5,0	0,8
Sondrio	6,2	0,4	Lodi	1,4	0,2

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



L'Italia e il Molise vivono un momento di cambiamento e di riorganizzazione strutturale, industriale e commerciale rispetto alle esigenze di un mercato ormai divenuto globale. Le aziende che più caratterizzano lo stile e l'estro tipico italiano, insieme alle Istituzioni, hanno saputo avviare gradualmente, ma con tenacia e decisione, un virtuoso processo di promozione di un Made in Italy che, ancora una volta, sa porsi come leader mondiale nell'alta moda, nella buona cucina, nell'accoglienza e nell'offerta turistico-culturale. Un Made in Italy che può trovare un luogo di promozione e di giusta considerazione in un'economia emergente, in una società multiculturale e multirazziale, in una civiltà con forti basi europee e anche italiane, come il Brasile. Di qui l'idea della Regione Molise di accogliere con entusiasmo la proposta del Governo italiano e della Regione Marche di partecipare alla "Missione Sistema Stato Regioni" in Brasile.

Il Molise rappresenterà il Sistema Moda, area di grande interesse per la nostra Nazione e per la nostra Regione. Quest'ultima ormai da decenni ha intrapreso il percorso di un tessile di qualità producendo alta moda e marchi importanti, tramite l'lttierre e la fitta rete di artigiani-artisti ad essa collegati. Saremo dunque in Brasile, in questa grande vetrina con un'importante rappresentanza delle nostre migliori aziende e delle Istituzioni che insieme ad esse quotidianamente lavorano, per raccontarci, attraverso le eccellenze che esprimono e per descrivere una parte di quell'Italia che è fiera della sua storia e che intende svolgere ancora una volta un ruolo importante nella crescita e nell'evoluzione dell'umanità.

Ringrazio quindi per questa bella occasione il Governo italiano, l'ICE e la Regione Marche che ci hanno dato, insieme alle Istituzioni brasiliane, la possibilità di essere qui, in questo grande Paese sudamericano per promuovere il Molise di ieri, di oggi e di domani.

Michele Iorio
Presidente Regione Molise



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE MOLISE CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Molise in Brasile	2,3	1,5	0,6	1,2	1,7	2,6	2,5	4,8	5,0	3,4	4,0
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-23,3	-34,8	-62,5	114,2	41,3	47,7	-1,2	90,8	4,0	-31,6	15,9
<i>% su export totale Molise</i>	0,4	0,3	0,1	0,2	0,3	0,4	0,4	0,7	1,2	0,8	1,0
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
Import Molise dal Brasile	0,3	0,6	1,2	0,6	0,7	0,7	0,3	1,7	3,0	0,7	1,8
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-90,1	72,0	108,2	-52,3	16,9	2,4	-52,4	440,0	73,9	-76,3	147,4
<i>% su import totale Molise</i>	0,1	0,1	0,4	0,2	0,2	0,2	0,1	0,4	0,8	0,1	0,4
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Saldo Molise con il Brasile	2,0	1,0	-0,6	0,7	1,1	1,9	2,2	3,1	2,0	2,7	2,2

Principali prodotti esportati dal Molise in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile del Molise (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Prodotti chimici di base, materie plastiche e gomma sintetica	1,6	39,2	Prodotti di colture permanenti	0,8	42,5
Altre macchine per impieghi speciali	0,8	21,1	Macchine di impiego generale	0,6	33,6
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	0,7	17,7	Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	0,3	14,5
Prodotti da forno e farinacei	0,4	9,2	Altre macchine di impiego generale	0,1	4,5
Frutta e ortaggi lavorati e conservati	0,1	3,6	Altri prodotti in metallo	0,0	2,7
Graduatoria delle province del Molise in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province del Molise in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Campobasso	3,1	77,2	Campobasso	1,7	93,3
Isernia	0,9	22,8	Isernia	0,1	6,7

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



In questa missione del sistema Italia in Brasile, la Regione Piemonte, in virtù della specializzazione produttiva del territorio e delle relazioni istituzionali che la legano a Belo Horizonte - Minas Gerais da oltre un decennio, è capofila delle attività di promozione del comparto automotive.

Famosa nel mondo come culla dell'industria automobilistica italiana, il Piemonte vanta, infatti, un distretto automotive composto da 1.400 aziende che coprono l'intera filiera dell'auto: dalla progettazione alla realizzazione finale dei veicoli. Una ricchezza che ha favorito anche lo sviluppo di competenze collegate allo sviluppo della Mobilità Sostenibile, tema su cui operano i più famosi designer, che non puntano solo sulla ricerca stilistica, ma anche sulla capacità di plasmare i veicoli con le nuove funzioni della telematica connettiva e dell'infomobilità evoluta.

Più in generale, grazie alla presenza di aziende di rilievo e di poli di innovazione in numerosi comparti - tra cui la robotica, l'ICT, l'ambiente, le energie rinnovabili, l'aerospazio, il design e l'agroalimentare - il Piemonte gioca un ruolo essenziale nell'economia italiana, affiancando tradizione industriale e capacità di innovazione, patrimonio artistico e qualità della vita. Il suo fascino e la sua competitività trovano conferma anche nelle centinaia di aziende estere che hanno deciso di investire in questo territorio.

Il Piemonte e il suo capoluogo, Torino, prima capitale d'Italia, sono un capolavoro da scoprire. Dinamica sia nel settore industriale e manifatturiero sia in quello dei servizi, con risorse umane flessibili e preparate da un sistema formativo e universitario tra i migliori in Italia che può contare su una rete di centri di formazione e di ricerca internazionali che qui hanno sede.

Roberto Cota
Presidente Regione Piemonte



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE PIEMONTE CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Piemonte in Brasile	595,0	508,8	335,1	354,5	369,9	405,7	527,5	717,3	510,4	719,0	855,8
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	6,8	-14,5	-34,1	5,8	4,4	9,7	30,0	36,0	-28,8	40,9	19,0
<i>% su export totale Piemonte</i>	1,9	1,7	1,1	1,1	1,2	1,2	1,4	1,9	1,7	2,1	2,2
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	22,8	25,5	20,8	19,6	18,2	18,2	20,6	21,5	19,0	18,5	17,9
Import Piemonte dal Brasile	333,4	267,5	301,9	286,0	338,2	394,1	375,3	383,7	301,1	410,2	533,4
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-39,6	-19,8	12,8	-5,3	18,2	16,5	-4,8	2,2	-21,5	36,3	30,0
<i>% su import totale Piemonte</i>	1,5	1,3	1,4	1,2	1,4	1,5	1,3	1,4	1,3	1,6	1,8
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	14,3	12,4	14,0	10,7	11,7	11,4	9,9	10,0	12,5	12,4	12,8
Saldo Piemonte con il Brasile	261,6	241,2	33,2	68,5	31,8	11,6	152,2	333,6	209,4	308,8	322,4

Principali prodotti esportati dal Piemonte in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile del Piemonte (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	337,4	39,4	Prodotti di colture permanenti	224,5	42,1
Macchine di impiego generale	84,7	9,9	Macchine di impiego generale	122,0	22,9
Altre macchine per impieghi speciali	53,9	6,3	Pasta-carta, carta e cartone	57,7	10,8
Altre macchine di impiego generale	45,6	5,3	Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	31,0	5,8
Altri prodotti in metallo	35,1	4,1	Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	27,4	5,1
Graduatoria delle province del Piemonte in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province del Piemonte in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Torino	687,4	80,3	Torino	439,4	82,4
Cuneo	53,0	6,2	Novara	26,1	4,9
Alessandria	38,2	4,5	Alessandria	24,1	4,5
Novara	28,4	3,3	Verbano-Cusio-Ossola	19,6	3,7
Vercelli	20,3	2,4	Cuneo	15,5	2,9
Biella	13,1	1,5	Biella	6,5	1,2
Asti	9,6	1,1	Vercelli	2,0	0,4
Verbano-Cusio-Ossola	5,9	0,7	Asti	0,2	0,0

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



La Regione Sardegna parteciperà con vivo interesse alla Missione di Sistema nella terra del Brasile, prevista dal 21 al 25 Maggio 2012.

Nonostante la grave crisi internazionale, il Brasile ha potuto mostrare indicatori economici di tutto rispetto, comunque ai primi posti nel Mondo.

Ecco perché, nell'ambito di questa Missione, la Regione Sardegna si adopererà affinché il proprio sistema produttivo possa trovare importanti occasioni di impresa, con specifico riferimento ai settori di interesse prioritario per la Sardegna stessa.

La Sardegna, nell'ambito della propria programmazione strategica, si propone di contribuire alla riduzione delle emissioni nel comparto della generazione elettrica facendo ricorso alle fonti energetiche rinnovabili che, nel contempo, rappresentano un approvvigionamento sicuro e un'opportunità per migliorare l'efficienza e la competitività in settori ad alta innovazione.

Così come è parte attiva nei programmi e progetti per il rafforzamento della filiera dei materiali, con l'intento di creare una rete di centri di ricerca, enti di formazione e piccole e medie imprese interessate allo sviluppo e alla sperimentazione di nuove tecnologie.

La Regione Sardegna intende rappresentare un punto di riferimento per la concezione e sperimentazione di nuove tecnologie, rafforzando le dotazioni infrastrutturali e tecnologiche e stimolando la creazione di nuovi prodotti e processi nell'ambito della produzione e lavorazione dei materiali tradizionali e di quelli innovativi, con particolare riguardo ai nanomateriali.

Per non tacere dell'unicità della sua risorsa più importante quale è l'ambiente e i benefici che da questo derivano per il settore del Turismo e gli altrettanto unici prodotti della propria filiera agroalimentare già conosciuti nel Mondo, ma mai abbastanza.

Ugo Cappellacci
Presidente Regione Sardegna



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE SARDEGNA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Sardegna in Brasile	1,3	10,7	6,3	3,9	6,8	4,1	17,3	21,2	7,7	9,0	12,2
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-66,7	722,2	-41,2	-37,6	71,9	-39,3	321,9	22,4	-63,5	16,7	35,4
<i>% su export totale Sardegna</i>	0,1	0,5	0,3	0,1	0,2	0,1	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	0,0	0,5	0,4	0,2	0,3	0,2	0,7	0,6	0,3	0,2	0,3
Import Sardegna dal Brasile	5,0	6,4	5,1	16,4	5,1	12,3	14,7	14,1	3,5	4,4	2,5
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-63,6	28,7	-21,5	223,6	-68,6	140,0	19,3	-3,8	-75,2	26,2	-44,4
<i>% su import totale Sardegna</i>	0,1	0,2	0,1	0,4	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	0,2	0,3	0,2	0,6	0,2	0,4	0,4	0,4	0,1	0,1	0,1
Saldo Sardegna con il Brasile	-3,7	4,3	1,3	-12,4	1,6	-8,2	2,6	7,1	4,2	4,6	9,8

Principali prodotti esportati dalla Sardegna in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile della Sardegna (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Prodotti chimici di base, materie plastiche e gomma sintetica	7,7	62,7	Pesce, crostacei e molluschi lavorati e conservati	1,0	41,8
Macchine di impiego generale	2,5	20,3	Prodotti di colture permanenti	0,9	36,6
Metalli di base preziosi e altri metalli non ferrosi; combustibili nucleari	0,5	4,1	Prodotti della fusione della ghisa e dell'acciaio	0,2	6,3
Elementi da costruzione in metallo	0,5	3,8	Pietre tagliate, modellate e finite	0,1	4,0
Prodotti delle industrie lattiero-casearie	0,2	1,8	Pietra, sabbia e argilla	0,1	3,7
Graduatoria delle province della Sardegna in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province della Sardegna in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Cagliari	10,9	89,1	Cagliari	2,1	83,8
Sassari	1,2	10,1	Sassari	0,3	10,7
Oristano	0,1	0,6	Olbia-Tempio	0,1	5,5
Olbia-Tempio	0,0	0,1	Nuoro	-	-
Nuoro	0,0	0,1	Oristano	-	-
Carbonia-Iglesias	-	-	Carbonia-Iglesias	-	-
Ogliastra	-	-	Ogliastra	-	-
Medio Campidano	-	-	Medio Campidano	-	-

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



Provincia di Trento

Siamo lieti di partecipare a questa Missione di Sistema in Brasile, che ci consente di approfondire i rapporti con un grande Paese che in passato accolse anche tanti emigrati trentini, in cerca di un futuro migliore. Da allora molte cose sono cambiate: il Trentino di oggi è una terra dinamica e florida, stabilmente ai primi posti nel contesto europeo per benessere e qualità della vita, con un Pil pro capite che registra un tasso superiore del 22% alla media europea e un robusto tessuto produttivo di quasi 50.000 piccole-medie imprese, a cui si sommano alcune grandi realtà industriali anche multinazionali.

Tutto questo non è avvenuto per caso: è il frutto di scelte e investimenti strategici di lungo periodo che hanno consentito al nostro territorio di valorizzare le proprie peculiarità in termini di autonomia legislativa e finanziaria, le proprie dotazioni produttive e territoriali e di intraprendere un percorso di progressiva crescita, innovazione e apertura internazionale. Ciò concentrando gli sforzi verso i principali asset competitivi territoriali e dotandosi di un sistema di infrastrutture di collegamento, viarie e tecnologiche di primario livello e di un sistema universitario e della ai vertici delle classifiche di settore per qualità e livello di internazionalizzazione.

Negli ultimi anni il Trentino si è orientato in maniera sempre più decisa verso l'internazionalizzazione della propria piattaforma produttiva. Accanto alle riconosciute eccellenze in campi che vanno dalla produzione agro-alimentare alla produzione e lavorazione della pietra e dalla meccanica al legno, assume un ruolo crescente sul piano nazionale e internazionale il comparto dell'innovazione e nelle nuove tecnologie. Dall'ICT alle diverse filiere della green economy e dell'edilizia sostenibile, oggi il nostro territorio rappresenta un punto di riferimento per realtà leader a livello mondiale, dalla Microsoft (che in Trentino ha aperto un proprio centro di ricerca) all'Eit-European Institute of Innovation and Technology (di cui il Trentino è "nodo di rete" per l'Europa meridionale).

Lorenzo Dellai
Presidente della Provincia Autonoma di Trento





INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE TRENINO ALTO ADIGE CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Trentino Alto Adige in Brasile	18,0	9,9	8,5	9,6	10,5	11,4	17,3	20,9	18,1	32,4	43,0
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-12,2	-44,6	-14,8	13,8	8,7	8,5	52,3	20,5	-13,5	79,4	32,7
<i>% su export totale Trentino Alto Adige</i>	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,5	0,6
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	0,7	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,7	0,6	0,7	0,8	0,9
Import Trentino Alto Adige dal Brasile	20,8	24,9	30,7	44,6	53,8	77,4	79,0	72,4	68,6	116,4	124,5
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-7,3	19,5	23,2	45,2	20,8	43,8	2,0	-8,4	-5,2	69,5	7,0
<i>% su import totale Trentino Alto Adige</i>	0,5	0,5	0,7	0,9	1,1	1,5	1,3	1,2	1,3	1,8	1,9
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	0,9	1,2	1,4	1,7	1,9	2,2	2,1	1,9	2,8	3,5	3,0
Saldo Trentino Alto Adige con il Brasile	-2,9	-15,0	-22,2	-34,9	-43,4	-66,1	-61,7	-51,5	-50,6	-84,0	-81,5

Principali prodotti esportati dal Trentino Alto Adige in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mIn euro		peso %		Principali prodotti importati dal Brasile del Trentino Alto Adige (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mIn euro		peso %	
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	15,1		35,2		Pasta-carta, carta e cartone	95,8		77,0	
Altre macchine per impieghi speciali	6,2		14,5		Prodotti di colture permanenti	16,4		13,2	
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	3,6		8,5		Pietra, sabbia e argilla	3,9		3,1	
Macchine di impiego generale	2,6		6,0		Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	3,5		2,8	
Altre macchine di impiego generale	2,5		5,7		Piante vive	2,6		2,1	
Graduatoria delle province del Trentino Alto Adige in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mIn euro		peso %		Graduatoria delle province del Trentino Alto Adige in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mIn euro		peso %	
Trento	28,1		65,4		Trento	87,6		70,4	
Bolzano	14,9		34,6		Bolzano	36,9		29,6	

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



REGIONE PUGLIA

Siamo un piccolo territorio che ha saputo proporsi al mondo pur restando fedele a se stesso, ai suoi valori e alle sue tradizioni. Ci siamo presentati ai mercati esteri investendo cospicuamente nell'innovazione e nella ricerca ed oggi, come certificano tutti gli indicatori periodici, siamo il territorio in Italia che cresce di più nell'esportazione e nell'internazionalizzazione.

Spesso la competizione globale è terribile, a volte senza regole, tuttavia, sappiamo bene che non è con il lamento e con la paura che ci difenderemo dai pericoli e dai rischi dell'economia-mondo, ma è usando la bussola dell'innovazione e della qualità che potremo avere una buona navigazione e raggiungere gli obiettivi fissati.

In questi anni abbiamo cercato di recuperare un ritardo decennale, avviando da subito, da un lato, la promozione di attività di internazionalizzazione finanziate con risorse regionali, nazionali e comunitarie e, dall'altro, adeguando l'organizzazione regionale al nuovo ruolo istituzionale che essa intende svolgere su scala internazionale.

Abbiamo organizzato il nostro sistema di imprese secondo uno stile inedito, quello dei distretti produttivi: l'aerospazio, l'informatica, il settore lapideo, la moda e tanti altri ancora.

È con questo spirito che abbiamo aderito alla Missione di Sistema in Brasile, perché siamo convinti che i cd. Paesi Bric rappresentino non l'ennesimo "acronimo mercatista" ma una grande opportunità di sviluppo per la nostra regione, sia per proiettarci verso le nuove (ma per certi versi antiche) rotte dell'interscambio mondiale, sia per sviluppare sinergie istituzionali, culturali, commerciali e produttive privilegiate con i nuovi protagonisti dell'economia globale dei prossimi anni.

*Nichi Vendola
Presidente Regione Puglia*





INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE PUGLIA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Puglia in Brasile	38,7	23,6	25,9	36,2	39,8	53,7	48,9	43,2	26,1	30,6	61,1
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	26,7	-38,9	9,3	40,0	9,9	35,0	-8,9	-11,7	-39,5	17,4	99,4
<i>% su export totale Puglia</i>	0,6	0,4	0,5	0,6	0,6	0,8	0,7	0,6	0,5	0,4	0,7
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	1,5	1,2	1,6	2,0	2,0	2,4	1,9	1,3	1,0	0,8	1,3
Import Puglia dal Brasile	295,4	236,4	242,9	382,5	463,9	588,7	582,9	823,4	313,8	791,7	1.320,5
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	7,9	-20,0	2,7	57,5	21,3	26,9	-1,0	41,3	-61,9	152,3	66,8
<i>% su import totale Puglia</i>	5,7	4,8	5,0	6,1	6,7	7,7	6,8	8,7	4,4	8,0	11,1
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	12,7	11,0	11,3	14,3	16,1	17,1	15,4	21,4	13,0	23,9	31,8
Saldo Puglia con il Brasile	-256,8	-212,8	-217,0	-346,3	-424,1	-535,0	-533,9	-780,2	-287,7	-761,1	-1.259,4

Principali prodotti esportati dalla Puglia in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile della Puglia (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Macchine di impiego generale	29,1	47,7	Minerali metalliferi ferrosi	1.258,4	95,3
Aeromobili, veicoli spaziali e relativi dispositivi	15,1	24,7	Cuoio; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce	45,3	3,4
Prodotti da forno e farinacei	5,9	9,6	Prodotti di colture permanenti	6,9	0,5
Altre macchine per impieghi speciali	1,8	2,9	Macchine di impiego generale	5,0	0,4
Bevande	1,2	2,0	Motori, generatori e trasformatori elettrici; apparec. per l'elettricità	0,8	0,1
Graduatoria delle province della Puglia in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province della Puglia in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Taranto	25,1	41,0	Taranto	1.260,4	95,4
Brindisi	17,6	28,9	Bari	49,0	3,7
Bari	9,3	15,2	Foggia	5,7	0,4
Foggia	7,2	11,8	Lecce	3,2	0,2
Lecce	1,7	2,8	Barletta-Andria-Trani	1,6	0,1
Barletta-Andria-Trani	0,2	0,3	Brindisi	0,7	0,1

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



REGIONE
TOSCANA



Una posizione geografica estremamente vantaggiosa, dinamicità e spirito imprenditoriale sono alla base dell'economia della Toscana, una regione che ha fatto dell'equilibrio tra innovazione e tradizione il suo marchio, un marchio sinonimo di qualità.

Cultura, arte, turismo, fashion, meccanica, food, ma anche settori innovativi come la ricerca, la chimica, l'high-tech e le biotecnologie sono le tante facce di una regione caratterizzata dalla forte diversificazione settoriale, da un business climate favorevole alle aziende, dall'eccellenza delle infrastrutture e da una forte vocazione all'export.

L'universo economico della Toscana si basa su un network di piccole e medie imprese industriali ed artigiane fortemente radicato nel territorio e suddiviso in 12 distretti, corrispondenti alle varie specializzazioni economiche, e 12 poli d'innovazione che comprendono oltre 1600 imprese. Una struttura varia e dinamica nella quale si riflette a pieno lo spirito innovativo della Toscana, testimoniato da una produzione di alta qualità che fa della nostra Regione un brand riconosciuto ed amato nel mondo.

Questa è la Toscana che si presenterà al Brasile. Un mercato strategico per l'economia regionale ma anche un paese fortemente legato alla nostra regione. In Brasile, infatti, vive una forte comunità toscana e in quest'ultimo decennio tra il Governo regionale e quello brasiliano sono intercorsi numerosi rapporti di cooperazione scaturiti da accordi stipulati tra i due governi. Un rapporto consolidato che con la missione di Maggio la Regione Toscana intende far crescere ancora sia dal punto di vista delle relazioni sociali che di quelle economiche.

Enrico Rossi
Presidente Regione Toscana





INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE TOSCANA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Toscana in Brasile	145,7	134,1	115,2	134,7	179,9	148,6	158,0	234,8	210,9	372,9	483,0
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	10,7	-7,9	-14,1	16,9	33,5	-17,4	6,3	48,6	-10,2	76,9	29,5
<i>% su export totale Toscana</i>	0,6	0,6	0,6	0,6	0,8	0,6	0,6	0,9	0,9	1,4	1,6
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	5,6	6,7	7,1	7,5	8,8	6,7	6,2	7,0	7,8	9,6	10,1
Import Toscana dal Brasile	168,4	158,5	150,0	151,9	224,7	258,8	370,1	335,6	235,1	292,5	369,1
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	17,0	-5,9	-5,4	1,2	48,0	15,2	43,0	-9,3	-29,9	24,4	26,2
<i>% su import totale Toscana</i>	1,0	1,0	1,0	1,0	1,3	1,4	1,9	1,7	1,5	1,4	1,7
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	7,2	7,3	7,0	5,7	7,8	7,5	9,8	8,7	9,7	8,8	8,9
Saldo Toscana con il Brasile	-22,8	-24,4	-34,8	-17,2	-44,9	-110,2	-212,1	-100,8	-24,3	80,4	113,9

Principali prodotti esportati dalla Toscana in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile della Toscana (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Medicinali e preparati farmaceutici	83,1	17,2	Minerali metalliferi ferrosi	132,8	36,0
Prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	76,4	15,8	Pasta-carta, carta e cartone	104,5	28,3
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	60,4	12,5	Prodotti chimici di base, materie plastiche e gomma sintetica	42,7	11,6
Macchine di impiego generale	55,2	11,4	Cuoio; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce	19,3	5,2
Navi e imbarcazioni	53,4	11,1	Prodotti della siderurgia	18,5	5,0
Graduatoria delle province della Toscana in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province della Toscana in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Livorno	165,8	34,3	Livorno	154,9	42,0
Siena	90,1	18,7	Lucca	109,8	29,8
Lucca	71,9	14,9	Prato	41,1	11,1
Firenze	63,7	13,2	Pisa	19,0	5,1
Massa-Carrara	32,3	6,7	Massa-Carrara	16,1	4,4
Arezzo	22,9	4,7	Firenze	13,5	3,7
Pisa	14,2	2,9	Pistoia	8,6	2,3
Prato	12,8	2,6	Arezzo	5,9	1,6
Grosseto	6,8	1,4	Siena	0,2	0,0
Pistoia	2,5	0,5	Grosseto	0,0	0,0

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



REGIONE SICILIA

La Missione di sistema organizzata congiuntamente dal Ministero dello Sviluppo economico, dall'Istituto per il commercio estero, dalle regioni e dal sistema camerale può rappresentare, per le imprese siciliane, un'importante occasione per affacciarsi sul mercato brasiliano, che conosce una fase di grande espansione, mentre i venti di crisi soffiano impetuosi su tutte le principali economie occidentali.

Il Brasile è un mercato nuovo, in costante crescita, nel quale, nei prossimi anni, si registreranno consistenti investimenti, anche in vista dei grandi eventi sportivi come i Mondiali di calcio del 2014 e le Olimpiadi del 2016, e dove, quindi, possono aprirsi importanti spazi di investimento e di collaborazione con le realtà locali, per le imprese che sapranno attrezzarsi per cogliere questa opportunità, facendo sistema, superando i limiti dimensionali, per centrare l'obiettivo.

Raffaele Lombardo
Presidente Regione Sicilia



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE SICILIA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Sicilia in Brasile	48,3	21,6	15,2	25,7	69,6	6,8	23,0	37,9	8,0	24,2	17,5
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	561,7	-55,2	-29,5	68,6	170,8	-90,2	239,1	64,4	-78,9	203,1	-27,7
<i>% su export totale Sicilia</i>	0,9	0,4	0,3	0,5	1,0	0,1	0,2	0,4	0,1	0,3	0,2
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	1,8	1,1	0,9	1,4	3,4	0,3	0,9	1,1	0,3	0,6	0,4
Import Sicilia dal Brasile	23,3	17,4	17,0	25,8	43,4	80,0	64,5	18,6	27,1	11,2	13,1
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	75,6	-25,4	-2,3	52,1	67,9	84,5	-19,5	-71,2	45,6	-58,6	16,5
<i>% su import totale Sicilia</i>	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,5	0,4	0,1	0,2	0,1	0,1
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	1,0	0,8	0,8	1,0	1,5	2,3	1,7	0,5	1,1	0,3	0,3
Saldo Sicilia con il Brasile	24,9	4,3	-1,7	-0,1	26,2	-73,2	-41,4	19,3	-19,1	13,0	4,5

Principali prodotti esportati dalla Sicilia in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile della Sicilia (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	5,1	29,1	Prodotti di colture permanenti	7,0	53,4
Prodotti farmaceutici di base	2,9	16,7	Autoveicoli	1,9	14,7
Medicinali e preparati farmaceutici	2,1	12,1	Pietra, sabbia e argilla	1,7	13,4
Navi e imbarcazioni	1,2	6,7	Pasta-carta, carta e cartone	0,4	3,0
Bevande	1,1	6,4	Mobili	0,3	2,5
Graduatoria delle province della Sicilia in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province della Sicilia in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Siracusa	5,6	32,1	Palermo	3,6	27,3
Catania	5,5	31,2	Catania	3,2	24,2
Messina	2,5	14,2	Ragusa	3,1	23,9
Palermo	2,5	14,1	Trapani	2,1	16,0
Trapani	1,1	6,0	Messina	0,9	7,2
Ragusa	0,3	1,8	Agrigento	0,2	1,2
Agrigento	0,1	0,5	Caltanissetta	0,0	0,2
Enna	0,0	0,1	Siracusa	0,0	0,1
Caltanissetta	0,0	0,0	Enna	0,0	0,0

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



Regione Umbria

La missione rappresenta una importante opportunità per le imprese di presentare le proprie eccellenze, sviluppare rapporti in un mercato in espansione come quello brasiliano, in un momento in cui il Brasile si pone al centro dell'attenzione mondiale. La partecipazione alla missione rappresenta per l'Umbria una concreta opportunità per aumentare il livello, non sufficientemente elevato, di internazionalizzazione delle nostre imprese. Il contributo del Sistema Umbria alla missione, vuole apportare qualità alla collaborazione tra Italia e Brasile. La Regione Umbria ha da tempo avviato solidi rapporti con il Brasile attraverso la realizzazione del progetto *Brasil Proximo*, il programma di cooperazione più grande dell'Italia nel Paese sudamericano che ha come obiettivo primario quello di ampliare e rafforzare le relazioni tra territori, tra le Regioni e il Brasile.

L'Umbria, partecipa alla missione Sistema come regione capofila in uno dei suoi settori di eccellenza, l'Aerospazio, nonché con altre rappresentanze dei settori produttivi al fine di permettere da un lato alle PMI umbre di approdare su un mercato che tanto richiede e tanto ha da offrire e dall'altro di dare un contributo allo sviluppo e diffusione del Sistema Italia. L'Umbria è una regione votata al mondo, ancorché sia una piccola regione. La sua forza, in un sistema di piccole e medie imprese è la qualità. L'investimento nell'internazionalizzazione delle imprese, strategico per l'economia e il sistema produttivo, soprattutto in un paese, come il Brasile, a noi storicamente vicino per le sue tradizioni d'immigrazione italiana, si traduce in un vantaggio competitivo per l'Italia e per l'Umbria. Vogliamo portare in Brasile la nostra idea del *saper fare*, quel valore aggiunto in termini di creatività e di eccellenza umbra che incontra grande favore in tutto il mondo.

Catiuscia Marini
Presidente Regione Umbria



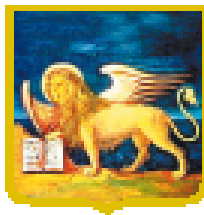
INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE UMBRIA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Umbria in Brasile	7,2	8,4	4,8	9,8	7,5	8,4	9,6	14,7	11,7	12,2	16,4
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-4,0	17,3	-42,9	105,0	-23,8	12,4	13,3	54,0	-20,5	4,5	34,1
<i>% su export totale Umbria</i>	0,3	0,3	0,2	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	0,3	0,4	0,3	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3
Import Umbria dal Brasile	6,6	9,5	19,4	14,7	8,0	5,8	6,0	9,2	6,1	2,6	3,5
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	91,0	43,3	103,4	-23,8	-45,4	-27,5	3,0	53,5	-33,9	-57,4	36,6
<i>% su import totale Umbria</i>	0,4	0,5	1,0	0,7	0,3	0,2	0,2	0,4	0,3	0,1	0,1
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	0,3	0,4	0,9	0,6	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1
Saldo Umbria con il Brasile	0,5	-1,1	-14,6	-4,9	-0,5	2,6	3,6	5,5	5,6	9,6	12,9

Principali prodotti esportati dall'Umbria in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile dell'Umbria (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Oli e grassi vegetali e animali	3,7	22,3	Prodotti di colture agricole non permanenti	1,5	43,3
Rifiuti	2,6	15,6	Altre macchine di impiego generale	1,1	30,2
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	2,0	12,5	Prodotti di colture permanenti	0,3	7,9
Altre macchine di impiego generale	1,6	9,5	Prodotti chimici di base, materie plastiche e gomma sintetica	0,2	6,0
Motori, generatori e trasformatori elettrici; apparecchiature per l'elettricità	1,0	5,8	Legno tagliato e piallato	0,1	4,1
Graduatoria delle province dell'Umbria in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province dell'Umbria in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Perugia	11,5	70,1	Perugia	3,2	91,0
Terni	4,9	29,9	Terni	0,3	9,0

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



REGIONE DEL VENETO

Il Veneto è rappresentato in maniera splendida da Venezia e dalle sue bellezze artistiche. Tuttavia è riduttivo definirlo come la regione in cui sorge la città forse più conosciuta e amata al mondo.

La realtà del Veneto è molto più articolata e variegata se si considerano i suoi molteplici aspetti geografici, storici, culturali ed economici. E' una regione non omogenea fisicamente, affacciata sul Mar Adriatico con i suoi 150 chilometri di costa. Una pianura fertile, irrigata da fiumi in buona parte navigabili, si espande per più della metà dei 18.300 kmq. della regione, mentre il restante è caratterizzato da dolci rilievi e da vette tra le più suggestive al mondo.

Fin dai tempi più antichi la sua posizione strategica, a nord-est della penisola italiana, ha reso il Veneto una regione di frontiera: è al contempo la porta d'accesso più importante all'est europeo e, grazie allo sbocco sull'Adriatico, il terminale sud di uno dei principali assi commerciali continentali. Rappresenta quindi il punto di incrocio obbligatorio per le grandi vie di comunicazione che attraversano l'Europa da ovest verso est e da nord verso sud.

Per più di dieci secoli l'influenza e il governo della Serenissima Repubblica di Venezia hanno reso questo territorio il tramite tra l'Oriente e l'Occidente, ponendo le basi di una lunga tradizione di apertura culturale, di scambi commerciali e di libertà intellettuali e politiche.

Il Veneto ha basato a lungo la sua economia sui commerci e sull'agricoltura, poi durante l'Ottocento e nella prima metà del secolo successivo, perduta la sua autonomia e dovendo fare i conti con un sistema agricolo arretrato, ha conosciuto sacche di grande povertà che hanno portato molti veneti all'emigrazione, gran parte della quale si è diretta in Brasile dove i veneti hanno costituito importanti comunità che tuttora sono vicine alla regione d'origine.

Negli ultimi quarant'anni, grazie ad una ripresa della produzione agricola di pregio, ad uno sviluppo industriale basato su formule originali e alla diffusione del terziario e del turismo, il Veneto ha ritrovato un benessere elevato e diffuso tanto da divenire il perno del cosiddetto modello di sviluppo del Nordest e quindi passare da terra di emigrazione a terra di immigrazione. Il modello veneto mostra di non sorgere dal nulla: la laboriosità, lo spirito imprenditoriale diffuso, l'attenzione al miglioramento continuo dei propri prodotti sono tutte caratteristiche che affondano le proprie radici in una tradizione civile, artistica, commerciale e culturale che è insieme antica e illustre. Infatti il Veneto conserva tuttora i segni delle culture che si sono susseguite, stratificandosi nei secoli, segni tuttora visibili nella struttura dei centri abitati e nelle variegate espressioni culturali che ancora lo caratterizzano. Oggi il Veneto esporta per un valore di 46 miliardi di Euro ed importa beni per 38 miliardi di Euro con un saldo attivo di 8 miliardi di Euro, ed è inoltre la prima Regione turistica italiana con oltre 63 milioni di presenze.

Luca Zaia
Presidente Regione Veneto



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE VENETO CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Veneto in Brasile	227,1	189,9	167,6	183,0	189,5	228,3	261,4	303,5	279,9	372,4	463,7
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-7,6	-16,4	-11,7	9,2	3,5	20,5	14,5	16,1	-7,8	33,0	24,5
<i>% su export totale Veneto</i>	0,6	0,5	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	8,7	9,5	10,4	10,1	9,3	10,2	10,2	9,1	10,4	9,6	9,7
Import Veneto dal Brasile	400,7	398,2	333,3	336,1	358,4	518,7	583,3	629,3	384,2	462,1	462,2
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-4,8	-0,6	-16,3	0,8	6,6	44,7	12,5	7,9	-38,9	20,3	0,0
<i>% su import totale Veneto</i>	1,4	1,3	1,1	1,1	1,1	1,4	1,5	1,6	1,3	1,2	1,1
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	17,2	18,5	15,5	12,6	12,4	15,1	15,4	16,4	15,9	13,9	11,1
Saldo Veneto con il Brasile	-173,6	-208,3	-165,7	-153,0	-168,9	-290,3	-321,9	-325,8	-104,3	-89,7	1,5

Principali prodotti esportati dal Veneto in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mIn euro		peso %		Principali prodotti importati dal Brasile del Veneto (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mIn euro		peso %		
Altre macchine per impieghi speciali	117,5	25,3	Cuoio; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce	245,9	53,2					
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	53,6	11,6	Pasta-carta, carta e cartone	52,6	11,4					
Strumenti e forniture mediche e dentistiche	44,7	9,6	Calzature	39,9	8,6					
Altre macchine di impiego generale	37,7	8,1	Prodotti di colture permanenti	37,4	8,1					
Prodotti chimici di base, materie plastiche e gomma sintetica	18,6	4,0	Pietra, sabbia e argilla	24,2	5,2					
Graduatoria delle province del Veneto in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mIn euro		peso %		Graduatoria delle province del Veneto in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011		mIn euro		peso %	
Vicenza	174,4	37,6	Vicenza	259,6	56,2					
Verona	85,5	18,4	Verona	79,1	17,1					
Padova	67,3	14,5	Treviso	73,7	15,9					
Treviso	66,7	14,4	Venezia	18,4	4,0					
Belluno	39,5	8,5	Padova	17,8	3,8					
Venezia	24,4	5,3	Rovigo	8,6	1,9					
Rovigo	5,9	1,3	Belluno	5,0	1,1					

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Friuli Venezia Giulia in Brasile	50,2	53,8	76,5	33,1	49,0	141,3	58,1	56,9	34,2	105,9	214,6
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-5,5	7,2	42,2	-56,6	47,8	188,5	-58,9	-2,0	-40,0	209,9	102,7
<i>% su export totale Friuli Venezia Giulia</i>	0,5	0,6	0,9	0,3	0,5	1,3	0,5	0,4	0,3	0,9	1,7
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	1,9	2,7	4,7	1,8	2,4	6,3	2,3	1,7	1,3	2,7	4,5
Import Friuli Venezia Giulia dal Brasile	40,8	47,1	43,1	40,0	57,6	77,7	128,3	100,6	85,5	97,3	107,3
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-8,6	15,5	-8,5	-7,1	43,9	34,9	65,1	-21,6	-15,0	13,8	10,2
<i>% su import totale Friuli Venezia Giulia</i>	0,8	1,0	1,0	0,8	1,1	1,4	1,9	1,3	1,6	1,5	1,5
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	1,8	2,2	2,0	1,5	2,0	2,3	3,4	2,6	3,5	2,9	2,6
Saldo Friuli Venezia Giulia con il Brasile	9,4	6,7	33,3	-6,9	-8,6	63,6	-70,2	-43,7	-51,3	8,6	107,4

Principali prodotti esportati dal Friuli Venezia Giulia in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile del Friuli Venezia Giulia (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Motori, generatori e trasformatori elettrici; apparecchiature per l'elettricità	97,2	45,3	Prodotti di colture permanenti	59,0	55,0
Altre macchine per impieghi speciali	47,6	22,2	Pasta-carta, carta e cartone	28,7	26,8
Altre macchine di impiego generale	20,3	9,5	Prodotti della siderurgia	11,1	10,3
Macchine per la formatura dei metalli e altre macchine utensili	16,9	7,9	Pietra, sabbia e argilla	3,0	2,8
Prodotti della siderurgia	7,9	3,7	Legno tagliato e piallato	1,2	1,1
Graduatoria delle province del Friuli Venezia Giulia in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province del Friuli Venezia Giulia in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Trieste	99,8	46,5	Trieste	59,2	55,2
Udine	96,1	44,8	Udine	32,8	30,6
Pordenone	15,3	7,1	Gorizia	12,3	11,4
Gorizia	3,5	1,6	Pordenone	3,0	2,8

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori





INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE ABRUZZO CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Abruzzo in Brasile	56,9	26,7	19,6	30,8	30,0	34,3	36,1	53,9	35,6	49,7	85,6
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-11,3	-53,0	-26,6	57,1	-2,7	14,3	5,3	49,3	-33,9	39,5	72,1
<i>% su export totale Abruzzo</i>	1,0	0,5	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,7	0,7	0,8	1,2
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	2,2	1,3	1,2	1,7	1,5	1,5	1,4	1,6	1,3	1,3	1,8
Import Abruzzo dal Brasile	10,7	9,0	7,1	10,4	27,6	39,1	31,7	17,1	16,3	21,2	15,1
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	65,8	-16,4	-20,7	46,5	164,4	42,0	-19,1	-46,1	-4,4	30,2	-28,8
<i>% su import totale Abruzzo</i>	0,3	0,2	0,2	0,3	0,8	1,0	0,7	0,4	0,6	0,6	0,4
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	0,5	0,4	0,3	0,4	1,0	1,1	0,8	0,4	0,7	0,6	0,4
Saldo Abruzzo con il Brasile	46,2	17,8	12,5	20,4	2,4	-4,9	4,5	36,8	19,3	28,5	70,5
Principali prodotti esportati dall'Abruzzo in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	<i>mln euro</i>	<i>peso %</i>	Principali prodotti importati dal Brasile dell'Abruzzo (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011					<i>mln euro</i>	<i>peso %</i>		
Mezzi di trasporto n.c.a.	29,7	34,8	Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	4,9	32,2						
Altre macchine di impiego generale	13,2	15,5	Pasta-carta, carta e cartone	2,9	19,2						
Altre macchine per impieghi speciali	9,5	11,1	Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	2,9	19,2						
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	6,5	7,6	Prodotti di colture permanenti	2,4	15,6						
Prodotti chimici di base, materie plastiche e gomma sintetica	4,4	5,1	Pietra, sabbia e argilla	1,0	6,5						
Graduatoria delle province dell'Abruzzo in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	<i>mln euro</i>	<i>peso %</i>	Graduatoria delle province dell'Abruzzo in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011		<i>mln euro</i>	<i>peso %</i>					
Chieti	74,7	87,3	Pescara	7,7	51,3						
Pescara	6,3	7,4	L'Aquila	6,0	39,8						
Teramo	4,2	4,9	Teramo	0,9	5,6						
L'Aquila	0,4	0,5	Chieti	0,5	3,3						

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE LAZIO CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
Export Lazio in Brasile	52,2	46,1	39,7	55,4	46,5	45,8	58,5	72,9	57,6	110,6	121,6	
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-29,1	-11,7	-13,9	39,7	-16,2	-1,3	27,7	24,6	-21,1	92,1	10,0	
<i>% su export totale Lazio</i>	0,5	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,7	0,7	
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	2,0	2,3	2,5	3,1	2,3	2,1	2,3	2,2	2,1	2,9	2,5	
Import Lazio dal Brasile	266,1	231,7	212,3	216,6	312,1	335,9	360,6	402,4	330,4	127,8	123,6	
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	-1,3	-12,9	-8,4	2,0	44,1	7,6	7,4	11,6	-17,9	-61,3	-3,3	
<i>% su import totale Lazio</i>	1,2	1,0	1,0	1,0	1,3	1,3	1,3	1,5	1,3	0,4	0,4	
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	11,4	10,7	9,8	8,1	10,8	9,8	9,5	10,5	13,7	3,9	3,0	
Saldo Lazio con il Brasile	-213,9	-185,6	-172,6	-161,2	-265,7	-290,0	-302,1	-329,5	-272,8	-17,2	-2,0	
Principali prodotti esportati dal Lazio in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile del Lazio (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011					mln euro	peso %			
Medicinali e preparati farmaceutici	38,7	31,8	Oli e grassi vegetali e animali					58,7	47,5			
Altre macchine di impiego generale	16,0	13,2	Pasta-carta, carta e cartone					28,2	22,8			
Motori, generatori e trasformatori elettrici; apparecchiature per l'elettricità	11,5	9,5	Prodotti di colture permanenti					9,0	7,3			
Prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	7,7	6,3	Prodotti di colture agricole non permanenti					7,2	5,8			
Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	4,6	3,8	Macchine di impiego generale					4,4	3,5			
Graduatoria delle province del Lazio in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province del Lazio in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011					mln euro	peso %			
Roma	57,3	47,1	Roma					92,7	75,0			
Frosinone	42,2	34,7	Frosinone					26,1	21,1			
Latina	20,9	17,2	Latina					4,2	3,4			
Rieti	0,8	0,6	Rieti					0,6	0,5			
Viterbo	0,4	0,4	Viterbo					0,0	0,0			
<i>Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT</i>							I dati del 2011 sono provvisori					



INTERSCAMBIO COMMERCIALE DELLA REGIONE VALLE D'AOSTA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Valle d'Aosta in Brasile	4,6	2,7	4,0	7,3	7,7	12,4	19,2	27,7	14,9	22,8	21,4
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	402,9	-41,4	48,4	82,4	6,1	60,2	54,3	44,5	-46,1	52,7	-6,3
<i>% su export totale Valle d'Aosta</i>	1,2	0,7	1,0	1,5	1,6	2,1	2,2	3,9	3,3	3,7	3,4
<i>% su export totale Italia in Brasile</i>	0,2	0,1	0,2	0,4	0,4	0,6	0,7	0,8	0,6	0,6	0,4
Import Valle d'Aosta dal Brasile	0,9	1,1	2,0	4,2	5,4	8,4	11,9	4,9	2,5	9,4	11,7
<i>Variazione % rispetto al periodo precedente</i>	48,0	21,5	84,0	105,9	29,5	54,4	41,4	-58,8	-49,6	279,5	25,3
<i>% su import totale Valle d'Aosta</i>	0,3	0,4	0,5	1,0	1,9	2,1	2,2	1,2	1,0	2,5	3,4
<i>% su import totale Italia dal Brasile</i>	0,0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1	0,3	0,3
Saldo Valle d'Aosta con il Brasile	3,7	1,6	2,0	3,1	2,3	4,0	7,3	22,8	12,5	13,4	9,6

Principali prodotti esportati dalla Valle d'Aosta in Brasile (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Principali prodotti importati dal Brasile della Valle d'Aosta (Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 3 cifre) Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Prodotti della siderurgia	9,8	45,9	Rifiuti	10,2	87,2
Altri prodotti della prima trasformazione dell'acciaio	6,4	29,8	Carne lavorata e conservata e prodotti a base di carne	1,5	12,8
Altre macchine per impieghi speciali	3,8	18,0	Strumenti e apparecchi di misurazione, prova e navigazione; orologi	0,0	0,0
Rifiuti	0,4	1,8	-	-	-
Articoli in materie plastiche	0,3	1,6	-	-	-
Graduatoria delle province della Valle d'Aosta in termini di export in Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %	Graduatoria delle province della Valle d'Aosta in termini di import dal Brasile - Periodo: anno 2011	mln euro	peso %
Aosta	21,4	100,0	Aosta	11,7	100,0

Fonte: elaborazioni Osservatorio economico Ministero Sviluppo Economico su dati ISTAT

I dati del 2011 sono provvisori





Capitolo Primo 01

OVERVIEW PAESE

1	Aspetti generali
2	Cenni storico politici
3	Usi e costumi
4	Rapporti economici tra Italia e Brasile
5	Scambi commerciali

1. Aspetti generali

A cura di Interprofessional Network

1. POPOLAZIONE

La Repubblica federativa (o federale) del Brasile si trova in questo momento ad affrontare profonde trasformazioni di tipo socio-economico, causate principalmente dai cambiamenti che stanno avvenendo nella struttura demografica della popolazione: da un lato la mortalità ha iniziato a diminuire, dall'altro il tasso di natalità e l'aspettativa di vita alla nascita sono aumentati nel corso degli anni. I dati più recenti in merito alla popolazione e alla sua composizione sono contenuti all'interno del "Population Census Summary 2010", redatto dall'IBGE (Istituto Brasiliano di Geografia e Statistica), che rappresenta il documento più completo in relazione ai dati raccolti ed elaborati in seguito al dodicesimo censimento della popolazione brasiliana, avvenuto nell'agosto 2010. Stando ai dati contenuti nel censimento, il Brasile conta una popolazione di 190.755.799 persone, dato questo, venti volte superiore rispetto al primo censimento effettuato nel 1872, quando gli abitanti del Brasile erano 9.930.478. Il Brasile rappresenta il più grande Paese del Sudamerica e il quinto al mondo per numero di abitanti dopo la Cina, l'India, gli Stati Uniti e l'Indonesia.

La densità demografica ha raggiunto i 20,5 abitanti per chilometro quadrato e, considerando la morfologia del territorio brasiliano caratterizzata da centri urbani molto affollati e zone totalmente disabitate, la distribuzione risulta essere molto irregolare: solo il 19% della popolazione vive infatti nelle zone rurali, mentre l'81% vive nei centri urbani e nelle aree metropolitane. Oltre il 60% della popolazione si concentra nel Sud e nel Sudest del Paese mentre nel Nordest la popolazione non supera il 30%, concentrandosi per lo più nelle zone costiere dove la densità raggiunge addirittura i 300 abitanti per kmq in alcuni centri urbani. La maggioranza della popolazione (58,7%) è concentrata negli Stati di San Paolo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Paraná.

2. SUPERFICIE

Dopo la Russia, il Canada, gli Stati Uniti e la Cina, il Brasile rappresenta il quinto Paese più vasto del mondo. Il Brasile si estende su una superficie di 8.514.876,599 Km², equivalente a circa 26 volte l'Italia, e possiede ben 7.491 km di coste; confina a nord con Colombia, Venezuela, Guyana, Suriname e Guyana francese; a ovest con Perù, Bolivia, Paraguay e Argentina ed infine a sud con l'Uruguay. È possibile dividere il territorio del Brasile, prevalentemente pianeggiante, in due grandi aree: da un lato il bacino amazzonico a nord, dall'altro





l'altopiano al centro e a sud. Dal punto di vista morfologico non sono presenti catene montuose di particolare rilevanza: la vetta più alta, il Pico de Neblina in Amazzonia, tocca i 3.139 metri. Sono invece numerosi i fiumi che lo attraversano: dal Rio delle Amazzoni (il maggiore fiume al mondo per la portata d'acqua) al Paranà, dal Purùs al Juruà, dal Madeira al Rio Sao Francisco ed infine il Tocantins. I laghi principali sono il Lagoa dos Patos e il Lagoa Mirim. Dal punto di vista geografico è possibile distinguere cinque grandi regioni:

- Região Norte che comprende sette Stati: Amapá, Roraima, Pará, Amazonas, Acre, Tocantins, Rondônia;
- Região Nordeste che comprende nove Stati: Bahia, Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí, Maranhão;
- Região Centro-Oeste che comprende: Mato Grosso, Goiás, Mato Grosso do Sul;
- Região Sudeste che comprende tre Stati: Minas Gerais, San Paolo, Rio de Janeiro, Espírito Santo;
- Região Sul che comprende tre Stati: Paranà, Santa Catarina, Rio Grande do Sul.

All'interno del suo territorio il Brasile racchiude la maggior parte della Foresta amazzonica, il "polmone verde" della terra, che si estende su una superficie di 7 milioni di kmq. Gestita dal Consiglio di Cooperazione Amazzonica, creato nel 1978 e composto da Brasile (che ha una competenza del 65%), Perù, Colombia, Venezuela, Guyana e Suriname, la Foresta amazzonica racchiude in sé il più grande patrimonio di biodiversità animale e vegetale del mondo, rappresenta la maggiore riserva d'acqua dolce del pianeta e ospita le ultime popolazioni indigene. La crescente richiesta di legname nobile per la fabbricazione di mobili e altri oggetti, le coltivazioni estensive, l'allevamento del bestiame, lo sfruttamento delle risorse minerarie, ma soprattutto il dissodamento selvaggio ad opera di contadini senza terra alla ricerca di nuove zone da coltivare, rappresentano un insieme di cause che ha già provocato la distruzione del 20% della foresta amazzonica e di oltre il 90% della mata atlantica. L'equilibrio naturale della foresta è inoltre minacciato dalla costruzione di dighe per la produzione di energia idroelettrica, dai progetti

di costruzione di infrastrutture quali ad esempio, la Transamazzonica, la strada lunga 40.000 km che collegherebbe il Brasile al Perù, iniziata nel 1970 e ad oggi non ancora terminata o la Perimetral Norte, una rete stradale di circa 15.000 km necessaria per raggiungere i giacimenti di ferro. Dal 1990 al 2010 le aree forestali sono diminuite del 6,4% e si estendono attualmente su una superficie totale di 5.195.220 km² pari al 61,4% della superficie totale.

3. CITTÀ PRINCIPALI

La capitale della Federazione è Brasilia, una città situata nel centro del Brasile, che conta oltre 2.500.000 abitanti. La città, costruita negli anni Sessanta, ha sostituito la vecchia capitale, Rio de Janeiro. Dal 2000 ad oggi sono stati creati 58 nuovi comuni e le città più popolose sono: San Paolo, con 11.200.000 residenti, Rio de Janeiro con 6.300.000 e Salvador, con 2.600.000. Le maggiori città brasiliane sono organizzate in agglomerati, formati dalla città principale e da ulteriori centri urbani che si formano nella periferia, spesso Favelas, che allargano i confini della città e che rendono difficile la gestione dei servizi (acqua, luce, gas, fognature), i trasporti, la raccolta e lo smaltimento dei rifiuti. Tra i maggiori agglomerati emergono: San Paolo, Rio de Janeiro, Salvador de Bahia, Belo Horizonte, Fortaleza, Curitiba, Manaus, Recife, Porto Alegre, Belem, Guarulhos, Campinas, Goiânia, São Luis, Maceió, Teresina, Campo Grande e Natal.

4. MONETA

La moneta ufficiale è il Real brasiliano (R\$), il cui codice ISO 4217 è BRL. Il Real è entrato in vigore il 1° luglio 1994 in seguito ad una grave crisi economica che ha portato l'inflazione alle stelle. Una politica economica sbagliata e le turbolenze politiche dell'epoca ha causato ripetute svalutazioni della moneta nazionale, un forte debito pubblico e un deficit di bilancio attorno all'8%. Ma non solo, il Paese ha dovuto anche affrontare un'iperinflazione che, nei primi mesi del 1994, ha raggiunto il massimo livello con l'815%. In quel



periodo, i prezzi dei beni, soprattutto di prima necessità, lievitarono di ora in ora e le famiglie subirono continui pesanti rialzi: per fronteggiare la crisi l'allora Ministro dell'Economia Fernando Henrique Cardoso, in seguito capo del governo, varò un piano di stabilizzazione economica chiamato *Plan Real* che prevedeva, tra le altre manovre, il passaggio verso una nuova moneta (transizione che è avvenuta in una sola notte). Il Real sostituì quindi il Cruzeiro come moneta nazionale e favorì la ripresa dell'economia. Venne inoltre stabilita, per un certo periodo di tempo, la parità di cambio fissa con il dollaro al fine di dare respiro all'economia e agli scambi commerciali. Attualmente il Brasile ha adottato un sistema di cambio flessibile, nonostante la moneta resti agganciata al dollaro. A maggio 2012, il cambio è 1 euro = 2.03 reais brasiliani e 1 dollaro = 1.79 reais brasiliani.

5. ETNIE, LINGUE E RELIGIONI

Il Brasile è un Paese multietnico in cui le diverse popolazioni sono perfettamente integrate e non esiste discriminazione di tipo razziale. La coesistenza di gruppi etnici di origini differenti, dai discendenti dei coloni portoghesi agli immigrati europei e asiatici, dagli africani deportati come schiavi agli Indios, rappresenta uno dei motivi di fascino del Paese. Sulla base dei tratti somatici è possibile distinguere diversi gruppi etnici: il 49,4% della popolazione è "bianca" e occupa prevalentemente gli Stati del Centro-sud e del Sud; il 42,3% è rappresentato da meticci discendenti da bianchi e Indios oppure da neri e Indios); il 6,8% è rappresentato dai discendenti degli schiavi importati dall'Africa nel XVIII secolo, che vivono prevalentemente nel Nordest; infine l'1% è costituito da indigeni ed asiatici. Nonostante l'enorme estensione territoriale, il portoghese rappresenta la lingua ufficiale anche se negli Stati in cui sono presenti comunità di emigrati di origine europea, sono molto diffusi anche il tedesco, l'italiano, il francese e lo spagnolo. Il portoghese parlato in Brasile si differenzia da quello europeo sia dal punto di vista fonetico che dal punto di vista grammaticale. In Brasile non esistono veri e propri dialetti

ma è possibile notare delle minime differenze a livello di accento, vocabolario, uso dei pronomi personali e coniugazione dei verbi. Le variazioni, comunque, tendono a diminuire in misura maggiore con la diffusione dei mass media, in particolare della televisione. L'eterogeneità etnica del Brasile comporta l'esistenza di numerose religioni: la maggioranza della popolazione è cattolica (74%); seguono protestanti (18%), agnostici (7%), animisti (1,3%) e altro (1,7%).

6. DIVISIONI POLITICO AMMINISTRATIVE

Secondo la Costituzione del 5 ottobre 1988 e il plebiscito sulla forma di governo del 21 aprile 1993, la República Federativa do Brasil è una repubblica federale presidenziale, con capitale Brasilia. Il Brasile è composto da 26 Stati e dal Distretto Federale della capitale, ognuno dei quali dispone di una propria Costituzione e di un proprio Parlamento. Prima di diventare una democrazia il Brasile ha subito una pesante dittatura militare dal 1964 al 1985. A partire dall'indipendenza dal Portogallo nel 1822, l'ordinamento giuridico brasiliano è stato più volte modificato: il Brasile è passato da impero a Repubblica liberale, per poi diventare uno stato autoritario e cadere, dopo un breve periodo di democrazia, sotto la dittatura militare. La Costituzione del Brasile, promulgata nel 1988, stabilisce un sistema di ripartizione dei poteri:

- il potere esecutivo viene esercitato dal Presidente della Repubblica, che svolge il ruolo di capo dello Stato e di capo del governo, eletto ogni quattro anni direttamente dal popolo;
- il potere legislativo dell'Unione spetta al Congresso Nazionale, che si compone della Camera dei Deputati (eletta per 4 anni con rappresentanza proporzionale in ogni Stato membro e nel Distretto Federale) e dal Senato Federale (con 81 seggi, tre per ogni stato compreso il distretto federale);
- il potere giudiziario è esercitato dal Supremo Tribunale federale, dal Tribunale Superiore di Giustizia e dai Tribunali Federali e Statali di istanza inferiore.



2. Cenni storico politici

A cura di Interprofessional Network

Come già accennato, il Brasile rappresenta una Repubblica Federale di tipo presidenziale composta da 26 Stati e dal Distretto Federale della capitale, Brasilia. Dalla sua scoperta avvenuta nel 1500 ad opera della flotta dell'ammiraglio Pedro Álvares Cabral, il Brasile ha subito l'influenza dei diversi avventurieri, mercanti e conquistatori di origine portoghese, inglese, bretone, normanna, francese e spagnola, che nei secoli hanno cercato di sfruttare le opportunità offerte dal Paese. Considerato lo scopo del presente volume, si è deciso di prendere in considerazione la storia economica del Brasile e i passaggi che hanno caratterizzato la progressiva crescita di questo Paese.

1. LA STORIA ECONOMICA BRASILIANA

È possibile analizzare le tappe della storia economica brasiliana a partire dai prodotti che nel corso dei secoli hanno permesso al Brasile di diventare una potenza economica mondiale. Se all'inizio il primo interesse economico per le terre scoperte da Pedro Álvares Cabral era rappresentato dal Pau Brasil, un albero tipico del territorio impiegato per la produzione di legno pregiato, resina e tinture e da cui si pensi derivi la denominazione attuale del Paese, le piantagioni di canna da zucchero segnarono la svolta favorendo da un lato lo sviluppo dell'agricoltura e dall'altro il popolamento della zona costiera del Nordeste; l'intensificazione delle esportazioni di zucchero e la crescente richiesta di manodopera furono però all'origine dell'insorgere della schiavitù. La scoperta della presenza di oro e pietre preziose rappresentò un altro momento fondamentale nella storia economica brasiliana. A partire dal 1830 iniziò ad imporsi la coltivazione del caffè, che rappresenterà la principale categoria merceologica delle esportazioni dal 1870 al 1930. Si calcola che nell'arco di un solo trentennio, dal 1870 al 1900, la città di San Paolo diventò la

seconda più popolosa del Paese e prese avvio il decollo industriale. Il boom economico unitamente alla crescente domanda di manodopera favorirono le migrazioni di lavoratori provenienti principalmente dal Vecchio Continente. Secondo le stime tra il 1830 e il 1871 furono 214.327 gli immigrati soprattutto di origine tedesca, mentre tra il 1872 e il 1866 il numero salì fino a raggiungere 357.304 immigrati, prevalentemente di origine italiana, polacca e ucraina. Il picco di affluenza di immigrati italiani si verificò dal 1887 al 1914 quando 2.688.868 di immigrati decisero di stabilirsi in Brasile dove trovarono lavoro nelle *fazendas* di caffè e aprirono nuove colonie di proprietari coltivatori. Il fenomeno dell'immigrazione rappresentò uno stimolo per la domanda interna di prodotti agricoli ed industriali, permettendo in questo modo lo sviluppo delle attività commerciali, e contribuì all'abolizione della schiavitù e al passaggio a nuovi rapporti di lavoro. Ad oggi il Brasile rappresenta un Paese industriale che basa la propria attività produttiva sulla canna da zucchero, la soia, l'allevamento, il caffè e il petrolio. Dal punto di vista politico, l'elezione di Luiz Inácio Lula da Silva ha rappresentato una svolta dal momento in cui l'obiettivo primario del Presidente è stato quello di creare un nuovo ordine politico ed economico mondiale in cui i Paesi in via di sviluppo, tra cui lo stesso Brasile, avessero un peso maggiore. Il doppio mandato della presidenza di Lula ha permesso al Brasile di cambiare il suo ruolo a livello internazionale, diventando un global trader con interessi economici e finanziari a livello mondiale. Al Governo di Lula si deve anche lo sforzo per combattere la povertà del Paese, lotta che ha favorito la ripresa della domanda interna sostenendo l'economia brasiliana in un momento in cui i mercati globali erano in piena stasi. Stabilità economica, equilibrio di bilancio, controllo dell'inflazione, misure contro la povertà e rilancio dei consumi sono alla base del miracolo economico che sta vivendo il Paese sudamericano. Il Brasile rappresenta oggi una terra di opportunità grazie alla stabilità politica garantita dal Governo di Dilma Rousseff, eletta il 1° gennaio 2011, alla crescita demografica registrata dal Paese, all'aumento dell'occupazione, all'ascesa e al consolidamento della classe media e alla diminuzione dei tassi di povertà.





3. Usi e costumi

A cura di Interprofessional Network

Il Brasile rappresenta un Paese caratterizzato da una grande multiculturalità. Il periodo coloniale ha segnato un cambiamento decisivo: l'arrivo dei conquistatori portoghesi è coinciso con la progressiva segregazione e lo sfruttamento degli Indios originari delle regioni sudamericane. La conquista da parte delle potenze europee rappresenta una pietra miliare alle origini della cultura brasiliana dal momento in cui favorì l'ingresso di avventurieri e mercenari che giunsero sulle coste atlantiche in cerca di fortuna, terre da sfruttare e oro. Le tradizioni dei diversi conquistatori si sono sovrapposte nel corso dei secoli e le tradizioni indie e africane si sono mescolate a quelle portoghesi, spagnole, italiane e tedesche. Ancora oggi sopravvivono i culti afrobrasiliani e indios che vengono riproposti nelle feste popolari, nei culti, nelle danze e nelle manifestazioni religiose.

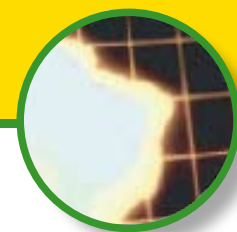
4. Rapporti economici tra Italia e Brasile

A cura di Interprofessional Network

La Cina si conferma come principale mercato di sbocco per le merci brasiliane con una quota pari al 17,3%, seguita da Stati Uniti, Argentina e Paesi Bassi. Considerando i dati relativi all'export del Brasile per blocchi economici, l'Asia rappresenta il primo mercato di sbocco delle merci brasiliane, seguita da Unione Europea e Mercosul, l'unione doganale tra Argentina, Uruguay, Paraguay e Brasile, a cui si sono aggiunti come partner economici Cile, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perù e Venezuela. L'Italia si posiziona al 7° posto con una quota pari al 2,1%; a livello europeo invece il Bel Paese si posiziona al 3° posto con una quota pari all'11%, preceduto da Paesi Bassi e Germania. L'Italia importa dal Brasile principalmente minerali metalliferi, prodotti agricoli, animali e della caccia, carta e prodotti di carta, articoli in pelle, prodotti della metallurgia e prodotti alimentari. Dal punto di vista dei principali paesi fornitori,

gli Stati Uniti si confermano come primo Paese di provenienza delle importazioni brasiliane con una quota del 15,1%, seguiti da Cina e Argentina. Dal punto di vista delle aree geografiche, l'Asia rappresenta il principale fornitore del Brasile, seguita da Unione Europea e Stati Uniti. L'Italia si colloca all'8° posto con una quota del 2,8%, mentre a livello europeo occupa il 2° posto con una quota del 13,4%, preceduta dalla sola Germania. Tra i prodotti italiani maggiormente importati in Brasile figurano macchinari e apparecchiature nca, autoveicoli, rimorchi e semirimorchi, apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche, prodotti chimici e altri mezzi di trasporto. Per quanto riguarda gli IDE, l'Italia rappresenta al momento uno dei principali investitori in Brasile, con 560 imprese controllate da aziende italiane attive in loco, di cui la metà operante nel settore manifatturiero. Stando ai dati resi noti dal Banco Central do Brasil e relativi al primo semestre del 2011, i principali Paesi investitori in Brasile sono: Olanda (con una quota del 30%), Spagna (16,1%), Stati Uniti (15,5%) e Giappone (7,3%). La Cina si posiziona solo al 22° posto, anche se è opportuno sottolineare il fatto che molti investimenti diretti esteri cinesi non compaiono nelle statistiche ufficiali dal momento in cui transitano mediante operatori finanziari di altre piazze finanziarie.





5. Scambi commerciali

A cura di Interprofessional Network e della Direzione Generale per le Politiche di Internazionalizzazione e la Promozione degli Scambi - Dipartimento per l'impresa e l'internazionalizzazione - Ministero dello Sviluppo Economico

Di seguito si riporta un insieme di informazioni statistiche aggiornate riguardanti in particolar modo gli scambi commerciali tra Italia e Brasile.

TABELLA 1 - INTERSCAMBIO COMMERCIALE DEL BRASILE (1) E RELATIVE QUOTE DI MERCATO SU EXPORT E IMPORT MONDIALE

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Gen. - ott. 2010	Gen. - ott. 2011
Export Brasile (milioni di dollari US)	59.026	60.368	73.667	97.673	118.480	138.374	157.094	197.945	150.587	201.930	163.324	212.142
Variazione % rispetto al periodo precedente	-1,0	2,3	22,0	32,6	21,3	16,8	13,5	26,0	-23,9	34,1	-	29,9
Quote Brasile su export mondiale	1,0	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	1,1	1,2	1,2	1,4	1,3	1,4
Posizione Brasile, in termini di export, nella graduatoria mondiale	25°	26°	24°	23°	22°	21°	22°	20°	23°	20°	21°	20°
Import Brasile (milioni di dollari US)	61.463	51.956	53.302	69.154	80.929	101.175	132.669	190.440	138.633	199.754	163.535	205.380
Variazione % rispetto al periodo precedente	-0,7	-15,5	2,6	29,7	17,0	25,0	31,1	43,5	-27,2	44,1	-	25,6
Quote Brasile su import mondiale	1,0	0,8	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	1,2	1,1	1,3	1,3	1,3
Posizione Brasile, in termini di import, nella graduatoria mondiale	22°	24°	29°	26°	27°	27°	27°	22°	24°	19°	19°	19°
Saldo Brasile (milioni di dollari US)	-2.437	8.413	20.365	28.519	37.551	37.199	24.425	7.505	11.954	2.176	-211	6.762

(1) Valori a prezzi correnti

I dati sono soggetti a successive revisioni

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati FMI-DOTS mar. 2012



FIGURA 2 - RAPPRESENTAZIONE GRAFICA DELLE QUOTE DI MERCATO MONDIALI DEL BRASILE (VALORI IN PERCENTUALI)

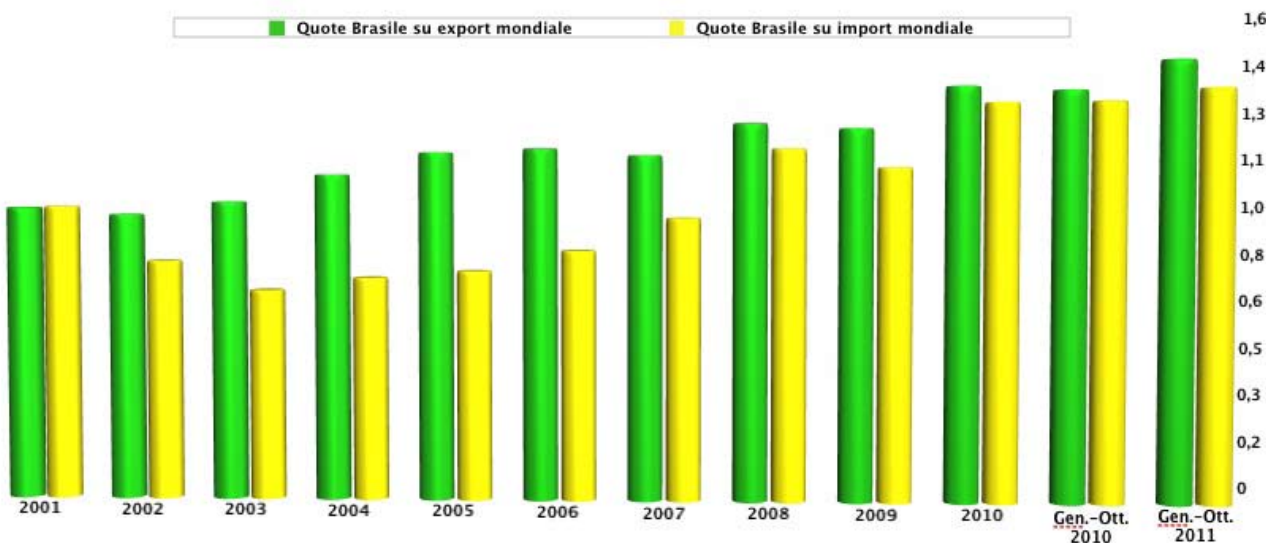


TABELLA 2 - PRINCIPALI CLIENTI E FORNITORI DEL BRASILE (2) - ANNO 2011

	Principali paesi di destinazione dell'export	milioni di \$ US	peso % su tot. Export	Principali paesi di provenienza dell'import	milioni di \$ US	peso % su tot. Import
	MONDO	256.040	100,0	MONDO	226.243	100,0
1	Cina	44.315	17,3	Stati Uniti	34.225	15,1
2	Stati Uniti	25.942	10,1	Cina	32.788	14,5
3	Argentina	22.709	8,9	Argentina	16.906	7,5
4	Paesi Bassi	13.640	5,3	Germania	15.213	6,7
5	Giappone	9.473	3,7	Corea del sud	10.097	4,5
6	Germania	9.039	3,5	Nigeria	8.386	3,7
7	Italia	5.441	2,1	Giappone	7.872	3,5
8	Cile	5.418	2,1	Italia	6.228	2,8
9	Regno Unito	5.230	2,0	India	6.081	2,7
10	Spagna	4.706	1,8	Francia	5.471	2,4
11	Corea del sud	4.694	1,8	Messico	5.130	2,3
12	Venezuela	4.592	1,8	Cile	4.569	2,0
13	Francia	4.359	1,7	Canada	3.553	1,6
14	Russia	4.216	1,6	Taiwan	3.509	1,6
15	Belgio	3.960	1,5	Regno Unito	3.376	1,5
16	Messico	3.960	1,5	Spagna	3.298	1,5
17	Arabia Saudita	3.476	1,4	Algeria	3.137	1,4
18	India	3.201	1,3	Arabia Saudita	3.093	1,4
19	Canada	3.130	1,2	Russia	2.944	1,3
20	Paraguay	2.969	1,2	Bolivia	2.863	1,3

(2) Dati provvisori

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati International Trade Centre



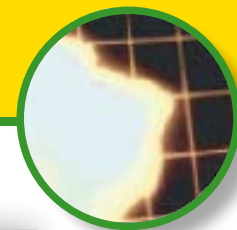


TABELLA 3A - PRINCIPALI PRODOTTI ESPORTATI DAL BRASILE - ANNO 2011

	PRODOTTO	milioni di dollari US	peso % su export totale Brasile	quota mondiale % ⁽³⁾	Principali mercati di destinazione del prodotto		
					Paesi		Quota %
1	Sale; zolfo; terre e pietre; gessi, calce e cementi	44.217	17,3	16,1	1)	Cina	45,6
					2)	Giappone	10,0
2	Combustibili minerali, oli minerali e prodotti della loro distillazione; sostanze bituminose; cere minerali	26.791	10,5	0,9	1)	Stati Uniti	21,9
					2)	Cina	18,2
3	Semi e frutti oleosi; semi, sementi e frutti diversi; piante industriali o medicinali; paglie e foraggi	16.531	6,5	16,5	1)	Cina	66,3
					2)	Spagna	7,2
4	Zuccheri e prodotti a base di zuccheri	15.154	5,9	29,3	1)	Russia	12,3
					2)	Cina	8,0
5	Reattori nucleari, caldaie, macchine, apparecchi e congegni meccanici; parti di queste macchine o apparecchi	14.084	5,5	0,6	1)	Stati Uniti	18,1
					2)	Argentina	17,6

(3) I dati si riferiscono all'anno 2010

Classificazione utilizzata: Nomenclatura combinata (SH2) - Capitoli

Fonte: ITC - International Trade Centre

TABELLA 3B - PRINCIPALI PRODOTTI IMPORTATI DAL BRASILE - ANNO 2011

	PRODOTTO	milioni di dollari US	peso % su import totale Brasile	quota su import mondiale % ⁽³⁾	Principali mercati di provenienza del prodotto		
					Paesi		Quota %
1	Combustibili minerali, oli minerali e prodotti della loro distillazione; sostanze bituminose; cere minerali	41.968	18,6	1,2	1)	Nigeria	19,9
					2)	Stati Uniti	16,3
2	Reattori nucleari, caldaie, macchine, apparecchi e congegni meccanici; parti di queste macchine o apparecchi	33.703	14,9	1,6	1)	Stati Uniti	20,6
					2)	Cina	20,3
3	Macchine, apparecchi e materiale elettrico e loro parti; apparecchi per la registrazione o la riproduzione del suono, apparecchi per la registrazione o la riproduzione delle immagini e del suono per la televisione, e parti ed accessori di questi apparecchi	26.395	11,7	1,0	1)	Cina	36,8
					2)	Corea del sud	11,3
4	Vetture automobili, trattori, velocipedi, motocicli ed altri veicoli terrestri, loro parti ed accessori	22.621	10,0	1,6	1)	Argentina	31,3
					2)	Corea del sud	12,7
5	Prodotti chimici organici	9.397	4,2	2,1	1)	Stati Uniti	21,8
					2)	Cina	16,9

(3) Le quote si riferiscono all'anno 2010

Classificazione utilizzata: Nomenclatura combinata (SH2) - Capitoli

Fonte: ITC - International Trade Centre



TABELLA 4A - ESPORTAZIONI DELL'UNIONE EUROPEA A 27 IN BRASILE SUDDIVISE PER PAESE DI PROVENIENZA (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
U.E. a 27	17.738	21.257	26.297	21.572	31.390	35.727
Austria	360	506	705	642	863	978
Belgio	1.283	1.511	1.864	1.493	2.296	2.533
Bulgaria	21	25	37	13	25	29
Cipro	0	0	0	0	0	0
Repubblica Ceca	148	165	218	197	293	315
Germania	5.619	6.819	8.635	7.238	10.317	11.107
Danimarca	250	268	352	287	428	611
Estonia	19	20	25	15	29	49
Spagna	1.113	1.294	1.634	1.339	2.195	2.584
Finlandia	428	482	606	599	546	543
Francia	2.538	3.087	3.516	2.553	3.706	4.100
Regno Unito	1.347	1.524	1.963	1.855	2.414	2.614
Grecia	46	36	38	24	21	34
Ungheria	71	66	86	75	133	194
Irlanda	147	162	183	214	226	283
Italia	2.228	2.561	3.342	2.693	3.877	4.785
Lituania	2	2	26	2	12	2
Lussemburgo	29	36	23	17	33	30
Lettonia	1	1	2	1	3	3
Malta	6	6	5	5	5	7
Paesi Bassi	897	1.253	1.275	1.146	1.862	2.332
Polonia	141	200	309	143	282	269
Portogallo	255	258	320	295	440	585
Romania	12	50	71	43	69	146
Svezia	731	858	979	625	1.134	1.479
Slovenia	19	22	29	25	36	39
Slovacchia	27	47	56	32	146	74
<i>Composizione percentuale su totale export U.E. a 27</i>						
<i>Austria</i>	<i>2,0</i>	<i>2,4</i>	<i>2,7</i>	<i>3,0</i>	<i>2,7</i>	<i>2,7</i>
<i>Belgio</i>	<i>7,2</i>	<i>7,1</i>	<i>7,1</i>	<i>6,9</i>	<i>7,3</i>	<i>7,1</i>
<i>Bulgaria</i>	<i>0,1</i>	<i>0,1</i>	<i>0,1</i>	<i>0,1</i>	<i>0,1</i>	<i>0,1</i>
<i>Cipro</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>
<i>Repubblica Ceca</i>	<i>0,8</i>	<i>0,8</i>	<i>0,8</i>	<i>0,9</i>	<i>0,9</i>	<i>0,9</i>
<i>Germania</i>	<i>31,7</i>	<i>32,1</i>	<i>32,8</i>	<i>33,6</i>	<i>32,9</i>	<i>31,1</i>
<i>Danimarca</i>	<i>1,4</i>	<i>1,3</i>	<i>1,3</i>	<i>1,3</i>	<i>1,4</i>	<i>1,7</i>



<i>Estonia</i>	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
<i>Spagna</i>	6,3	6,1	6,2	6,2	7,0	7,2
<i>Finlandia</i>	2,4	2,3	2,3	2,8	1,7	1,5
<i>Francia</i>	14,3	14,5	13,4	11,8	11,8	11,5
<i>Regno Unito</i>	7,6	7,2	7,5	8,6	7,7	7,3
<i>Grecia</i>	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
<i>Ungheria</i>	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5
<i>Irlanda</i>	0,8	0,8	0,7	1,0	0,7	0,8
<i>Italia</i>	12,6	12,0	12,7	12,5	12,4	13,4
<i>Lituania</i>	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
<i>Lussemburgo</i>	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
<i>Lettonia</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>Malta</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>Paesi Bassi</i>	5,1	5,9	4,8	5,3	5,9	6,5
<i>Polonia</i>	0,8	0,9	1,2	0,7	0,9	0,8
<i>Portogallo</i>	1,4	1,2	1,2	1,4	1,4	1,6
<i>Romania</i>	0,1	0,2	0,3	0,2	0,2	0,4
<i>Svezia</i>	4,1	4,0	3,7	2,9	3,6	4,1
<i>Slovenia</i>	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
<i>Slovacchia</i>	0,2	0,2	0,2	0,1	0,5	0,2

I dati del 2010 e del 2011 sono provvisori

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Eurostat



TABELLA 4B - IMPORTAZIONI NELL'UNIONE EUROPEA A 27 DAL BRASILE SUDDIVISE PER PAESE DI DESTINAZIONE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
U.E. a 27	27.234	32.511	35.554	25.450	32.544	37.830
Austria	128	166	182	140	206	252
Belgio	2.337	2.991	2.892	1.833	2.172	2.660
Bulgaria	366	187	187	140	77	96
Cipro	141	170	70	12	15	16
Repubblica Ceca	60	86	123	87	100	90
Germania	5.156	6.193	6.911	5.055	6.056	6.938
Danimarca	227	285	296	222	337	361
Estonia	9	14	20	9	16	17
Spagna	2.126	3.005	3.055	2.213	2.978	3.535
Finlandia	419	409	383	302	393	552
Francia	2.567	3.059	3.499	2.465	3.184	3.470
Regno Unito	2.851	2.809	3.038	2.590	3.249	2.955
Grecia	161	238	256	175	293	163
Ungheria	110	101	91	70	80	102
Irlanda	148	178	151	125	125	167
Italia	3.445	3.783	3.844	2.416	3.314	4.154
Lituania	26	21	33	22	26	32
Lussemburgo	20	20	13	6	5	8
Lettonia	10	9	9	3	4	11
Malta	9	16	21	10	14	16
Paesi Bassi	4.381	6.023	7.597	5.576	7.586	9.081
Polonia	270	258	290	263	342	420
Portogallo	1.233	1.381	1.363	888	1.046	1.462
Romania	450	386	434	304	309	472
Svezia	432	547	601	360	390	523
Slovenia	120	144	147	145	197	253
Slovacchia	32	30	49	20	30	23
<i>Composizione percentuale su totale import U.E. a 27</i>						
<i>Austria</i>	<i>0,5</i>	<i>0,5</i>	<i>0,5</i>	<i>0,6</i>	<i>0,6</i>	<i>0,7</i>
<i>Belgio</i>	<i>8,6</i>	<i>9,2</i>	<i>8,1</i>	<i>7,2</i>	<i>6,7</i>	<i>7,0</i>
<i>Bulgaria</i>	<i>1,3</i>	<i>0,6</i>	<i>0,5</i>	<i>0,5</i>	<i>0,2</i>	<i>0,3</i>
<i>Cipro</i>	<i>0,5</i>	<i>0,5</i>	<i>0,2</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>
<i>Repubblica Ceca</i>	<i>0,2</i>	<i>0,3</i>	<i>0,3</i>	<i>0,3</i>	<i>0,3</i>	<i>0,2</i>
<i>Germania</i>	<i>18,9</i>	<i>19,1</i>	<i>19,4</i>	<i>19,9</i>	<i>18,6</i>	<i>18,3</i>
<i>Danimarca</i>	<i>0,8</i>	<i>0,9</i>	<i>0,8</i>	<i>0,9</i>	<i>1,0</i>	<i>1,0</i>



<i>Estonia</i>	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
<i>Spagna</i>	7,8	9,2	8,6	8,7	9,2	9,3
<i>Finlandia</i>	1,5	1,3	1,1	1,2	1,2	1,5
<i>Francia</i>	9,4	9,4	9,8	9,7	9,8	9,2
<i>Regno Unito</i>	10,5	8,6	8,5	10,2	10,0	7,8
<i>Grecia</i>	0,6	0,7	0,7	0,7	0,9	0,4
<i>Ungheria</i>	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3
<i>Irlanda</i>	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4	0,4
Italia	12,6	11,6	10,8	9,5	10,2	11,0
<i>Lituania</i>	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
<i>Lussemburgo</i>	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>Lettonia</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>Malta</i>	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
<i>Paesi Bassi</i>	16,1	18,5	21,4	21,9	23,3	24,0
<i>Polonia</i>	1,0	0,8	0,8	1,0	1,1	1,1
<i>Portogallo</i>	4,5	4,2	3,8	3,5	3,2	3,9
<i>Romania</i>	1,7	1,2	1,2	1,2	1,0	1,2
<i>Svezia</i>	1,6	1,7	1,7	1,4	1,2	1,4
<i>Slovenia</i>	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6	0,7
<i>Slovacchia</i>	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Eurostat

I dati del 2010 e del 2011 sono provvisori



TABELLA 4C - INTERSCAMBIO COMPLESSIVO DELL'UNIONE EUROPEA A 27 CON IL BRASILE SUDDIVISO PER PAESE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
U.E. a 27	44.972	53.768	61.850	47.022	63.934	73.557
Austria	488	672	887	783	1.069	1.230
Belgio	3.620	4.502	4.756	3.326	4.468	5.193
Bulgaria	387	212	225	153	102	125
Cipro	141	170	70	12	15	16
Repubblica Ceca	208	251	341	284	394	404
Germania	10.775	13.013	15.546	12.292	16.373	18.045
Danimarca	477	553	648	510	764	972
Estonia	28	34	44	24	45	66
Spagna	3.239	4.299	4.689	3.552	5.173	6.119
Finlandia	847	891	988	901	939	1.095
Francia	5.105	6.146	7.015	5.018	6.890	7.570
Regno Unito	4.198	4.333	5.001	4.445	5.662	5.570
Grecia	207	274	294	199	314	197
Ungheria	180	167	177	145	212	296
Irlanda	295	340	334	338	351	450
Italia	5.672	6.344	7.186	5.109	7.191	8.939
Lituania	28	23	59	24	38	35
Lussemburgo	49	56	36	23	38	38
Lettonia	11	10	11	4	6	14
Malta	15	22	26	15	20	23
Paesi Bassi	5.278	7.276	8.871	6.723	9.448	11.413
Polonia	411	458	599	406	624	689
Portogallo	1.488	1.639	1.683	1.182	1.487	2.047
Romania	462	436	505	347	378	617
Svezia	1.162	1.404	1.580	985	1.525	2.002
Slovenia	140	166	175	170	233	291
Slovacchia	60	77	105	52	176	98
<i>Composizione percentuale su totale interscambio U.E. a 27</i>						
<i>Austria</i>	<i>1,1</i>	<i>1,3</i>	<i>1,4</i>	<i>1,7</i>	<i>1,7</i>	<i>1,7</i>
<i>Belgio</i>	<i>8,1</i>	<i>8,4</i>	<i>7,7</i>	<i>7,1</i>	<i>7,0</i>	<i>7,1</i>
<i>Bulgaria</i>	<i>0,9</i>	<i>0,4</i>	<i>0,4</i>	<i>0,3</i>	<i>0,2</i>	<i>0,2</i>
<i>Cipro</i>	<i>0,3</i>	<i>0,3</i>	<i>0,1</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>
<i>Repubblica Ceca</i>	<i>0,5</i>	<i>0,5</i>	<i>0,6</i>	<i>0,6</i>	<i>0,6</i>	<i>0,5</i>
<i>Germania</i>	<i>24,0</i>	<i>24,2</i>	<i>25,1</i>	<i>26,1</i>	<i>25,6</i>	<i>24,5</i>
<i>Danimarca</i>	<i>1,1</i>	<i>1,0</i>	<i>1,0</i>	<i>1,1</i>	<i>1,2</i>	<i>1,3</i>





<i>Estonia</i>	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
<i>Spagna</i>	7,2	8,0	7,6	7,6	8,1	8,3
<i>Finlandia</i>	1,9	1,7	1,6	1,9	1,5	1,5
<i>Francia</i>	11,4	11,4	11,3	10,7	10,8	10,3
<i>Regno Unito</i>	9,3	8,1	8,1	9,5	8,9	7,6
<i>Grecia</i>	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5	0,3
<i>Ungheria</i>	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4
<i>Irlanda</i>	0,7	0,6	0,5	0,7	0,5	0,6
Italia	12,6	11,8	11,6	10,9	11,2	12,2
<i>Lituania</i>	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0
<i>Lussemburgo</i>	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1
<i>Lettonia</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>Malta</i>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<i>Paesi Bassi</i>	11,7	13,5	14,3	14,3	14,8	15,5
<i>Polonia</i>	0,9	0,9	1,0	0,9	1,0	0,9
<i>Portogallo</i>	3,3	3,0	2,7	2,5	2,3	2,8
<i>Romania</i>	1,0	0,8	0,8	0,7	0,6	0,8
<i>Svezia</i>	2,6	2,6	2,6	2,1	2,4	2,7
<i>Slovenia</i>	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4
<i>Slovacchia</i>	0,1	0,1	0,2	0,1	0,3	0,1

I dati del 2010 e del 2011 sono provvisori

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Eurostat



TABELLA 4D - SALDI COMMERCIALI DELL'UNIONE EUROPEA A 27 CON IL BRASILE SUDDIVISI PER PAESE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
U.E. a 27	-9.496	-11.254	-9.257	-3.878	-1.154	-2.103
Austria	232	340	523	502	657	726
Belgio	-1.054	-1.480	-1.028	-340	124	-127
Bulgaria	-344	-163	-150	-127	-52	-68
Cipro	-141	-170	-69	-12	-15	-15
Repubblica Ceca	88	79	95	111	193	225
Germania	463	626	1.724	2.183	4.261	4.168
Danimarca	24	-18	56	65	91	250
Estonia	9	6	5	6	13	32
Spagna	-1.013	-1.712	-1.421	-874	-783	-951
Finlandia	9	72	223	297	153	-8
Francia	-29	27	17	89	523	631
Regno Unito	-1.504	-1.285	-1.076	-734	-835	-341
Grecia	-116	-203	-218	-151	-272	-129
Ungheria	-39	-35	-5	6	53	92
Irlanda	0	-16	32	89	101	115
Italia	-1.217	-1.223	-502	278	563	631
Lituania	-23	-19	-8	-20	-13	-30
Lussemburgo	10	15	11	11	29	23
Lettonia	-9	-8	-8	-1	-1	-8
Malta	-4	-10	-16	-5	-9	-8
Paesi Bassi	-3.484	-4.770	-6.322	-4.430	-5.724	-6.749
Polonia	-129	-59	20	-120	-61	-151
Portogallo	-978	-1.123	-1.044	-593	-606	-877
Romania	-438	-335	-364	-261	-240	-326
Svezia	299	311	379	266	744	956
Slovenia	-101	-122	-118	-120	-161	-214
Slovacchia	-5	17	7	11	116	51

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Eurostat
I dati del 2010 e del 2011 sono provvisori

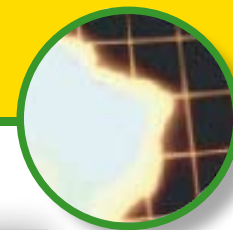


TABELLA 4E - POSIZIONE OCCUPATA DAL BRASILE NELLA GRADUATORIA DEI PAESI CLIENTI E FORNITORI DELL'U.E. A 27

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Posizione Brasile come cliente	18°	14°	10°	13°	9°	9°
Posizione Brasile come fornitore	9°	9°	9°	9°	10°	9°

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Eurostat
I dati del 2010 e del 2011 sono provvisori

TABELLA 5A - INTERSCAMBIO COMMERCIALE (4) DELL'ITALIA CON IL BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Export Italia	2.613	1.997	1.615	1.804	2.034	2.228	2.561	3.342	2.693	3.877	4.785
% su export totale Italia	0,96	0,74	0,61	0,63	0,68	0,67	0,70	0,91	0,92	1,15	1,27
Variazione % rispetto al periodo precedente	6,1	-23,6	-19,1	11,7	12,7	9,5	14,9	30,5	-19,4	44,0	23,4
Import Italia	2.325	2.158	2.157	2.673	2.883	3.445	3.783	3.844	2.416	3.314	4.154
% su import totale Italia	0,88	0,83	0,82	0,94	0,93	0,98	1,01	1,01	0,81	0,90	1,04
Variazione % rispetto al periodo precedente	-9,7	-7,2	0,0	23,9	7,9	19,5	9,8	1,6	-37,2	37,2	25,4
Interscambio totale	4.938	4.155	3.772	4.477	4.917	5.672	6.344	7.186	5.109	7.191	8.939
% su interscambio totale Italia	0,92	0,78	0,71	0,79	0,81	0,83	0,86	0,96	0,87	1,02	1,15
Variazione % rispetto al periodo precedente	-2,0	-15,9	-9,2	18,7	9,8	15,4	11,8	13,3	-28,9	40,7	24,3
Saldi	288	-161	-542	-868	-849	-1.217	-1.223	-502	278	563	631
Saldi normalizzati (5)	5,8	-3,9	-14,4	-19,4	-17,3	-21,5	-19,3	-7,0	5,4	7,8	7,1

(4) I dati del 2011 sono provvisori (5) Il saldo normalizzato è il rapporto percentuale tra il saldo e la somma delle esportazioni e delle importazioni

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Istat

FIGURA 2 - RAPPRESENTAZIONE GRAFICA DELL'INTERSCAMBIO COMMERCIALE ITALIA - BRASILE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

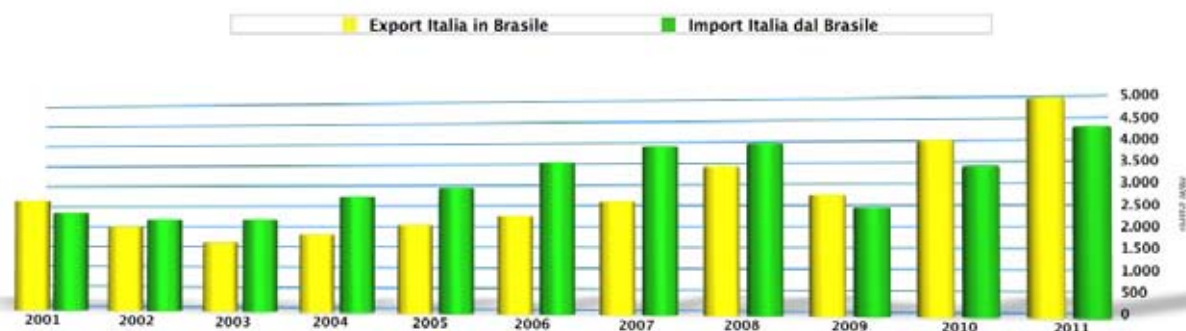




TABELLA 5B - POSIZIONE OCCUPATA DAL BRASILE NELLA GRADUATORIA DEI PAESI CLIENTI E FORNITORI DELL'ITALIA

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Posizione Brasile come cliente	20°	29°	32°	32°	32°	31°	32°	23°	24°	17°	15°
Posizione Brasile come fornitore	21°	21°	22°	22°	23°	23°	22°	24°	25°	24°	22°

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Istat

TABELLA 5C - ESPORTAZIONI DELL'ITALIA IN BRASILE SUDDIVISE PER SETTORI DI ATTIVITÀ ECONOMICA (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2008	% su export totale in Brasile	2009	% su export totale in Brasile	2010	% su export totale in Brasile	2011	% su export totale in Brasile
AA01-Prodotti agricoli, animali e della caccia	14,2	0,4	11,0	0,4	14,5	0,4	18,7	0,4
AA02-Prodotti della silvicoltura	0,2	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
AA03-Prodotti della pesca e dell'acquacoltura	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
BB06-Petrolio greggio e gas naturale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
BB07-Minerali metalliferi	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,0	0,4	0,0
BB08-Altri minerali da cave e miniere	1,9	0,1	2,2	0,1	3,7	0,1	6,2	0,1
CA10-Prodotti alimentari	54,0	1,6	53,3	2,0	64,8	1,7	85,0	1,8
CA11-Bevande	25,4	0,8	21,0	0,8	32,2	0,8	37,9	0,8
CB13-Prodotti tessili	38,6	1,2	27,9	1,0	39,4	1,0	39,9	0,8
CB14-Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	20,3	0,6	14,6	0,5	17,4	0,4	19,9	0,4
CB15-Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili	18,5	0,6	9,8	0,4	9,8	0,3	14,4	0,3
CC16-Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); articoli in paglia e materiali da intreccio	4,7	0,1	2,4	0,1	2,6	0,1	4,9	0,1
CC17-Carta e prodotti di carta	30,0	0,9	28,8	1,1	39,5	1,0	46,7	1,0
CC18-Prodotti della stampa e della riproduzione di supporti registrati	1,7	0,1	0,8	0,0	1,7	0,0	0,4	0,0
CD19-Coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	112,7	3,4	25,6	1,0	86,6	2,2	93,3	1,9
CE20-Prodotti chimici	254,8	7,6	195,9	7,3	280,0	7,2	319,5	6,7
CF21-Prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici	91,7	2,7	115,9	4,3	192,4	5,0	242,2	5,1
CG22-Articoli in gomma e materie plastiche	72,6	2,2	55,0	2,0	94,2	2,4	117,5	2,5



CG23-Altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	52,0	1,6	37,7	1,4	60,1	1,6	71,0	1,5
CH24-Prodotti della metallurgia	141,4	4,2	86,3	3,2	173,2	4,5	137,6	2,9
CH25-Prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	124,7	3,7	116,9	4,3	143,1	3,7	275,6	5,8
CI26-Computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi	152,0	4,5	122,5	4,5	126,8	3,3	195,3	4,1
CJ27-Apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche	171,8	5,1	139,8	5,2	183,3	4,7	319,4	6,7
CK28-Macchinari e apparecchiature nca	1.196,1	35,8	1.008,2	37,4	1.377,9	35,5	1.785,4	37,3
CL29-Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	549,3	16,4	361,0	13,4	627,2	16,2	587,2	12,3
CL30-Altri mezzi di trasporto	122,2	3,7	168,9	6,3	182,1	4,7	226,3	4,7
CM31-Mobili	10,6	0,3	8,4	0,3	15,3	0,4	18,3	0,4
CM32-Prodotti delle altre industrie manifatturiere	68,7	2,1	74,3	2,8	98,4	2,5	104,1	2,2
EE38-Prodotti delle attività di raccolta, trattamento e smaltimento dei rifiuti; prodotti dell'attività di recupero dei materiali	6,8	0,2	0,4	0,0	3,1	0,1	4,0	0,1
JA58-Prodotti delle attività editoriali	4,3	0,1	3,7	0,1	5,8	0,2	10,0	0,2
JA59-Prodotti delle attività di produzione cinematografica, video e programmi televisivi; registrazioni musicali e sonore	0,2	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
RR90-Prodotti delle attività creative, artistiche e d'intrattenimento	0,2	0,0	0,2	0,0	0,8	0,0	1,8	0,0
RR91-Prodotti delle attività di biblioteche, archivi, musei e di altre attività culturali	0,0	0,0	0,3	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
SS96-Prodotti delle altre attività di servizi per la persona	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
VV89-Merci dichiarate come provviste di bordo, merci nazionali di ritorno e respinte, merci varie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0

I dati del 2011 sono provvisori

Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 2 cifre - Divisioni

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Istat



TABELLA 5D - IMPORTAZIONI IN ITALIA DAL BRASILE SUDDIVISE PER SETTORI DI ATTIVITÀ ECONOMICA (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2008	% su import totale dal Brasile	2009	% su import totale dal Brasile	2010	% su import totale dal Brasile	2011	% su import totale dal Brasile
AA01-Prodotti agricoli, animali e della caccia	813,5	21,2	608,9	25,2	554,3	16,7	589,1	14,2
AA02-Prodotti della silvicoltura	0,3	0,0	0,3	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
AA03-Prodotti della pesca e dell'acquacoltura	0,6	0,0	0,9	0,0	0,4	0,0	0,2	0,0
BB06-Petrolio greggio e gas naturale	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
BB07-Minerali metalliferi	847,0	22,0	327,5	13,6	801,4	24,2	1.392,0	33,5
BB08-Altri minerali da cave e miniere	81,6	2,1	49,9	2,1	74,2	2,2	74,7	1,8
CA10-Prodotti alimentari	321,3	8,4	276,9	11,5	260,8	7,9	324,1	7,8
CA11-Bevande	0,7	0,0	0,6	0,0	0,8	0,0	0,7	0,0
CA12-Tabacco	0,3	0,0	0,2	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0
CB13-Prodotti tessili	8,1	0,2	4,9	0,2	7,9	0,2	7,4	0,2
CB14-Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	5,5	0,1	2,6	0,1	2,7	0,1	1,8	0,0
CB15-Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili	465,8	12,1	271,3	11,2	383,9	11,6	390,9	9,4
CC16-Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); articoli in paglia e materiali da intreccio	66,7	1,7	40,1	1,7	42,1	1,3	34,8	0,8
CC17-Carta e prodotti di carta	327,9	8,5	291,6	12,1	451,6	13,6	432,0	10,4
CC18-Prodotti della stampa e della riproduzione di supporti registrati	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
CD19-Coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	5,4	0,1	11,1	0,5	0,3	0,0	0,9	0,0
CE20-Prodotti chimici	148,7	3,9	102,9	4,3	121,1	3,7	151,0	3,6
CF21-Prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici	13,3	0,3	14,3	0,6	21,0	0,6	26,4	0,6
CG22-Articoli in gomma e materie plastiche	27,4	0,7	20,6	0,9	18,6	0,6	16,8	0,4
CG23-Altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	14,7	0,4	10,4	0,4	9,3	0,3	8,3	0,2



CH24-Prodotti della metallurgia	321,2	8,4	132,5	5,5	250,8	7,6	361,9	8,7
CH25-Prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	19,2	0,5	15,9	0,7	19,4	0,6	12,8	0,3
CI26-Computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi	22,4	0,6	24,4	1,0	20,9	0,6	18,6	0,4
CJ27-Apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche	31,0	0,8	32,3	1,3	36,7	1,1	30,6	0,7
CK28-Macchinari e apparecchiature nca	178,9	4,7	92,8	3,8	141,6	4,3	187,4	4,5
CL29-Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	85,5	2,2	53,7	2,2	60,5	1,8	55,6	1,3
CL30-Altri mezzi di trasporto	11,3	0,3	9,3	0,4	10,0	0,3	1,8	0,0
CM31-Mobili	2,6	0,1	1,2	0,0	1,6	0,0	1,0	0,0
CM32-Prodotti delle altre industrie manifatturiere	12,8	0,3	12,1	0,5	10,4	0,3	13,2	0,3
EE37-Prodotti delle attività di raccolta e depurazione delle acque di scarico	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EE38-Prodotti delle attività di raccolta, trattamento e smaltimento dei rifiuti; prodotti dell'attività di recupero dei materiali	8,8	0,2	5,7	0,2	9,6	0,3	11,2	0,3
JA58-Prodotti delle attività editoriali	0,4	0,0	0,3	0,0	0,1	0,0	0,6	0,0
JA59-Prodotti delle attività di produzione cinematografica, video e programmi televisivi; registrazioni musicali e sonore	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
RR90-Prodotti delle attività creative, artistiche e d'intrattenimento	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
RR91-Prodotti delle attività di biblioteche, archivi, musei e di altre attività culturali	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
VV89-Merci dichiarate come provviste di bordo, merci nazionali di ritorno e respinte, merci varie	0,8	0,0	0,6	0,0	1,0	0,0	8,1	0,2

I dati del 2011 sono provvisori

Classificazione utilizzata: Ateco 2007 a 2 cifre - Divisioni

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Istat



TABELLA 5E - ESPORTAZIONI DELL'ITALIA IN BRASILE SUDDIVISE PER REGIONE DI PROVENIENZA (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2008	% su export totale in Brasile	2009	% su export totale in Brasile	2010	% su export totale in Brasile	2011	% su export totale in Brasile
ITALIA NORD OCCIDENTALE	1.911	57,2	1.517	56,3	1.995	51,5	2.430	50,8
Piemonte	717	21,5	510	19,0	719	18,5	856	17,9
Valle d'Aosta	28	0,8	15	0,6	23	0,6	21	0,4
Lombardia	1.122	33,6	945	35,1	1.219	31,4	1.507	31,5
Liguria	44	1,3	46	1,7	35	0,9	46	1,0
ITALIA NORD ORIENTALE	806	24,1	689	25,6	1.115	28,8	1.399	29,2
Trentino Alto Adige	21	0,6	18	0,7	32	0,8	43	0,9
Veneto	303	9,1	280	10,4	372	9,6	464	9,7
Friuli Venezia Giulia	57	1,7	34	1,3	106	2,7	215	4,5
Emilia Romagna	425	12,7	357	13,2	604	15,6	678	14,2
ITALIA CENTRALE	380	11,4	344	12,8	553	14,3	681	14,2
Toscana	235	7,0	211	7,8	373	9,6	483	10,1
Umbria	15	0,4	12	0,4	12	0,3	16	0,3
Marche	58	1,7	64	2,4	57	1,5	60	1,2
Lazio	73	2,2	58	2,1	111	2,9	122	2,5
MEZZOGIORNO	217	6,5	135	5,0	209	5,4	273	5,7
Abruzzo	54	1,6	36	1,3	50	1,3	86	1,8
Molise	5	0,1	5	0,2	3	0,1	4	0,1
Campania	49	1,5	51	1,9	88	2,3	86	1,8
Puglia	43	1,3	26	1,0	31	0,8	61	1,3
Basilicata	1	0,0	1	0,0	3	0,1	5	0,1
Calabria	5	0,2	1	0,0	1	0,0	2	0,0
Sicilia	38	1,1	8	0,3	24	0,6	18	0,4
Sardegna	21	0,6	8	0,3	9	0,2	12	0,3
<i>Diverse o non specificate</i>	27	0,8	8	0,3	4	0,1	3	0,1

I dati del 2011 sono provvisori

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Istat



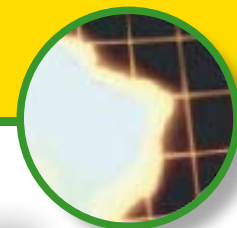


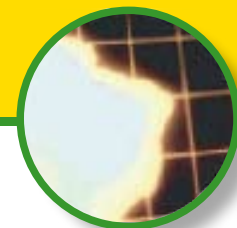
TABELLA 5F - IMPORTAZIONI IN ITALIA DAL BRASILE SUDDIVISE PER REGIONE DI DESTINAZIONE (VALORI IN MILIONI DI EURO)

	2008	% su import totale dal Brasile	2009	% su import totale dal Brasile	2010	% su import totale dal Brasile	2011	% su import totale dal Brasile
ITALIA NORD OCCIDENTALE	1.016	26,4	679	28,1	960	29,0	1.199	28,9
Piemonte	384	10,0	301	12,5	410	12,4	533	12,8
Valle d'Aosta	5	0,1	2	0,1	9	0,3	12	0,3
Lombardia	588	15,3	345	14,3	487	14,7	604	14,5
Liguria	39	1,0	30	1,2	54	1,6	49	1,2
ITALIA NORD ORIENTALE	1.052	27,4	694	28,7	964	29,1	924	22,2
Trentino Alto Adige	72	1,9	69	2,8	116	3,5	125	3,0
Veneto	629	16,4	384	15,9	462	13,9	462	11,1
Friuli Venezia Giulia	101	2,6	86	3,5	97	2,9	107	2,6
Emilia Romagna	250	6,5	156	6,5	288	8,7	230	5,5
ITALIA CENTRALE	777	20,2	593	24,6	450	13,6	510	12,3
Toscana	336	8,7	235	9,7	293	8,8	369	8,9
Umbria	9	0,2	6	0,3	3	0,1	4	0,1
Marche	29	0,8	21	0,9	27	0,8	14	0,3
Lazio	402	10,5	330	13,7	128	3,9	124	3,0
MEZZOGIORNO	999	26,0	443	18,4	935	28,2	1.513	36,4
Abruzzo	17	0,4	16	0,7	21	0,6	15	0,4
Molise	2	0,0	3	0,1	1	0,0	2	0,0
Campania	110	2,9	72	3,0	94	2,8	148	3,6
Puglia	823	21,4	314	13,0	792	23,9	1.321	31,8
Basilicata	7	0,2	4	0,1	6	0,2	8	0,2
Calabria	8	0,2	4	0,2	5	0,2	5	0,1
Sicilia	19	0,5	27	1,1	11	0,3	13	0,3
Sardegna	14	0,4	4	0,1	4	0,1	2	0,1
<i>Diverse o non specificate</i>	1	0,0	6	0,2	5	0,1	8	0,2

I dati del 2011 sono provvisori

Fonte: elaborazioni Osservatorio Economico Ministero Sviluppo Economico su dati Istat





Capitolo Secondo 02

A cura di Interprofessional Network

PERCHÈ FARE BUSINESS IN BRASILE

1	Caratteristiche del sistema paese
2	Conclusioni

1. Caratteristiche del sistema paese

A partire dal 2010 l'economia brasiliana ha registrato una forte crescita, determinata in larga misura dal ritmo sostenuto di consumi e investimenti che hanno caratterizzato questi ultimi anni. Il mantenimento della stabilità macroeconomica e l'attenzione prestata alle fasce più povere della popolazione, obiettivi fortemente perseguiti dal Governo di Dilma Rouseff, hanno permesso al Brasile di diventare la sesta economia a livello mondiale, preceduto da Stati Uniti, Cina, Giappone, Germania e Francia, e superare di conseguenza il Regno Unito.

Se si considera il periodo 2007/2011, è possibile notare come il Pil brasiliano sia cresciuto a un ritmo medio annuo pari al 4%, evidenziando un notevole sviluppo economico del Paese, anche se il 2011 ha registrato un deciso rallentamento rispetto all'anno precedente, quando il Pil del Brasile ha raggiunto il tasso più elevato dal 1986 (+7,5%).

TABELLA 1 – BRASILE: PRINCIPALI INDICATORI MACROECONOMICI (2007/2011)

	Unità	2007	2008	2009	2010	2011
PIL (valore)	Mld. US\$	1,366	1,653	1,595	2,088	2,444
Tasso crescita reale	%	6,1	5,2	-0,7	7,5	3,6
PIL pro-capite (PPA)	US\$	10.064	10.698	10.622	11.422	11.921
Consumi delle famiglie	crescita %	6,1	5,7	4,2	7,0	4,4
Spesa pubblica	crescita %	5,1	3,1	3,9	3,3	3,0
Investimenti Fissi Lordi	% del Pil	13,8	13,6	-10,4	22,0	7,0
Saldo Bilancia commerciale	Mln. US\$	24.425	7.505	11.954	2.176	-
Importazioni merci	Mln. US\$	132.669	190.440	138.633	199.754	-
Import (var.)	%	31,1	43,5	-27,2	44,1	-
Esportazioni merci	Mln. US\$	157.094	197.945	150.587	201.930	-
Export (var.)	%	13,5	26,0	-23,9	34,1	-
Indice di Produzione Industriale (var.)	%	5,9	2,9	-7,3	10,5	0,4
Inflazione al consumo	%	3,6	5,7	4,9	5	6,6
Tasso di cambio R\$/ (fine periodo)		1,77	2,34	1,74	1,67	1,73
Tasso di disoccupazione	%	9,3	7,9	8,1	6,7	6

Fonte: IMF e Data World Bank

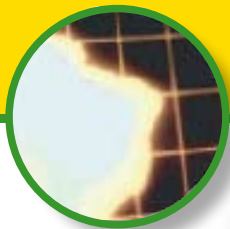
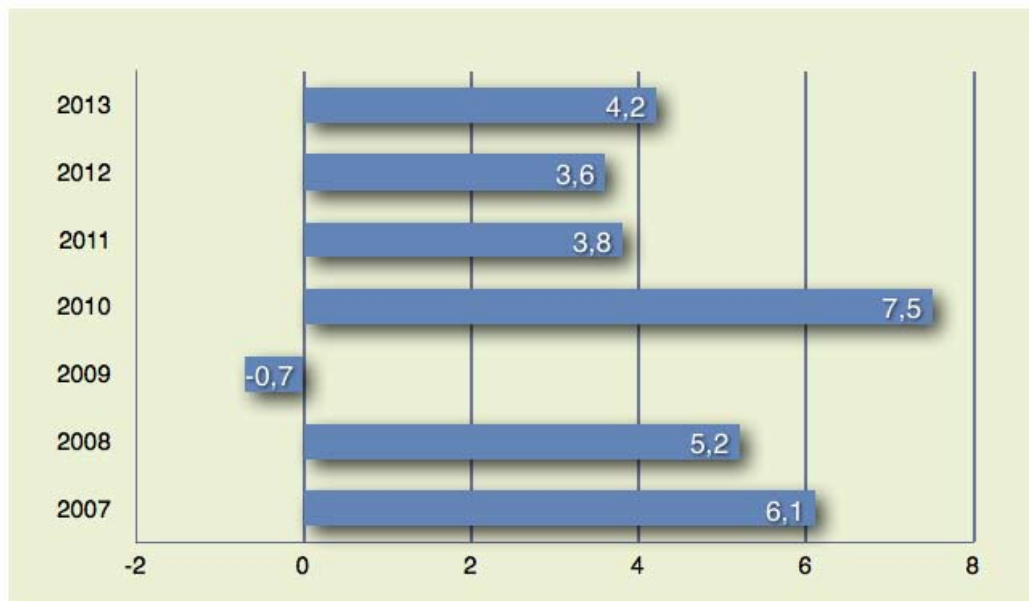


GRAFICO 2 – BRASILE: VARIAZIONE PIL (2007-2013)



Fonte: IMF

Solo a partire dagli anni '90 è iniziato un vero e proprio processo di apertura dell'economia brasiliana al commercio internazionale e l'avvio di politiche di privatizzazione in settori della produzione e dei servizi (telecomunicazioni, trasporti, centrali elettriche, minerario e siderurgico, banche e servizi finanziari). La cessione di imprese pubbliche ai privati ha favorito l'ingresso di ingenti capitali esteri nel Paese che hanno permesso da un lato la modernizzazione e dall'altro il recupero di efficienza nei settori privatizzati.

TABELLA 3 – BRASILE: RIPARTIZIONE PIL

	2011 (est.)
	Quota sul GDP
Agricoltura	5,8
Industria	26,9
Servizi	67,3

Fonte: CIA Factbook

TABELLA 4 – BILANCIA COMMERCIALE (VALORI IN MILIONI DI US\$)

	Gen.-ott. 2010	Gen.-ott. 2011	Var. %
Export totale brasiliano	163.324	212.142	29,9
Import totale brasiliano	163.535	205.380	25,6
Saldo commerciale	-211	6.762	

Il periodo favorevole che sta attraversando l'economia brasiliana si riflette anche sull'andamento del rischio Paese. Sulla base della valutazione del rischio politico, economico, finanziario e operativo infatti, il Country Risk Rating assegnato al Paese da SACE è L3, che corrisponde a 3 in una scala da 1 a 9 in ordine crescente di rischio. Le valutazioni SACE classificano il Brasile tra i paesi assicurabili senza particolari restrizioni. La categoria di rischio OCSE è la 3/7 (in questo caso alla prima categoria corrisponde il rischio minore e alla settima il rischio maggiore) e la categoria Consensus è la seconda (indica il ripagamento entro 10 anni). Sulla base del rischio politico, economico, finanziario e operativo del Paese, il Country Risk Rating assegnato al Brasile dalle principali agenzie di rating internazionale è per Standard & Poor's BBB, Moody's BBB- e Fitch BBB-.



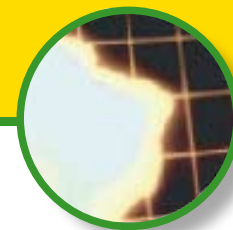
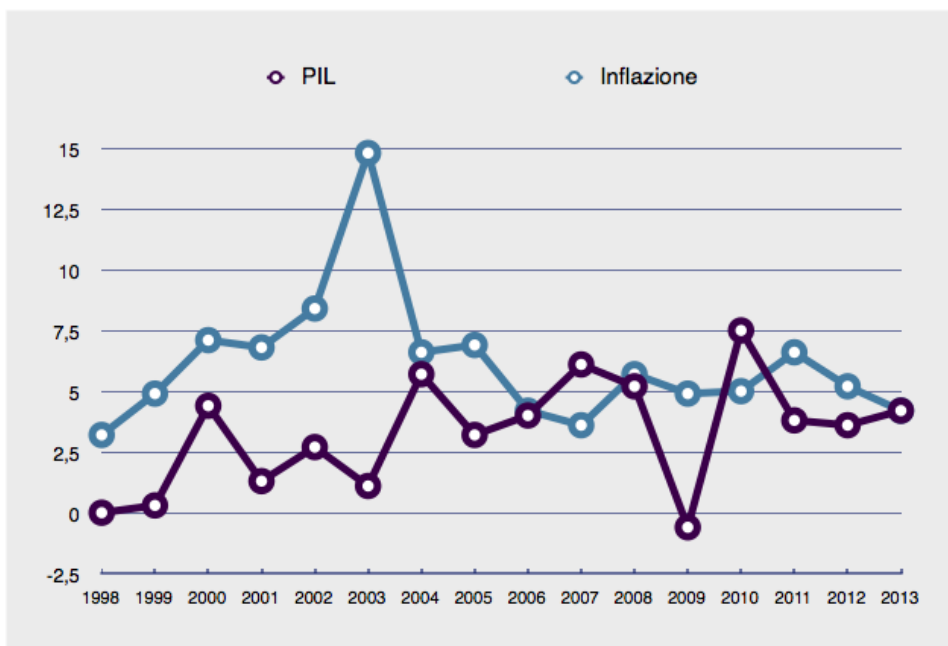


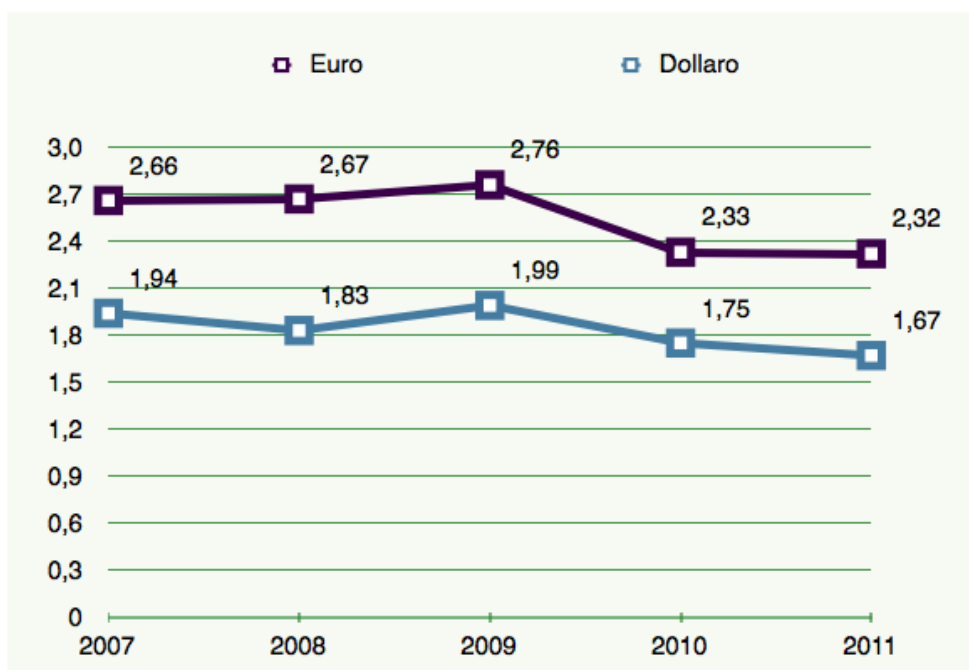
GRAFICO 3 – BRASILE: PIL E INFLAZIONE



Fonte: IMF, ultimo accesso 02/04/2012

Se da un lato dal 2010 l'attività economica in Brasile è in forte espansione grazie al ritmo sostenuto di consumi e investimenti, dall'altro l'ingente afflusso di capitali dall'estero sta mettendo sotto pressione il tasso di cambio: l'apprezzamento del Real sta rendendo meno competitivo il Paese, tanto che le esportazioni risultano in calo.

GRAFICO 4 – TASSI DI CAMBIO REAL 2007-2011



Fonte: Banca d'Italia



2. Conclusioni

A partire dagli anni '90, dopo la fine della dittatura militare, il Brasile ha iniziato ad aprirsi al commercio internazionale: si tratta quindi di un processo relativamente recente e probabilmente è questa la ragione dell'esistenza di misure protezionistiche in alcuni comparti. Il Brasile rappresenta comunque una grande opportunità visto che fa parte delle prime dieci economie mondiali, le stime di crescita del Pil per i prossimi anni sono decisamente positive e rappresenta il settimo maggior mercato consumatore al mondo (dato questo destinato a migliorare vista la crescente domanda interna determinata da una classe media in fase di consolidamento).

I suoi elevati tassi di crescita, la gestione macroeconomica dell'ultimo decennio unitamente alle possibilità esistenti in una pluralità di settori cruciali come le telecomunicazioni, l'energia, le infrastrutture e l'organizzazione dei grandi eventi sportivi in programma nei prossimi anni (i Mondiali di Calcio nel 2014 e le Olimpiadi nel 2016), accrescono l'interesse da parte delle imprese verso il mercato brasiliano. Tra le ragioni che spingono le imprese a investire in Brasile non si può inoltre dimenticare l'elevata autonomia energetica del Paese, oltre al fatto che il Brasile rappresenta il leader mondiale nell'esplorazione di petrolio in acque profonde, è dotato di un'industria tessile/abbigliamento moderna, possiede la più diversificata base industriale presente in America Latina, è il maggiore produttore a livello globale di minerali ferrosi, caffè, succo d'arancio, zucchero ed etanolo e infine rappresenta il secondo produttore di scarpe e il terzo di autovetture su scala mondiale.

Al momento il Brasile offre numerose opportunità nell'ambito delle infrastrutture e delle costruzioni, della meccanica strumentale e delle macchine utensili, dell'agrobusiness, delle attrezzature ospedaliere e delle biotecnologie, della generazione e trasmissione di energia elettrica, petrolio, gas ed energie rinnovabili, possibilità determinate anche dal fatto che il Brasile sta prestando sempre più attenzione alle aree di eccellenza italiane e al contributo che la tecnologia, l'innovazione, la

formazione e i modelli di sviluppo del Sistema Italia potrebbero dare alla crescita del Paese.









Capitolo Terzo 03

A cura di Interprofessional Network¹

STRATEGIE DI INGRESSO	
1	Aspetti contrattuali
2	Insedimento all'estero: scelta della struttura più idonea
3	Accordi di collaborazione interaziendale (joint venture)
4	Contratti di distribuzione

1. Aspetti contrattuali

La legge brasiliana in materia contrattuale si ispira alle stesse fonti della legge italiana, in particolare al principio dell'autonomia negoziale.

Questa autonomia si può esprimere in due forme:

- la redazione del contenuto del contratto (autonomia materiale);
- la scelta della legge che regolerà il contratto (autonomia conflittuale).

Va evidenziato, comunque, che la libertà contrattuale incontra dei limiti precisi, in particolare nella cd. "funzione sociale" del contratto, che non consente una eccessiva sproporzione tra le prestazioni delle parti, e nell'obbligo di buona fede contrattuale. Tali concetti sono naturalmente molto ampi e vanno declinati dal giudice nel caso concreto, allo stesso modo in cui il giudice italiano è chiamato a valutare la meritevolezza di tutela dei contratti atipici e la buona fede delle parti in ogni fase della negoziazione ed esecuzione del piano contrattuale.

1. LA LEGGE APPLICABILE AI CONTRATTI

Il nuovo Codice Civile brasiliano (Legge n° 10.406 del 10.01.02) non ha modificato i principi riguardanti la legge applicabile ai contratti.

Secondo la dottrina prevalente, le parti possono scegliere liberamente la legge da applicare e la forma del contratto. La legge straniera, tuttavia, non sarà applicabile nell'ipotesi in cui la stessa sia in contrasto con l'ordine pubblico oppure con le regole del buoncostume brasiliano.

In mancanza di scelta della legge applicabile, l'art. 9 del D. L. n° 4.657 del 4.9.1942 - Legge di introduzione alle Norme del Codice Civile, modificata dalla Legge 12.376 del 2010, dispone che le obbligazioni contrattuali siano regolate dalla legge del Paese dove il contratto avrà esecuzione o della residenza del proponente.

Per quanto riguarda le persone fisiche, salvo poche eccezioni, la legge applicabile è quella del Paese di residenza, attraverso la quale si regolano lo stato civile, il nome, la capacità e i diritti di famiglia, compreso il diritto di successione.

¹ Il presente contributo deriva da un lavoro di ricerca comune degli autori. La stesura dei paragrafi è tuttavia attribuibile a Stefano Dindo, Durval de Noronha Goyos Jr., Paolo Zucconelli, Olivia Dornetta, Barbara Bonafini, Vittorio Zattra, Gian Andrea Chiavegatti.



Le questioni relative ai beni sono regolate dalla legge locale del Paese nel quale si trovano i beni stessi (*lex situs*), fatta eccezione per i beni mobili che il proprietario porta con sé, che saranno regolati dalla legge del Paese di residenza.

Navi e aerei costituiscono un'eccezione legale; le procedure per l'acquisto e per la costituzione di ipoteca, tra altre, sono regolate dalla legge del Paese dove i beni sono stati registrati.

2. CONTRATTO DI VENDITA INTERNAZIONALE

Per quanto concerne la vendita internazionale, qualora le parti non abbiano scelto la legge applicabile, oppure non abbiano regolato le loro relazioni in maniera specifica (per esempio, con l'accettazione da parte del compratore delle condizioni generali del contratto predisposte dal venditore), le regole da applicarsi potranno essere quelle dettate dalla convenzione Internazionale di Vienna del 11 aprile 1980 sulla vendita internazionale di beni mobili, ratificata dall'Italia ma non dal Brasile, anche se, recentemente, il testo è stato inviato al parlamento per l'approvazione (v. comunicazione n. 636/2010).

La Convenzione di Vienna si applicherebbe, infatti, solo se l'eventuale contenzioso fra le parti dovesse essere sottoposto al vaglio del Giudice italiano e quest'ultimo, in applicazione della L. 218/1995 di riforma del sistema italiano diritto internazionale privato, dovesse ritenere applicabile al contratto la legge italiana e quindi, di rimando, per l'appunto la Convenzione di Vienna.

Tuttavia, qualora un contenzioso su una vendita internazionale venga instaurato contemporaneamente in entrambi i Paesi, il sopravvenire di una sentenza passata in giudicato in Brasile renderebbe impossibile in tale Paese riconoscere e dare esecuzione alla decisione del giudice italiano.

3. FRANCHISING

L'attività di franchising, regolata dalla legge n. 8.955 del 15 dicembre 1994, è definita all'articolo 2 della stessa come:

“un sistema in cui un franchisor concede al franchisee

il diritto di usare marchi o brevetti, insieme con il diritto di distribuzione esclusiva o semi-esclusiva di prodotti o servizi ed, eventualmente, il diritto di uso della tecnologia necessaria all'avviamento e alla gestione del negozio o del sistema operativo sviluppato o in possesso dal franchisor, in cambio di una remunerazione diretta o indiretta, senza però che tra gli stessi venga instaurato un rapporto di lavoro subordinato”

Tale normativa obbliga il concedente a fornire ai potenziali concessionari informazioni esaustive inerenti tanto al franchising (descrizione del progetto, dati economici, noleggio dell'attrezzatura ecc.) quanto al suo profilo: in particolare vanno messi a disposizione i bilanci, il prospetto finanziario, oltre a ogni informazione relativa ed eventuali contenziosi pendenti.

Gli obblighi del concessionario devono essere esplicitamente definiti. Le suddette informazioni devono pervenire al potenziale concessionario con un anticipo di almeno dieci giorni dalla data della firma dell'accordo o pre-accordo di franchising.

In caso contrario, il concessionario può richiedere l'annullamento dell'accordo e il rimborso di quanto già versato al concedente o al terzo da lui indicato (royalties, spese varie, eventuali danni o perdite, ecc), compresi gli interessi.

Il contratto deve essere sottoscritto dinanzi a due testimoni e sarà valido indipendentemente dalla relativa registrazione.

2. Insedimento all'estero: scelta della struttura più idonea

1. INTRODUZIONE

L'ordinamento brasiliano offre due possibili alternative all'investitore straniero che voglia svolgere la propria attività in Brasile: la creazione in loco di una filiale della propria azienda oppure la costituzione ex novo di una società di diritto brasiliano.



Al fine di individuare lo strumento organizzativo più idoneo alle singole esigenze, siano esse squisitamente commerciali piuttosto che produttive, si ritiene necessario procedere a una compiuta analisi di entrambe le soluzioni.

Con riguardo alla prima ipotesi, ossia lo stabilimento di succursali di società straniere in Brasile, la materia è regolamentata dal D.L. n. 2627 del 26 settembre 1940 - articoli dal 64 al 73 - e dalla Normativa DNRC n. 81 del 5 gennaio 1999.

L'iter burocratico cui l'imprenditore straniero deve sottostare è in realtà piuttosto farraginoso. La società estera che intenda operare in Brasile attraverso un proprio stabilimento produttivo deve, infatti, ottenere la previa autorizzazione da parte del Governo Brasiliano.

Il nulla osta viene concesso con apposito Decreto Presidenziale che verrà poi pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale unitamente ai documenti fondamentali della società. Gli atti costitutivi dovranno, invece, essere depositati presso il competente Registro delle Imprese.

Successivamente, la società dovrà procedere alla nomina di un proprio rappresentante, anche non brasiliano, ma che abbia la residenza in Brasile.

Il compimento dell'intera procedura richiede tempi piuttosto lunghi, oltre a comportare spese di una certa entità per le imprese straniere.

Per tali motivi si tratta di una strada intrapresa assai raramente dagli imprenditori, i quali decidono il più delle volte di dare direttamente vita a una società di diritto brasiliano.

L'ordinamento brasiliano prevede varie forme societarie, ma due sono i tipi cui gli investitori stranieri ricorrono con maggiore frequenza:

- la Società Limitata (LTD);
- la Società Anonima (S.A.).

La legge garantisce, infatti, a tali enti la personalità giuridica, previa iscrizione dei propri atti costitutivi presso gli organi competenti, e assicura ai loro soci l'assoggettamento a un regime di responsabilità limitata.

Rinviamo ai capitoli successivi per la trattazione in dettaglio dei tipi societari di cui sopra, basti qui dire che la LTD costituisce la forma preferita dagli investitori per la semplicità di struttura, organizzazione

e funzionamento e perché comporta minori oneri e spese rispetto alla Società Anonima. Ha una disciplina analoga a quella delle SRL italiane.

La Società Anonima si avvicina, invece, molto alle SPA italiane e alle Corporation americane e si è rivelata una forma societaria particolarmente adatta a soddisfare le esigenze delle medie e grandi imprese.

La S.A. presenta alcuni vantaggi rispetto alla LTD. Per un controllo totale è necessario avere solo il 51% delle azioni con diritto di voto mentre la Società Limitata richiede la maggioranza del 75,1% del capitale sociale. La S.A. può, inoltre, accedere al mercato per ottenere fondi. In contropartita, la sua amministrazione è più complessa e dispendiosa. Per esempio, tutte le modifiche del contratto sociale e i bilanci di esercizio devono essere pubblicati. Inoltre, questo tipo societario deve essere amministrato seguendo le direttive dei vari organi interni, quali l'assemblea degli azionisti, il consiglio di amministrazione, la direzione e il consiglio fiscale – quando presente, ciascuno con le proprie responsabilità e caratteristiche.

2. LA SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA (LTD)

La "*Sociedade Limitada*", regolamentata dal Nuovo Codice Civile Brasiliano (l.n. 10406 del 10 gennaio 2002) agli articoli 1052 - 1087, rappresenta la forma societaria maggiormente utilizzata dagli investitori stranieri in Brasile in quanto, accanto a una certa flessibilità operativa, consente un basso costo di costituzione e di gestione burocratica.

Il nome imprenditoriale della Società Limitata è dato dalla denominazione della società seguita dall'espressione "Limitata" o dalla abbreviazione Ltd e dall'indicazione delle attività sociali esercitate.

Costituzione e soci

La Società Limitata si costituisce tramite un contratto, denominato Contratto Sociale, che per la sua validità può essere sottoscritto anche da un avvocato.

La Società Limitata dovrà essere costituita da almeno due soci, indistintamente persone fisiche o giuridiche, eventualmente rappresentate da procuratori.

Non vi è, per i soci, l'obbligo di residenza in Brasile



ma i soci residenti all'estero dovranno comunque provvedere alla nomina di un procuratore ivi residente, investito della rappresentanza in giudizio della società.

Nella Società a Responsabilità Limitata ogni socio risponde fino a concorrenza del valore della sua quota sociale, ma i soci rispondono tutti solidalmente del versamento del capitale sociale.

Il capitale sociale

Il capitale sociale è diviso in quote sociali, uguali o diseguali, detenute dai singoli soci in proporzione alla misura in cui ciascuno di essi ha contribuito, in denaro, crediti o beni, alla formazione del capitale sociale. Ciascuna quota possiede un valore nominale.

La partecipazione di ogni socio al capitale sociale è descritta nello statuto sociale. Conseguentemente, ogni modifica al capitale sociale richiede una modifica dello Statuto da attuarsi con le maggioranze di cui si dirà in seguito.

Salvo che lo Statuto disponga diversamente, ciascun socio può cedere la propria quota, totalmente o parzialmente, sia a un altro socio, indipendentemente dal consenso degli altri soci, sia a una persona estranea alla società a condizione, però, che non vi si oppongano i titolari di più del 25% del capitale sociale. La cessione produce effetti nei confronti della società e dei terzi a partire dall'iscrizione nell'apposito registro.

Nella LTD non vi è, di norma, l'esigenza di un capitale minimo, né di versamenti anticipati, dovendosi invece indicare i termini per il versamento dei conferimenti. Questi potranno essere espressi in denaro, in beni o in diritti.

Gli utili possono essere distribuiti in proporzione alle quote o in conformità a criteri stabiliti di comune accordo tra i soci.

Organi della società: gli amministratori

La Società Limitata è amministrata da una o più persone designate nello Statuto o in un atto separato, i cui poteri sono specificamente regolati e descritti nel contratto sociale.

Deve trattarsi, necessariamente, di persone fisiche residenti in Brasile.

Il contratto sociale può ammettere che la carica di

amministratore venga ricoperta anche da soggetti che non siano soci.

A tal proposito è, però, necessario operare un distinguo:

- prima dell'integrale versamento del capitale sociale, la nomina di un amministratore estraneo alla compagine dei soci potrà avvenire solo con il voto unanime di tutti i soci;
- successivamente al versamento del capitale sociale, per la nomina di un amministratore non socio sarà sufficiente la maggioranza dei 2/3 del capitale sociale.

Nel termine di dieci giorni dal conferimento dell'incarico l'amministratore dovrà richiedere l'iscrizione della propria nomina nell'apposito registro, con espressa indicazione di: nome, cittadinanza, stato civile, residenza, atto e data della nomina nonché durata dell'incarico.

L'esercizio della funzione amministrativa cessa per rinuncia, revoca o scadenza del termine fissato nello Statuto o in atto separato, salvo che venga disposto il prolungamento dell'incarico.

La rinuncia produce i suoi effetti nei confronti della società dal momento in cui l'ente viene a conoscenza della comunicazione scritta del rinunciante e nei confronti dei terzi, a far data dalla sua iscrizione e pubblicazione nel registro.

La revoca può essere disposta in qualsiasi momento con l'approvazione dei 2/3 del capitale sociale, salvo che lo statuto disponga diversamente. Nei dieci giorni successivi la cessazione dell'incarico deve essere iscritta nel registro delle Imprese.

Per quanto concerne, infine, la responsabilità degli amministratori, questi non sono personalmente responsabili dei debiti della società. Tuttavia si configura una responsabilità personale del singolo amministratore nei confronti della società o dei terzi qualora questo operi in eccesso dei propri poteri oppure, nell'esercizio della propria funzione, commetta una grave violazione dello Statuto o della legge.

Il Consiglio Fiscale

Il nuovo Codice Civile brasiliano ha introdotto la



possibilità di istituire in seno alla LTD un Consiglio Fiscale i cui membri sono eletti dai soci e che è investito del compito di occuparsi degli aspetti fiscali della società.

Assemblee dei soci

Le decisioni dei soci sono assunte nel corso di riunioni o in assemblea, a seconda del numero di soci che fanno parte della società.

Dipendono dalla deliberazione dei soci, tra le materie indicate nella legge o nel contratto sociale:

- a) l'approvazione dei bilanci dell'amministrazione;
- b) la nomina degli amministratori, se ha luogo in un atto separato rispetto allo statuto;
- c) la revoca degli amministratori;
- d) la loro remunerazione, se non prevista dallo statuto;
- e) le modifiche statutarie;
- f) l'incorporazione, la fusione e lo scioglimento della società o la cessazione della liquidazione;
- g) la nomina e la revoca dei liquidatori e l'approvazione dei bilanci;
- h) la richiesta di concordato preventivo (detto "recupero giudiziario").

Inoltre, deve essere convocata una riunione o assemblea ordinaria entro il quarto mese successivo alla chiusura dell'esercizio sociale, al fine di verificare i conti dell'amministrazione e deliberare sul bilancio patrimoniale e il conto economico.

In sede di prima convocazione, l'assemblea dei soci si ritiene validamente convocata in presenza di tanti soci che rappresentino almeno il 75% del capitale sociale. Per la seconda convocazione non rileva il numero dei presenti.

Qualora tutti i soci si avvalgano della facoltà di decidere per iscritto sull'ordine del giorno, la convocazione non è più necessaria.

Ciascun socio può farsi rappresentare in assemblea da un altro socio o da un avvocato munito di mandato nel quale siano espressamente indicati gli atti delegati. Il mandato deve essere iscritto nel registro unitamente all'atto cui si riferisce.

Le decisioni prese nel rispetto della legge e del contratto sociale obbligano tutti i soci, compresi i soci assenti e dissenzienti.

Qualora venga deliberata una modifica del contratto sociale, i soci che siano in disaccordo con detta

modifica potranno esercitare il diritto di recesso.

Quorum deliberativi

Per quanto concerne i meccanismi deliberativi in seno alla *Sociedade Limitada*, il NNC (Nuovo codice civile brasiliano) ha stabilito delle maggioranze qualificate per ogni tipo di deliberazione, che possono variare dal 50%+1 ai $\frac{3}{4}$ del totale del capitale sociale.

La nuova disciplina codicistica ha, inoltre, stabilito norme di maggiore tutela per i soci di minoranza, imponendo maggioranze particolari per l'approvazione delle delibere più significative.

Di seguito, vengono indicate le maggioranze richieste a seconda dell'oggetto della delibera:

- 75% del capitale sociale: per le modifiche al Contratto Sociale (CC, artt. 1071, c. V) e per incorporazione, fusione e dissoluzione della società (CC, artt. 1071, c. V);
- 51% del capitale sociale: per la revoca e la nomina dell'amministratore non nominato nell'atto costitutivo (CC, artt. 1076 e 1071, c. I e III); la remunerazione dell'amministratore nelle ipotesi non previste nell'atto costitutivo (C.C., artt. 1076 e 1071, c. IV); la richiesta del cd. recupero giudiziale (C.C., artt. 1076 e 1071, c. VIII); l'esclusione di un socio per giusta causa, ove previsto nel contratto sociale (C.C., art. 1085); per la revoca dell'amministratore nelle ipotesi previste nell'atto costitutivo;
- la maggioranza semplice dei soci presenti: per tutti gli altri casi previsti dalla legge o dal Contratto Sociale.

Lo scioglimento della LTD

Sono cause di scioglimento della società a responsabilità limitata:

- il decorso del termine di durata della società, stabilito dal contratto sociale;
- la decisione unanime dei soci;
- nelle società a tempo indeterminato, la deliberazione dei soci a maggioranza assoluta del capitale sociale;
- la riduzione della compagine sociale a un unico socio per un periodo superiore a 180 giorni in mancanza di trasformazione in EIRELI;



- l'estinzione, la revoca, l'annullamento o la scadenza dell'autorizzazione necessaria al funzionamento;
- il fallimento della società.

La morte di uno dei soci non determina lo scioglimento della società LTD qualora lo Statuto preveda che essa possa proseguire con i soli soci rimanenti.

3. LA SOCIETÀ ANONIMA (S.A.)

La disciplina in materia di S.A. è dettata dalla legge n. 6404 del 15 dicembre 1976 e successive modifiche (legge 10303 del 31.10.2001, artt. 1088-9 NCC).

Il nome della S.A. deve essere preceduto o seguito dalla espressione "Società Anonima" o dalla abbreviazione S.A., oppure, in alternativa, preceduta dalla espressione "*Compagnia*", abbreviato C.ia, e deve contenere una breve indicazione degli obiettivi principali della società.

La S.A. brasiliana è assimilabile alla Corporation americana o alla Società per Azioni italiana e rappresenta una forma societaria particolarmente adatta per le medie e grandi imprese.

Costituzione

La S.A. si costituisce validamente con la presenza di almeno due soci o azionisti i quali possono essere indistintamente persone fisiche o giuridiche, e la cui responsabilità è limitata al valore del capitale sottoscritto, anche se non integralmente versato.

In concomitanza con la sottoscrizione del capitale, gli azionisti devono versare in denaro il 10% del valore delle azioni sottoscritte. Tale importo sarà poi depositato presso il *Banco do Brasil* S.A., o presso un altro istituto finanziario autorizzato dalla Commissione dei Valori Mobiliari (C.V.M.) e potrà essere prelevato solo successivamente alla registrazione del verbale di costituzione della società presso la competente *Junta Comercial* e alla sua pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione o della Federazione dove la società ha la propria sede o in altro giornale di ampia divulgazione. La pubblicazione deve essere effettuata nel termine di 30 giorni dalla registrazione.

Le S.A. possono costituirsi per sottoscrizione pubblica o privata. La costituzione mediante sottoscrizione privata richiede la formalità dell'atto pubblico notarile.

Si distinguono due tipi di Società Anonima:

- le S.A. a capitale aperto, le cui azioni sono negoziate nell'ambito del mercato dei valori mobiliari;
- le S.A. a capitale chiuso, le cui azioni non possono essere negoziate nel mercato dei valori mobiliari. Le società quotate in borsa sono assoggettate al controllo, ordinamento e supervisione della Commissione dei Valori Mobiliari (C.V.M.).

Il capitale sociale

Il capitale sociale può essere sottoscritto o autorizzato.

Lo statuto delle società con capitale sociale autorizzato deve stabilire il limite entro il quale il capitale può essere aumentato senza necessità di ulteriore autorizzazione.

Le azioni

Il capitale di una S.A. è rappresentato da azioni che costituiscono parti o frazioni del capitale. La legge brasiliana non consente l'emissione di azioni al portatore. Conseguentemente, tutte le azioni devono essere nominative e registrate nell'apposito Libro Registro delle Azioni Nominative. Le azioni possono essere con o senza valore nominale. Una S.A. che emetta azioni con valore nominale non potrà emettere azioni con prezzo inferiore al valore nominale delle proprie azioni negoziate sul mercato.

Le azioni prive di valore nominale hanno comunque un proprio valore, denominato "di emissione", individuato al momento della costituzione della società o dall'Assemblea Generale o dal Consiglio di Amministrazione in occasione dell'aumento del capitale.

Ogni trasferimento di azioni deve essere registrato nel Libro Registro del Trasferimento delle Azioni. Di norma, non vi sono restrizioni al trasferimento di azioni in favore di terzi salvo che, nelle sole S.A. a capitale chiuso, lo Statuto disponga diversamente.



Anche in tal caso, però, le restrizioni non potranno essere tali da bloccare, di fatto, il trasferimento delle azioni medesime o da richiedere per il concretarsi del trasferimento l'approvazione della maggioranza degli azionisti o del Consiglio di amministrazione. In base alla natura dei diritti e delle facoltà concesse ai loro titolari, le azioni si distinguono in comuni, privilegiate o usufruttuarie.

Le azioni comuni riconoscono all'azionista il diritto di voto nell'Assemblea Generale degli Azionisti. A ogni azione ordinaria corrisponde un voto nelle assemblee.

Le azioni privilegiate conferiscono diritti speciali di natura finanziaria o politica e, in taluni specifici casi, il diritto di voto. Il numero delle azioni privilegiate senza diritto di voto o con limitazioni statutarie di tale diritto non può in ogni caso eccedere il 50% delle azioni emesse. Lo statuto può autorizzare l'emissione di diverse classi di azioni privilegiate, in funzione della partecipazione agli utili, al voto, o altro.

Le azioni usufruttuarie risultano dall'ammortamento delle azioni comuni o privilegiate.

Contrariamente a quanto accade nella *Sociedade Limitada*, nella S.A. il controllo societario potrà essere esercitato dal socio che detenga la maggioranza assoluta delle azioni.

I diritti degli azionisti

Le azioni della stessa specie conferiscono ai titolari gli stessi diritti.

Sono diritti sociali comuni a tutti gli azionisti:

- il diritto di partecipazione agli utili della società;
- il diritto di partecipare alla distribuzione degli attivi della società nelle ipotesi di liquidazione;
- il controllo della gestione sociale;
- il diritto di preferenza nella sottoscrizione di azioni, *partes beneficiarias*, *debentires convertibili* e *bonus de subscricao* (descritti qui di seguito);
- il diritto di recesso dalla società nei casi previsti dalla legge.

Gli azionisti hanno, altresì, il diritto di partecipare alle assemblee, personalmente o per il tramite di delegati

o procuratori.

Gli altri titoli

Oltre alle azioni, le S.A. possono emettere altri titoli che, seppur non rappresentativi del capitale sociale, sono sottoposti alle medesime regole dettate per le azioni in tema di titolarità e circolazione. In questa categoria rientrano, in particolare:

- le "Partes Beneficiárias": titoli privi di valore nominale ai titolari sono riconosciuti il diritto di partecipare agli utili di esercizio nella misura del 10% e il diritto di controllo sull'attività degli amministratori della società. Lo statuto può disciplinare il riscatto dei Partes Beneficiarias mediante capitalizzazione delle riserve appositamente create;
- i "Bônus de Subscrição": titoli negoziabili emessi dalle società con capitale autorizzato; conferiscono ai loro titolari il diritto di sottoscrivere azioni in occasione degli aumenti di capitale;
- le "Debentures": titoli che attribuiscono ai titolari diritti di credito nei confronti della società emittente; il valore nominale, le condizioni principali, i diritti e le garanzie dei titolari e la data di scadenza dovranno risultare dai certificati di emissione; possono essere convertite in azioni ma il loro valore non può eccedere quello del capitale sociale.

Gli organi societari: l'Assemblea degli azionisti

Esistono due tipi di assemblee degli azionisti:

- l'assemblea ordinaria, che è competente a decidere in ordine all'approvazione dei bilanci, dei conti economici e delle modifiche al capitale sociale, all'elezione degli amministratori e del Collegio Fiscale, nonché alle delibere relative alla destinazione dell'utile netto di ogni esercizio fiscale e alla distribuzione dei dividendi; deve essere convocata almeno una volta all'anno; e
- l'assemblea straordinaria, che può essere convocata in qualsiasi momento per



deliberare sulle materie che non siano di competenza dell'assemblea ordinaria.

Inoltre, possono essere convocate delle assemblee speciali per trattare questioni specifiche, quali, per esempio, l'emissione di azioni preferenziali, di "debentures", "partes beneficiárias" o "bônus de subscrição", etc.

L'assemblea si ritiene regolarmente convocata quando la notizia della sua convocazione sia stata pubblicata per tre volte sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione o dello Stato in cui ha sede la società o su di un giornale di rilevante tiratura.

- 8 giorni prima dell'assemblea, per le società di capitale chiuso;
- 15 giorni prima dell'assemblea, per le società di capitale aperto.

Quando però tutti i soci partecipano alla assemblea, questa sarà validamente costituita a prescindere dal rispetto delle formalità previste per la sua convocazione.

Il quorum previsto per la valida costituzione dell'assemblea è di un quarto del capitale sociale in prima convocazione mentre non è previsto un numero minimo di presenti in seconda convocazione. Qualora l'assemblea debba deliberare su una modifica dello Statuto sociale, il quorum richiesto è invece di 2/3 del capitale sociale votante.

Di norma, le decisioni assembleari sono approvate con la maggioranza dei voti dei presenti. I verbali delle singole assemblee devono poi essere trascritti in appositi libri e registrati presso la Giunta Commerciale.

L'amministrazione della società: il Consiglio di Amministrazione e la Direzione

Nel rispetto delle norme statutarie, la legge brasiliana consente agli azionisti di ripartire l'amministrazione della società tra due diversi organi: il Consiglio di Amministrazione e la Direzione.

Contrariamente alla Direzione, che deve essere presente in ogni S.A., la costituzione del Consiglio di Amministrazione è obbligatoria nelle sole S.A. a capitale aperto oppure in quelle il cui capitale è autorizzato, mentre la sua presenza è meramente facoltativa nelle S.A. a capitale chiuso. Nel caso in cui

non venga nominato il Consiglio di Amministrazione, sarà la Direzione a esercitare le funzioni amministrative e di indirizzo, secondo quanto stabilito dallo Statuto.

Il Consiglio di Amministrazione funge da legame tra l'Assemblea dei Soci e la Direzione. Ha pieni poteri e determina l'orientamento degli affari sociali e finanziari. Assolve, altresì, alla funzione di controllare l'operato dei consiglieri.

I consiglieri sono eletti e revocati dall'Assemblea Ordinaria. Almeno 2/3 dei consiglieri deve avere la residenza in Brasile. Lo statuto sociale ne determina il numero, che non può essere inferiore a tre, le modalità di sostituzione, il termine di scadenza del loro mandato e le modalità di riunioni, convocazioni e funzionamento. Il mandato non può eccedere i tre anni ma sono rieleggibili.

La Direzione è composta da due o più Direttori, eletti dal consiglio di Amministrazione che ha facoltà di revocarli in qualsiasi momento. I direttori sono sottoposti alle direttive del Consiglio di Amministrazione ovvero dell'Assemblea dei soci qualora la società non abbia nominato un consiglio di Amministrazione.

La principale funzione dei Direttori è la rappresentanza della società nei confronti dei terzi. Il numero dei Direttori, le modalità di sostituzione, la durata del mandato (che non potrà essere superiore a tre anni) e l'attribuzione dei poteri sono stabiliti dallo Statuto.

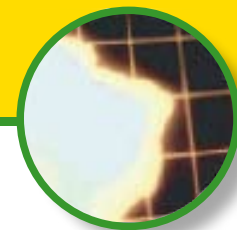
Il Consiglio Fiscale

Oltre al Consiglio di Amministrazione e alla Direzione, la S.A. può dotarsi di un Consiglio Fiscale investito del compito di provvedere agli aspetti fiscali dell'amministrazione della società e di fornire tutte le informazioni necessarie agli azionisti in sede di Assemblea dei Soci.

Il Consiglio Fiscale può avere natura permanente o transitoria. In tal caso l'attività verrà esercitata nel solo periodo di chiusura degli esercizi fiscali o qualora lo richiedano un numero di azionisti pari al 10% delle azioni ordinarie o al 5% delle azioni preferenziali senza diritto a voto.

Le attribuzioni del Consiglio Fiscale non possono essere delegate né assegnate ad altri organi della società.

Il Consiglio Fiscale si compone da un minimo di tre a un massimo di cinque membri, con un pari numero di



supplenti, tutti con obbligo di residenza in Brasile. La carica di membro del Consiglio Fiscale è incompatibile con quella di membro del Consiglio di amministrazione o della Direzione e con la qualifica di impiegato della società.

Responsabilità degli Amministratori

I membri della Direzione, del Consiglio Fiscale e del Consiglio di Amministrazione, dove costituito, sono responsabili nei confronti della società per i danni causati nell'esercizio delle loro funzioni a titolo di condotta attiva, omissiva o per negligenza. Sono inoltre responsabili per gli atti compiuti in violazione della legge o dello Statuto.

I Direttori hanno anche l'obbligo di tenere una condotta leale nei confronti della Società, non antepoendo interessi personali a quello della Società.

Scioglimento della S.A.

Sono cause di scioglimento della S.A.:

- il decorso del termine di durata della società, se costituita a tempo determinato;
- la decisione dei soci deliberata dall'Assemblea degli Azionisti;
- se la compagine sociale è ridotta a un socio durante l'assemblea annuale degli Azionisti, la mancata ricostituzione della pluralità dei soci (almeno due) prima della successiva assemblea annuale;
- una decisione giudiziaria o amministrativa.

Trasformazione da LTD a S.A. e viceversa

È prevista la possibilità di trasformare una società da una tipologia a un'altra senza la necessità di avviare procedure di liquidazione o di scioglimento. In particolare, una società Limitata può trasformarsi in società per Azioni e viceversa, senza dover far ricorso a particolari procedure.

4. SOCIETÀ INDIVIDUALE A RESPONSABILITÀ LIMITATA (EIRELI)

Con l'emanazione della Legge n 12.441/2011, è stato creato un nuovo tipo di società denominata Società Individuale a Responsabilità limitata (EIRELI). Come

suggerisce il nome, questa tipologia di società è caratterizzata dalla presenza di un unico socio che gode della responsabilità limitata.

Tale responsabilità limitata viene comunemente detta "relativa", in quanto la protezione viene a cadere in alcune ipotesi eccezionali previste dalla legge, come in presenza di frode, o di particolari categorie di crediti, come le buste paga dei lavoratori dipendenti e il risarcimento dei danni dovuti al consumatore. Per il recupero di tali crediti, quindi, in caso di patrimonio societario non capiente, sarà possibile aggredire quello personale del socio.

Questo tipo di società è riconoscibile dall'inclusione della sigla "EIRELI" dopo il nome o la denominazione dell'azienda. Per procedere alla costituzione è necessario un capitale sociale non inferiore a 100 volte il valore del più alto salario minimo del Paese (oggi pari a R\$ 62,200.00). Tale somma deve essere interamente versata prima di procedere alla costituzione della società, alla sua registrazione e a ogni successivo aumento di capitale.

La legge non richiede che il socio sia una persona fisica. Di conseguenza, si ritiene possibile costituire tale società anche per mezzo di un'altra persona giuridica.

La gestione della società è affidata a uno o più amministratori, secondo quanto previsto nell'atto costitutivo. L'amministratore, come richiesto per le altre società, deve essere residente in Brasile, e, se straniero, deve disporre di un visto permanente. È possibile trasformare una LTD in EIRELI, ma lo stesso non vale per le S.A.

3. Accordi di collaborazione interaziendale (joint venture)

La legge brasiliana prevede ulteriori forme di associazione, quali le Joint-Ventures e i Consorzi o, ancora, speciali tipi di associazioni. Nell'ambito di dette forme associative le parti assumono singolarmente i diritti e gli obblighi a beneficio comune del gruppo.



Si tratta, com'è facile intuire, di enti non adeguati al fine della realizzazione di un'impresa commerciale e che, pertanto, raramente vengono adottati dagli imprenditori stranieri.

Un breve cenno merita la figura giuridica della Joint-venture, non espressamente riconosciuta dalla legislazione brasiliana, ma la cui realizzazione è resa possibile con la stesura di contratti specifici. Tali documenti devono contenere disposizioni inerenti la sua capitalizzazione, la struttura di gestione privata, gli obiettivi e i benefici.

La forma comunemente adottata per la creazione di una joint-venture è la costituzione o l'acquisto di quote di una società a responsabilità limitata o di una Società Anonima già costituita.

Talvolta si ricorre, altresì, alla formazione di Consorzi, di norma per la realizzazione di grandi operazioni di privatizzazione delle imprese pubbliche.

Per completezza, merita un breve accenno l'ipotesi di società unipersonale riconosciuta dalla legge brasiliana. Tale è la c.d. Sussidiaria Integrale, il cui capitale è detenuto per intero da un'altra società e si costituisce per atto pubblico.

4. Contratti di distribuzione

1. CONTRATTO DI AGENZIA E CONTRATTO DI DISTRIBUZIONE

Nel nuovo Codice Civile brasiliano, introdotto dalla Legge n. 10.406 del 10 gennaio 2002, le fattispecie del contratto di agenzia e di distribuzione, pur distinte tra loro, vengono trattate unitamente nel Capo XII, intitolato "Agência e Distribuição".

Alle due fattispecie si applicano, in virtù dell'espresso richiamo contenuto nell'art. 721 del Codice e in quanto compatibili, le regole contenute nella Legge 4886/65, come modificata dalle Leggi 8420/92 e 12246/10, che regola l'attività dei rappresentanti autonomi (*Representação Comercial*) e, per quanto riguarda il solo contratto di distribuzione, nella Legge 6729/79, come modificata dalla Legge 8132/90, che disciplina specificamente il contratto di *concessão comercial*

entre produtores e distribuidores de veículos automotores de via terrestre (assimilabile ai contratti applicati in Italia dalle Concessionarie di autoveicoli), anche conosciuta come Legge Ferrari:

- del mandato (mandato);
- della commissione (*comissão*).

2. DEFINIZIONE

L'art. 710 del Codice Civile brasiliano definisce come contratto di agenzia il contratto con il quale una persona si obbliga, dietro un corrispettivo (*retribuição*), a realizzare certi affari, in una determinata zona, con carattere di abitudine, in favore e per conto di un terzo, senza subordinazione gerarchica.

Nel "capoverso unico" dello stesso articolo, il Codice dispone che il preponente possa conferire poteri all'agente, affinché questi lo rappresenti nella conclusione dei contratti.

Pertanto, l'art. 710, nello stesso comma, definisce anche il contratto di distribuzione come un contratto di agenzia nel quale l'agente ha la disponibilità materiale del bene da commercializzare. Nel contratto di distribuzione, il preponente si obbliga a vendere continuativamente i suoi prodotti al distributore, che rivenderà gli stessi in una zona determinata, offrendo, in virtù della continuità del rapporto, condizioni di particolare favore.

Il contratto di Agenzia ha le seguenti caratteristiche:

- carattere non occasionale dell'attività svolta;
- svolgimento di attività di mediazione per la conclusione di certi affari;
- autonomia dell'attività dell'Agente che, tuttavia, deve seguire delle direttive poste dal preponente;
- di norma, l'esclusiva nella zona dove l'agente svolge la sua attività, anche se, a discrezione dei contraenti, essa può non essere attribuita nel contratto sottoscritto *inter partes*.

Proprio per il particolare impianto normativo del Codice Civile brasiliano il contratto di Distribuzione differisce da quello di Agenzia non perché abbia caratteristiche diverse, ma ulteriori.

Infatti, oltre a quelle già elencate sopra, il contratto di Distribuzione si caratterizza per il fatto che



il distributore ha nella sua disponibilità il bene da commercializzare, il che non significa che ne ha sempre il possesso (i beni possono rimanere fisicamente nella sede del contraente-preponente) e talvolta la proprietà, laddove non sia previsto un riservato dominio a favore del preponente.

3. REQUISITI DI LEGGE

Per quanto concerne i contratti di Agenzia e di Distribuzione, gli elementi essenziali per l'esistenza e la validità sono due e, precisamente:

1. l'espressa indicazione delle parti (sia il preponente, sia l'Agente possono essere persone fisiche o giuridiche);
2. l'espressa indicazione dell'oggetto, che deve essere possibile, lecito e determinato (questi requisiti sono necessari per tutti i contratti).

I contraenti possono modulare la pattuizione sulla base delle specifiche esigenze, purché non si deroghi alle regole cogenti che, stante il loro carattere imperativo, restano applicabili in ogni caso.

Oltre agli elementi sopra indicati, è consigliabile aggiungere tutti gli elementi in grado di individuare al meglio la volontà delle parti, per esempio:

- l'indicazione della zona dove l'agente/distributore svolgerà la sua attività;
- l'espressa indicazione dell'eventuale esclusiva, che non può essere presunta;
- l'entità del compenso provvigionale dell'Agente/Distributore;
- la durata;
- l'indennità in caso di recesso unilaterale dal contratto;
- il foro eletto dalle parti per dirimere le eventuali controversie.

4. CARATTERISTICHE DEL CONTRATTO DI AGENZIA APPLICABILI ANCHE AL CONTRATTO DI DISTRIBUZIONE

L'Agente non ha vincolo di subordinazione gerarchica

rispetto al preponente, ragione per cui il contratto di Agenzia non si caratterizza, in linea di principio, come un rapporto di lavoro subordinato.

L'Agenzia è quindi un contratto che ha per obiettivo, sostanzialmente, la promozione di relazioni commerciali tra il preponente, o il proprietario dei beni, e i terzi, per mezzo dell'Agente.

I terzi che trattano con l'Agente sono estranei, di regola, a questo contratto.

L'Agente non è vincolato dalla effettiva conclusione dell'affare.

Nello svolgimento della propria attività, l'Agente/Distributore gode di autonomia economica e funzionale, dimostrata anche dal fatto che l'Agente/Distributore ha una propria sede di lavoro, autonoma rispetto alla sede del preponente.

Per questa ragione, l'Agente/Distributore sopporta i rischi ordinari dell'affare, quali, per esempio, trasporto della merce, oneri fiscali, pubblicità del prodotto, se non disposto diversamente nel contratto. Laddove sussista tra Agente e preponente un vincolo gerarchico, di subordinazione o di dipendenza, il rapporto giuridico sarà sottoposto alla normativa dettata dal diritto del lavoro.

Nella maggior parte dei casi, l'Agente promuove contratti di compravendita, anche se la sua attività di promozione può avere quale scopo la sottoscrizione di tipologie contrattuali differenti.

Nulla impedisce che l'Agente rappresenti vari preponenti, la cui attività appartenga a rami del commercio o industriali diversi tra loro.

Peraltro, laddove non sia prevista una clausola di esclusiva, l'Agente potrà rappresentare uno o più preponenti che operino nello stesso settore, purché non in concorrenza.

Parimenti, potrà anche verificarsi, ove espressamente concordato, che il preponente nomini più di un Agente nella stessa zona, per lo stesso ramo (art. 711 del nuovo Codice Civile brasiliano: "Salvo accordo espresso (*ajuste*), il preponente non può costituire, contemporaneamente, più di un agente, nella stessa zona, con identico incarico; né può l'agente assumere l'incarico di trattare nella stessa zona affari dello stesso genere, per conto di altri preponenti").

Da un lato, la regola generale, nel vigente Codice brasiliano, è l'esclusività dell'area e del ramo o



dell'incarico, salvo espresso accordo (*ajuste*), dall'altro lato, la pluralità è l'eccezione.

Diversamente, nel sistema della Legge n. 4.886/65 – che, si ribadisce, viene dettato per la *Representação Comercial* ma si applica, in quanto compatibile, anche all'Agenzia e alla Distribuzione – l'esclusività della rappresentanza deve essere espressamente prevista negli accordi contrattuali (art. 31, paragrafo unico così come modificato dalla Legge n. 8.420/92).

Per evitare l'evidente conflitto di interpretazione tra le disposizioni di legge sopra citate, le parti dovranno prevedere espressamente la natura esclusiva o meno dell'incarico di agenzia.

Forma

Pur essendo preferibile che le parti regolino i propri rapporti mediante un contratto redatto per iscritto, l'ordinamento brasiliano non esige la forma scritta al fine di provare l'esistenza del contratto.

Durata

Si tratta, inoltre, di accordo che si protrae nel tempo, poiché non si perfeziona con un unico atto, ma attraverso una condotta prolungata di entrambe le parti: da ciò il disposto di legge che esclude la natura occasionale del rapporto.

Provvigioni

L'entità delle provvigioni percepite dall'Agente potrà essere fissa, o, in alternativa, costituita da una percentuale sugli affari andati a buon fine.

Sul punto, è importante verificare gli usi e le consuetudini propri del ramo di attività e/o dell'ambito territoriale nel quale l'attività dell'Agente venga svolta.

È comunque consuetudine che l'agente o il distributore abbia diritto alla provvigione per gli affari conclusi nella zona a lui affidata, ancorché senza il suo intervento, salvo diverso accordo espresso (*ajuste*) (art. 714 del Codice civile brasiliano).

Si noti bene che, laddove il preponente intervenga, direttamente o indirettamente, sugli affari promossi dall'Agente, a quest'ultimo saranno comunque dovute le provvigioni pattuite.

Nel caso in cui dal comportamento del preponente derivi un pregiudizio all'Agente o alla sua attività, il primo dovrà corrispondere al secondo, oltre alla

remunerazione, un'eventuale indennità.

Sotto questo profilo, occorre valutare se vi sia stata una "invasione" della zona di competenza dell'Agente, fatto salvo il diverso accordo delle parti come sopra accennato.

Laddove vi sia più di un agente/distributore per la stessa area, le parti dovranno stabilire con sufficiente chiarezza a chi spetti la provvigione.

Nel silenzio del contratto sul punto, laddove l'affare venga concluso senza l'intervento degli agenti/distributori, la provvigione dovrà essere ripartita tra di loro.

Dall'art. 716, inoltre, emerge come la provvigione sia dovuta all'agente/distributore, anche se l'affare non venga concluso per fatto imputabile al preponente.

Infatti, nell'esecuzione del contratto di agenzia l'Agente ha comunque diritto alla propria remunerazione laddove, nonostante abbia promosso efficacemente l'affare, quest'ultimo non si sia concluso a causa del preponente.

Naturalmente, per verificare la sussistenza o meno del diritto alla remunerazione in capo all'Agente, sarà importante appurare che il comportamento del preponente non sia derivato dal verificarsi di circostanze riconducibili al caso fortuito o alla forza maggiore.

In ogni caso, l'art. 717 del Codice civile brasiliano dispone che l'Agente, anche laddove il contratto di agenzia venga risolto dal preponente per giusta causa, avrà il diritto alla remunerazione per l'attività prestata, così come il preponente potrà chiedere di essere risarcito per gli eventuali danni subiti. In tal caso, secondo l'ordinamento brasiliano, è possibile compensare la remunerazione dovuta con i danni subiti, a patto che entrambi siano liquidi o liquidabili.

Parimenti, nel caso in cui l'Agente non possa proseguire la propria attività nei confronti del preponente per motivi di forza maggiore, ha comunque il diritto a percepire la remunerazione per l'attività posta in essere sino a quel momento, diritto che viene trasmesso agli eredi in caso di morte (art. 719).

Nell'ipotesi di risoluzione del contratto da parte del preponente, trovano applicazione i principi di cui alla Legge n. 4.886/65 ed, in particolare, le disposizioni poste a tutela del rappresentante di commercio e, quindi, dell'Agente o del distributore, in quanto





compatibili con la disciplina dettata dal Codice civile brasiliano per queste figure.

Tali disposizioni perseguono l'obiettivo di tutelare l'inferiorità economica e la vulnerabilità dell'agente/distributore dinanzi al preponente.

In questo senso dispone anche l'art. 718, che riconosce all'Agente il diritto alla remunerazione dovutagli anche nel caso in cui il preponente receda senza che vi sia stata colpa dell'Agente stesso; a tale remunerazione, inoltre, dovrà essere aggiunta quella relativa agli affari pendenti e l'indennità prevista dalle leggi speciali.

Intuitu personae

La fiducia reciproca è un ulteriore elemento importante nel contratto. In questo senso, l'art. 712 rinforza l'idea che l'Agente deve agire con la massima diligenza, obbedendo alle istruzioni ricevute dal preponente.

Spese

Infine, poiché sia l'agente sia il distributore hanno una sede d'affari propria e autonoma, vale la regola generale in virtù della quale l'agente/distributore sopporterà le proprie spese, come espressamente previsto dall'art. 713 del Codice brasiliano vigente.

La disposizione codicistica ammette una pattuizione contraria: il contratto, pertanto, dovrà specificamente indicare le eventuali spese poste a carico del preponente, quali, a titolo esemplificativo, le spese relative a pubblicità, corsi di formazione, viaggi, spedizione di campioni, e così via. In ogni caso, non gravano sugli agenti né sui distributori le spese c.d. "straordinarie", cioè tutte quelle che esulino dalle finalità del negozio.

Vanno infine considerati gli usi locali che giocano un ruolo di fondamentale importanza nella ripartizione delle spese tra preponente e agente/distributore.

Foro competente

Il Tribunale ordinario brasiliano è competente per dirimere le questioni giuridiche che incidano sui contratti di Agenzia e di Distribuzione, ma nulla impedisce di scegliere un Foro di un altro paese.

Termine e preavviso

I contratti di agenzia e di distribuzione possono essere stipulati a tempo determinato o indeterminato.

Come nell'ordinamento italiano, nel caso di contratto

di agenzia/distribuzione a tempo determinato, decorso il termine contrattualmente fissato, laddove le parti continuino a dare esecuzione al contratto, è prevista l'automatica trasformazione in contratto a tempo indeterminato.

L'art. 720 del Nuovo Codice specifica il termine per la "denuncia vazia" corrispondente al recesso italiano: nel caso di un contratto a tempo indeterminato, qualsiasi parte potrà risolverlo, con un termine di preavviso di almeno 90 giorni.

In concreto, sarà possibile che questo termine abbia una durata superiore laddove richiesto dall'importanza e dall'entità dell'attività svolta dall'Agente o dagli investimenti dallo stesso effettuati sino a quel momento.

Il capoverso unico della citata disposizione prevede che, in caso di disaccordo tra le parti, sarà il Giudice a stabilire la durata del termine di preavviso e la somma eventualmente dovuta a titolo di indennità. Sempre in tema di durata del contratto e preavviso, nell'ipotesi di recesso unilaterale dal contratto (*resilição*), è necessario specificare come la Legge n. 4.886/65, che, si ricorda, disciplina la *Representação Comercial*, detti una disciplina autonoma rispetto ai contratti di agenzia e/o distribuzione.

L'art. 34 della citata legge dispone che il recesso di una delle parti senza giusta causa, in un contratto a tempo indeterminato in vigore da almeno 6 mesi, obbliga il recedente alla concessione di un periodo di preavviso minimo di 30 giorni, ovvero, in alternativa, alla corresponsione di un importo equivalente a 1/3 (un terzo) delle provvigioni percepite dal rappresentante nei tre mesi precedenti.

Il termine minimo parrebbe essere stato esteso a 90 giorni dal Codice Civile brasiliano, così come innovato dalla riforma del 2002, ma, d'altra parte, nel Codice stesso non vi è riferimento alcuno né all'indennizzo né al termine di vigenza del contratto di 6 mesi.

Resta da chiedersi se tale discrepanza porterà all'abrogazione dell'art. 34 della L. 4.886/65, nella sua totalità o solamente per quanto riguarda il termine di preavviso. Di regola, vale il principio per cui la legge specifica non può revocare la legge generale, per cui è possibile che questo articolo conservi la sua validità. Si tratta però di una questione complessa che solo il consolidarsi della giurisprudenza potrà chiarire con certezza.



Nonostante le citate incongruenze tra i testi normativi, la L. 4.886/65 viene normalmente utilizzata in via integrativa rispetto alle disposizioni del Codice vigente e alle pattuizioni contrattuali, in quanto prevede una disciplina di maggior dettaglio non solo per quanto attiene alla disciplina del recesso, ma anche per la determinazione delle provvigioni e sotto ulteriori aspetti.

Resta però evidente come un simile sistema normativo crei, nel concreto, una oggettiva difficoltà di regolamentazione della materia.

quale si intende ogni soggetto che eserciti un'attività commerciale in nome proprio e, soprattutto, risulti iscritto nelle *juntas comerciais*, enti assimilabili alle Camere di Commercio italiane.

Diversamente, all'Agente non è richiesto il possesso della qualifica di "comerciante", posto che l'esercizio dell'attività di Agenzia può avere anche natura non imprenditoriale.

5. PRINCIPALI DISTINZIONI TRA AGÊNCIA E REPRESENTAÇÃO COMERCIAL

Secondo la legislazione brasiliana, l'Agente è la persona che si obbliga a trattare proposte o richieste in favore del *representado* (preponente o Casa mandante), in forza dei poteri conferitigli nel contratto di *Agência*.

Nello svolgimento della propria attività, l'Agente si attiene unicamente agli atti preliminari alla conclusione di un affare, il cui compimento sia stato richiesto dal preponente, mediante l'invio di opportune direttive.

La legislazione brasiliana fissa, in capo all'Agente, il dovere di informare il preponente dell'attività svolta nell'esecuzione delle direttive fornite. L'attività dell'Agente, quindi, si limita alla fase prodromica alla conclusione dell'affare: resta escluso l'atto conclusivo dell'accordo vero e proprio, quale, per esempio, l'accettazione dell'ordine di vendita o la sottoscrizione del contratto di fornitura.

Laddove, invece, all'Agente siano stati attribuiti poteri ulteriori, quali la rappresentanza o il compito (e il relativo potere) di concludere l'affare, la figura contrattuale dell'*Agência* muta convertendosi nella diversa fattispecie della *Representação Comercial*.

Il Rappresentante di commercio ha quindi poteri più estesi: mentre l'Agente promuove la conclusione di contratti in favore del preponente, ma non li conclude, il Rappresentante, invece, conclude contratti in nome e per conto del preponente.

Peraltro, la normativa brasiliana prevede che il soggetto che svolge l'attività di Rappresentante sia anche commerciante (*empresário*) espressione con la







Capitolo Quarto

04

A cura di Interprofessional Network¹

ASPETTI LEGALI	
1	Antitrust, monopoli pubblici e leggi sulla concorrenza
2	Marchi e brevetti
3	Task Force ICE per l'assistenza alle imprese per la tutela dei diritti di proprietà intellettuale
4	Il sistema giudiziario

1. Antitrust, monopoli pubblici e leggi sulla concorrenza

1. MONOPOLI PUBBLICI E LIMITAZIONI PER I SOGGETTI A CAPITALE STRANIERO

Nel corso degli anni 90, il Brasile ha promosso una politica di liberalizzazione della sua economia, sostituendo la precedente politica di gestione diretta nei settori delle telecomunicazioni, energetico e dei trasporti con una politica di regolamentazione dell'attività economica privata tesa a favorire l'apertura del mercato agli investimenti stranieri.

Tuttavia, settori strategici dell'economia brasiliana sono tuttora sotto il monopolio statale, nonostante vi sia stato un dibattito in ordine all'opportunità di trasferirli all'iniziativa privata. Tra questi, si evidenzia quello del trattamento delle acque, dei servizi postali e della distribuzione dell'energia elettrica.

In altri casi si è vista l'attuazione di politiche tariffarie protezioniste. Così nei primi mesi del

2010, grande clamore a livello internazionale ha suscitato l'autorizzazione, concessa al Brasile dalla WTO (Organizzazione Mondiale del Commercio), all'imposizione di dazi sull'importazione di svariate tipologie di prodotti americani: tale richiesta era stata avanzata dal Brasile a titolo di rappresaglia contro le misure protezionistiche assunte dagli Stati Uniti d'America per l'appunto a vantaggio dei propri produttori di cotone. La c.d. "guerra del cotone" si è poi sostanzialmente conclusa nell'aprile 2010 con la sottoscrizione di un "Memorandum of Understanding", al fine di mettere in atto una soluzione transattiva alla controversia fra i due Paesi.

Da notare, inoltre, che sussistono particolari limitazioni per le società a capitale straniero in settori predefiniti. Infatti, secondo la Costituzione del Brasile, alle stesse è vietato operare nei seguenti settori:

a) sviluppo di attività che coinvolgono l'energia nucleare. Il governo federale brasiliano ha un monopolio per quanto riguarda le attività di esplorazione, di sfruttamento, di elaborazione, di industrializzazione e vendita di minerali radioattivi e dei relativi sottoprodotti, con solo poche eccezioni in relazione a radioisotopi in determinate circostanze. Questa restrizione si applica sia agli investimenti privati interni che a quelli stranieri (Costituzione federale, art. 21, punto XXIII);

¹ Il presente contributo deriva da un lavoro di ricerca comune degli autori. La stesura dei paragrafi è tuttavia attribuibile a Gian Andrea Chiavegatti e Luca Chiavegatti per il paragrafo 4.1, a Serena A. L. Corongiu per i paragrafi 4.2 e 4.3, e a Stefano Dindo, Paolo Zucconelli, Olivia Dornetta, Barbara Bonafini per il paragrafo 4.4.



- b) sviluppo di attività aventi ad oggetto petrolio e gas naturale. Il governo federale brasiliano ha il monopolio sulla ricerca e l'esplorazione di giacimenti naturali di petrolio e gas naturale, nonché sulla loro raffinazione e trasporto. Inoltre, sono monopolio del governo federale brasiliano anche l'importazione e l'esportazione di sottoprodotti del petrolio e del gas naturale. Tali restrizioni si applicano agli investimenti privati sia interni che esteri. Tuttavia, il governo federale può incaricare aziende pubbliche o private dello sviluppo delle attività di cui sopra, a condizione che siano rispettate le limitazioni stabilite dalla legge (Costituzione federale, art. 177, punti I, II, III e IV);
- c) servizi sanitari. La Costituzione del Brasile vieta la partecipazione diretta o indiretta di aziende straniere o di capitali stranieri nel settore sanitario nel paese, salvo in quei casi tassativamente previsti dalla legge (Costituzione federale, art. 199, comma III).

L'investimento estero è consentito invece, pur con alcune restrizioni, nei seguenti settori:

- I) proprietà e gestione di giornali, riviste e altri periodici, radio e reti televisive. Almeno il 70% del capitale totale e del capitale votante di giornali, riviste ed altri periodici deve essere detenuto da residenti brasiliani; pertanto, gli investimenti stranieri dovranno essere limitati a un massimo del 30% dell'importo totale (Costituzione federale, art. 222, comma I);
- II) compagnie aeree con concessioni di voli interni. Almeno l'80% del capitale votante di aziende che offrono servizi aerei pubblici deve essere detenuto da residenti brasiliani, con conseguente limitazione degli investimenti stranieri entro il limite del 20% di detto capitale votante (Legge n. 7565 del 19 novembre 1986, art. 181, punto II);
- III) istituzioni finanziarie. Gli investimenti esteri diretti nel capitale delle istituzioni finanziarie domiciliate in Brasile richiedono l'autorizzazione preventiva del governo federale in forza di trattati internazionali o forme di interesse governativo ovvero reciprocità (Costituzione federale, art. 52 della legge transitoria delle disposizioni costituzionali);
- IV) risorse minerarie. La ricerca ed estrazione di risorse minerarie, come pure l'uso del potenziale dell'energia idraulica, possono essere effettuate da brasiliani o società di diritto brasiliano con sede legale in Brasile, ma solo con l'autorizzazione o la concessione del

governo federale (Costituzione federale, art. 176, comma I);

V) proprietà rurali. La legge Federale n. 5709/71 prevede restrizioni al possesso di proprietà rurali in Brasile per le persone straniere e le società estere autorizzate a operare in Brasile. Recentemente l'Ufficio del Procuratore Generale brasiliano ha rilasciato un parere in cui afferma che tali restrizioni dovrebbero applicarsi anche alle società brasiliane direttamente o indirettamente controllate da stranieri.

2. ANTITRUST

La profonda riforma dell'impianto normativo, volta a liberalizzare il mercato brasiliano, è culminata con l'approvazione della legge 12529/11, che disciplina e riorganizza *ex novo* il sistema antitrust del Paese. Dopo un lungo periodo di discussioni, infatti, il progetto di legge presentato al Congresso nel 2004 è stato definitivamente ratificato dal Presidente. Il 1° dicembre 2011 il testo della nuova legge, emanata in data 30 novembre 2011, è stato pubblicato nella Gazzetta Ufficiale. Lo scopo principale della riforma, che entrerà in vigore il 29 maggio 2012, è quello di aggiornare la normativa brasiliana antitrust per accelerare il corso del procedimento e contribuire allo sviluppo economico e sociale del Paese.

La nuova legge differisce profondamente dalla normativa precedente e rappresenta una riforma complessiva ed organica della disciplina in materia di tutela della concorrenza. In particolare, il nuovo testo normativo viene a modificare la legge n. 8137/1990, il decreto 3689/1941, alcune disposizioni del Codice Penale ed abroga totalmente la vecchia legge sulla concorrenza, la n. 8884/1994, e la legge 9781/1999.

Per quanto attiene al campo di applicazione della legge antitrust, va rilevato che essa si applica a tutte le persone, fisiche e giuridiche, che operano in territorio brasiliano o che comunque sono domiciliate nello stesso, ovvero hanno nel paese un'agenzia, una filiale, un ufficio di rappresentanza, uno stabilimento, un agente o un rappresentante. Eccezionalmente si può applicare anche a soggetti esteri non domiciliati, nella misura in cui un loro comportamento od una loro attività risultino idonee



a produrre effetti nel mercato brasiliano.

Tra le novità più significative della recente riforma vi è la concentrazione delle funzioni antitrust delle tre autorità garanti della concorrenza (la Segreteria di Diritto dell'Economia – SDE, la Segreteria di Sorveglianza Economica – SEAE ed il Consiglio Amministrativo per la Difesa dell'Economia – CADE) in un unico organismo: il nuovo CADE. La nuova legge concentra dunque in capo al CADE i compiti di vigilanza e le funzioni decisionali attualmente divise fra tre diversi organismi. Tale unificazione istituzionale, che dovrebbe garantire una maggiore efficienza al sistema, mira a eliminare quella sovrapposizione di funzioni che si verifica con l'attuale struttura tripartita.

Il nuovo CADE si articolerà in tre uffici principali, che lavoreranno congiuntamente all'interno dell'organismo, ciascuno nei limiti delle proprie attribuzioni: il Tribunale Amministrativo, che rimarrà l'organismo incaricato di prendere decisioni amministrative definitive e vincolanti; la Sprointendenza Generale, che avrà il potere di condurre indagini sulle pratiche anticoncorrenziali, di approvare le operazioni di concentrazione economica che non pongono problemi di concorrenza, e di rendere opinioni non vincolanti sulle operazioni che non potranno essere incondizionatamente approvate; il Dipartimento degli Studi Economici, che potrà fornire opinioni non vincolanti ed occuparsi di ricerche economiche.

La nuova disciplina interviene anche sulla determinazione delle soglie richieste affinché gli atti definiti di "concentrazione economica" debbano essere obbligatoriamente sottoposti al vaglio preventivo del CADE. Alla luce delle nuove disposizioni, un'operazione è soggetta all'obbligo di notifica al CADE se una delle imprese partecipanti alla transazione ha registrato ricavi in Brasile per almeno 400 milioni di BRL nel corso dell'anno fiscale prima della transazione, e se almeno un'altra parte coinvolta nell'operazione ha raggiunto un fatturato annuo di 30 milioni di BRL in Brasile. Da notare che per "ricavi della parte" si intendono i ricavi di tutto il gruppo economico di cui questa fa parte. La nuova legge abolisce, inoltre, il criterio del 20% della quota di mercato previsto dalla precedente disciplina.

3. CONTROLLO PREVENTIVO

Il cambiamento più significativo attuato dalla nuova normativa è rappresentato dalla modifica del sistema di controllo delle operazioni di concentrazione economica. È stato introdotto, infatti, un sistema di notifica preventiva delle operazioni al CADE prima della loro realizzazione. Mentre nel vigore della precedente disciplina tali operazioni dovevano essere sottoposte all'esame del CADE entro 15 giorni lavorativi a partire dalla loro realizzazione, dovendosi intendere per "realizzazione" la sottoscrizione del primo documento vincolante tra le parti, il nuovo sistema prevede invece un controllo di tipo preventivo. Il legislatore ha infatti stabilito che tutte le operazioni che superino le soglie indicate dalla legge debbano essere sottoposte all'esame del CADE prima della loro realizzazione, e che le parti debbano attendere l'approvazione di tale organo per poter chiudere la transazione. Secondo la nuova disciplina, il CADE ha un periodo di 240 giorni di tempo per valutare la legittimità dell'operazione. Tuttavia, in caso di operazioni complesse tale periodo può essere prorogato di 60 giorni su richiesta delle parti interessate, o di 90 giorni con decisione motivata del Tribunale Amministrativo. Benché l'art. 64 dell'originario testo di legge prevedesse che, qualora il CADE avesse ommesso di emanare una decisione amministrativa entro i termini di legge, l'operazione avrebbe dovuto considerarsi come automaticamente approvata, tale disposizione è stata successivamente eliminata, a causa del veto posto dal Presidente. La nuova normativa stabilisce che tutti gli atti compiuti senza essere stati sottoposti alla revisione preventiva del CADE saranno considerati nulli e, inoltre, potranno essere comminate multe che variano dai 60.000 ai 60.000.000 BRL.

4. CONTROLLO REPRESSIVO

Per quanto riguarda l'individuazione delle condotte anticoncorrenziali, la legge antitrust specifica, all'art. 36, che ogni atto in grado di produrre i seguenti effetti sarà considerato una violazione dell'ordine economico, indipendentemente dall'effettivo verificarsi o meno di tali effetti: 1) limitare,



bloccare, o in qualsiasi modo danneggiare la libera concorrenza tra le imprese; II) determinare il controllo di mercati rilevanti di determinati beni o servizi; III) aumentare arbitrariamente i profitti; IV) abusare di una posizione dominante in un determinato mercato. Oltre a individuare i caratteri dell'infrazione all'ordine economico, la legge fornisce un elenco di condotte considerate potenzialmente trasgressive, quali per esempio: divisione del mercato, vendite vincolate, dumping, accordo di prezzi tra concorrenti, imposizione di prezzi di rivendita a distributori, venditori al dettaglio e rappresentanti, concessione di pubblicità esclusiva, ritenzione di beni di produzione e di consumo. La recente riforma ha modificato l'elenco non esaustivo delle condotte anticoncorrenziali che potrebbero implicare violazioni dell'ordine economico. In particolare, l'esclusività ed i prezzi eccessivi sono stati eliminati dall'elenco dei comportamenti anticoncorrenziali, mentre è stata inserita la pratica di esercizio abusivo di sfruttamento dei diritti di proprietà intellettuale.

Quelli sopra elencati sono solo esempi di condotte lesive dell'ordine economico, posto che, come si è detto, qualsiasi atto che, anche se potenzialmente, venga a limitare, falsare o danneggiare la concorrenza, determinare la dominazione di mercati rilevanti di beni e servizi, produrre l'aumento arbitrario di utili o l'esercizio abusivo di una posizione dominante, potrà essere considerato una violazione della legge n. 12529/11.

Spetta alla Soprointendenza Generale, al cui vertice è posta la carica di Soprintendente Generale, investigare le irregolarità nel settore economico e promuovere i processi amministrativi pertinenti, compito che era in precedenza affidato alla Segreteria di Diritto Economico, organo del Ministero della Giustizia. L'indagine amministrativa può essere attivata d'ufficio o su richiesta motivata di qualsiasi parte interessata. La decisione dei processi spetta al Tribunale Amministrativo, composto da sette consiglieri, incaricato di emanare la decisione finale vincolante. Per evitare la condanna, il trasgressore potrà sottoscrivere con il CADE un impegno di cessazione della pratica, con la conseguente sospensione del procedimento amministrativo. Nel caso di non adempimento di questo impegno nei termini pattuiti, verranno applicate le sanzioni previste e sarà disposta

la prosecuzione del procedimento dinanzi al Tribunale Amministrativo.

In ogni fase dell'indagine amministrativa o del procedimento possono essere adottate, laddove vi sia il concreto pericolo di un danno irreparabile al mercato, le c.d. "misure di prevenzione", allo scopo di ottenere la cessazione dell'infrazione.

Per quanto concerne le sanzioni, cui possono essere assoggettate le imprese delle quali venga accertata la responsabilità in ordine alle violazioni sopra descritte, la legge n. 12529/2011, favorendo una riduzione dei valori minimi e massimi applicabili, individua una gamma di sanzioni pecuniarie che varia dallo 0,1% al 20% dei ricavi lordi conseguiti dalla società nel corso dell'ultimo anno finanziario precedente l'inizio delle indagini. La nuova disposizione prevede espressamente che i ricavi di cui tenere conto devono essere quelli relativi al segmento di mercato di rilevanza nell'ambito del quale le pratiche anticoncorrenziali sono state poste in essere. Si deve notare che c'è ancora incertezza riguardo al concetto di "segmento di attività di affari", che è già considerato uno dei temi più controversi della nuova legge.

Con riguardo alle sanzioni amministrative personali applicabili a dirigenti e amministratori direttamente o indirettamente responsabili per l'infrazione, sono previste multe che variano dall'1% al 20% dell'ammenda applicata alla società, previa dimostrazione della negligenza o del dolo della condotta.

In ambito penale, va ricordato che la nuova legge depenalizza alcuni comportamenti che erano previsti come reati contro l'ordine economico ai sensi dell'art. 4 della legge 8137/90, consentendo una maggiore focalizzazione sul perseguimento penale della formazione di cartelli. Inoltre, in taluni casi è stata esclusa la possibilità di sanzioni alternative alla multa, con la conseguente necessaria applicazione di sanzioni restrittive della libertà personale.

5. I PROGRAMMI DI CLEMENZA

Il Programma di Clemenza, introdotto per la prima volta in Brasile nel 2000, può essere attivato da qualsiasi persona fisica o giuridica coinvolta in pratiche di violazione della concorrenza, e





comporta come risultato la concessione della totale o parziale immunità.

I requisiti previsti dalla legge brasiliana per la concessione dell'immunità totale sono molto simili a quelli presenti nella legislazione americana. Le principali condizioni per la concessione della piena immunità sono: 1) la società o la persona ("Beneficiario") deve essere il primo a informare gli organi competenti della violazione; 2) il Beneficiario deve aver cessato il suo coinvolgimento nella violazione a partire dalla data in cui viene inoltrata la denuncia; 3) al momento della denuncia del Beneficiario l'autorità competente non deve essere in possesso di prove sufficienti per sporgere autonoma denuncia contro le società o persone fisiche; 4) il Beneficiario deve ammettere la propria partecipazione alla violazione ed offrire piena e permanente cooperazione nell'inchiesta; 5) il Beneficiario deve fornire la propria collaborazione alle indagini in modo da identificare tutti gli altri co-partecipanti e raccogliere informazioni e documenti per dimostrare l'avvenuta violazione.

Nel caso in cui tutti i requisiti di cui sopra siano soddisfatti, deve essere concessa ai Beneficiari, aziende o privati, la piena immunità (anche da sanzioni amministrative e penali). Qualora, invece, tali requisiti siano solo parzialmente soddisfatti, verrà accordata al Beneficiario la parziale immunità (che varia da uno a due terzi della pena applicabile).

La nuova legge sulla concorrenza interviene incisivamente anche sulla disciplina del programma di clemenza brasiliano. Viene eliminata, in particolare, la disposizione precedentemente in vigore, a norma della quale la società "leader" di un cartello non poteva avere accesso ai programmi di clemenza. Un emendamento particolarmente significativo è, inoltre, quello che prevede l'estensione dell'immunità penale concessa al richiedente ad altri eventuali reati connessi all'attività del cartello, quale per esempio la frode in appalti pubblici.

Per quanto riguarda l'azione penale nei confronti degli individui, la nuova legge aumenta la durata massima della reclusione da due a cinque anni e stabilisce che i trasgressori saranno soggetti sia alla pena della reclusione che alla sanzione

pecuniaria.

2. Marchi e brevetti

1. PREMESSA

La legislazione brasiliana in materia di proprietà intellettuale vanta una storia bicentenaria: la prima normativa interna a tutela di diritti di proprietà industriale (*Isenta de direitos as matérias primas do uso das fábricas e concede outros favores aos fabricantes e da navegação nacional*) fu infatti promulgata in Brasile nell'aprile 1809, all'epoca della dominazione portoghese. Nonostante il risalente conio normativo, tuttavia, solo in tempi relativamente recenti sono stati allestiti strumenti giuridici e operativi atti a conferire effettiva efficacia alla tutela giuridica offerta. Negli ultimi venti-trent'anni - dopo l'industrializzazione del Brasile negli Anni Settanta - si è assistito infatti a un aumento esponenziale delle richieste di deposito di marchi e brevetti, con un *trend* ancor più marcato negli ultimissimi tempi a seguito del *boom* economico brasiliano.

Il considerevole processo di modernizzazione della tutela dei diritti di proprietà intellettuale si è sviluppato sia sul piano normativo, sia - seppur più lentamente - sul piano operativo.

Da un lato, dal punto di vista legislativo, vale la pena ricordare che nel maggio 1996 il Brasile emanò un *corpus* normativo strutturato e tendenzialmente completo, una sorta di vero e proprio "codice della proprietà industriale" (v. *infra*). Va peraltro sottolineato che tale riforma legislativa trovò tre ulteriori contrafforti grazie alla successiva emanazione, nell'aprile 1997, della L. 9.456 sulla protezione di nuovi prodotti agricoli e soprattutto, nel febbraio 1998, della coppia di leggi "gemelle" sulla tutela del software e sul diritto d'autore (rispettivamente L. 9.609 e L. 9.610, che non sono oggetto del presente approfondimento; per inciso, si evidenzia che i beni e i servizi del settore informatico sono soggetti a una disciplina speciale, frutto delle varie normative che si sono avvicendate in questa materia a partire dalla L. 7.232 del 1984, istitutiva della c.d. "riserva di mercato" a favore delle



imprese brasiliane). Si ricorda altresì l'emanazione di una disciplina regolamentare specifica per la registrazione delle indicazioni geografiche (Risoluzione INPI n° 75/2000).

Dall'altro lato, dal punto di vista operativo, in questi ultimi anni le autorità brasiliane hanno provveduto a ristrutturare e a informatizzare gli organismi ministeriali responsabili della registrazione di marchi e brevetti, *in primis* l'Istituto Nazionale per la Proprietà Industriale (*Instituto Nacional da Propriedade Industrial*, in breve "INPI"), sottoposto al Ministero dello Sviluppo, Industria e Commercio Estero. Poiché il carico di arretrato è tuttora rimarchevole, il processo di modernizzazione degli uffici non può dirsi ancora concluso: mediante l'ampliamento del personale e la formazione continua del medesimo, si mira a ottenere in tempi relativamente brevi una diminuzione dei tempi di evasione delle pratiche pendenti, specialmente per quanto riguarda il settore dei brevetti.

Quanto alla lotta alla contraffazione, il Legislatore brasiliano è intervenuto a più riprese per cercare di arginare questo dilagante fenomeno, anche in accoglimento delle crescenti pressioni provenienti dagli altri Paesi: fra le misure adottate, si segnala la creazione, nel 2004, del *Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual* (in breve "CNCP"), organismo sottoposto al Ministero della Giustizia. Accedendo al sito Internet del CNCP: <http://www.mj.gov.br/combatepirataria> è possibile reperire dati statistici e pubblicazioni di vario genere in merito ai piani d'azione messi in atto in questi ultimi anni. Rientra in questa lotta alla contraffazione anche la pubblicazione, a opera del suddetto CNCP, di un approfondito studio – tradotto in italiano nell'ottobre 2010 dall'IPR Desk di San Paolo – dal titolo "*Brasile Originale*" (in portoghese: "*Brasil Original*").

Un'interessante e dettagliata analisi del fenomeno contraffattivo con specifico riguardo ai prodotti italiani è contenuta nel documento dal titolo "*Analisi del mercato brasiliano dei prodotti italiani falsificati*" redatto dall'IPR Desk di San Paolo in collaborazione con numerose istituzioni e associazioni locali, pubblicato nell'aprile 2010. Secondo questa ricerca, la metà dei prodotti italiani falsificati entra in Brasile attraverso il porto di Santos (Stato di San Paolo);

l'ingresso via terra avviene spesso tramite alcuni soggetti, noti come "*Sacoleiros*", che acquistano i prodotti falsificati in Paesi confinanti come la Bolivia o il Paraguay e successivamente li trasportano in Brasile. Frequente è anche l'uso di società fantasma per l'importazione di prodotti italiani falsificati. San Paolo è il principale centro di distribuzione di tali prodotti: il settore maggiormente interessato è quello della moda, specialmente per quanto riguarda la vendita di occhiali da sole. La crisi finanziaria mondiale è una delle cause di aumento della produzione e della commercializzazione di prodotti contraffatti: sta comunque aumentando anche il volume dei prodotti italiani confiscati (circa 400.000 unità nel 2008).

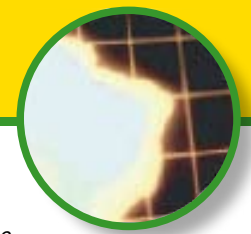
Particolare interesse riveste, per gli operatori italiani, il fenomeno del c.d. "*Italian sounding*": in altre parole, spesso vengono attribuiti a beni di consumo prodotti e/o commercializzati in Brasile dei nomi, dei colori, delle raffigurazioni, ecc. che evocano prodotti di origine italiana. Secondo alcuni studi recenti, l'*Italian sounding* riguarderebbe il 40% del consumo brasiliano di prodotti alimentari, per un giro d'affari di 1.46 miliardi di EURO (fonte: IPR Desk San Paolo, *Analisi del fenomeno Italian Sounding in Brasile*, pag. 38).

2. GLI ACCORDI INTERNAZIONALI

Per quanto specificamente riguarda i marchi e i brevetti, il Brasile è parte, *inter alia*, dei seguenti accordi internazionali (Fonte WIPO):

- Convenzione di Parigi per la protezione della proprietà industriale, dal luglio 1884;
- Convenzione istitutiva della WIPO (Organizzazione Mondiale della Proprietà Industriale), dal marzo 1975;
- Accordo di Strasburgo sulla classificazione internazionale dei brevetti, dall'ottobre 1975;
- Accordo di Vienna sulla classificazione internazionale degli elementi figurativi dei marchi. Il Brasile è firmatario dal dicembre 1973, tuttavia non ha ancora ratificato formalmente l'accordo;
- Trattato PCT (*Patent Cooperation Treaty*), da aprile 1978;
- Accordo TRIPs (*Agreement on Trade Related*





Aspects of Intellectual Property Rights), da gennaio 1995;

- Trattato PLT (*Patent Law Treaty*): il Brasile è firmatario dal giugno 2000, tuttavia non ha ancora ratificato formalmente l'accordo.

Si deve segnalare che il Brasile sottoscrisse l'Accordo di Madrid sulla registrazione internazionale dei marchi sin dall'ottobre 1896 (Fonte WIPO); dopo il ritiro nel 1934, negli ultimi anni il Brasile starebbe tuttavia rivalutando la propria posizione nei confronti del Protocollo di Madrid del 1989, in un'ottica di maggiore apertura nei confronti del commercio su scala globale (Fonte: IPR Desk San Paolo, dépliant illustrativo, 2009).

Inoltre, per quanto riguarda l'agognata armonizzazione normativa nell'area dell'America Latina, si evidenzia che, nel 1995, i paesi membri del Mercosur (Argentina, Brasile, Uruguay e Paraguay) hanno firmato il Protocollo di Armonizzazione delle Norme sulla Proprietà Intellettuale nel Mercosur in Materia di Marchio, Indicazioni di Provenienza e Denominazioni di Origine (Fonte: IPR Desk San Paolo, *Analisi dei diritti di proprietà intellettuale in America del Sud*, novembre 2010).

3. LE NORME INTERNE

La proprietà industriale in Brasile è regolata da un coacervo di norme di matrice legislativa e regolamentare, il cui elenco dettagliato può essere reperito mediante accesso al sito Internet dell'INPI, indicato in questo stesso paragrafo.

In sintesi, la materia è fondamentalmente disciplinata dalla *Lei da Propriedade Industrial* del 14 maggio 1996, n° 9.279 ("LPI"), così come successivamente ampliata e modificata, abrogativa della precedente Lei n° 5.772/71. La LPI è in vigore dal 15 maggio 1997.

Si richiamano inoltre quali fonti normative interne di maggiore importanza (Fonte: sito INPI):

- per i brevetti di invenzione e i modelli di utilità: *Lei* n° 10.196 del 14 febbraio 2001, *Ato Normativo* 127/97, *Resolução*

INPI 269/2011; *Resolução INPI* 233/09; *Resolução INPI* 228/09 e relativo *Allegato*; *Resolução INPI* 208/09; *Resolução INPI* 207/09;

- per i marchi: *Resolução INPI* 279/2011; *Resolução INPI* 263/2011; *Resolução INPI* 121/2005; *Resolução INPI* 116/2004;
- per i disegni industriali: *Ato Normativo* 161/2002.

Come già più volte ricordato, l'organo governativo brasiliano competente su scala federale per i diritti di proprietà intellettuale (richieste di registrazione di marchi, concessione di brevetti, etc.) è l'INPI, i cui contatti sono i seguenti:

Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI

Praça Mauá, 7 - CEP: 20081-240

Rua Mayrink Veiga, 9 - CEP: 20090-910

Rua São Bento, 1 - CEP: 20090-010

Centro - Rio de Janeiro/RJ

Tel: (21) 3037-3000

Fax: (21) 3037-3398

Sito internet: www.inpi.gov.br

In alcuni casi specifici, come per esempio per i brevetti nel settore farmaceutico, è richiesta l'autorizzazione dell'Agenzia Nazionale per la Vigilanza Sanitaria (ANVISA; si veda l'art. 229-C della *Lei* n° 10.196 del 14 febbraio 2001), il cui sito Internet è <http://portal.anvisa.gov.br>. Pare che, con riferimento ad alcuni prodotti farmaceutici, il mancato ottenimento della previa autorizzazione dell'ANVISA abbia determinato uno stato di incertezza giuridica, posto che per tali prodotti i brevetti erano già stati precedentemente concessi dall'INPI (Fonte: IPR Desk San Paolo, *Analisi dei diritti di proprietà intellettuale in America del Sud*, novembre 2010).

Per quanto specificamente riguarda i brevetti di biotecnologia, prima di dare corso alla procedura per la brevettabilità, è inoltre necessario ottenere l'autorizzazione del Consiglio di Gestione del Patrimonio Genetico, in breve "CGEN", organo istituito con la Misura Provvisoria n. 2.186-16



del 23 agosto 2001 approvata dal Presidente della Repubblica e subordinato al Ministero dell'Ambiente.

4. MARCHI

Il sistema brasiliano di protezione del diritto di marchio si fonda sulla registrazione, che ha validità 10 anni; la protezione può essere rinnovata per periodi di ugual durata. Il procedimento di registrazione dura in media dai 2 ai 2 anni e mezzo, intercorrenti dalla data di inoltro della richiesta fino al riconoscimento del marchio (Fonte: IPR Desk, *Guida pratica sulla proprietà intellettuale in Brasile*, settembre 2009, pag. 39). Negli ultimi anni, l'INPI ha dapprima creato e via via consolidato il procedimento di registrazione tramite Internet ("e-marcas 2.0"). La classe di registrazione del marchio viene individuata in base a un apposito elenco compilato dall'INPI, salva l'applicazione delle norme convenzionali. Non è tuttavia ammesso il deposito "multiclasse" o in con titolarità (anche se pare che l'INPI abbia cominciato a riflettere su tale apertura, almeno secondo quanto emerge da un comunicato-stampa dell'INPI in data 6 marzo 2012 in occasione della messa a disposizione di un nuovo Manuale dell'utente in materia di marchi). La tutela del marchio accordata dalla LPI si fonda su tre principi: di territorialità, di specialità e di lotta alla concorrenza sleale. I limiti alla registrazione del marchio sono previsti dall'art. 124 LPI (per esempio, non possono essere registrati i marchi di natura generica, o semplicemente descrittiva, oppure marchi con citazione di propaganda come "il migliore", "il più rapido", "servizio di qualità", ecc.: IPR Desk, *Guida pratica sulla proprietà intellettuale in Brasile*, settembre 2009, pag. 41), mentre l'art. 143 LPI enumera i casi di estinzione della registrazione.

Non è ammessa la registrazione di marchi che si riferiscono al solo senso dell'udito, dell'olfatto, del gusto e del tatto (che possono comunque essere protetti dalle norme in materia di repressione della concorrenza sleale, come ricorda la Relazione dell'IPR Desk San Paolo, *Analisi dei diritti di proprietà intellettuale in America del Sud*, novembre 2010). Argomentando dall'art. 122 della LPI – che

ammette la registrazione di tutti i segni visualmente percepibili – si ritiene ammissibile e consentita la registrazione del marchio tridimensionale (fonte: *Analisi dei diritti di proprietà intellettuale in America del Sud*, sotto la supervisione dell'IPR Desk San Paolo, novembre 2010, pagg. 31 - 32). Un dettagliato esame dei marchi registrabili e non registrabili – ricco di calzanti esempi – è reperibile nella pubblicazione *Direttrici di Analisi dei Marchi in Brasile*, a cura dell'IPR Desk San Paolo, aprile 2011.

Particolare interesse per l'operatore straniero riveste la disposizione secondo cui la registrazione del marchio si estingue se il titolare residente all'estero non provvede a nominare un procuratore in Brasile (artt. 78 e 217 LPI). La procura deve essere conferita in lingua portoghese oppure, se in lingua straniera, deve essere tradotta e asseverata; la procura deve essere sempre presentata entro 60 giorni dal primo atto (art. 216 LPI).

Per il titolare straniero di un marchio privo di registrazione in Brasile, ma registrato all'estero e notoriamente conosciuto anche in Brasile, è costituita la tutela dall'art. 6-bis della Convenzione di Parigi, secondo cui lo Stato membro della Convenzione deve rifiutare la richiesta di registrazione (o cancellare la registrazione) che riproduca un marchio notoriamente conosciuto e registrato in un altro Stato Membro.

Per i vari dettagli del processo di registrazione si rinvia alla pubblicazione dell'IPR Desk, *Guida pratica sulla proprietà intellettuale in Brasile*, settembre 2009, pag. 42 ss. In estrema sintesi, il richiedente dovrà:

- verificare la registrabilità del marchio in conformità alla legge brasiliana;
- effettuare una ricerca nella Banca Dati dell'INPI per controllare che il marchio non sia già stato registrato;
- determinare la natura del marchio (prodotto, servizio, marchio collettivo, marchio di certificazione) e la forma (marchio nominativo, figurativo, misto, tridimensionale);
- registrarsi all'INPI per avere accesso ai bollettini di pagamento della tassa di deposito;
- accedere alla sezione "e-marcas" sul sito dell'INPI e inviare la richiesta, corredandola





con la ricevuta di pagamento della tassa di deposito;

- dopo un esame formale, la richiesta di registrazione è soggetta a pubblicazione ufficiale;
- in caso di mancata opposizione, la richiesta è sottoposta a un esame tecnico e finalmente accolta;
- si deve quindi provvedere a versare le tasse finali per l'emissione del certificato e per la protezione del primo decennio.

L'uso del marchio registrato è fondamentale ai fini dell'effettività della tutela: il titolare può infatti decadere dai suoi diritti prima della scadenza del periodo decennale sia per mancato uso nei primi 5 anni dalla registrazione, sia nel caso in cui il titolare non utilizzi il marchio registrato per un periodo superiore a 5 anni consecutivi oppure utilizzi il marchio con una modifica che implica alterazione del suo carattere distintivo e originale.

L'art. 139 LPI disciplina la licenza d'uso del marchio; si segnala che il contratto di licenza deve essere protocollato presso l'INPI affinché possa essere opponibile ai terzi (art. 140 LPI). Il contratto deve specificare se la licenza è rilasciata a uso esclusivo e se è concessa la sub-licenza. In ogni caso, il termine di validità del contratto di licenza di marchio non può superare la durata del diritto di privativa.

La nullità del marchio può essere oggetto sia di un procedimento amministrativo (artt. 168-171 LPI), sia di un'azione giudiziale (artt. 173-175 LPI). Quest'ultima si prescrive in 5 anni dalla data della concessione della registrazione.

La tutela penale contro la violazione del marchio è assicurata dagli artt. 189 e 190 LPI: chi riproduce, imita o altera un marchio registrato è punito con la pena detentiva da 1 a 3 anni o con una sanzione pecuniaria; chi importa, esporta, vende, occulta o immagazzina un prodotto su cui è apposto un marchio illegittimamente riprodotto o imitato, oppure utilizza un marchio altrui per il *packaging* del proprio prodotto, è punito con una pena detentiva da 1 a 3 mesi o con una sanzione pecuniaria.

Nel 2008 le imprese italiane hanno effettuato 957 richieste di registrazione di marchio in Brasile; per

l'effetto, l'Italia si colloca al settimo posto delle richieste di registrazione. Si evidenzia un trend in crescita rispetto agli anni precedenti, specialmente per quanto riguarda le richieste provenienti da Paesi europei, Cina e Giappone.

5. BREVETTI

Secondo la normativa brasiliana, l'autore di un'invenzione o di un modello di utilità ha il diritto di ottenere il relativo brevetto, definito dall'INPI come: *"Il titolo di proprietà temporaneo, concesso dallo Stato, su un'invenzione o un modello di utilità, dal quale il creatore (autore/inventore), che sia una persona fisica o giuridica, o anche una persona che riceve questo diritto da questi, può usufruire esclusivamente della fabbricazione, commercializzazione, importazione, uso, vendita, etc."* (Fonte: IPR Desk, *Guida pratica sulla proprietà intellettuale in Brasile*, settembre 2009, pag. 13; la protezione concessa dal brevetto è prevista dall'art. 42 LPI). Quando l'invenzione o il modello di utilità è frutto dell'attività inventiva di due o più persone, il brevetto può essere richiesto congiuntamente o da uno degli inventori singolarmente.

Il sistema brasiliano di tutela è basato sulla c.d. "first to file rule", ossia sulla regola secondo cui la tutela è concessa al primo inventore che richiede la protezione, non al primo inventore di per sé (in tal senso il sistema brasiliano si contrappone alla cd. "first to invent rule").

Le caratteristiche richieste per la brevettabilità sono:

- per le invenzioni: la novità, l'essere frutto di attività inventiva (originalità) e la possibilità di avere applicazione industriale (art. 8 LPI);
- per i modelli di utilità: si richiede che l'oggetto di uso pratico (o parte di questo) soddisfi il requisito di nuova forma o disposizione, a patto che detta caratteristica derivi da un atto creativo e rappresenti un miglioramento funzionale dell'oggetto nel suo uso o nella sua fabbricazione (art. 9 LPI).

Si precisa che un brevetto è considerato nuovo quando non rientra nel cd. "stato della tecnica"; quest'ultimo è costituito: *"Da tutto ciò che è stato*



reso accessibile al pubblico, sia mediante una descrizione scritta o verbale che mediante l'uso o qualsiasi altro mezzo, compreso il contenuto di brevetti in Brasile e all'estero, prima della presentazione della richiesta del brevetto" (art. 11 LPI, traduzione informale), fatti salvi i casi in cui la rivendicazione di priorità sia stata comprovata in ossequio alla Convenzione di Parigi.

L'art. 10 LPI esclude la brevettabilità, fra l'altro, per le scoperte, le teorie scientifiche e i metodi matematici; le concezioni puramente astratte; schemi, piani, principi o metodi commerciali, contabili, finanziari, educativi, pubblicitari, di sorteggio, di fiscalizzazione; le opere letterarie, architettoniche, artistiche e scientifiche o qualsiasi creazione estetica (per tali casi è accordata la tutela del diritto d'autore, che non è oggetto del presente approfondimento); i software; la presentazione di informazioni; le tecniche e i metodi chirurgici, così come i metodi terapeutici o di diagnosi, sia in campo medico, sia in campo veterinario; ecc.

Secondo l'art. 18 LPI non è brevettabile, fra l'altro, tutto ciò che è contrario alla morale, al buon costume e alla sicurezza, all'ordine e alla salute pubblica; non sono inoltre brevettabili le sostanze e i prodotti derivanti dalla trasformazione del nucleo dell'atomo, nonché gli esseri viventi (fatta eccezione per i microorganismi transgenici, come si vedrà *infra*).

La richiesta di brevetto (nazionale o PCT) deve essere indirizzata all'INPI (presso la sede di Rio de Janeiro oppure presso gli Uffici/Enti Regionali negli altri Stati brasiliani), deve essere redatta in 4 copie e deve contenere:

- la richiesta dell'inventore (per la quale si deve riempire un modulo denominato "Depósito de Pedido de Patente" disponibile presso l'INPI);
- una relazione con la descrizione accurata dell'invenzione;
- le rivendicazioni;
- il disegno, ossia la raffigurazione grafica dell'invenzione (obbligatoria per i modelli di utilità);
- un riassunto (*abstract*);
- la prova del pagamento della relativa tassa (art. 19 LPI; i costi delle varie tasse in materia brevettuale sono indicati analiticamente nella

Guida pratica sulla proprietà intellettuale in Brasile, settembre 2009, pagg. 22-25).

Una delle quattro copie sarà restituita al richiedente.

Per quanto riguarda la richiesta di priorità per la registrazione di un brevetto straniero (art. 16 LPI), essa deve contenere in particolare: numero, data, titolo, rapporto descrittivo, rivendicazioni (ove del caso), disegni, una traduzione semplice del certificato di deposito (Fonte: IPR Desk, *Guida pratica sulla proprietà intellettuale in Brasile*, settembre 2009, pag. 16). Si rinvia all'analisi dell'art. 16 LPI per maggiori dettagli in proposito, anche in merito alla tempistica relativa.

A seguito del deposito della richiesta (eventualmente anche mediante un avvocato o un consulente in proprietà intellettuale), dopo un esame preliminare e formale, viene consegnata al richiedente una ricevuta che attesta il deposito stesso. A seguito dell'esame preliminare, può essere richiesto al depositante di provvedere entro 30 giorni a effettuare alcune modifiche all'invenzione o di provvedere al completamento di alcuni dati. In caso di mancata osservanza, la procedura si interrompe e la documentazione viene restituita al richiedente. Decorso 18 mesi dal deposito, nel corso dei quali la richiesta di brevetto è secretata, l'INPI provvede alla pubblicazione ufficiale; il richiedente dispone di un periodo di 36 mesi (decorrente dalla data di deposito) per avanzare istanza di esame tecnico della propria domanda di brevetto; in assenza di detta istanza di esame tecnico, la procedura si estingue (è peraltro possibile disarchiviare la pratica previa idonea richiesta in tal senso e previo pagamento di una tassa).

Se l'esame tecnico si conclude positivamente, il brevetto viene concesso al richiedente. Se invece l'esame tecnico si conclude negativamente, il richiedente ha a disposizione 90 giorni di tempo per contrastare la decisione (fonte: IPR Desk San Paolo, *Analisi dei diritti di proprietà intellettuale in America del Sud*, novembre 2010).

Nei 6 mesi successivi alla concessione, i terzi interessati possono chiedere la nullità del brevetto in via amministrativa.

L'iter per la concessione del brevetto ha



complessivamente una durata temporale che si attesta, in media, sui 6-7 anni decorrenti dalla data di inoltro della richiesta (Fonte: IPR Desk, *Guida pratica sulla proprietà intellettuale in Brasile*, settembre 2009, pag. 13).

La durata del brevetto è di 20 anni, decorrenti dalla data del deposito; nel caso di modelli di utilità, la durata è di 15 anni.

Si evidenzia che lo sfruttamento del brevetto dovrà iniziare al massimo entro 3 anni dalla concessione; in caso contrario, i terzi interessati avranno la possibilità di conseguire una licenza obbligatoria sul brevetto medesimo.

I casi di estinzione del diritto di brevetto sono:

- l'interruzione dello sfruttamento dello stesso per 2 o più anni;
- la mancata corresponsione delle tasse governative annuali all'INPI;
- la rinuncia espressa al diritto di privativa industriale;
- la cancellazione del brevetto per disposizione dell'autorità amministrativa o giudiziale.

L'operatore straniero deve porre attenzione alla norma, già analizzata anche in materia di marchi, secondo cui la registrazione del diritto si estingue se il titolare residente all'estero non provvede a nominare un procuratore in Brasile (artt. 78 e 217 LPI).

Per quanto riguarda le c.d. "invenzioni dei dipendenti" messe a punto nell'ambito di contratti di ricerca o similari, il diritto alla richiesta di brevetto spetta al datore di lavoro e non è dovuto alcun pagamento al dipendente (salvo patto contrario contenuto nel contratto). Dopo la cessazione degli effetti del contratto, il diritto alla brevettabilità dell'invenzione permane in capo al datore di lavoro per un anno.

I contratti di licenza d'uso di brevetto devono essere registrati all'INPI per essere resi opponibili ai terzi. Detti accordi devono specificare se la licenza è rilasciata a uso esclusivo e se è concessa o meno la sub-licenza. In ogni caso, il termine di validità del contratto di licenza di brevetto non può superare la durata del diritto di privativa. Vale altresì la pena ricordare che, in alcuni casi, è prevista la possibilità di conseguire una licenza obbligatoria sul brevetto

(essenzialmente nel caso in cui il titolare metta in atto una pratica abusiva, nel caso di abuso di potere economico da parte del titolare stesso oppure in ipotesi di emergenza nazionale), al termine di un procedimento amministrativo o giudiziale.

La nullità del brevetto può essere invocata in sede amministrativa o in sede giudiziale; in entrambi i casi il procedimento può essere iniziato su impulso di parte o d'ufficio dell'INPI. Nel primo caso, il procedimento deve essere iniziato entro il termine di 6 mesi dalla pubblicazione della concessione del brevetto. L'azione giudiziale di nullità può invece essere iniziata in qualsiasi momento (purché nell'arco temporale di validità del brevetto).

La tutela penale contro la violazione del diritto di brevetto è contenuta agli artt. 183-186 LPI: ai fini che qui interessano, si ricorda che chi fabbrica un prodotto coperto da brevetto oppure chi usa un mezzo o un processo protetto da brevetto senza aver previamente ottenuto l'autorizzazione del legittimo titolare è punito con la pena detentiva da 3 mesi a 1 anno; chi esporta, vende, occulta o importa un prodotto realizzato mediante violazione di un brevetto è punito con una pena detentiva da 3 mesi a 1 anno o con una sanzione pecuniaria.

Similmente, è punito con una pena detentiva da 1 a 3 mesi o con una sanzione pecuniaria chi fornisce un componente di un prodotto brevettato oppure un componente di un materiale/equipaggiamento atto a realizzare un processo brevettato, sempre se l'applicazione finale comporta l'uso del brevetto violato.

Oltre al già citato portale dell'INPI, vi sono anche altri siti Internet che offrono la possibilità di ricercare i brevetti depositati in Brasile; fra questi, si segnala in particolare il sito Internet <http://lp.espacenet.com/> (dalla piattaforma espacenet.com ®, relativo al programma LATIPAT dedicato alla tutela dei diritti di proprietà industriale nei Paesi dell'America Latina), che offre un motore di ricerca avanzata, utilizzabile nei termini e alle condizioni ivi previste.

Infine, vale la pena ricordare che nel 2011 il Ministero italiano dello Sviluppo Economico ha messo a disposizione alcuni incentivi al fine di agevolare la competitività internazionale delle imprese italiane e che, nell'ambito di questa iniziativa, è prevista in particolare l'erogazione di



premi a fondo perduto a favore delle imprese che provvedono a depositare in un Paese straniero la richiesta di estensione del proprio titolo di proprietà industriale: il Brasile è annoverato fra i Paesi per i quali sono previsti particolari bonus.

6. BREVETTI DI BIOTECNOLOGIA O BIOMEDICINA

Norme speciali regolano i diritti di privativa industriale nel campo dei prodotti chimici, alimentari e farmaceutici.

L'art. 18, co. 3, del LPI pone i limiti alla brevettabilità nel campo delle biotecnologie. Secondo tale disposizione non sono brevettabili: *“Il tutto o parte degli esseri umani, eccetto i microorganismi transgenici che rispettano i tre requisiti della brevettabilità – novità, attività inventiva e applicazione industriale – previsti in base all'art. 8, 1° c., e che non siano una mera scoperta”*, avendo il Paragrafo Unico cura di specificare che *“Per i fini della presente Legge, i microorganismi transgenici sono organismi, eccetto il tutto o parte delle piante e degli animali, che esprimono, attraverso l'intervento umano nella sua composizione genetica, una caratteristica normalmente non ottenibile dalla specie in condizioni naturali”* (trad. a cura del Desk per la Tutela della Proprietà Intellettuale – San Paolo, *Disciplina brasiliana dei brevetti di biotecnologia*).

7. DISEGNI INDUSTRIALI

Il diritto di privativa avente a oggetto un disegno industriale è valido per 10 anni, prorogabile (al massimo per 3 volte) per periodi di 5 anni ciascuno. Il procedimento di registrazione dura in media dai 6 mesi a 1 anno.

I requisiti per la protezione sono la novità, l'originalità e l'applicazione industriale (come per i brevetti d'invenzione). Il deposito della richiesta di registrazione, da redigersi in 3 copie, deve ottemperare a quanto disposto dall'art. 101 LPI, ossia deve contenere:

- la richiesta di registrazione;
- la relazione contenente la descrizione dettagliata del disegno;
- le rivendicazioni (ove del caso);

- il disegno o le fotografie;
- la specificazione del campo di applicazione del disegno;
- la prova dell'avvenuto pagamento della tassa governativa.

Si deve altresì riempire un modulo denominato *“Depósito de Registro de Desenho Industrial”* disponibile presso l'INPI (per altri adempimenti burocratici nonché per un'indicazione analitica dei costi, si rinvia alla minuziosa elencazione contenuta nella *Guida pratica sulla proprietà intellettuale in Brasile*, settembre 2009, pag. 32).

8. TRASFERIMENTO DI TECNOLOGIA

Mediante l'*Ato Normativo* 135 del 15/4/97, l'INPI ha posto le basi normative per la disciplina dei contratti di trasferimento di tecnologia.

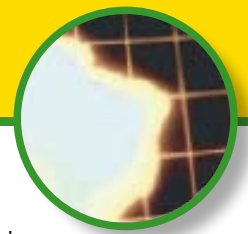
I contratti di trasferimento di tecnologia devono essere registrati presso l'INPI; oltre che per finalità di pubblicità nei confronti dei terzi, la registrazione presso l'INPI è necessaria per poter effettuare il pagamento del corrispettivo a favore del soggetto estero, nonché per consentire al soggetto che effettua il pagamento di ottenere la detrazione fiscale delle somme pagate a titolo di spese operative.

Nell'effettuare la registrazione dell'accordo, l'INPI esegue un'analisi contenutistica della convenzione e della documentazione allegata: gli accordi in questione devono indicare in dettaglio gli obiettivi e i diritti di proprietà oggetto del contratto, le forme di pagamento delle *royalties*, nonché le modalità operative con le quali verrà effettuato il trasferimento della tecnologia.

9. INDICAZIONI GEOGRAFICHE

Si è già menzionata la Risoluzione INPI n° 75/2000 per la disciplina della registrazione delle indicazioni geografiche in Brasile. Per quanto rileva in questa sede, si ricorda che le indicazioni geografiche in Brasile si distinguono in *“indicazione di origine”* (*Indicação de Procedência*) e in *“denominazione di origine”* (*Denominação de Origem*):

- le indicazioni di origine *“comprendono segni*



che indicano un'origine geografica specifica che è diventata un riferimento per un determinato prodotto, fatto o commercializzato in quel luogo, senza, però, che quest'origine abbia influenza diretta sulle caratteristiche del prodotto in sé. Per esempio cioccolate e orologi svizzeri, profumi francesi, formaggi italiani, etc.” (così IPR Desk San Paolo, *Analisi dei diritti di proprietà intellettuale in America del Sud*, novembre 2010, pag. 35);

- le denominazioni di origine “sono nomi geografici in relazione a prodotti le cui caratteristiche principali sono attribuite all'ambiente geografico di origine, sia per fattori naturali che umani. Questi prodotti ricevono un'influenza diretta dai fattori naturali o umani, come la qualità del suolo, il clima, le tecniche di preparazione o la manifattura tipica. Per esempio: (...) formaggi e prosciutti italiani come il Gorgonzola, il Parmigiano, il Prosciutto di Parma” (così IPR Desk San Paolo, *Analisi dei diritti di proprietà intellettuale in America del Sud*, novembre 2010, pag. 35). Proprio su questo versante, vale la pena ricordare che – specialmente nel settore alimentare – alcune denominazioni di origine possono considerarsi “consagrate”, ossia “consolidate” per via dell'uso e della rinomanza del nome. Secondo quanto riportato dalla Relazione dell'IPR Desk di San Paolo sull'Italian sounding, tuttavia, l'utilizzo di una denominazione d'origine “consagrada” non è sufficiente per assicurare la tutela ai prodotti italiani: i Ministeri dell'Agricoltura e della Sanità brasiliani dispongono infatti di una normativa che, a certe condizioni, autorizza l'utilizzo dei nominativi DOP stranieri sui prodotti agro-alimentari d'origine brasiliana. La Risoluzione 259/2003 del Ministero della Sanità e l'Istruzione normativa 22/2005 del Ministero dell'Agricoltura, permettono che, per esempio, un nominativo italiano possa essere utilizzato purché presenti la parola “TIPO” prima dell'indicativo del prodotto: per fare un esempio, “formaggio TIPO Grana” (fonte: IPR Desk San Paolo, *Analisi del fenomeno Italian Sounding in Brasile*, pag. 29).

Secondo quanto previsto dall'art. 180 LPI, non è registrabile come indicazione geografica un nome divenuto di uso comune per l'indicazione di un

prodotto o un servizio. Anche la tutela delle indicazioni geografiche è assicurata da alcune previsioni di natura penale (artt. 192-194 LPI).

10. DIFFICOLTÀ E CRITICITÀ NELL'APPLICAZIONE DELLA LPI

Con riferimento al contenzioso giudiziale in materia di privativa industriale, non esistono in Brasile Tribunali speciali (o sezioni speciali dei Tribunali) competenti per l'esame delle relative controversie. Le controversie sono pertanto rimesse all'esame del Tribunale ordinario in sede civile oppure, ove del caso, in sede penale. La mancata specializzazione della magistratura chiamata a giudicare in materia di proprietà intellettuale provoca un rallentamento delle cause pendenti.

Un ulteriore profilo di criticità nel sistema di tutela brasiliano riguarda la mancanza di una normativa specifica per la registrazione del nome di dominio, che non consegue automaticamente alla registrazione del marchio. Esistono tuttavia delle procedure di registrazione messe a punto, in forma di prassi, dal Comitato Gestore di Internet in Brasile (*Comitê Gestor da Internet do Brasil*): maggiori informazioni sono reperibili al sito www.cgi.br.

3. Task Force ICE per l'assistenza alle imprese per la tutela dei diritti di proprietà intellettuale

1. LA TASK FORCE ICE PER L'AMERICA DEL SUD

Il Desk Anticontraffazione di San Paolo, attivato nell'aprile del 2008 e rimasto operativo sino al 31



ottobre 2011, aveva competenza su tutto il Brasile. Così come gli altri Desk Anticontraffazione attivati presso gli Uffici ICE dal Ministero dello Sviluppo Economico, anche il Desk di San Paolo veniva spesso indicato con l'acronimo "IPR Desk" (*Intellectual Property Rights Desk*).

Attualmente, a seguito della chiusura degli IPR Desk (con la sola eccezione dell'IPR Desk di Pechino), è stata attivata presso la sede ICE di Roma una *task force* per l'assistenza alle imprese per la tutela dei diritti di proprietà intellettuale. Per quanto riguarda l'area dell'America del Sud, il referente è il Dott. Giuseppe Oliva, già Responsabile dell'IPR Desk di San Paolo.

Previa richiesta alla Task Force dell'ICE, è possibile ricevere copia delle seguenti recenti pubblicazioni:

- *Analisi dei Diritti di Proprietà Intellettuale in America del Sud.*
- *Analisi del fenomeno Italian Sounding in Brasile.*
- *Analisi del mercato brasiliano dei prodotti italiani falsificati.*
- *Brasile originale - Brasil Original.*
- *Diretrici di Analisi dei Marchi in Brasile.*
- *Guida pratica sulla proprietà intellettuale in Brasile (settembre 2009).*

Contatti:

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane
Task Force per l'assistenza alle imprese per la tutela dei diritti di proprietà intellettuale
Area America del Sud - Dott. Giuseppe Oliva
tel. 06 5992 6085
e-mail: g.oliva@ice.it

4. Il sistema giudiziario

Il sistema giudiziario brasiliano, analogamente a quanto avvenuto negli altri Paesi latino-americani, è stato influenzato dai modelli importati dall'esperienza coloniale, in particolare dal Portogallo. Prima di prendere in esame la piramide giudiziaria brasiliana, è opportuno sottolineare che, secondo

una recente pronuncia del *Supremo Tribunal Federal* (26 ottobre 2011), solo i soggetti che superano l'esame di abilitazione all'*Ordem dos Advogados do Brasil* possono esercitare la professione forense. Tornando all'esame del sistema giudiziario brasiliano, si nota che esso è strutturato in due distinti livelli: i Tribunali federali e i Tribunali statali. Gli organi fondamentali in cui si articola il Potere Giudiziario sono:

- il *Conselho Nacional de Justiça*;
- il *Supremo Tribunal Federal*;
- il *Superior Tribunal de Justiça*.

Il *Conselho Nacional de Justiça* (Consiglio Nazionale di Giustizia) è, a livello federale, l'organo di controllo amministrativo e finanziario del sistema giudiziario e, dal 2004, di supervisione sull'operato dei giudici. È composto da 15 membri, di cui 9 scelti dai principali tribunali (un membro deve necessariamente appartenere al Supremo Tribunal Federal), e, per il resto, un Pubblico Ministero Federale, un Pubblico Ministero statale, 2 Avvocati scelti dall'Ordine Federale degli Avvocati e 2 cittadini brasiliani nominati rispettivamente dalla Camera dei Deputati e dal Senato.

Accanto al *Conselho Nacional de Justiça*, al vertice del sistema giurisdizionale federale vi è il *Supremo Tribunal Federal* (STF), cui è attribuito il controllo di costituzionalità di tutte le leggi federali e statali, sebbene si segnali che l'ordinamento brasiliano legittimi qualsiasi tribunale, anche di primo grado, a poter giudicare l'incostituzionalità di una norma, purché detto potere venga esercitato entro i limiti della propria competenza.

La competenza del STF si estende anche ad alcune questioni di rilievo internazionale quali l'estradizione, oltre al controllo sul bilancio federale, di cui è garante e in relazione al quale decide sulle controversie che coinvolgono Stati stranieri, organismi internazionali e organi giudiziari nazionali. Infine, è Tribunale competente a giudicare in via esclusiva, in prima e unica istanza, sulle controversie che riguardino le principali autorità a livello federale, quali il Presidente della Repubblica, i Ministri del Governo e i membri del Parlamento.

Il *Superior Tribunal de Justiça* è un organo composto da 33 giudici scelti dal Presidente della Repubblica,



previa approvazione del Senato, cui è attribuita, quale ultimo grado di giudizio per sole questioni di diritto, la fondamentale funzione nomofilattica, e quindi di garantire l'esatta osservanza e l'uniforme applicazione della legge.

Al *Superior Tribunal de Justiça* compete anche la decisione sul riconoscimento e l'esecuzione delle sentenze straniere, come attribuitagli dall'emendamento costituzionale n° 45/2004.

Si segnala inoltre l'esistenza di organi di giustizia federale c.d. "specializzata", che si articola ne:

- la *Justiça do Trabalho* (Giustizia del Lavoro), alla quale spetta giudicare le controversie in materia di:
 1. rapporti di lavoro, anche se con enti pubblici;
 2. esercizio del diritto di sciopero;
 3. organizzazioni sindacali e controversie tra sindacati, lavoratori e datori di lavoro;
 4. danni patrimoniali e morali derivanti dal rapporto di lavoro;
 5. sanzioni amministrative inerenti al rapporto di lavoro.
- La *Justiça Eleitoral* (Giustizia Elettorale), costituita dal Tribunale Superiore Elettorale e dai Tribunali Regionali Elettorali, competenti in materia elettorale e in materia di creazione e registrazione di partiti politici.
- la *Justiça Militar*, non subordinata alle Autorità Amministrative o alle Forze Armate e competente a giudicare e processare i crimini militari individuati dalla legge.

I tribunali federali sono competenti in via esclusiva, tra l'altro, per giudicare le controversie che hanno come oggetto:

- il funzionamento degli organi federali, come l'Istituto Nazionale delle Assicurazioni Sociali, (INSS, corrispondente all'INPS italiano);
- reati finanziari, diritti umani, reati commessi all'estero o a bordo di navi, aeromobili o in violazione della normativa sull'immigrazione;
- i diritti delle popolazioni indigene;
- i reati federali come frode all'INSS o uso di radio frequenza in difetto di specifica autorizzazione.

La Costituzione Federale Brasiliana riconosce come organi giudiziari federali solo la *Justiça Federal* e il *Tribunal Regional Federal*, (art. 106).

Tuttavia, oggi sono considerati come tali anche il *Juizado Especial Federal* e la *Turma Recursal*, costituiti successivamente, per mezzo della Legge 10.259/01.

Il Tribunale Speciale Federale è competente per conoscere le materie di competenza federale, inclusa la parte penale, entro il limite di valore corrispondente a 60 volte lo stipendio minimo, che oggi sarebbe R\$ 37.320,00. La sua attività è svolta secondo procedure informali, privilegiando l'oralità, e le esigenze di celerità e di economia processuale. In ogni caso, la scelta di iniziare un procedimento nei *Juizados Especiais* adottando questa procedura semplificata spetta all'attore, il quale ne valuterà liberamente i vantaggi (in particolare in termini di rapidità del giudizio) rispetto al giudiziario ordinario.

Il Tribunale Federale è competente a giudicare le materie che esulano dalla competenza del Tribunale Speciale, mentre la funzione di secondo grado è affidata ai Tribunali Regionali Federali.

A livello di giustizia statale, si precisa che i tribunali di ogni singolo *Estado* hanno una competenza generale residuale, su tutte le controversie sottratte alla competenza dei tribunali federali. Pertanto, considerata la competenza estremamente specializzata dei tribunali federali, la decisione della maggior parte delle cause di natura civile e commerciale è devoluta agli organi giudiziari statali. Ciascun *Estado* può tuttavia disciplinare l'organizzazione del proprio sistema giudiziario, oltre che del sistema di ripartizione delle competenze. Ne consegue che una descrizione generale del sistema giudiziario degli stati non può che essere parziale. In primo grado, la giustizia statale è esercitata dai Tribunali monocratici, la cui competenza territoriale si articola in distretti giudiziari, denominati *Comarcas*.

Presso la capitale di ogni *Estado* è situato il corrispondente *Tribunal de Justiça* (Tribunale di Giustizia), che svolge funzioni di giudice di secondo e ultimo grado per le decisioni nel merito delle controversie (va infatti rammentato che il *Superior Tribunal de Justiça* può essere adito, come ultimo grado di giudizio, solo per giudicare su questioni di mero diritto o casi di manifesta violazione della legislazione vigente).



L'organizzazione giudiziaria a livello statale è stata riformata con l'istituzione dei c.d. *Juizados Especiais Estaduais* (Tribunali Speciali dello Stato), costituiti dalla Legge 9.099/95 per giudicare le controversie di valore modesto e limitata complessità; si tratta di organi che possono essere assimilati ai Giudici di Pace nel sistema italiano.

Stante la funzione principalmente deflattiva attribuita ai *Juizados Especiais*, l'attività di tali tribunali è improntata ai principi di semplicità, oralità, informalità procedurale, economia processuale e celerità, come già detto. I Tribunali Speciali, inoltre, svolgono un ruolo molto attivo nella promozione della conciliazione della lite, incentivando le parti a raggiungere una soluzione transattiva della controversia. La competenza delle corti speciali è tuttavia molto limitata e determinata per:

- il valore della causa: i *Juizados Especiais* non possono giudicare cause di valore superiore a 40 volte l'ammontare del salario minimo vigente (limite di valore che nel 2012 ammonta a R\$ 24.880,00). È importante evidenziare che la scelta di radicare una controversia avanti a una Corte speciale per una causa di valore superiore comporta automaticamente la rinuncia della somma eccedente;
- lo status giuridico delle parti: l'incapace, il condannato, il fallimento e la società in stato di insolvenza non sono legittimati attivi né passivi;
- determinate materie: non sono competenti in materia di diritto fallimentare, in merito a interessi patrimoniali della Pubblica Amministrazione, a incidenti sul lavoro, allo stato e alla capacità delle persone fisiche, nonché per le materie di competenza della Giustizia Militare;
- estensione della pena per la competenza penale: i Tribunali Speciali possono giudicare soltanto reati minori, vale a dire quelli per i quali la legge stabilisce una pena inferiore ai due anni di reclusione.

Oltre a queste limitazioni, la competenza dei *Juizados Especiais* è comunque facoltativa e concorrente rispetto a quella dei tribunali tradizionali. È quindi

facoltà dell'attore scegliere di instaurare un giudizio davanti alla giustizia ordinaria anche per le materie che rientrerebbero nella competenza dei Tribunali Speciali.

L'articolato sistema giudiziario descritto sopra si scontra, tuttavia, con il problema della lentezza e dell'eccessivo carico di lavoro, che rende la tutela giurisdizionale scarsamente efficace, soprattutto in relazione alle controversie – *in primis* quelle in materia societaria – che richiedono una soluzione immediata o comunque rapida. Tra le ragioni principali di tale situazione possono essere menzionate l'eccessivo formalismo e il complesso sistema delle impugnazioni, di cui è affetto l'ordinamento brasiliano.

È parimenti da osservare, però, che negli ultimi anni vi sono stati interventi legislativi orientati a “snellire” e a rendere più specializzato il sistema giudiziario brasiliano; in quest'ottica deve essere infatti letta la creazione delle Corti Speciali, così come la formulazione di una legge sull'arbitrato (su cui si v. *infra*), oltre che la semplificazione della procedura di esecuzione delle sentenze.

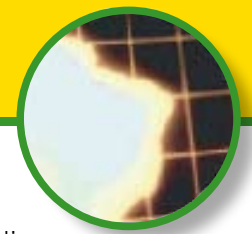
1. GIURISDIZIONE E ARBITRATO

Con riferimento all'individuazione del foro competente, la legge brasiliana non contiene una regola specifica; in materia di diritti disponibili, vige il criterio generale del foro del convenuto, salvo, ovviamente, diversa disposizione delle parti e salvo gli altri casi di deroga del foro generale. Quindi, le parti possono eleggere liberamente il foro competente: detto principio è stato più volte ribadito dal *Supremo Tribunal Federal*, che ha ribadito la facoltà delle parti di devolvere la controversia a una giurisdizione straniera.

Sussiste, invece, la giurisdizione esclusiva inderogabile dei tribunali brasiliani per decidere controversie in materia:

- immobiliare, quando si tratti di beni immobili situati in Brasile;
- successoria, quanto siano coinvolti beni situati in Brasile, a prescindere dal luogo di decesso del *de cuius*;
- di contrattualistica internazionale, quando uno dei contraenti sia un ente governativo





federale. Nei contratti che coinvolgono enti pubblici brasiliani, è vietata sia l'applicazione di una legge straniera, sia la devoluzione della controversia a un tribunale straniero.

Negli stessi casi, le Corti brasiliane non riconosceranno la validità di una decisione giudiziale straniera.

Da un punto di vista più strettamente pratico, è importante osservare che la legislazione brasiliana non pone alcun requisito particolare allo straniero residente in Brasile che intenda promuovere un'azione giudiziale presso i Tribunali del Paese. Qualora, invece, la controversia venga radicata da un cittadino brasiliano o da uno straniero non residente in Brasile, è imposto il deposito di una cauzione, che sia almeno sufficiente a coprire le spese legali della procedura, oltre all'eventuale rimborso delle spese che potrà essere dovuto al convenuto, nel caso in cui venga rigettata la domanda.

L'attore che sia proprietario di un immobile nel Paese può proporre la proprietà quale garanzia di pagamento, in caso di soccombenza. In proposito, è importante segnalare che l'obbligo di versamento del deposito cauzionale sopra descritto non trova applicazione con riferimento ai cittadini italiani. Infatti, ai sensi dell'art. 9 della Convenzione di cooperazione giudiziaria in materia civile, firmata da Brasile e Italia il 19.10.1989, si prevede che i cittadini di entrambi i Paesi o le persone ivi residenti o domiciliate, non siano tenuti a prestare alcuna cauzione in ragione della loro condizione di non residenti o stranieri.

Si segnala, tra l'altro, che i tribunali brasiliani possono essere chiamati a decidere applicando la legge straniera al rapporto oggetto della controversia. Il Brasile, infatti, è tra i firmatari del *Protocollo de Buenos Aires sulla Jurisdicción Internacional en materia contractual* (Protocollo concernente la competenza giurisdizionale in materia contrattuale), che riprende parzialmente quanto contenuto nella Convenzione di Roma del 1980 sulla legge applicabile alle obbligazioni contrattuali.

Secondo la legislazione brasiliana, le parti possono pertanto scegliere liberamente la legge

applicabile alle obbligazioni contrattuali; è quindi legittima la scelta di una legge straniera quale legge applicabile a un determinato rapporto contrattuale, purché la legge straniera sia conforme all'ordine pubblico, alla morale e al buon costume brasiliano.

Qualora le parti non individuino espressamente la legge applicabile a un rapporto e possa sussistere un conflitto tra leggi di ordinamenti diversi, il Giudice dovrà decidere secondo la legge applicabile secondo i principi stabiliti dalla legge brasiliana sul diritto internazionale privato (contenuti nel Decreto Legge n° 4657 del 04.09.1942, rubricato Legge d'introduzione al Codice Civile Brasiliano).

Secondo tali principi, se si versa in materia di obbligazioni contrattuali, trova applicazione la legge del Paese in cui il contratto deve avere esecuzione. Per quanto riguarda, invece, lo status personale e gli aspetti relativi allo stato civile (nome, domicilio, capacità), la legge applicabile è quella del Paese di residenza della persona fisica, mentre le questioni relative ai beni immobili, sono rette dalla *lex rei sitae*, ossia dalla legge del luogo in cui si trova la cosa, mentre, nel caso di beni mobili che il proprietario porta con sé, si applicherà la legge del Paese di residenza.

Affinché una sentenza straniera abbia efficacia e sia eseguibile in Brasile, è necessaria l'omologazione da parte del *Superior Tribunale de Justiça*, a prescindere dall'esistenza di accordi di reciprocità o di trattati internazionali stipulati tra il Paese in cui la sentenza è stata emessa e il Brasile.

Il *Superior Tribunale de Justiça* si limita, tuttavia, alla verifica della sussistenza dei requisiti di legge nel giudicato straniero, e quindi che la sentenza:

- sia stata pronunciata da un giudice competente nel rispetto del principio del contraddittorio e assicurando alle parti una difesa tecnica;
- sia passata in giudicato secondo la legge del luogo in cui è stata pronunciata, a patto che tale legge non contenga disposizioni contrarie all'ordine pubblico brasiliano;
- sia stata legalizzata dal Consolato brasiliano competente e inoltrata al *Superior Tribunale de Justiça* munita di traduzione ufficiale giurata.



Una volta ottenuta l'omologazione, potrà procedersi all'esecuzione della sentenza straniera avanti al tribunale di grado inferiore territorialmente competente. Ove, poi, si tratti di sentenza di condanna al pagamento di una somma calcolata in valuta straniera, per la conversione in valuta brasiliana dovrà applicarsi il tasso di cambio vigente al momento del pagamento.

2. L'ARBITRATO NEL SISTEMA BRASILIANO

L'istituto dell'arbitrato si è sviluppato molto negli ultimi anni in Brasile, soprattutto dopo la ratifica della Convenzione di New York nel 2002.

Con la legge 23 settembre 1996, n. 9.307, il legislatore brasiliano ha introdotto una sostanziale modifica nel sistema previgente, prevedendo una disciplina chiara e di facile applicazione. La diffusione dell'arbitrato è stata, però, inizialmente ostacolata a causa di alcuni dubbi di costituzionalità dell'istituto, in particolare sulla natura vincolante della clausola arbitrale. Si contestava, infatti, che una simile previsione violasse il diritto alla tutela giurisdizionale, sancito dall'art. 5, XXXV della Costituzione Federale.

Detto contrasto è stato superato definitivamente solo nel 2001, quando il *Supremo Tribunal Federal* ha riconosciuto la costituzionalità della Legge federale n° 9.307/96, creando così le condizioni per una maggiore diffusione dell'istituto dell'arbitrato in Brasile.

I principi-cardine della disciplina arbitrale nel sistema brasiliano sono:

- la natura vincolante della clausola arbitrale e del lodo;
- l'attribuzione di un'ampia autonomia decisionale alle parti nella scelta delle norme applicabili alla procedura arbitrale o nell'autorizzazione agli arbitri a decidere secondo equità.

Le norme sull'arbitrato consentono di sottoporre a procedura arbitrale qualsiasi controversia che riguardi diritti patrimoniali disponibili. La clausola arbitrale, per la quale è richiesta la forma scritta, può disciplinare nel dettaglio tutti gli aspetti procedurali

di un eventuale futuro arbitrato, ovvero può prevedere, più genericamente, anche solo l'impegno di risolvere una controversia mediante tale istituto. Qualora sorga una controversia che debba essere decisa tramite procedura arbitrale e le parti non abbiano previsto i dettagli procedurali e non pervengano spontaneamente a un accordo sulle regole per la costituzione e il funzionamento del collegio arbitrale possono rivolgersi al giudice ordinario, affinché integri le lacune della clausola; il giudice può anche adottare le misure necessarie all'attivazione dell'arbitrato, nel caso in cui una delle parti vi si opponga in violazione di una clausola arbitrale valida.

La sentenza giudiziale può, invero, sostituire il compromesso, ma la funzione del giudice è limitata a quanto necessario per la costituzione e il funzionamento del collegio arbitrale, senza tuttavia violare la competenza esclusiva di quest'ultimo.

La Legge Federale n. 9.307 del 1996 stabilisce l'autonomia della clausola arbitrale rispetto alle altre disposizioni del contratto; detta clausola, cioè, non viene inficiata dall'eventuale dichiarazione di invalidità del contratto o di altre sue singole clausole.

Qualora, invece, le parti decidano di stipulare un compromesso arbitrale, l'accordo deve contenere, quali elementi essenziali, a pena di invalidità:

- nome, professione, stato civile e domicilio delle parti;
- nome, professione, stato civile, domicilio dell'arbitro o degli arbitri, ovvero l'indicazione del nome dell'ente responsabile della nomina dell'arbitro;
- l'oggetto dell'arbitrato;
- il luogo di pronuncia del lodo.

Sono, invece, ritenuti elementi facoltativi ed eventuali del compromesso arbitrale:

- l'indicazione del luogo dove la procedura arbitrale avrà luogo;
- il conferimento esplicito agli arbitri di giudicare la controversia secondo equità;
- il termine massimo concesso agli arbitri per l'emissione del lodo;
- l'indicazione delle norme applicabili all'arbitrato;



- l'indicazione della responsabilità per il pagamento delle spese della procedura arbitrale;
- l'indicazione degli onorari degli arbitri.

La legge brasiliana prevede quale unico requisito per assumere la qualità di arbitro la capacità di agire, oltre al fatto che deve trattarsi di un soggetto imparziale, nei cui confronti le parti possano riporre la loro fiducia.

Per quanto riguarda, invece, l'impugnazione del lodo arbitrale, questa è ammessa ai fini di accertarne la nullità o invalidità per difetto dei requisiti legali previsti. Il lodo arbitrale ha la stessa efficacia di una sentenza pronunciata dall'Autorità Giudiziaria, costituendo così titolo esecutivo che può essere fatto valere senza la necessità di una previa omologazione o riconoscimento giudiziale. Il lodo arbitrale straniero, invece, potrà trovare esecuzione in Brasile solo previa omologazione da parte del *Superior Tribunal de Justiça*, secondo la procedura precedentemente descritta per il riconoscimento delle sentenze straniere. A tal proposito, si deve ricordare che spesso il riconoscimento nel Paese di un arbitrato straniero viene contestato mediante l'invocazione di una pretesa "contrarietà all'ordine pubblico brasiliano". Ciò accade specialmente quando la controversia devoluta alla cognizione degli arbitri è stata decisa applicando una legge straniera. Sul punto, la giurisprudenza del *Superior Tribunal de Justiça* continua tuttavia a ribadire che il concetto di "ordine pubblico" deve essere interpretato restrittivamente (si veda recentemente la decisione del 6 ottobre 2011, SEC 5493).

In ultimo, si aggiunge che in Brasile è possibile condurre una procedura arbitrale in lingua straniera, ma in detta ipotesi è tuttavia opportuno considerare l'inevitabile aumento dei costi derivanti dalla traduzione dei documenti da parte di un notaio, e del lodo arbitrale nel momento della sua esecuzione.





Capitolo Quinto 05

A cura di Interprofessional Network¹

ASPETTI TRIBUTARI	
1	Aspetti generali del sistema tributario
2	Imposte indirette
3	IPI (<i>Imposto sobre produtos industrializados</i>) - Federal value added tax (o Federal Excise Tax)
4	PIS-PASEP e COFINS
5	IOF (<i>Imposto sobre operações financeiras</i>)
6	ICMS (<i>Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços</i>) - State Value Added Tax
7	ISS (<i>Imposto sobre serviços</i>) - Municipal Service Tax
8	Imposte dirette sulle persone giuridiche
9	Imposte dirette sulle persone fisiche
10	Agevolazioni fiscali per gli investimenti esteri

1. Aspetti generali del sistema tributario

Il Brasile è un paese federale, composto da 26 Stati federati e da 1 distretto federale nel quale si trova la capitale Brasilia.

La Costituzione brasiliana prevede che:

- il commercio con l'estero (importazioni ed esportazioni) e il commercio interstatale siano di competenza del governo centrale;
- il commercio all'interno dei singoli Stati sia di competenza dei rispettivi governi.

In conformità alla Costituzione, il potere di applicare i tributi è suddiviso fra tre livelli di governo:

- a livello centrale sono applicate le seguenti principali imposte:
 - o IPI (*Imposto sobre produtos industrializados*);
 - o PIS-PASEP (*Contribuição para os programas de integração social e de formação do patrimônio público*);
 - o COFINS (*Contribuição para o financiamento da seguridade social*);
 - o IOF (*Imposto sobre operações financeiras*);
 - o IRPJ (*Imposto sobre la Renta de la Persona jurídica*);
 - o CSLL (*Contribuição social sobre o lucro líquido*);
 - o IRPF (*Imposto sobre la Renta de la Persona Física*);
- a livello statale sono applicate le seguenti principali imposte:
 - o ICMS (*Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços*);

¹ Il presente contributo è frutto di un lavoro di ricerca comune degli Autori. La stesura dei paragrafi è, tuttavia, attribuibile a Stefano Garelli per i paragrafi da 1 a 9; a Pietro Mastellone per il paragrafo 10.



- o imposta sulle successioni e sulle donazioni;
- o imposta sul possesso di automobili;
- a livello locale sono applicate le seguenti principali imposte:
 - o ISS (*Imposto sobre serviços*);
 - o imposta di proprietà - ITR (*Imposto sobre a propriedade territorial rural*).

Le imposte in Brasile sono principalmente regolate dalla Costituzione federale del 1988, dal Codice fiscale federale del 1966 e dal Codice federale delle imposte sul reddito.

2. Imposte indirette

Il Brasile annovera cinque tipologie di imposte indirette sugli scambi di beni e servizi, alcune a struttura simile all'imposta sul valore aggiunto.

Si tratta di imposte che, singolarmente, non coprono l'intera economia; ciascuna imposta viene applicata relativamente ad alcune specifiche operazioni.

L'imposta che maggiormente si avvicina al modello dell'IVA comunitaria è sicuramente l'ICMS.

Riguardo alla detraibilità dell'imposta pagata sui beni di investimento (impianti, macchinari ecc.) delle tre configurazioni elaborate dalla dottrina:

- imposta sul valore aggiunto tipo reddito lordo (o tipo produzione): l'impresa non è ammessa a detrarre l'IVA subita sui beni d'investimento;
- imposta sul valore aggiunto tipo reddito netto: l'impresa è ammessa a detrarre l'IVA subita sui beni di investimento ma solo in proporzione alla quota di ammortamento del periodo;
- imposta sul valore aggiunto tipo consumo: l'impresa è ammessa a detrarre integralmente e immediatamente l'IVA subita sui beni di investimento;

per l'IPI si è scelta la configurazione tipo consumo, mentre per l'ICMS è prevista l'applicazione della configurazione tipo reddito lordo (l'ICMS relativa ai beni strumentali acquistati o importati è detraibile in 4 anni, nella misura di 1/48 al mese).

Nei rapporti con l'estero è prevista la non applicazione

dell'imposta (operazioni *zero rated*).

A differenza di quanto operato dalla normativa IVA cinese, similmente alla normativa UE (e, ad esempio, di quella della Federazione russa e di quella indiana), viene concessa la piena detrazione dell'IVA subita sugli acquisti dei materiali (e degli specifici servizi) incorporati nei beni esportati, con la conseguenza che tali beni vengono completamente detassati.

Nel seguito (con l'aiuto della pubblicazione "The 2011 worldwide VAT, GST and sales tax guide" della E&Y e di altre pubblicazioni citate nel corso dell'esposizione, si procede a eseguire un esame dei lineamenti generali delle imposte indirette brasiliane.

3. IPI (*Imposto sobre produtos industrializados*) - Federal Value Added Tax (o Federal Excise Tax)

È stata introdotta a partire dal 1964, ed è amministrata dal Ministero delle Finanze.

L'IPI è prelevata dal governo federale brasiliano sui prodotti finiti (*finished goods*) nazionali o stranieri (e cioè di provenienza dall'estero).

I prodotti finiti consistono in merci che sono prodotte in conseguenza di un processo produttivo, anche se tale processo è incompleto o parziale.

L'imposta si applica sulle seguenti operazioni (fatti generatori dell'imposta):

- la cessione di prodotti finiti da parte di uno stabilimento (o simile struttura) brasiliano;
- la dichiarazione d'importazione definitiva di una merce in arrivo dall'estero.

"*This Federal Excise Tax is due by manufacturers at the time of sale, either to another manufacturer who will further undertake manufacturing process or to the retailer who sells to the end user*" (PWC, *Doing Business in Brazil*, 2009, p. 22).

"*The federal value-added tax (imposto sobre produtos industrializados - IPI) applies on an ad valorem basis*



to a wide variety of manufactured goods and products when they physically leave an industrial plant or enter the country as imports.

The rates for the IPI vary widely (0 - 330%), with basic foods at the lower end and cigarettes and alcohol at the upper end of the scale. For imports, the IPI applies on the cost, insurance and freight (CIF) value plus import duty. Exports are exempt" (EIU - Economist Intelligence Unit, *Country Commerce, Brazil*, September 2011, p. 42).

La normativa IPI prevede una serie di misure agevolative, ove la spedizione della merce riguardi:

- l'esportazione di merci;
- la vendita di merci a una *trading company*;
- la vendita di merci nell'ambito di un *plant expansion plan*.

Tali incentivi consistono in esenzioni o nell'erogazione di aiuti sotto forma di crediti d'imposta (*granting of tax credits*).

1. PRESUPPOSTO APPLICATIVO

I fatti economicamente rilevanti (*fato gerador* o *fato imponible*) che giustificano l'applicazione dell'IPI sono quelli che soddisfano i tre elementi del presupposto impositivo:

- elemento oggettivo: cessione di beni, importazione di beni;
- elemento soggettivo: effettuate da ogni tipo di impresa individuale o societaria, comprese le stabili organizzazioni in Brasile di società estere;
- elemento territoriale: poste in essere nell'ambito del territorio della Repubblica federale del Brasile.

Il soggetto passivo dell'imposta ai fini IPI è una persona fisica o una persona giuridica che, in via ordinaria, attua processi di produzione di merci o di importazione delle stesse. Non sono previste soglie di fatturato.

Ogni persona che svolge attività rilevanti ai fini IPI deve registrarsi nell'elenco dei contribuenti IPI, prima di iniziare la propria attività.

L'imposta (IPI) di gruppo non è consentita dalla

normativa brasiliana.

Un soggetto non stabilito (*non-established business*) è un soggetto che non possiede una stabile organizzazione in Brasile. Un soggetto non stabilito non è abilitato a registrarsi ai fini dell'IPI in Brasile.

La stabile organizzazione di un soggetto estero, ove svolga attività rientranti nell'ambito dell'imposta, può registrarsi nell'apposito elenco di cui sopra. In caso di ritardata registrazione, viene applicata una sanzione variante tra l'1% e l'80% del valore delle operazioni compiute nel periodo anteriore alla registrazione.

2. BASE IMPONIBILE E ALIQUOTE

L'IPI viene applicata con aliquote varianti dallo zero al 330% sull'ammontare del corrispettivo lordo dell'operazione.

L'aliquota varia in funzione della classificazione delle merci quale risulta dalla *IPI Tariff Table*.

Tale tariffa, al momento, contiene 9.278 diversi codici prodotto; essa utilizza la stessa classificazione dalla Tariffa daziaria brasiliana (*Brazilian External Tariff Code* - TEC o BTEC).

Il livello dell'aliquota varia in funzione del grado di importanza del prodotto. Per esempio:

- l'aliquota zero si applica a prodotti alimentari essenziali quali il riso e la farina di grano;
- l'aliquota ridotta dell'8% si applica alle tubazioni in acciaio;
- l'aliquota maggiorata del 330% si applica ai prodotti superflui o di lusso, per esempio le sigarette.

Sono previste esenzioni dall'imposta o riduzioni della base imponibile (che si traducono in una minore imposta effettiva) e, inoltre, differimenti dell'imposta o meccanismi sospensivi dell'imposta dovuta. Per esempio, con un recente provvedimento di legge è stata prevista l'esenzione da IPI per le imprese operanti nel settore dell'IT (*Information Technology*): "On March 2009, Law No. 11,908 was published in the Official Gazette, providing, from the date of publication, for an exemption from the federal VAT (*Imposto sobre produtos industrializados, IPI*)



for companies engaged in the development and manufacturing of information technology goods and services (IT Companies). The IPI is a tax that is levied on the importation of goods and on the sale of manufactured products. The rate varies significantly depending on the nature of the products.

Art. 9 of Law No. 11,908 (which amended Art. 29 of Law No. 10, 67) provides that the acquisition by IT Companies of raw and intermediate and packaging materials, to be used for the manufacturing of IT products is not subject to IPI, under certain conditions preestablished by the Executive Power (known as the basic productive process or PPB). With this new exemption, not only the sale of the manufactured IT products, but also the acquisition of the inputs necessary for their production, are not subject to IPI" (Bruno Carramaschi, Lefosse Advogados in cooperation with Linklaters LLP Sao Paulo, *International VAT Monitor*, n. 5, 2009, p. 214).

3. MOMENTO IMPOSITIVO

Il momento impositivo è costituito dalla consegna o spedizione del bene. Tuttavia, in caso di pagamento anticipato, in tutto o in parte, del corrispettivo previsto, l'imposta è dovuta in tale anteriore momento.

4. FATTURAZIONE

Ogni soggetto passivo d'imposta ai fini dell'IPI deve emettere fattura a fronte di ogni operazione effettuata, comprese le esportazioni. Le fatture devono essere emesse in moneta nazionale (*real*).

Nel caso in cui l'operazione venga meno o venga ridotta nel suo ammontare viene emessa nota credito. La nota credito deve contenere le stesse informazioni della fattura cui si riferisce.

5. CONTABILIZZAZIONE DELLE OPERAZIONI

Le fatture emesse devono essere annotate sul

registro delle fatture emesse (*livro-registro de saídas*); le fatture di acquisto devono essere annotate sul registro degli acquisti (*livro-registro de entradas*).

6. DETRAZIONE DELL'IMPOSTA

Il soggetto passivo ha la possibilità di detrarre dall'imposta dovuta, l'imposta subita sull'acquisto dei prodotti.

Valgono considerazioni analoghe a quelle che saranno delineate in merito all'ICMS, alle quali si rinvia.

7. LIQUIDAZIONE DELL'IMPOSTA E DICHIARAZIONI PERIODICHE

L'IPI, in genere, deve essere, liquidata e dichiarata a livello mensile.

Ai fini IPI vengono presentate due diverse tipologie di dichiarazioni:

- la prima è una dichiarazione mensile (*Declaration for Federal Taxes and Contributions - DCTF*), il cui termine di presentazione dipende dal tipo di prodotti venduti; il saldo dell'imposta dovuta viene versato in moneta nazionale; viene rilasciata una ricevuta di pagamento (DARF);
- la seconda consiste in una dichiarazione dei redditi societari (*Corporate Income tax return*), che contiene le informazioni riepilogative riguardanti l'IPI e si riferisce a quanto operato nell'anno solare precedente; tale seconda dichiarazione è denominata DIPJ e deve essere presentata alla competente autorità fiscale entro il 30 giugno di ogni anno.

8. SANZIONI

Le sanzioni per violazioni compiute relativamente all'IPI (ritardati versamenti dell'imposta) sono pari almeno al 75% dell'imposta dovuta.



4. PIS-PASEP e COFINS

Il PIS-PASEP è stato introdotto a partire dal 1970, mentre il COFINS è stato introdotto a partire dal 1991. Entrambi i tributi sono amministrati dal Ministero delle Finanze.

PIS e COFINS hanno la natura di contributi sociali basati sul giro d'affari, i quali sono prelevati sulle entrate lorde delle società (*companies' gross revenue*), in base mensile. Le esportazioni non sono soggette a tali contributi.

In base a recenti modifiche delle disposizioni di legge, con effetto dal 1° maggio 2004, le importazioni sono altresì soggette a PIS-PASEP e a COFINS.

Le aliquote PIS-PASEP e COFINS variano in funzione dell'attività svolta dalla società e dell'ammontare dei ricavi prodotti (*revenue received*).

1. PRESUPPOSTO APPLICATIVO

I fatti economicamente rilevanti (*fato gerador or fato imponible*) che giustificano l'applicazione del PIS-PASEP e del COFINS sono quelli che soddisfano i tre elementi del presupposto impositivo:

- elemento oggettivo: la realizzazione di un giro d'affari lordo; l'importazione di beni;
- elemento soggettivo: da parte di ogni tipo di impresa individuale o societaria, comprese le stabili organizzazioni in Brasile di società estere;
- elemento territoriale: nell'ambito del territorio della Repubblica federale del Brasile.

Il contribuente PIS-PASEP e COFINS è ogni impresa e società che svolge un'attività economica.

I contributi sono prelevati, su base mensile, sui ricavi lordi dell'impresa o della società.

Riguardo ai non residenti privi di stabile organizzazione in Brasile, valgono le considerazioni delineate in merito all'ICMS, alle quali si rinvia.

2. BASE IMPONIBILE E ALIQUOTE

Il PIS-PASEP viene applicato con un'aliquota

variante dallo 0,65% per i contribuenti tassati in base al reddito presunto (*presumed income tax method of calculation - "lucro presumido"*), nell'ambito del sistema cumulativo, all'1,65% per i contribuenti tassati in base al reddito effettivo (*annual actual tax method - "lucro real"*), fuori dell'ambito del sistema cumulativo.

I contribuenti che operano nell'ambito del lucro presumido, non hanno titolo a portare in detrazione il PIS - PASEP subito sugli acquisti.

Il COFINS viene applicato con un'aliquota variante dal 3% per i contribuenti tassati in base al reddito presunto (*presumed income tax method of calculation - "lucro presumido"*), nell'ambito del sistema cumulativo, al 7,6% per i contribuenti tassati in base al reddito effettivo (*annual actual tax method - "lucro real"*), fuori dell'ambito del sistema cumulativo.

Sono previsti trattamenti differenziati per alcuni settori di attività. Per esempio:

- l'industria dell'automobile, su alcuni componenti, paga il PIS-PASEP a un tasso dell'1,47% e il COFINS a un tasso del 6,79%;
- l'industria farmaceutica, quella dei cosmetici e quella delle bevande beneficiano di trattamenti speciali ai fini di tali contributi.

Con la legge 11727/2008 è stata innovata la modalità applicativa dei contributi in questione sui prodotti alcolici: *"Under the new law, in addition to importers and manufactures of alcohol, distributors and other legal entities engaged in the sale of alcohol will be subject to PIS and COFINS. Importers and manufacturers will be subject to PIS at the rate of 1.5% and to COFINS at the rate of 6.9%. Distributors and other legal entities involved will be subject to PIS at the rate of 3.75% and to COFINS at the rate of 17.25%."*

The tax paid on the acquisition of alcohol can be offset against the tax due on the subsequent sale (i.e. it is a noncumulative system). In certain specific situations (e.g. sales by retailers), the tax rate for both contributions is reduced to 0%."

È prevista l'esenzione da PIS-COFINS per alcuni materiali destinati al settore della cantieristica navale: *"Under Law No. 11774/2008, the zero rate of PIS, import PIS, COFINS, and import COFINS"*



applies to materials and items of equipment, including parts, pieces and components, used for the construction, preservation, modernization, retrofit or repair of vessels registered or preregistered with the Brazilian Special System (Bruno Carramaschi, Lefosse Advogados in cooperation with Linklaters LLP, Sao Paulo, International VAT Monitor, n. 2, 2009, p. 135).

È prevista la sospensione dal PIS-COFINS per le imprese esportatrici e per il trasporto intermodale di merci: *“Under Law No. 11774/2008, the suspension of PIS and COFINS has been extended to predominantly exporting legal entities and multimodal transport companies in respect of transport of goods.*

The terrestrial transport national agency defines “multimodal transport” as the transport in which, in a single contract, more than one type of transport (air, maritime, ecc.) is used (Bruno Carramaschi, Lefosse Advogados in cooperation with Linklaters LLP, Sao Paulo, International VAT Monitor, n. 2, 2009, p. 135).

È prevista la sospensione dal PIS-COFINS per le imprese operanti all'interno delle zone economiche speciali: *“Provisional Measure No. 418 of 14 February 28 amended Law No. 115 8 of 2 July 27, which lays down the tax, exchange and administrative regime applicable to export processing zones (ZPEs). ZPEs are freetrade areas that are deemed to be located outside the Brazilian territory and are specifically designated as the place of establishment of companies engaged in the production of goods to be marketed abroad.*

The Provisional Measure also provides for suspension of PIS/PASEP, COFINS and IPI contributions in respect of the importation and domestic purchase of goods and services by companies authorized to operate in a ZPE. In respect of machinery, apparatus, instruments and equipment, the suspension applies to both new and used goods to be incorporated into the fixed assets of the company authorized to operate in a ZPE. In respect of the importation of used goods, the suspension applies to a collection of means of production to be contributed to the capital of a company. In respect of the above goods, the suspension will be converted into the zero rate after two years have elapsed and the company has assumed the commitment to derive at least 8 % of its

total turnover from exports.

Where the company fails to incorporate the goods into its fixed assets or resells the goods before the suspension has been converted into the zero rate, it must pay the taxes and contributions that were suspended, plus a standard penalty and interest from the date of acquisition of the goods or registration of the corresponding import declaration (Bruno Carramaschi, Lefosse Advogados in cooperation with Linklaters LLP, Sao Paulo, International VAT Monitor, n. 3, 2008, pp. 206-207).

3. DETRAZIONE DELL'IMPOSTA

Il contribuente che utilizza il *non cumulative system* (e cioè che determina il reddito d'impresa con il metodo del “lucro real”) è abilitato a scomputare dal PIS-PASEP e dal COFINS dovuti i contributi pagati a monte: *“Under the non-cumulative system, entities subject to that contribution are entitled to deduct an amount corresponding to the COFINS levied at the preceding stage on certain goods and services used for the purposes of their business”* (Bruno Carramaschi, Lefosse Advogados in cooperation with Linklaters LLP, Sao Paulo, International VAT Monitor, n. 2, 2009, p. 135).

Per esempio, in base alla legge 17 settembre 2008, n. 11774, *“taxpayers continue to be allowed to deduct, within 12 months, from their PIS, import PIS and import COFINS liabilities an amount based on depreciation of machines and new items of equipment which are earmarked for the production of goods and services. That flat-rate deduction had existed since May 2008”* (Bruno Carramaschi, Lefosse Advogados in cooperation with Linklaters LLP, Sao Paulo, International VAT Monitor, n. 2, 2009, p. 135).

4. LIQUIDAZIONE DELL'IMPOSTA E DICHIARAZIONI PERIODICHE

I contribuenti devono versare mensilmente i contributi dovuti e devono presentare alla competente autorità federale:

- apposita dichiarazione mensile DCTF (*Declaration for Federal Taxes and Contributions*);
- la dichiarazione DACON (*Declaration for PIS and*





COFINS purposes).

5. SANZIONI

Le sanzioni previste relativamente ai contributi in questione, nel caso dei mancati versamenti, sono almeno pari al 75% degli importi non versati.

5. IOF (*Imposto sobre operações financeiras*)

L'imposta in argomento si applica sul valore delle operazioni finanziarie, in genere, con l'aliquota dello 0,38%: "A value-added tax on financial operations (*imposto sobre operações financeiras - IOF*) applies to various types of transactions, including loans, insurance policies and short-term money-market applications. The tax rate was raised in January 2008 to 0.38%-25.38%, varying in inverse proportion to the duration of the underlying investment. The government raised the tax in an effort to make up for some of the revenue lost by the elimination of the 0.38% financial transactions tax (*contribuição provisória sobre movimentação financeira - CPMF*) at end-2007.

Foreign investors are required to pay IOF at a rate of 2% on foreign exchange transactions accruing under the inflows of financial resources related to investments made in the Brazilian financial and capital markets (Decree 6,983, October 2009). The 1.5% tax had been implemented in March 2008 in an effort to curb foreign portfolio inflows and halt the local currency's appreciation at that time.

The IOF is not levied on foreign-exchange transactions related to the return on investment by foreign companies in the financial and capital markets, as well as interest payments on net equity and dividends arising from the foreign investments in the financial and capital markets" (EIU - Economist Intelligence Unit, September 2011, p. 43).

6. ICMS (*Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços*) - State Value Added Tax

È stata introdotta a partire dal 1989, ed è amministrata dal Ministero delle Finanze statale. "The Constitution of 1988 granted authority to the Brazilian States to collect the tax on the circulation of merchandise and on the supply of interstate and intermunicipal transportation services and on communications, even when the transaction and the rendering of services initiate in another country" (PWC, *op. cit.*, p. 24). "Typically, states assess this tax on the value added at each transfer of products and on some major services (such as transport, electricity and telephone). Administration is complex, and extensive documentation for the transport and sale of goods is required to collect ICMS. Certain products (such as petroleum derivatives) benefit from ICMS tax exemptions in some states. The tax also applies to imports but not to exports or imports under the drawback scheme. The government's fiscal-reform bill seeks to combine the ICMS with other federal-level value-added taxes, but this is highly contested since the state governments would lose revenue if such a combination were to take place. The bill was slowly making its way through the legislature in September 2009" (EIU - Economist Intelligence Unit, September 2009, p. 51). "A bill to combine the ICMS with other federal-level value-added taxes remains pending as at September 2011. The state government strongly oppose the proposal since they would lose revenue if such a combination were take in place" (EIU - Economist Intelligence Unit, September 2011, p. 42). È prelevata dai singoli Stati, i quali stabiliscono il livello delle aliquote, anche se il governo federale fissa il livello minimo delle aliquote stesse. Le singole leggi statali in materia devono essere rispettose della Costituzione (*Constituição*) e dei principi fissati dal codice tributario nazionale (*Código Tributário Nacional*).



1. STATI DELLA FEDERAZIONE E LINK PER IL COLLEGAMENTO ALLE AMMINISTRAZIONI FINANZIARIE STATALI (RECEITA ESTADUAL)

Acre <http://www.sefaz.ac.gov.br/sefaz/>
Alagoas <http://www.sefaz.al.gov.br/>
Amapá <http://www.sefaz.ap.gov.br/>
Amazonas <http://www.sefaz.am.gov.br/>
Bahia <http://www.sefaz.ba.gov.br/>
Ceará <http://www.sefaz.ce.gov.br/>
Distrito Federal <http://www.sefp.df.gov.br/>
Espírito Santo <http://www.sefaz.es.gov.br/>
Goiás <http://www.sefaz.go.gov.br/>
Maranhão <http://www.sefaz.ma.gov.br/>
Mato Grosso <http://www.sefaz.mt.gov.br/>
Mato Grosso do Sul <http://www.sefaz.ms.gov.br/>
Minas Gerais <http://www.fazenda.mg.gov.br/index.jsp>
Pará <http://www.sefa.pa.gov.br/>
Paraíba <http://www.receita.pb.gov.br/>
Paraná <https://www.fazenda.pr.gov.br/index.php/>
Pernambuco <http://www.sefaz.pe.gov.br/>
Piauí <http://www.sefaz.pi.gov.br/>
Rio de Janeiro <http://www.fazenda.rj.gov.br/>
Rio Grande do Norte <http://www.set.rn.gov.br/>
Rio Grande do Sul <http://www.sefaz.rs.gov.br/Site/index.aspx>
Rondonia <http://www.portal.sefin.ro.gov.br/site/>
Roraima <http://www.sefaz.rr.gov.br/>
Santa Catarina <http://www.sef.sc.gov.br/>
São Paulo <http://www.fazenda.sp.gov.br/>
Sergipe <http://www.sefaz.se.gov.br/>
Tocantins <http://www.sefaz.to.gov.br/>

Fonte: rielaborazione sulla base delle informazioni contenute nei vari siti delle autorità fiscali statali.

Il link di collegamento all'amministrazione finanziaria centrale (Receita Federal do Brazil) è: <http://www.receita.fazenda.gov.br/>

Il link di collegamento al portale di tutte le amministrazioni è: http://www.brasil.gov.br/sobre/geografia-1/geografia-politica/estados-y-municipios-1/br_model1?set_language=es

2. PRESUPPOSTO APPLICATIVO

I fatti economicamente rilevanti (*fato gerador* o *fato imponible*) che giustificano l'applicazione della ICMS sono quelli che soddisfano i tre elementi del presupposto impositivo:

- elemento oggettivo: alcune cessioni di beni e alcune prestazioni di servizi;
- elemento soggettivo: effettuate da ogni tipo di impresa individuale o societaria, comprese le stabili organizzazioni in Brasile di società estere;
- elemento territoriale: poste in essere nell'ambito del territorio dello Stato considerato.

Il soggetto passivo d'imposta è una persona fisica o giuridica la quale, in modo ricorrente (*on a regular basis*), intraprende l'attività di cessione o di importazione di merci o la fornitura di servizi di comunicazione o di servizi di trasporto interstatali e intercomunali.

Ogni persona che intende fornire beni o servizi soggetti all'imposta deve registrarsi in un apposito registro dei contribuenti ICMS prima di iniziare la propria attività. L'obbligo di registrazione sorge dal momento di inizio dell'attività economica.

L'imposta (ICMS) di gruppo non è consentita dalla normativa brasiliana.

Un soggetto non stabilito (*non-established business*) è un soggetto che non possiede una stabile organizzazione in Brasile. Un soggetto non stabilito non è abilitato a registrarsi ai fini dell'ICMS in Brasile.

La stabile organizzazione di un soggetto estero, ove svolga attività rientranti nell'ambito dell'imposta, deve registrarsi nell'apposito registro di cui sopra.

In caso di ritardata registrazione, viene applicata una sanzione variante tra l'1% e l'80% del valore delle operazioni compiute nel periodo anteriore alla registrazione.

L'ICMS si applica alle seguenti operazioni poste in essere in Brasile, anche se le stesse iniziano all'estero:

- la circolazione delle merci;
- l'importazione delle merci;
- le prestazioni di servizi di trasporto interstatali e intermunicipali;
- la fornitura di servizi di comunicazione;
- la fornitura di elettricità.

L'esportazione di prodotti e di materie prime è esente dall'ICMS.





3. BASE IMPONIBILE E ALIQUOTE

La ICMS viene applicata con aliquote varianti dallo zero al 35% sull'ammontare del corrispettivo lordo dell'operazione.

L'ICMS viene applicata con le seguenti aliquote:

- da 0 a 35% per le forniture di beni e servizi eseguite all'interno di uno stesso Stato. L'aliquota ordinaria dell'ICMS è generalmente quella del 17% (salvo gli stati del Minas Gerais, del Paraná, Rio de Janeiro e São Paulo, i quali applicano un'aliquota ordinaria del 18%); il tasso zero e i tassi ridotti si applicano ai beni di prima necessità, quali i generi alimentari. Alcuni prodotti, per esempio i medicinali, sono esenti dall'imposta;
- dal 7 al 12% per le forniture di beni e servizi eseguite a favore di un soggetto passivo d'imposta in altro Stato (*taxable person*); l'aliquota del 7% viene generalmente applicata per le forniture eseguite a favore di contribuenti localizzati negli Stati del Nord o del Nord-Est o del Centro-Est del Brasile e nello Stato di Espírito Santo; l'aliquota del 12% si applica alle forniture eseguite a favore di contribuenti localizzati negli altri Stati.

Con un provvedimento del 2008, i governi statali sono stati ammessi a concedere una riduzione della base imponibile riguardo ad alcuni servizi di comunicazione: *"Under ICMS CONFAZ Convention No. 9 of 4 April 2008, the states and Federal District are authorized to grant a reduction of the ICMS base in respect of communications services in the form of broadcasting advertising and publicity messages on pay TV. However, the actual tax burden cannot be lower than 5% until 31 December 2008, 7.5% from 1 January 2009 to 31 December 2009, and 1% from 1 January 2010. The concession applies on the condition that the taxpayer:*

- *applies the concession instead of the normal legal tax system;*
- *does not deduct input tax; and*
- *complies with the main tax obligation, within the time frame and in accordance with the*

procedures laid down by state law" (Bruno Carramaschi, Lefosse Advogados in cooperation with Linklaters LLP, Sao Paulo, International VAT Monitor, n. 3, 2008, p. 207).

Le forniture rese a favore di consumatori finali (soggetti non registrati ai fini ICMS) residenti in altri Stati della Federazione sono assoggettate alla stessa aliquota che sarebbe applicabile alle forniture eseguite all'interno dello stesso Stato (principio dell'origine).

Sulle importazioni vengono applicate le stesse aliquote previste per la vendita dei beni all'interno dello Stato. La base imponibile delle merci importate è comprensiva dell'IPI e dei diritti doganali.

L'ICMS non si applica sulle merci esportate. Sono previsti casi di esonero e di esenzione dall'imposta:

"There are also cases of não-incidência (transactions that are not taxed, tax-free transactions). [The current vogue for using não plus an abstract (não-exclusão, não-incidência) is maddening, but I will have to deal with that in a future article, God allowing.] Não-incidência may be of three types:

- *Imunidade (immunity), the cases in which the Constitution itself contains a provision freeing the operation from the tax. For instance, book sales are immune from taxation.*

- *Isenção (exemption), the cases in which a specific law (not the Constitution) frees the operation from taxation. Não-incidência pura e simples (transactions falling outside the scope of the law), the cases in which the law simply does not refer to the operation"* (Danilo A. Nogueira, "The language of the ICMS Tax in Brazil", *Business and Finance*, 2005).

Sui beni importati l'ICMS viene calcolata su una base imponibile molto elevata alla cui composizione concorre l'ICMS stessa:

ICMS = Aliquota ICMS (%) x (VA + II + IPI + ICMS + outros tributos + despesas aduaneiras).

4. MOMENTO IMPOSITIVO

Il momento impositivo è costituito dalla consegna o spedizione del bene e dall'avvenuta esecuzione del servizio (ultimazione della prestazione). Tuttavia,



in caso di pagamento anticipato, in tutto o in parte, del corrispettivo previsto, l'imposta è dovuta in tale anteriore momento.

5. FATTURAZIONE

Un soggetto passivo d'imposta ai fini dell'ICMS deve emettere fattura a fronte di ogni operazione effettuata, comprese le esportazioni.

Gli stampati delle fatture devono essere acquistati presso le tipografie autorizzate (le quali le devono vendere solo a soggetti registrati ai fini ICMS) oppure possono essere predisposti dalle stesse imprese emittenti a seguito di specifica autorizzazione.

Le fatture emesse devono contenere il numero di iscrizione al registro dei contribuenti ICMS, oltre alle altre informazioni previste dalla legge.

"The inscrição estadual (state registration number, state tax ID) must be shown in all notas fiscais (tax invoices) issued by companies whose operations are subject to ICMS.

A nota fiscal is a very formal document and printers will only supply tax invoice orders if shown evidence that the buyer is a legitimate merchant registered for ICMS and authorized to order a new lot of them.

Many companies have been authorized to print their own notas fiscais using their own computers for the task, or to issue cupons fiscais, or tickets fiscais, which are equivalent to notas fiscais. However, the fact is that you cannot just sit down at your computer and prepare a nota fiscal any old way you want. There are strict rules to be followed. Cupons, tickets and notas fiscais together are referred to as documentos fiscais, but we often talk about nota fiscal, even when a coupon or a ticket is meant.

In theory, a documento fiscal is distinct from a fatura (invoice) or conta (bill). In practice, the three documents are usually combined into a single one. However, a documento fiscal, no matter what other uses are made of it, is a document issued for tax purposes and must contain information required by tax regulations [...] Tax documents may be further divided into two different types: those issued to the consumidor (consumer) and those issued to another contribuinte (taxable person, taxpayer).

Notas para consumidor are very simple: name of fornecedor (supplier), valor da operação (transaction

value, supply value) and a few other items, such as place and date.

Documents for transactions between contribuintes (taxable persons) are more complicated. They must identify the buyer (including inscrição estadual) and also destacar o imposto (identify the amount of tax) - that is, they must show the amount of ICMS paid on a separate line.

*If the operação (operation, transaction) is taxed at other than the maximum rate or benefits from some other kind of favor fiscal (relief) the document must also show fundamentação (specify law or regulation granting the relief) or the fisco (tax authorities) will reclamar o imposto (claim the tax) at the full rate" (Danilo A. Nogueira, "The language of the ICMS Tax in Brazil", *Business and Finance*, 2005).*

Nel caso di acquisti di beni o di servizi presso soggetti non iscritti nel registro dei contribuenti ICMS, l'obbligo di emissione della fattura viene trasferito in capo al soggetto acquirente. Per esempio, *"when a company dealing in second-hand computers buys an old machine from a translator. Translators do not ordinarily sell merchandise (they provide services) and thus não têm inscrição estadual (are not registered for ICMS). Thus, they cannot issue a documento fiscal for the sale of merchandise, and the buyers must issue the document themselves".*

L'acquirente "must issue a Documento Fiscal de Entrada, a kind of "reverse" tax invoice, issued by the buyer, not by the supplier" (Danilo A. Nogueira, "The language of the ICMS Tax in Brazil", *Business and Finance*, 2005).

Nel caso in cui l'operazione di cessione di beni o di prestazione di servizi venga meno in tutto o in parte o se ne riduca l'ammontare, il soggetto che ha emesso la fattura è abilitato a emettere nota credito, che deve contenere le stesse informazioni della fattura.

Occorre tuttavia tenere presente che, in questi ultimi anni, in Brasile la fatturazione elettronica (Nota Fiscal Eletronica NF-e) sta progressivamente sostituendo la fatturazione cartacea.

Il governo brasiliano, riguardo a tale modalità di fatturazione, ha adottato il formato XML.

Nel caso di fornitura interna di merce deve essere adottata la seguente procedura:

- prima dell'invio della merce da parte dell'impresa fornitrice essa deve trasmettere, in via telematica,





al Ministero statale delle finanze (Ministerio de Fazenda - SEFAZ), il file della fattura in formato XML, per l'approvazione;

- una volta approvata, la fattura elettronica (official NF-e file) viene ritrasmessa all'impresa fornitrice, la quale provvede a trasmetterla al cliente e ad archivarla con obbligo di conservazione per 5 anni;
- l'impresa fornitrice provvede altresì a stampare su carta il file della fattura in un formato leggibile (denominato DANF-e), recante indicato anche il codice a barre contenente le informazioni del file elettronico; l'esemplare cartaceo della fattura elettronica deve essere allegato agli altri documenti che accompagnano la merce.

Durante il tragitto, il mezzo di trasporto può essere fermato dalla polizia o dai funzionari di dogana, i quali mediante scanner possono leggere il codice a barre e constatare la correttezza dell'operato del fornitore.

L'ICMS, come sopra affermato, non viene applicata sulle esportazioni. Al fine di giustificare l'emissione di fatture senza l'applicazione dell'imposta (*ICMS free*), gli operatori devono entrare in possesso della prova che la merce è effettivamente uscita dal territorio brasiliano. La prova è costituita dalla fattura di esportazione, da un certificato di origine e dalla dichiarazione di esportazione.

Le fatture devono essere emesse in moneta nazionale (*reais*); non risulta ammessa la fatturazione in valuta.

6. CONTABILIZZAZIONE DELLE OPERAZIONI

Le fatture emesse devono essere annotate sul registro delle fatture emesse (*livro registro de saídas*), e le fatture di acquisto devono essere annotate sul registro degli acquisti (*livro-registro de entradas*).

"An entrada is goods received. All entradas must be described in a documento fiscal. Once a company receives a documento fiscal corresponding to an entrada it must be lançado (entered) in the livro-registro de entradas (good received register, supplies received register, inputs register). A saída is goods supplied. All saídas must be described in a documento fiscal, and all of those must be entered in a livro registro de saídas (goods shipped register, supplies

made register, outputs register)" (Danilo A. Nogueira, "The language of the ICMS Tax in Brazil", *Business and Finance*, 2005).

Le fatture in formato elettronico vengono registrate su registri tenuti secondo modalità informatiche.

7. DETRAZIONE DELL'IMPOSTA

Il soggetto passivo dell'imposta ai fini della ICMS è abilitato a recuperare l'imposta subita a monte (*input tax*); e cioè può considerare come credito verso l'erario l'imposta che gli è stata addebitata sugli acquisti di beni e servizi utilizzati per lo svolgimento della propria attività.

L'imposta subita a monte viene generalmente recuperata portandola in detrazione dell'imposta dovuta a valle (*output tax*).

Per poter portare in detrazione l'imposta, l'impresa deve essere in possesso di una valida fattura di acquisto o di un valido documento doganale (di importazione definitiva), recanti evidenziata l'imposta stessa.

L'ICMS non può essere portata in detrazione prima che l'impresa si registri ai fini di tale imposta. Tuttavia un'impresa può registrarsi ai fini ICMS non appena essa intende porre in essere operazioni imponibili.

L'imposta a monte non può essere portata in detrazione anteriormente al momento in cui l'impresa inizia a porre in essere operazioni attive imponibili.

Prima di porre in essere operazioni imponibili, il contribuente deve annotare l'imposta risultante dalle fatture passive in un conto a validità futura (*deferred asset account*).

Nel momento in cui l'impresa inizia a effettuare operazioni imponibili ai fini di tale imposta, l'imposta a validità futura può essere portata in detrazione.

Non esiste un limite di tempo tra l'inizio dell'attività e la registrazione dell'impresa ai fini ICMS.

Non è detraibile l'imposta subita sugli acquisti di beni e servizi, se tali acquisti:

- sono stati eseguiti anteriormente alla registrazione del contribuente come soggetto passivo d'imposta;
- sono destinati a finalità estranee all'esercizio dell'attività dell'impresa (per esempio, per gli scopi privati dell'imprenditore).



Se l'ammontare dell'imposta detraibile (*input tax recoverable*) supera l'importo dell'imposta dovuta (*output tax payable*), l'eccedenza non è generalmente rimborsata.

Tuttavia, l'eccedenza può essere utilizzata per pagare imposte (a mezzo di compensazione) o, in certi casi, può essere trasferita a terzi a fronte di corrispettivo (e cioè a titolo oneroso).

Il Brasile non rimborsa in alcun modo l'imposta che i soggetti non residenti (non dotati di stabile organizzazione né di registrazione ai fini ICMS) hanno subito in relazione ad attività svolte in Brasile.

8. LIQUIDAZIONE DELL'IMPOSTA E DICHIARAZIONI PERIODICHE

Periodicamente il contribuente "*Must apurar (compute) its ICMS liability. This is a three-step process. First [...] adds up the ICMS identified in all tax documents received from its suppliers. The total is referred to as créditos de ICMS (ICMS credits, ICMS inputs) and reflects ICMS paid by the Company's suppliers.*

Then, the Company adds up all the ICMS identified in all tax documents it issued. This is referred to as débitos de ICMS (ICMS outputs, ICMS debits) and reflects gross ICMS owed by the Company.

*Finally, the Company deducts tax inputs from outputs, to arrive at the actual amount of ICMS owed, which is the crédito tributário" (Danilo A. Nogueira, "The language of the ICMS Tax in Brazil", *Business and Finance*, 2005).*

L'ICMS deve essere liquidata e dichiarata a livello mensile. La dichiarazione è divisa in due parti:

- una ricevuta di pagamento (GARE);
- una dichiarazione dell'imposta, recante il dettaglio dell'imposta a debito e dell'imposta a credito, per il periodo considerato.

La data di presentazione della dichiarazione alla competente autorità fiscale dipende dal tipo di attività svolta dall'operatore.

9. SANZIONI

Sono previste sanzioni a fronte degli errori e delle

omissioni compiute dal contribuente in riferimento al mancato o ritardato pagamento dell'imposta (*primary obligation*) o, per esempio, alla mancata o irregolare tenuta delle scritture contabili, mancata o non corretta emissione dei documenti aziendali ecc. (*secondary obligations*). Per esempio:

- mancato o ritardato pagamento dell'imposta: sanzione dal 50% al 150% dell'imposta dovuta;
- evidenziazione di un credito d'imposta non spettante: sanzione dal 10% al 100% di tale credito;
- non corretta documentazione della spedizione, trasporto, ricevimento o magazzinaggio di merci e differenze inventariali di magazzino; non corretta documentazione delle prestazioni di servizi: sanzione dal 20% al 60% del valore dell'operazione;
- non corretta emissione di fatture e mancata o irregolare tenuta delle scritture contabili: sanzione dall'1% al 100% del valore delle operazioni.

Nel caso di ritardati versamenti dell'imposta, oltre alle suddette sanzioni, vengono applicati gli interessi passivi, in misura variante da Stato a Stato. I tassi applicabili variano mensilmente.

7. ISS (*Imposto sobre serviços*) - Municipal Service Tax

È stata introdotta a partire dal 1968. È una forma di imposta sulle prestazioni di servizi prelevata dalle municipalità brasiliane. Essa si applica sulla fornitura di ogni servizio che non è assoggettato a imposta da parte delle autorità statali (mediante l'ICMS).

La lista generale dei servizi imponibili è delineata dalla legge federale (*Complementary Law*) con l'indicazione degli specifici servizi elencati in ogni singola legge municipale.

La normativa in tema di ISS è stata profondamente modificata in anni recenti. Tra i cambiamenti più importanti, con effetto dal 1° gennaio 2004, viene previsto che i servizi forniti a un residente del Brasile



da parte di una società non residente, sono soggetti all'ISS (trattenuta dal soggetto brasiliano), anche se tale servizio è pagato da un non residente.

La ISS è un'imposta monofase (*single-stage tax*), senza diritto al recupero dell'imposta che ha eventualmente gravato sui servizi acquistati. Di conseguenza, indipendentemente dallo status, l'acquirente di un servizio colpito da ISS considera l'imposta subita come un costo.

In generale l'ISS è dovuta alla municipalità nella quale è localizzato il fornitore del servizio (*service provider*). È prevista un'eccezione per i servizi di costruzione, relativamente ai quali l'imposta è prelevata dalla municipalità nella quale viene eseguita la costruzione.

Riguardo all'imposta in questione è stato affermato che *"The ISS is a municipal tax imposed on certain services set forth by a Complementary Law. The applicable rates are determined by each municipality and can vary between 2% and 5%."*

In general the service tax is levied by the municipality in which the Company is head quartered. There are some exceptions to this rule for services involving assembly, construction, demolition, among others.

As from January 2004, important changes to the ISS legislation were made. The original list, of the services subject to the tax, was expanded and the import of services is now subject to ISS.

Additionally, ISS is not levied on exports of services, except when the services are rendered in Brazil or the results of these services are applied in Brazil" (PWC, *op. cit.*, p. 24).

"Cities levy a municipal tax on services (imposto sobre services - ISS) at rates of 2-5%. Most large municipalities charge 5% on each billing" (EIU - Economist Intelligence Unit, *September 2011*, p. 42).

1. PRESUPPOSTO APPLICATIVO

I fatti economicamente rilevanti (*fato gerador o fato imponible*) che giustificano l'applicazione della ISS sono quelli che soddisfano i tre elementi del presupposto impositivo:

- elemento oggettivo: alcune prestazioni di servizi non soggette all'ICMS;
- elemento soggettivo: effettuate da ogni tipo di

impresa individuale o societaria, comprese le stabili organizzazioni in Brasile di società estere;

- elemento territoriale: poste in essere nell'ambito del territorio della municipalità considerata.

Il soggetto passivo dell'imposta ai fini ISS è una persona fisica o una persona giuridica che, con regolarità, fornisce servizi elencati nella legge dell'ISS. Non sono previste soglie di fatturato.

Ogni persona che svolge attività rilevanti ai fini ISS deve registrarsi nell'elenco dei contribuenti ISS, prima di iniziare la propria attività.

Riguardo ai non residenti privi di stabile organizzazione in Brasile, valgono le considerazioni delineate in merito all'ICMS, alle quali si rinvia.

2. BASE IMPONIBILE E ALIQUOTE

L'ISS viene applicata con aliquote varianti dal 2% al 5% sull'ammontare del corrispettivo lordo dell'operazione. L'aliquota varia in funzione delle municipalità.

La legge sull'ISS fissa l'aliquota massima al 5 per cento.

3. MOMENTO IMPOSITIVO

Il momento impositivo è costituito dall'avvenuta esecuzione del servizio (ultimazione della prestazione). Tuttavia, in caso di pagamento anticipato, in tutto o in parte, del corrispettivo previsto, l'imposta è dovuta in tale anteriore momento.

4. FATTURAZIONE

Ogni soggetto passivo d'imposta ai fini dell'ISS deve emettere fattura a fronte di ogni operazione effettuata, rilevante ai fini di tale imposta. Le fatture devono essere emesse in moneta nazionale (*reais*).

Nel caso in cui l'operazione di prestazione di servizi venga meno in tutto o in parte o se ne riduca l'ammontare, il soggetto che ha emesso la fattura è abilitato a emettere nota credito, che deve contenere le stesse informazioni della fattura.



5. DETRAZIONE DELL'IMPOSTA

Il contribuente non è abilitato a detrarre dall'ISS dovuta l'imposta che ha eventualmente gravato sui servizi acquistati. L'ISS subita costituisce un costo.

6. LIQUIDAZIONE DELL'IMPOSTA E DICHIARAZIONE PERIODICHE

L'ISS deve essere liquidata mensilmente. L'imposta dovuta deve essere versata entro i termini fissati dalle singole municipalità.

Deve essere presentata una specifica dichiarazione mensile, che deve essere tenuta per 5 anni.

7. SANZIONI

Le sanzioni ISS variano in funzione delle municipalità e del tipo di violazione compiuta.

8. Imposte dirette sulle persone giuridiche

L'investitore estero può essere presente in Brasile mediante una società di capitale di diritto locale (SA - Sociedade Anônima o Ltda - Sociedade Limitada) oppure mediante una sede secondaria della società estera.

Tale ultima forma di presenza realizza, normalmente, la fattispecie della stabile organizzazione in Brasile della società estera.

La forma di presenza maggiormente utilizzata dagli investitori esteri di piccola / media dimensione è quella della società a responsabilità limitata (Ltda).

La sede secondaria è scarsamente utilizzata. Al riguardo è stato affermato che *"A company may organise as a branch in Brazil. However, unless there is a substantial tax advantage in the investor's home country (such as deduction of exchange losses from the parent's taxable income), doing so can be cumbersome and costly. For example, there is heavy bureaucracy involved in establishing a branch. On average, this takes about*

six months, and its costs are just as great as for other business forms" (EIU - Economist Intelligence Unit, September 2011, p. 21).

Il reddito societario (e quello delle stabili organizzazioni) è colpito da due tributi:

- l'imposta sul reddito della persona giuridica (IRPJ), con l'aliquota del 15%, oltre a una sovraimposta del 10% applicata sul reddito che eccede l'importo di 20.000 reais/mese;
- il contributo sul profitto netto (CSLL), il quale è generalmente applicato con l'aliquota del 9%. Per le imprese finanziarie l'aliquota sale al 15%.

ESEMPIO

Utile ante imposte	1.200.000 R.
	=====
Contributo sociale CSLL 9%	108.000 R.
	=====
Reddito imponibile per IRPJ	1.200.000 R.
	=====
• imposta base:	
1.200.000 x 15% =	180.000 R.
• addizionale:	
1.200.000 - (20.000 x 12) x 10% =	96.000 R.

Totale IRPJ	276.000 R.
	=====
Incidenza % imposte sui redditi:	
108.000 + 276.000 / 1.200.000 =	32%
	=====

Ove l'utile ante imposte fosse di 12.000.000 R., il peso delle imposte sui redditi salirebbe al 33,8%, determinato come segue:

Utile ante imposte	12.000.000 R.
	=====
Contributo sociale CSLL 9%	1.080.000 R.
	=====
Reddito imponibile per IRPJ	12.000.000 R.
	=====
• imposta base:	
12.000.000 x 15% =	1.800.000 R.
• addizionale:	
12.000.000 - (20.000 x 12) x 10% =	1.176.000 R.

Totale IRPJ	2.976.000 R.
	=====
Incidenza % imposte sui redditi:	
1.080.000 + 2.976.000 / 12.000.000 =	33,8%
	=====





Per le imprese di piccola dimensione, la normativa brasiliana, a partire dal 1996, ha previsto un sistema di imposizione semplificato, su base opzionale, denominato "Simples", il quale si propone di consentire alle stesse di calcolare le imposte dovute applicando un'aliquota unica onnicomprensiva.

Al riguardo è stato affermato che: *"Micro-enterprises and small companies may elect to accrue federal taxes under the consolidated optional single tax rate - the so called Simples National System. ... But that system still subjects small companies to certain federal, state and local taxes that vary by tax jurisdiction. A law (Complementary Law 123/2006, dubbed Simples) ... expanded the standardised treatment for micro and small enterprises from the federal level to include state and local obligations, which may also be paid through the Simples Nacional system instead of through separate filings. The law also updated the definition of micro-enterprises to include companies with annual earnings up to R. 240,000, and small enterprises with annual earnings of R. 240.000 - 2,4m. The legislation also opened the simplified tax treatment to companies in the service sector previously excluded from the Simples, such as accountancies, cleaning and conservation companies, security companies, construction companies and engineering companies"* (EIU - Economist Intelligence Unit, September 2011, p. 38).

1. RESIDENZA E IMPOSIZIONE

Le imprese residenti in Brasile sono soggette alle imposte brasiliane sul reddito in relazione ai redditi ovunque prodotti; le imprese non residenti sono soggette alle imposte brasiliane sul reddito solo relativamente ai redditi di fonte brasiliana. Sull'argomento viene affermato (<http://brazilianchamber.org.uk/pt-br/committees/legal-committee/article/international-aspects-brazilian-taxation>) che:

"The law does not provide for the concept of non-resident. In principle, all persons and entities that do not fall within the concept of resident are characterised as non-residents. A non-resident is subject to income tax in Brazil only if that person derives income arising in Brazil and payable by Brazilian sources, derives capital

gains with respect to the disposition of Brazilian-situs assets or rights, has a branch in Brazil or engages in activities in Brazil through a local agent. In general, non-residents may engage in activities in Brazil through a branch upon the filing of a request with the Ministry of Commerce, Industry and Development. Branches are treated as corporate taxpayers. Apart from this rule, there is no definition of the term "permanent establishment" under Brazilian tax law. However, there are two hypotheses addressed by Brazilian tax law under which a non-resident taxpayer may be deemed to have a corporate taxable unit in Brazil even without having formally created a branch in Brazil. These hypotheses are not expressly related to the characterisation of permanent establishments in Brazil, although the tax authorities could, in principle, rely on them to assess corporate income taxes on "taxable units" of non-residents. The first refers to non-residents that are subject to corporate income taxes on profits derived in Brazil from the sale of imported goods through mandatarios, comissarios, or a direct sale through local agents or representatives (a type of agency permanent establishment). The second hypothesis refers to the concept of a business or professional unit which corresponds to the situation in which a person conducts business activities without being formally registered with the competent authorities to do so (unincorporated business unit). The majority of Brazilian income tax treaties generally follow the wording of Art. 7 of the OECD Model Treaty. Nonetheless, in some circumstances, tax authorities are reluctant to observe the dispositions of Art. 7 of the Brazilian income tax treaties, even where non-residents render services in Brazil without a permanent establishment". Sempre sull'argomento viene affermato (Deloitte, International Tax and business guide, Brazil, 2010, p. 6) che una società estera è soggetta all'imposizione brasiliana se essa svolge alcune attività di vendita in Brasile a mezzo agenti o rappresentanti che sono domiciliati nel Paese e che hanno l'autorità legale di vincolare il venditore estero nei confronti dell'acquirente locale (cd. "stabile organizzazione personale"),



o tramite una branch locale del venditore estero (cd. "stabile organizzazione materiale"). Non si realizza, invece, la stabile organizzazione nel caso di agente che si limita a promuovere le vendite con contratti direttamente conclusi dalla società estera mediante i propri uffici commerciali. Gli stessi concetti sono delineati dall'articolo 5 della convenzione contro la doppia imposizione tra l'Italia e il Brasile, il quale afferma che: "4) Una persona che agisce in uno Stato contraente per conto di un'impresa dell'altro Stato contraente - diversa da una agente che goda di uno status indipendente, di cui al paragrafo 5 - è considerata stabile organizzazione nel primo Stato se dispone nello Stato stesso di poteri che esercita abitualmente e che le permettono di concludere contratti a nome dell'impresa, salvo il caso in cui l'attività di detta persona sia limitata all'acquisto di merci per l'impresa. Tuttavia, si ritiene che un compagnia di assicurazioni di uno Stato contraente ha una stabile organizzazione nell'altro Stato contraente se essa riscuote premi o assicura rischi in quest'altro Stato, attraverso un rappresentante diverso dalla persona alla quale si applica il successivo paragrafo 5. 5) Non si considera che un'impresa di uno Stato contraente ha una stabile organizzazione nell'altro Stato contraente per il solo fatto che essa vi esercita la propria attività per mezzo di un mediatore, di un commissionario generale o di ogni altro intermediario che goda di uno status indipendente, a condizione che dette persone agiscano nell'ambito della loro ordinaria attività. 6) Il fatto che una società residente di uno Stato contraente controlli o sia controllata da una società residente dell'altro Stato contraente ovvero svolga la sua attività in quest'altro Stato (sia per mezzo di un stabile organizzazione oppure no) non costituisce di per sé motivo sufficiente per far considerare una qualsiasi delle dette società una stabile organizzazione dell'altra".

2. DETERMINAZIONE DEL REDDITO IMPONIBILE

La normativa brasiliana prevede la possibilità di scelta tra due metodi di determinazione del

reddito imponibile: il metodo del "lucro real" e quello del "lucro presumido".

- **Metodo del *lucro real* ("Actual Income")**: in base a tale metodo il reddito imponibile è costituito dalla differenza tra i ricavi, gli altri proventi e i costi, le spese e altri oneri ai medesimi relativi (costo del venduto, spese commerciali, spese amministrative e altre spese e oneri deducibili). I redditi prodotti all'estero concorrono a formare il reddito imponibile: non concorrono, invece, a formare tale reddito i dividendi provenienti da altre società aventi sede in Brasile.

Riguardo ai componenti negativi del reddito, si osserva quanto segue:

- le spese inerenti alla produzione del reddito sono deducibili;
- le perdite su cambi relative a poste in valuta estera sono deducibili;
- come meglio si esaminerà nel seguito, esistono limiti alla deduzione di royalties e di compensi per servizi tecnici (fees).

In base a tale metodo l'IRPJ e lo CSLL devono essere pagati trimestralmente o annualmente, entro l'ultimo giorno lavorativo del mese seguente al periodo di riferimento.

- **Metodo del *lucro presumido* ("Presumed Income")**: si tratta di un sistema opzionale di imposizione per le società i cui ricavi lordi nel periodo d'imposta precedente (anno precedente) non hanno superato 48 milioni di reais; in base a tale metodo il reddito imponibile viene calcolato applicando un margine percentuale all'ammontare dei ricavi e degli altri proventi. Sono previste le seguenti percentuali di redditività:
 - prestazioni di servizi: ai fini IRPJ e CSLL, 32% dei ricavi;
 - vendita di beni: ai fini IRPJ, 8% dei ricavi; ai fini CSLL, 12% dei ricavi.

In base a tale metodo l'IRPJ e lo CSLL devono





essere pagati trimestralmente, entro l'ultimo giorno lavorativo del mese seguente al trimestre solare di riferimento.

Riguardo ai singoli componenti di reddito (del lucro real) valgono le seguenti osservazioni:

- **ammortamenti:** le quote di ammortamento sono calcolate con il metodo lineare. Le imprese che operano su due turni possono ammortizzare i beni utilizzati nel processo produttivo in misura pari a 1,5 volte l'aliquota ordinaria; le imprese che operano su tre turni possono raddoppiare l'aliquota ordinaria. Oltre al metodo lineare sono ammessi anche altri metodi di ammortamento, purché idoneamente giustificati. Gli ammortamenti possono essere calcolati sul costo storico corretto con l'inflazione, ma l'ammortamento deducibile non può superare l'importo del costo storico aggiornato in base all'inflazione.

ALIQUOTE ORDINARIE DI AMMORTAMENTO

Tipologia dei beni ammortizzabili	Aliquota di ammortamento
Fabbricati	4%
Autoveicoli	20%
Autoveicoli industriali fuoristrada ("industrial off-road vehicles")	25%
Hardware e software	20%
Macchinari e impianti	10%

- **rimanenze di magazzino:** le materie prime e le merci vengono generalmente valutate al minore tra il costo di acquisto e il valore di mercato, i prodotti in corso di lavorazione al costo di produzione. Sono riconosciuti metodi di valutazione come il costo medio ponderato.
- **royalties e fees:** le società brasiliane possono portare in deduzione dal reddito royalties e fees corrisposte a soggetti esteri per un importo non superiore al 5% dei ricavi; tale importo si riduce all'1% nel caso di royalties pagate a fronte del diritto di utilizzo di un marchio. Al fine di poter

portare in deduzione dal reddito le royalties e le technical assistance fees da pagare a società estere, occorre registrare i relativi contratti presso l'INPI (Instituto Nacional da Propiedade industrial); occorre inoltre dimostrare che i servizi sono stati effettivamente resi.

- **addebiti da società estere del gruppo** (intercompanies charges): le società brasiliane possono portare in deduzione dal reddito le spese per acquisto di merci e di macchinari / impianti (tramite il processo di ammortamento), le spese di regia e i management fees. Le società brasiliane controllate da soggetti esteri non possono portare in deduzione dal reddito gli addebiti per spese di assistenza tecnica;
- **interesse sul capitale proprio:** in base a quanto previsto dalla Lei n. 9249 del 26 dicembre 1995, il socio di società di capitali brasiliana oltre al dividendo ha la possibilità di percepire un interesse sul capitale proprio (capitale netto contabile) della società.

Tale interesse viene calcolato mediante applicazione del tasso di interesse sui prestiti a lungo termine (TJLP - Taxa de Juros de Longos Prazos) all'ammontare del capitale proprio.

La remunerazione in argomento:

- non può eccedere il 50% del reddito netto della società;
- è deducibile dal reddito imponibile della società ai fini dell'imposta societaria e dei contributi sociali;

Le perdite di un determinato periodo d'imposta possono essere portate in avanti ("carry forward") indefinitamente, nei limiti, tuttavia, del 30% del reddito del singolo periodo d'imposta in cui le stesse vengono utilizzate. Non è consentito il riporto all'indietro ("carry back").

La normativa brasiliana sul transfer pricing non è in linea con le Guidelines dell'OCSE; essa, per esempio, non adotta l'arm's length principle, ma utilizza dei margini di redditività.

I caratteri salienti della normativa brasiliana in materia (Deloitte, op. cit., p. 9) sono i seguenti:

- utilizzo esclusivo dei *transactional methods* (CUP



- Comparable Uncontrolled Price, Resale price, cost plus) al fine di determinare le “uncontrolled transactions” concernenti i beni, i servizi e i diritti (“commercial rights”);
- applicazione di margini di ricarico prefissati, a meno che margini diversi non risultino da pubblicazioni ufficiali o da ricerche condotte da imprese tecnicamente qualificate;
- è prevista l'applicazione di “export safe harbour rules” al fine di evitare l'utilizzo dei transactional methods;
- è previsto l'utilizzo di specifici tassi di interesse riguardo ai prestiti intragruppo.

Al riguardo è stato affermato (EIU- Economist Intelligence Unit - Country Commerce - Brazil, september 2011, pp. 41-42) che:

“Regulations adopted in 1997 contained provisions to reduce tax evasion by subsidiaries of multinational companies through transfer pricing (essentially, under-billing their overseas parents on exports and over-billing them on imports to reduce their Brazilian tax liability). Brazilian legislation on transfer pricing adopts a transaction-by-transaction approach. As a general rule, it does not contemplate risk and functional analysis as key factors to determine the application of the methods and the determination of the profit margins. The transfer-pricing rules apply to the import or export of goods, services and rights from or to a related party that is non-resident in Brazil. One of the transfer-pricing methods of the law will have to be used to justify the price of the transaction. In an export transaction, if the effective price (price practiced by the parties) is lower than the reference price (price obtained by using one of the transfer pricing methods according to the applicable law), the difference is considered to be unreported revenue and is included as taxable income for purposes of the corporate income tax (imposto de renda da pessoa jurídica IRPJ) and the social contribution on the net profit (contribuição social sobre o lucro líquido CSLL). In an import transaction, if the effective price is higher than the reference price, the difference is considered to be a non-deductible cost and it is added back to taxable income for both IRPJ- and CSLL-tax purposes”.

Il Brasile, a partire dal 2010, ha introdotto nel proprio ordinamento norme in ordine alla “Thin capitalization”

(sia riguardo alla IRPJ che allo CSLL).

In base a quanto afferma la pubblicazione della Deloitte sopra citata, occorre distinguere tra due situazioni:

- pagamenti di interessi a parti correlate che non sono localizzate in Paradisi fiscali o che non beneficiano di un regime fiscale privilegiato, possono essere dedotti in base al principio di competenza a condizione che: 1) si tratti di oneri necessari per lo svolgimento dell'attività dell'impresa, e 2) vengano soddisfatte entrambe le seguenti soglie: a) *il related party debt to equity ratio* non eccede 2:1; b) *l'overall debt to equity ratio* non eccede 2.1.
- pagamenti di interessi a parti correlate che sono localizzate in Paradisi fiscali o che beneficiano di un regime fiscale privilegiato possono essere dedotti solo a condizione che: 1) si tratti di oneri necessari per lo svolgimento dell'attività dell'impresa, e 2) vengano soddisfatte entrambe le seguenti soglie: a) il debito della società brasiliana nei confronti della società estera non eccede il 30% del net equity della società brasiliana e b) il debito totale verso tutte le società estere localizzate in paradisi fiscali o che beneficiano di un regime fiscale privilegiato non supera il 30% del net equity della società brasiliana.

Gli eventuali interessi passivi eccedenti le soglie sopra indicate non sono deducibili.

3. CAPITAL GAINS

I capital gains realizzati nell'ambito del reddito d'impresa sono considerati come componenti ordinari di reddito (in alcuni casi sono, invece, previsti limiti alla compensazione tra “capital losses” e proventi ordinari dell'esercizio).

I capital gains realizzati da soggetti esteri in relazione a investimenti registrati presso la banca centrale brasiliana sono soggetti alla ritenuta alla fonte del 15%. Nel caso in cui tali proventi sono realizzati da soggetti residenti in paradisi fiscali la ritenuta sale al 25%.

Al riguardo l'articolo 13 (Utili di capitale) della convenzione tra l'Italia e il Brasile afferma che:

“1) *Gli utili derivanti dall'alienazione di beni*



immobili secondo la definizione di cui al paragrafo 2 dell'articolo 6, sono imponibili nello Stato contraente dove i beni immobili sono situati.

2) Gli utili derivanti dall'alienazione di beni mobili facenti parte dell'attivo di una stabile organizzazione che un'impresa di uno Stato contraente ha nell'altro Stato contraente, ovvero di beni immobili appartenenti a una base fissa di cui dispone un residente di uno Stato contraente nell'altro Stato contraente per l'esercizio di una libera professione, compresi gli utili provenienti dalla alienazione totale di detta stabile organizzazione (da sola od in uno con l'intera impresa) o di detta base fissa, sono imponibili in detto altro Stato. Tuttavia gli utili derivanti dall'alienazione di navi e di aeromobili impiegati in traffico internazionale come pure i beni mobili relativi alla loro gestione sono imponibili soltanto nello Stato contraente in cui si trova la sede della direzione effettiva dell'impresa.

3) Gli utili derivanti dall'alienazione di beni o diritti diversi da quelli menzionati ai paragrafi 1 e 2 sono imponibili in entrambi gli Stati contraenti".

Alla luce di quanto sopra previsto, le eventuali plusvalenze derivanti da cessione di partecipazioni in società residenti del Brasile, in tale Paese, sono sottoposte alla ritenuta alla fonte del 15%.

In Italia, se la partecipazione beneficia del regime della PEX - "participation exemption" (articolo 87 del Dpr n. 917/1986) viene assoggettato a imposizione solo il 5% della plusvalenza e, secondo un'impostazione cautelativa, solo il 5% della ritenuta subita in Brasile può essere considerato quale credito per imposte subite all'estero.

4. RITENUTE ALLA FONTE

I **dividendi** pagati a residenti o a non residenti, a partire dal 1° gennaio 1996, non sono soggetti a ritenuta alla fonte.

La convenzione contro la doppia imposizione tra l'Italia e il Brasile del 3 ottobre 1978, all'articolo 10 prevede una ritenuta massima del 15%. Nel caso specifico (non essendo prevista l'applicazione di una ritenuta alla fonte) tale disposizione non opera.

Riguardo al **reddito netto trasferito alla casa madre da stabile organizzazione** brasiliana

la normativa interna brasiliana non prevede l'applicazione della "branch remittance tax".

La convenzione contro la doppia imposizione tra l'Italia e il Brasile, all'articolo 10, punto 5), afferma che:

"Quando un residente dell'Italia ha una stabile organizzazione in Brasile, detta stabile organizzazione può essere assoggettata, ai sensi della legislazione brasiliana, a un'imposta prelevata alla fonte. Tuttavia, tale imposta non può eccedere il 15 per cento dell'ammontare lordo degli utili di detta stabile organizzazione determinanti al netto del pagamento dell'imposta sulle società relativa a tali utili".

Nel caso specifico (non essendo prevista l'applicazione di una ritenuta alla fonte) tale disposizione non opera.

Gli **interessi** pagati a residenti esteri sono soggetti a una ritenuta alla fonte del 15%, salvo minor aliquota prevista da convenzione contro la doppia imposizione; nel caso di interessi corrisposti a soggetti localizzati in Paesi a fiscalità privilegiata la ritenuta sale al 25%.

La convenzione contro la doppia imposizione tra l'Italia e il Brasile prevede una ritenuta massima del 15%, coincidente con quella interna brasiliana.

Gli **interessi sul capitale proprio** sono anch'essi soggetti alla ritenuta del 15%.

Le **royalties** e le **fees** pagate a beneficiari esteri sono soggette a una ritenuta alla fonte del 15%, salvo miglior trattamento previsto da accordo contro la doppia imposizione.

L'articolo 12 della convenzione tra l'Italia e il Brasile afferma che:

"Canoni.

1) I canoni provenienti da uno Stato contraente e pagati a un residente dell'altro Stato contraente sono imponibili in detto altro Stato.

2) Tuttavia, tali canoni possono essere tassati nello Stato contraente dal quale essi provengono e in conformità della legislazione di detto Stato, ma, se la persona che percepisce i canoni ne è l'effettivo beneficiario, l'imposta così applicata non può eccedere:
a) il 25% dell'ammontare lordo dei canoni derivanti dall'uso o dalla concessione in uso di marchi di fabbrica o di commercio;



b) il 15 per cento in tutti gli altri casi.
3) Le disposizioni dei paragrafi 1 e 2 non si applicano nel caso in cui il beneficiario dei canoni, residente di uno Stato contraente, abbia nell'altro Stato contraente, dal quale provengono i canoni, una stabile organizzazione cui si ricolleghino effettivamente i diritti o i beni generatori dei canoni. In tal caso i canoni sono imponibili in detto altro Stato contraente secondo la propria legislazione.
4) Ai fini del presente articolo il termine "canoni" designa i compensi di qualsiasi natura corrisposti per l'uso o la concessione in uso di un diritto d'autore su opere letterarie, artistiche o scientifiche (comprese le pellicole cinematografiche, le pellicole o bande magnetiche per trasmissioni televisive o radiofoniche), di brevetti, marchi di fabbrica o di commercio, disegni o modelli, progetti, formule o processi segreti, nonché per l'uso o la concessione in uso di attrezzature industriali, commerciali o scientifiche o per informazioni concernenti esperienze di carattere industriale, commerciale o scientifico. (...).

Nel **Protocollo** viene affermato che:

" 5) Con riferimento all'articolo 12, paragrafo 4. L'espressione "per informazioni concernenti esperienze di carattere industriale, commerciale o scientifico" di cui al paragrafo 4 dell'articolo 12 comprende i redditi derivanti dalla prestazione di assistenza tecnica e di servizi tecnici."

Alla luce di quanto sopra, è possibile affermare quanto segue:

- i compensi per assistenza tecnica e per servizi tecnici sono ricompresi nell'ambito dei canoni;
- su tali compensi viene operata una ritenuta alla fonte del 15%;
- le disposizioni recate dalla convenzione contro la doppia imposizione non comportano una riduzione della ritenuta alla fonte operabile in Brasile.

5. TRATTAMENTO IN ITALIA DEI REDDITI PRODOTTI IN BRASILE

L'articolo 23 della convenzione Italia - Brasile afferma

che:

"Metodo per evitare le doppie imposizioni.

(...)

(2) Se un residente dell'Italia possiede elementi di reddito provenienti dal Brasile, l'Italia, nel calcolare le proprie imposte sul reddito specificate nell'articolo 2 della presente Convenzione, può includere nella base imponibile di tali imposte detti elementi di reddito, a meno che espresse disposizioni della presente Convenzione non stabiliscano diversamente. In tal caso, l'Italia deve dedurre dalle imposte così calcolate l'imposta sui redditi pagata in Brasile, ma l'ammontare della deduzione non può eccedere la quota di imposta italiana attribuita ai predetti elementi di reddito nella proporzione in cui gli stessi concorrono alla formazione del reddito complessivo. Nessuna deduzione sarà, invece, accordata ove l'elemento di reddito venga assoggettato in Italia a imposizione mediante ritenuta a titolo di imposta su richiesta del beneficiario di detto reddito.

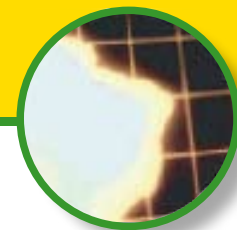
3) Se una società residente dell'Italia detiene almeno il 25 per cento del capitale di una società residente del Brasile, l'Italia esenta da imposta i dividendi ricevuti dalla società residente dell'Italia e che provengono dalla società residente del Brasile.

4) Ai fini della deduzione stabilita al paragrafo 2 del presente articolo, l'imposta brasiliana è sempre da considerarsi pagata con l'aliquota del 25 per cento dell'ammontare lordo:

a) dei dividendi definiti al paragrafo 4 dell'articolo 10;
b) degli interessi definiti al paragrafo 4 dell'articolo 11, e

c) dei canoni definiti al paragrafo 4 dell'articolo 12. (...).

La convenzione prevede, al fine di evitare la doppia imposizione internazionale del reddito, il metodo del credito d'imposta, salvo il caso dei dividendi da partecipate (almeno al 25%) per le quali prevede il metodo dell'esenzione. La convenzione riguardo ai dividendi, agli interessi e ai canoni, prevede l'applicazione dell'istituto del credito d'imposta virtuale (cd. "matching credit" o "tax sparing clause"), il quale consente al beneficiario (italiano) di considerare come credito per imposta subita all'estero un importo superiore a quanto in concreto subito.



Alla luce di quanto sopra esposto, per l'impresa italiana la ritenuta alla fonte subita in Brasile è considerabile come credito per imposte subite all'estero con l'aliquota del 25% (anche se fosse subita nella misura del 15%). Riguardo alle concrete modalità da utilizzare per far valere il credito per imposte subite all'estero valgono le regole fissate dall'articolo 165 del Dpr n. 917/1986.

È possibile delineare la seguente sintesi operativa:

- nel caso di società italiana che possiede almeno il 25% del capitale sociale di una società residente del Brasile, il dividendo percepito è completamente esentato dall'Ires italiana;
- nel caso di dividendi percepiti da società italiana che possiede meno del 25% del capitale di una società residente del Brasile o da persona fisica italiana, il dividendo è assoggettato all'imposta italiana secondo le regole italiane, con diritto a scomputo della ritenuta teorica ("matching credit"), considerata subita in Brasile (in base alle regole fissate dall'articolo 165 del Dpr n. 917/1986).
- nel caso di interessi attivi provenienti dal Brasile essi concorrono a formare il reddito nel loro intero ammontare con diritto a scomputo della ritenuta subita in Brasile considerata effettuata con l'aliquota del 25% ("matching credit");
- nel caso di royalties e fees provenienti dal Brasile essi concorrono a formare il reddito nel loro intero ammontare con diritto a scomputo della ritenuta subita in Brasile considerata effettuata con l'aliquota del 25% ("matching credit").

ESEMPIO 2

Ipotesi di lavoro: -

- utile ante imposte: 1.200.000 R.;
- completa distribuzione dell'utile da parte della società brasiliana;
- utile da partecipazione unico reddito della società italiana - investitore italiano; due distinte situazioni: partecipazione indiretta mediante società di capitali italiana: società di capitali italiana (posseduta al 100% da persona fisica italiana) che ha una partecipazione del 100% nella società brasiliana e partecipazione diretta: persona fisica italiana che ha una partecipazione del 100% nella società brasiliana;
- aliquota marginale Irpef dell'investitore italiano

(persona fisica): 43%;

- calcolo per l'investitore italiano (persona fisica).

Svolgimento:

IN BRASILE

Utile ante imposte	1.200.000 R.
	=====
Contributo sociale CSLL 9%	108.000 R.
	=====
Reddito imponibile per IRPJ	1.200.000 R.
	=====
• imposta base: $1.200.000 \times 15\% =$	180.000 R.
• addizionale: $1.200.000 - (20.000 \times 12) \times 10\% =$	96.000 R.

Totale IRPJ	276.000 R.
	=====
Utile netto ($1.200.000 - 108.000 - 276.000$) =	816.000 R.
Ritenute alla fonte in Brasile	0
Utile trasferito in Italia ($816.000 : 2,4342$)	335.223 euro

IN ITALIA

Socio: società di capitali italiana

NB:

- trattandosi di una partecipazione superiore al 25% del capitale sociale della società brasiliana, in base all'articolo 23, terzo paragrafo, della convenzione Italia - Brasile, il dividendo gode della completa esenzione in capo alla società italiana;
- poiché il dividendo è totalmente esente in capo alla società italiana, per la medesima NON sorge il diritto al credito d'imposta figurativo (cd. "matching credit").

Dividendo lordo	335.223 euro
Abbattimento 100%	- 335.223 euro

Reddito imponibile	0
Ires 27,5%	0

Distribuzione dell'utile alla persona fisica	335.223 euro
Abbattimento 50,28%	- 168.550 euro

Base imponibile Irpef	166.673 euro
	=====



Irpef 166.673 x 43% =	71.669 euro
	=====
Netto "in tasca" (335.223 - 71.669)	263.554 euro
	=====

Socio: persona fisica italiana

NB:

- NON spetta l'esenzione; il dividendo concorre a formare il reddito in base al 49,72% del suo importo;
- sorge il diritto al credito d'imposta figurativo (cd. "matching credit"), in proporzione alla parte di dividendo che concorre a formare il reddito imponibile della persona fisica.

Dividendo lordo	335.223 euro
Abbattimento 50,28%	- 168.550 euro

Base imponibile Irpef	166.673 euro
	=====
Irpef 166.673 x 43% =	71.669 euro
Matching credit (335.223 x 25%) x 49,72%	- 41.668 euro

Saldo Irpef	30.001 euro
	=====
Netto "in tasca" (335.223 - 30.001)	305.222 euro
	=====

Alla luce di quanto sopra (nell'ambito delle ipotesi di lavoro fatte):

- ove l'investitore italiano NON abbia necessità di portare a livello di persona fisica l'utile brasiliano, conviene la partecipazione mediante società di capitali italiana;
- in caso contrario, conviene la partecipazione diretta da parte della persona fisica.

9. Imposte dirette sulle persone fisiche

1. ASPETTI GENERALI

Le persone fisiche residenti in Brasile sono assoggettate all'IRPF (Imposto *sobre la Renta de la Persona Física*), sui redditi ovunque prodotti ("world wide principle"), con diritto a portare in detrazione dall'imposta brasiliana le imposte pagate

all'estero, nei limiti in cui l'imposta brasiliana grava sul reddito estero.

Le persone fisiche non residenti sono assoggettate all'IRPF solo riguardo ai redditi prodotti in Brasile. In genere tali redditi sono soggetti a una ritenuta alla fonte definitiva del 15% (salvo il caso dei dividendi i quali sono esenti dall'imposta).

"Resident status depends on the type of visa the foreign individual holds when entering Brazil. An individual with a permanent or temporary-work visa will be considered a Brazilian tax resident upon entry. An individual with another kind of temporary visa (business visa, transfer-of-technology visa, etc) will be considered a Brazilian tax resident if he or she remains in the country for more than 183 days, consecutively or not, within any 12-month period. (EIU - EIU- Economist Intelligence Unit - Country Commerce - Brazil, september 2011, pp. 43)".

L'IRPF viene pagata in base mensile, o con il sistema delle ritenute alla fonte (come nel caso del reddito di lavoro dipendente) o mediante il sistema degli acconti (come nel caso dei lavoratori autonomi).

I soggetti residenti in Brasile, tra il primo marzo e il 30 aprile devono presentare la dichiarazione dei redditi posseduti nell'anno solare precedente, pagando l'eventuale saldo o chiedendo a rimborso o a riporto l'eventuale eccedenza d'imposta versata.

2. DETERMINAZIONE DEL REDDITO IMPONIBILE

Concorrono a formare il reddito complessivo del contribuente tutti i redditi dal medesimo posseduti, sia in denaro che in natura.

Il reddito complessivo, in particolare comprende le seguenti tipologie di redditi:

- redditi di lavoro dipendente: salari, stipendi, bonus, indennità di vario tipo da parte del datore di lavoro, etc.
- redditi di lavoro autonomo: corrispettivi relativi all'attività di consulenza, etc.
- redditi di capitale: interessi e dividendi;
- altre tipologie di redditi: compensi spettanti agli amministratori di società, capital gains, etc.

In sede di conteggio delle imposte dovute mensilmente, possono essere portati in deduzione





dal reddito le seguenti tipologie di spese / oneri:

- contributi sociali pagati dal contribuente a organismi federali, statali e/o municipali;
- contributi versati in relazione a piani pensionistici privati, fino al 12% del reddito complessivo;
- somme pagate a titolo di alimenti o pensioni in adempimento di un ordine del Tribunale;
- spese sostenute da lavoratori autonomi al fine di produrre il reddito o per il mantenimento della fonte di reddito se viene tenuta idonea documentazione a supporto;
- deduzione forfettaria per persone a carico (nel 2011: gennaio / marzo 150,69 R. / mese; aprile /dicembre 157,47 R./mese).

I contribuenti possono portare in deduzione altre spese /oneri, in sede di dichiarazione annuale:

- spese di istruzione sostenute dal contribuente o da persone a carico dello stesso;
- spese sanitarie (ivi comprese quelle odontoiatriche);
- somme versate in relazione a piani sanitari privati, per psicoterapia o fisioterapia;
- somme versate a organismi riconosciuti dal Governo Brasiliano che svolgono attività di carattere filantropico, educativo, scientifico, culturale, sino al 6% del reddito complessivo.

In luogo delle deduzioni analitiche il contribuente può optare per una deduzione forfettaria fatta pari al 20% del reddito complessivo, sino a un massimo di 13.317,09 reais.

3. DETERMINAZIONE DELL'IMPOSTA DOVUTA

L'IRPF è un'imposta progressiva a scaglioni di reddito.

A livello di reddito annuale sono individuabili i seguenti quattro scaglioni di reddito:

ESEMPIO 3

Impiegato con moglie e due figli a carico, con un reddito complessivo lordo di 60.000 o di 80.000 reais.

Nel corso dell'anno il contribuente ha sostenuto i

seguenti oneri deducibili:

- contributi sociali obbligatori dell'importo di 4.871,70 euro (11% di un imponibile contributivo mensile fatto pari a 3.689,66 R. da gennaio a giugno 2011 e di 3.691,74 R. per il periodo successivo)
- spese sanitarie 6.000 R.

L'IRPF è calcolata e versata dal datore di lavoro in base mensile sul reddito conseguito nel periodo di riferimento.

Reddito complessivo lordo	60.000	80.000
Oneri deducibili:		
• contributi sociali obbligatori	- 4.871,70	- 4.871,70
• spese sanitarie	- 6.000	- 6.000
• deduzione forfettaria persone a carico	- 5.607,90	- 5.607,90
Reddito imponibile	43.520,40	63.520,40
IRPF lorda	3.451,60	8.780,64

Livelli di reddito	Aliquota della imposta	ammontare dell'imposta sullo scaglione	ammontare dell'imposta sull'ammontare massimo dello scaglione
Fino a 18.799,32		0	0
Da 18.799,32 a 28.174,32	7,5%	703,12	703,12
Da 28.174,32 a 37.566,12	15,0%	1.408,77	2.111,89
Da 37.566,12 a 46.939,56	22,5%	2.109,02	4.220,91
Da 46.939,56 in poi	27,5%		



10. Agevolazioni fiscali per gli investimenti esteri

1. INTRODUZIONE

Nell'ultimo decennio l'economia brasiliana è cresciuta in maniera sensibile, in quanto, come gli altri Paesi del BRIC, ha saputo reggere all'urto della crisi economica globale meglio degli Stati Uniti e dell'Europa. Tuttavia, soprattutto nel biennio cruciale della crisi 2008-2009 il Brasile ha varato alcune misure fiscali volte, da una parte, a mantenere un certo livello di produzione industriale e a creare nuovi posti di lavoro e, dall'altra, a incentivare i consumatori nell'acquisto di prodotti industriali. Il sistema tributario brasiliano continua a prevedere alcuni incentivi volti, in particolare, a ridurre le imposte domestiche o eliminare la ritenuta alla fonte per le royalties. La politica fiscale contempla non solo incentivi per le esportazioni, ma anche incentivi per l'investimento in unità industriali ubicate in specifiche aree regionali, nonché normative "di settore". Inoltre, sono previste una serie di discipline agevolate riservate ad attività di ricerca, culturali o tecnologiche, fra cui si segnalano:

- incentivi fiscali per nuovi progetti nelle aree del Nord e del Nord-Est;
- incentivi fiscali per lo sviluppo e nuove tecnologie;
- incentivi fiscali per la costruzione di immobili a uso abitativo;
- incentivi fiscali per investimenti nel settore petrolifero (REPENEC);
- incentivi fiscali per investimenti nel settore dei biocarburanti;
- incentivi fiscali per investimenti nel settore dell'aviazione (RETAERO);
- incentivi fiscali per acquisizione di beni strumentali per società che fanno attività di export;
- incentivi fiscali per prodotti tecnologici utilizzati nell'industria agroalimentare;
- incentivi fiscali per società che intendono investire in nuove tecnologie informatiche;

- base imponibile agevolata per l'esportazione di servizi di informazione tecnologica.

La ragione di tali regimi agevolati è ravvisabile nelle priorità che il governo brasiliano si sta ponendo nei seguenti settori: energia elettrica, energie alternative e rinnovabili, biocarburanti, sistemi idrici, espansione e ammodernamento del settore delle telecomunicazioni, settore petrolifero e del gas naturale, settore dell'industria aeronautica.

2. ESENZIONI E INCENTIVI FISCALI PREVISTI DALLA NORMATIVA FEDERALE

La normativa federale brasiliana prevede attualmente una serie di agevolazioni fiscali, le più significative delle quali verranno di seguito analizzate.

1. *Esenzione dalla IPI per l'acquisto di beni strumentali.* A partire dal 2004,¹ le imprese industriali beneficiano dell'imposta sui prodotti industrializzati (*Imposto sobre Produtos Industrializados*, IPI) – che costituisce una sorta di IVA disciplinata a livello federale – ad aliquote ridotte per quanto riguarda l'acquisto della maggior parte dei propri beni strumentali. Le aliquote in questione oscillano dal 12% fino all'aliquota zero, a seconda della natura del bene strumentale così come analiticamente descritta nel Decreto n. 7.660 del 23.12.2011, che contiene la disciplina consolidata con la tabella di incidenza dell'IPI sui macchinari e le attrezzature.
2. *Regime Tributário para Incentivo à Modernização e à Ampliação da Estrutura Portuária (REPORTO).* Il REPORTO è un particolare regime tributario istituito nel 2004² e volto a incentivare l'ammodernamento e lo sviluppo dei porti e, con l'estensione prevista nel 2008,³ dei sistemi ferroviari brasiliani. Più precisamente,

¹ Si vedano, in particolare: Decreto n. 4955/2004 del 15.1.2004; Decreto n. 5173/2004 del 6.8.2004; Decreto 5468/2005 del 15.6.2005; Decreto n. 5552/2005 del 26.9.2005; Decreto n. 5.618/2005 del 13.12.2005; Decreto n. 5.697/2006 del 7.2.2006; Decreto n. 5.804/2006 del 9.6.2006.

² Cfr. Lei n. 11.033 del 21.12.2004.

³ Cfr. Lei n. 11.774 del 17.9.2008.





tale regime comporta l'esenzione fiscale per gli acquisti di macchinari e attrezzature da parte di operatori portuali, imprese autorizzate all'installazione di infrastrutture portuali e imprese concessionarie del trasporto pubblico. Il regime in questione termina il 31 dicembre 2015⁴ ed esenta i beneficiari dal pagamento dell'IPI, del Cofins (*Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social*), del PIS/Pasep (*Contribuição para os Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio Público*) e dell'imposta sulle importazioni (*Imposto de Importação*).

3. *Rimborso anticipato della IRPJ, del PIS/Pasep e Cofins.* A partire dal 2004,⁵ le società che *i.* acquistano beni nel proprio Paese o che *ii.* importano macchinari e attrezzature destinati alla produzione di beni o alla prestazione di servizi in Brasile, beneficiano di una riduzione graduale del periodo di rimborso del PIS/Pasep e del Cofins sui benistrumentali, nonché della IRPJ (*Imposto sobre la Renta de la Persona Jurídica*). In base alla Lei n. 12.546 del 14.12.2011 viene dettagliatamente prevista la tabella per la riduzione del periodo di rimborso fino ai casi di rimborso immediato, in caso di acquisti a partire dal luglio 2012.

4. *Regime Especial de Aquisição de Bens de Capital para Empresas Exportadoras (RECAP).* Il RECAP è un regime tributario speciale introdotto nel 2005 per l'acquisto di beni da parte di società che effettuano attività di *export*, in base al quale è prevista la sospensione del pagamento del PIS/Pasep e del Cofins per determinate transazioni.⁶ Ne beneficiano le imprese che esportano il 70% o più del proprio volume d'affari annuale e i cantieri navali (per i quali non è prevista una specifica soglia minima di esportazioni).

4 Grazie alla proroga prevista dalla recente *Medida Provisória n. 556 del 23.12.2011*.

5 Cfr. *Lei n. 11.051 del 29.12.2004*, e successive modifiche e proroghe così come previste dalla *Lei n. 11.196 del 22.11.2005*, dalla *Lei n. 11.487 del 15.7.2007* e dalla *Lei n. 11.774 del 17.9.2008*.

6 Per la disciplina di riferimento, si rinvia a: *Lei n. 11.196 del 21.11.2005*; *Lei n. 11.774 del 17.9.2008*; *Decreto n. 5.649 del 29.12.2005*; *Decreto n. 5.789 del 25.5.2006*; *Decreto n. 5.908 del 27.9.2006*; *Decreto n. 6.887 del 25.6.2009*. Inoltre, si veda la *Instrução Normativa SRF n. 605 del 4.1.2006*.

5. *Regime Especial de Tributação para a Plataforma de Exportação de Serviços de Tecnologia da Informação (REPES).* Le persone giuridiche identificate dall'Autorità fiscale brasiliana e che esercitano principalmente attività di sviluppo di *software* e di fornitura di tecnologie informatiche, possono optare per il regime REPES qualora si impegnino a esportare non oltre il 60% del proprio fatturato annuale lordo derivante dalla vendita di beni o prestazione di servizi.⁷ In presenza di tali requisiti applicativi, il REPES esenta i beneficiari da:

- contributi PIS/Pasep e Cofins che incidono sulle entrate lorde derivanti dalla vendita di beni nuovi o dalla prestazione di servizi;
- contributi PIS/Pasep-Importação e Cofins-Importação che incidono sui beni nuovi o sui servizi;
- pagamento dell'IPI normalmente dovuta per l'importazione di beni nuovi.

6. *Regime Especial de Incentivos para o Desenvolvimento da Infra-Estrutura (REIDI).* Al fine di stimolare gli investimenti volti a potenziare le infrastrutture in Brasile, la normativa federale ha introdotto nel 2007 uno speciale regime fiscale per le imprese che intraprendono progetti in tale ambito, i quali devono essere soggetti alla previa autorizzazione da parte dell'Autorità fiscale brasiliana.⁸ In particolare, i settori interessati sono:

- trasporti (e.g. autostrade, corsi d'acqua, porti e impianti portuali anche a uso privato, ferrovie e treni, sistemi aeroportuali, etc.);⁹
- energia (e.g. produzione, co-produzione, trasmissione e distribuzione di energia elettrica, produzione e lavorazione di gas naturale in

7 Per la disciplina nello specifico, cfr. *Lei n. 11.196 del 21.11.2005*; *Lei n. 11.774 del 17.9.2008*; *Decreto n. 5.712 del 2.3.2006*; *Instrução Normativa SRF n. 630 del 15.3.2006*.

8 Per la disciplina nello specifico, cfr. *Lei n. 11.488 del 15.6.2007*; *Decreto n. 7.367 del 25.11.2010*; *Decreto n. 6.167 del 24.7.2007*; *Decreto n. 6.416 del 28.3.2008*; *Decreto n. 6.144 del 3.7.2007*; *Instrução Normativa SRF n. 758 del 25.7.2007*; *Instrução Normativa SRF n. 778 del 19.10.2007*; e *Instrução Normativa RFB n. 955 del 9.7.2009*.

9 Con particolare riguardo agli incentivi per progetti nel settore dei trasporti, cfr. *Portaria GM n. 089 del 4.4.2008*. Per i porti, cfr. *Portaria n. 100 da Secretaria Especial de Portos (SEP)*, pubblicata il 23.6.2008.



qualsiasi stato fisico);¹⁰

- servizi igienico-sanitari (e.g. acquedotti, sistemi fognari, etc.);
- sistemi di irrigazione;
- oleodotti.

Il regime prevede l'esenzione dal pagamento del PIS/Pasep e del Cofins in relazione all'acquisto di macchinari e attrezzature funzionali alla realizzazione dell'infrastruttura, così come risultante dal progetto approvato dall'Autorità fiscale brasiliana. A tale riguardo, per poter usufruire del regime agevolato in questione, le aziende interessate devono presentare copia RFB del decreto di approvazione dell'infrastruttura, pubblicato dal Ministero del settore di competenza. Si evidenzia, inoltre, che il regime è applicabile anche alla catena dei fornitori dell'azienda che realizzerà il progetto.

7. *Programa de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Indústria de Semicondutores (PADIS)*. Le imprese che esercitano attività di ricerca e sviluppo, design, produzione di componentistica elettronica e semiconduttori, e che investono almeno il 5% del proprio fatturato lordo in R&D, beneficiano dell'esenzione dalla IRPJ e delle aliquote ridotte di IPI, PIS/Pasep, Cofins, PIS/Pasep-Impotação e Cofins-Impotação, nonché del contributo CIDE (*Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico*) sulle vendite di semiconduttori e display, nonché sull'acquisizione di beni strumentali e sulle rimesse all'estero quale pagamento per l'utilizzo di tecnologie e *software*.¹¹

8. *Regime Especial de Incentivos para o Desenvolvimento de Infraestrutura da Indústria Petrolífera nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste (REPENEC)*. Nel 2010¹² è stato introdotto un regime tributario agevolato per

¹⁰ Con particolare riguardo agli incentivi per progetti nel settore dell'energia, cfr. Portaria MME n. 280 del 15.07.2009.

¹¹ Per la disciplina nello specifico, cfr. Lei n. 11.484 del 31.5.2007; Lei n. 11.774 del 17.9.2008; Decreto n. 6.233 del 2007, così come modificato dal Decreto n. 7.600 del 7.11.2011; Instrução Normativa RFB n. 852 del 13.6.2008, la quale descrive la procedura per l'ottenimento del regime PADIS; Portaria MCT/MDIC n. 290 del 7.5.2008; Portaria MCT/MDIC/MF n. 297 del 13.5.2008.

¹² Cfr. Lei n. 12.249 dell'11.6.2010

lo sviluppo di infrastrutture dell'industria petrolifera nelle aree del Nord, Nord-Est e Centro-Ovest, il quale è destinato alle imprese che intendono intraprendere in tali zone progetti per la realizzazione di impianti di raffinazione, lavorazione petrolchimica, petrolifera, di produzione di ammoniaca e gas naturale.¹³ Tali soggetti godono dell'esenzione dai carichi fiscali e contributivi che sorgerebbero in relazione a tutte le attività inerenti alla realizzazione dei summenzionati progetti nelle aree geografiche indicate, nonché in relazione all'acquisizione di macchinari, attrezzature, materie prime per la costruzione e *leasing* di beni strumentali. Più precisamente, le imposte e i contributi per i quali i beneficiari hanno diritto a tale esenzione sono: IPI, PIS/Pasep, Cofins, PIS/Pasep-Impotação, Cofins-Impotação e imposta sulle importazioni (*Imposto de Importação*).

9. *Regime aduaneiro especial de exportação e de importação de bens destinados às atividades de pesquisa e lavra das jazidas de petróleo e de gás natural (REPETRO)*. La normativa federale prevede un particolare regime doganale e tributario finalizzato a esentare fiscalmente i beni importati dalle imprese che operano nel settore della ricerca e sfruttamento di riserve petrolifere e di gas naturale, senza particolari restrizioni geografiche. Il regime in questione è stato istituito nel 1999¹⁴ e rimarrà in vigore fino al 31 dicembre 2020. Al fine di poter beneficiare di tale regime, l'impresa importatrice deve:

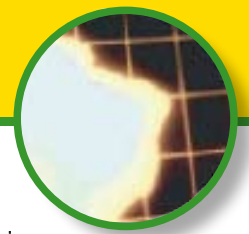
- aver ottenuto il c.d. *Ato Declaratório*, rilasciato dalle Autorità competenti agli operatori del settore¹⁵ o ai loro fornitori;
- aver ottenuto il rilascio dell'approvazione (RCR) necessaria per beneficiare della copertura REPETRO da parte delle Autorità doganali;
- importare il materiale senza effettuare il pagamento al di fuori del territorio brasiliano;
- dimostrare che il materiale sia venduto da società

¹³ Per la regolamentazione specifica, si veda altresì il Decreto n. 7.320 del 2010.

¹⁴ Cfr. Decreto n. 3.161/1999.

¹⁵ In particolare, alle persone giuridiche che possono effettuare attività in ambito petrolifero e del gas naturale così come previste dalla Lei n. 9478 del 6.8.1997.





stabilite fuori dal Brasile;

- dimostrare l'utilità del materiale importato nelle attività di trivellazione finalizzate alla ricerca e successivo sfruttamento di giacimenti petroliferi o di gas naturale;
- dimostrare, altresì, che il materiale importato non abbia un impatto negativo sull'ambiente.

In presenza della verifica circa la sussistenza di tali rigorosi requisiti, il REPETRO permette ai destinatari di essere esentati dalle seguenti imposte federali per quanto riguarda i beni importati: imposta sulle importazioni (*Imposto de Importação*), IPI, PIS/Pasep, Cofins e AFRMM.

10. *Regime Especial para a Indústria Aeronáutica Brasileira (RETAERO)*. Il RETAERO è un regime tributario di favore finalizzato a favorire lo sviluppo internazionale dell'industria aeronautica brasiliana e prevede l'esenzione dal pagamento di IPI, PIS/Pasep, Cofins, PIS/Pasep-Importação, Cofins-Importação e imposta sulle importazioni (*Imposto de Importação*) per quanto riguarda la vendita domestica o l'importazione di componentistica, accessori, attrezzatura aeronautica di precisione, sistemi, materie prime, etc. destinate al mantenimento, conservazione e produzione industriale di determinate tipologie di velivoli.

3. PARTICOLARI AGEVOLAZIONI FISCALI PREVISTE PER EVENTI SPORTIVI DI GRANDE RILEVANZA

Per concludere questa panoramica, in occasione della *FIFA Confederations Cup Brasil 2013*, dei mondiali di calcio *Brasil 2014* e dei Giochi Olimpici di *Rio 2016*, sono stati introdotti alcuni incentivi fiscali, sebbene il procedimento amministrativo propedeutico per il loro accesso risulti alquanto farraginoso a causa del triplice livello amministrativo federale, statale e municipale.

Con particolare riguardo ai primi due eventi sportivi, è previsto un regime di esenzione fiscale riservato alla FIFA (e relative dislocazioni territoriali), alle associazioni straniere affiliate alla FIFA e ai relativi

partners commerciali.¹⁶ Tali soggetti sono ammessi a beneficiare dell'esenzione dalle imposte federali normalmente dovute per le importazioni di beni destinati all'utilizzo nel contesto dell'organizzazione sportiva e degli eventi *FIFA Confederations Cup Brasil 2013* e *Brasil 2014*. In particolare, sono interessate dal regime di esenzione: l'IPI; l'imposta sulle importazioni (*Imposto de Importação*), il PIS/Pasep-Importação, il Cofins-Importação, la tassa per l'utilizzo del sistema integrato di commercio estero (*Taxa de Utilização do Sistema Integrado de Comércio Exterior, SISCOMEX*), la tassa per l'utilizzo della marina mercantile (*Taxa de utilização do Mercante*), la tassa addizionale per il rinnovamento della Marina Mercantile (*Adicional ao Frete para Renovação da Marinha Mercante, AFRMM*) e il contributo CIDE (*Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico*).

A livello statale, viene poi prevista l'esenzione dall'IVA statale (*Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação, ICMS*) per le materie prime e i beni importati destinati alla realizzazione o ristrutturazione degli impianti sportivi, degli stadi e delle infrastrutture funzionali a ospitare i suddetti eventi calcistici.

4. LA MANAUS FREE TRADE ZONE

La Zona Franca di Manaus si trova nell'omonima città situata nello Stato Amazonas, che è il più esteso del Brasile. L'idea originaria di creare un porto commerciale in regime di libero scambio si concretizzò nel 1957,¹⁷ ma poi l'applicazione delle regole agevolate fu sancita nel 1960 anche per tutto il territorio circostante.¹⁸

La politica tributaria agevolata della Zona Franca di Manaus è prevista dalla Costituzione Brasiliana fino al 2023 e offre incentivi per le imprese che intendono stabilire la propria attività in tale area amazzonica. Oltre ai vantaggi previsti dalla normativa federale, il modello di fiscalità agevolata di Manaus è implementato anche da politiche fiscali statali, municipali e locali.

¹⁶ Cfr. Lei n. 12.350 del 20.12.2010 e Decreto n. 7.578/2011.

¹⁷ Cfr. Lei n. 3.173 del 6.6.1957.

¹⁸ Il disegno di legge n. 1.310 venne approvato dal Congresso nazionale il 23.10.1951, ma fu disciplinato definitivamente solo con Decreto n. 47.757 del 2.2.1960.

L'autorità che amministra Manaus è la SUFRAMA (*Superintendência da Zona Franca de Manaus*),¹⁹ la quale è subordinata al controllo del Ministero dello Sviluppo, Industria e Commercio Estero e ha la funzione istituzionale di costruire un modello di sviluppo regionale basato sullo sfruttamento sostenibile delle risorse naturali, garantire la sostenibilità economica e il miglioramento della qualità di vita delle popolazioni locali. La SUFRAMA ha favorito lo sviluppo di tre poli che compongono la Zona Franca di Manaus (commerciale, industriale e agricolo) e promuove costantemente l'implementazione del modello di sviluppo eco-sostenibile con misure incentivanti, soprattutto di carattere fiscale, volte ad attrarre investimenti nella regione.

I vantaggi (non solo tributari) si dividono in quattro distinte categorie:

a) *Agevolazioni federali:*

- riduzione del 75% della IRPJ per i re-investimenti nella Zona Franca di Manaus, fino al 31.12.2013;
- riduzione dell'88% dell'imposta sulle importazioni (*Imposto de Importação*) in relazione a macchinari e attrezzature destinati a essere impiegati nel processo industriale;²⁰
- esenzione dall'IMI per i prodotti che entrano nella Zona Franca di Manaus e per i beni prodotti nella Zona Franca di Manaus destinati a essere commercializzati in altre regioni del Brasile;²¹
- aliquota zero per PIS/Pasep e Cofins sui ricavi derivanti dalle vendite di beni di consumo o per la produzione industriale nella Zona Franca di Manaus effettuata da soggetti stabiliti al di fuori della stessa;²²
- sospensione dal versamento del PIS/Pasep e del Cofins sulle importazioni effettuate da società stabilite nella Zona Franca di Manaus relative a materie prime, prodotti semilavorati e materiali di imballaggio (a esclusione di macchinari e attrezzature), destinati a essere utilizzati nel processo industriale, in conformità a progetti

approvati dal *Conselho de Administração* della SUFRAMA;²³

- aliquota zero per PIS/Pasep e Cofins sulle vendite di materie prime, prodotti semilavorati e materiali di imballaggio, destinati a essere utilizzati nel processo industriale, in conformità a progetti approvati dal *Conselho de Administração* della SUFRAMA;²⁴
- esenzione da tutti i tributi per le importazioni e le esportazioni (c.d. *Programas Especiais de Exportações*, PEXPAM);²⁵
- sospensione dal versamento del PIS/Pasep e del Cofins sulle importazioni effettuate da società stabilite nella Zona Franca di Manaus relative a macchinari e attrezzature destinate a essere utilizzati nel processo industriale, in conformità a progetti approvati dal *Conselho de Administração* della SUFRAMA.²⁶

b) *Agevolazioni statali.* Credito d'imposta da parziale (55%) a totale (100%) – a seconda del progetto industriale interessato – per la ICMS (*Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação*), riservato a imprese che contribuiscono allo sviluppo dell'istruzione superiore, del turismo e del settore R&D.²⁷

c) *Agevolazioni municipali.* Le imprese che generano almeno 500 posti di lavoro (sia all'inizio dell'attività che nella sua prosecuzione) godono dell'esenzione dall'imposta sui terreni e sui fabbricati (*Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana*), dalle tasse sulla raccolta dei rifiuti e la pulizia delle strade e strutture pubbliche (*Taxas de Serviços de Coleta de Lixo, de Limpeza Pública, de Conservação*

¹⁹ Istituita con il Decreto-Lei n. 288 del 28.2.1967.

²⁰ Cfr. Decreto-Lei n. 288 del 28.2.1967; Lei n. 8387 del 30.12.1991 ad altre leggi complementari.

²¹ Cfr. Decreto-Lei n. 288 del 28.2.1967; Lei n. 8387 del 30.12.1991 ad altre leggi complementari.

²² Cfr. Art. 1, Decreto n. 5.310 del 15.12.2004.

²³ Cfr. Art. 5, Lei n. 10.996 del 15.12.2004.

²⁴ Cfr. Art. 2, Decreto n. 5.310 del 15.12.2004.

²⁵ Cfr. Art. 49, Decreto n. 81.189/78 e successive modifiche.

²⁶ Cfr. Decreto n. 5.691 del 3.2.2006.

²⁷ Cioè dell'imposta sulle operazioni di cessione di beni e prestazione di servizi nel settore del trasporto interstatale e intermunicipale e di comunicazione.

de Vias e Logradouros Públicos).²⁸

- d) *Agevolazioni locali.* Nel parco industriale della Zona Franca di Manaus, l'investitore può acquistare terreni a un prezzo simbolico, beneficiando delle infrastrutture idriche, della viabilità, delle reti di telecomunicazioni, delle reti fognarie e di drenaggio pluviale. Per avere un'idea più precisa, il parco industriale si estende per 3.900 ettari e attualmente le società operanti in esso occupano poco meno di 1,7 ettari. Il Governo brasiliano, per mezzo di SUFRAMA e delle altre agenzie governative territorialmente competenti, permette la realizzazione di enormi investimenti nelle infrastrutture all'interno della Zona Franca di Manaus.

28 Cfr. Lei Municipal n. 427/1998.





Capitolo Sesto 06

A cura della Direzione generale per le politiche di internazionalizzazione e la promozione degli scambi

IL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

1	L'attività promozionale del MISE
2	Gli strumenti di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese

1. L'attività promozionale del MISE

I progressi dell'integrazione economica internazionale e il ruolo crescente che stanno assumendo i mercati emergenti, tra i quali il Brasile, attribuiscono al sostegno pubblico all'internazionalizzazione delle imprese, competenza del Ministero dello Sviluppo Economico, un rilievo sempre maggiore.

La persistente debolezza della domanda interna, infatti, accentua la necessità di rafforzare la competitività internazionale dell'intero sistema produttivo.

Accrescere il grado di internazionalizzazione, con particolare riguardo alle piccole e medie imprese, è l'obiettivo dell'attività di promozione sui mercati esteri del Ministero dello Sviluppo Economico.

Le PMI sono allo stesso tempo il principale destinatario dell'azione promozionale pubblica ed il soggetto cui spettano le decisioni economiche e le scelte operative. Spetta alla strategia pubblica individuarle e facilitarle, attraverso un circolo virtuoso tra politiche di internazionalizzazione, risorse finanziarie, attività degli Enti.

L'esiguità delle risorse finanziarie, sempre limitate rispetto agli obiettivi, impone a tutti i soggetti

preposti a facilitare l'internazionalizzazione economica e produttiva l'obbligo di fare sistema, di evitare duplicazioni e di produrre sinergie positive. In quest'ottica il Ministero, nella gestione degli strumenti di promozione volti a valorizzare i programmi di enti, associazioni di categoria, sistema camerale, consorzi e aggregazioni di imprese, privilegia le iniziative che rafforzano la strategia di sistema-paese

Il coordinamento delle politiche di internazionalizzazione è assicurato da una Cabina di regia, copresieduta dai Ministri dello Sviluppo Economico e degli Affari Esteri e composta da rappresentanti del Ministero dell'Economia e Finanze, Conferenza delle Regioni, Unioncamere, Confindustria, ABI e Rete imprese italia.

La Cabina di regia ha la funzione di tracciare le linee guida e di indirizzo strategico in materia di promozione e internazionalizzazione delle imprese, compresa la programmazione delle risorse.

In questo sistema un ruolo centrale di agenzia tecnica specializzata è stato svolto finora dall'ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, che sotto la vigilanza e seguendo le linee guida del Ministero dello Sviluppo Economico ha operato al fine di sviluppare l'internazionalizzazione delle imprese italiane, la commercializzazione dei beni e servizi nei mercati internazionali e di promuovere l'immagine del prodotto italiano nel mondo. Soppresso dal decreto



legge n. 121 del 6 luglio 2011 l'Istituto sarà sostituito dalla costituenda Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, istituita dalla successiva Legge 22 dicembre 2011 n. 214, sottoposta ai poteri di indirizzo e vigilanza del Ministero dello Sviluppo Economico, d'intesa con il Ministero degli affari esteri e sentito il Ministero dell'economia e delle finanze, per le materie di rispettiva competenza.

Il Sistema Paese ha come quadro di riferimento la promozione dell'immagine dell'Italia nella sua più complessa dimensione economica, storica, artistica e di tradizione. Esso viene pubblicamente sostenuto da una duplice forma di promozione: l'attività ordinaria, affidata nella sua realizzazione all'Agenzia -ICE, ed un'attività promozionale straordinaria, gestita direttamente dal MISE.

A differenza delle azioni promozionali ordinarie, che prevedono ritorni a breve termine, la programmazione straordinaria si sviluppa in un'ottica strategica "integrata", plurisettoriale ed evocativa del made in Italy come stile di vita, con previsione di risultati a medio e lungo termine e un intervento finanziario prevalentemente pubblico, sostenuto dal Ministero dello Sviluppo Economico.

I programmi straordinari sono impostati sulla base di valutazioni di priorità geoeconomiche, individuando i mercati che a medio termine presenteranno un andamento più dinamico e un accentuato tasso di crescita, seguendo lo spostamento del baricentro dello sviluppo mondiale in nuove aree geografiche, contraddistinte dai maggiori tassi di crescita e dalla conseguente affermazione di un nuovo ceto abiente, emulatore dei bisogni di standard occidentale medio-alto.

I progetti di promozione straordinaria prevedono un sistema di iniziative incentrate sui settori di eccellenza del Made in Italy e sui comparti nei quali l'Italia possiede rilevanti margini di capacità competitiva ed elevati livelli di qualità, in termini di benessere di vita e di affidabilità della produzione per i suoi contenuti di innovazione tecnologica, che consentono interessanti prospettive di inserimento nei diversi mercati, sui quali ampie fasce di nuovi consumatori stanno affacciandosi, per la maggior parte dai paesi emergenti.

In particolare, il Programma Promozionale

Straordinario ha consentito la previsione e realizzazione di azioni promozionali in settori innovativi e ad alto contenuto tecnologico, quali bio-nanotecnologie, energie rinnovabili, tecnologie nel campo della protezione ambientale, design e progettazione, restauro e recupero urbano.

LE MISSIONI

La predisposizione delle strategie mirate per paesi e settori, è preceduta da una attività di analisi e studio, volta ad individuare le aree nelle quali investire le risorse pubbliche di promozione, che si realizza con l'organizzazione di missioni, uno dei core business del Ministero.

Le missioni nascono dall'esigenza di sviluppare una promozione integrata delle imprese nei mercati esteri, attraverso la collaborazione ed il coinvolgimento di più soggetti pubblici e privati: Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero degli Affari Esteri, Regioni Italiane, ICE, Unioncamere, Abi e Confindustria. Esse rappresentano una nuova modalità di cooperazione, volta a rafforzare l'immagine del Sistema Italia all'estero, attraverso la partecipazione congiunta dei principali attori preposti all'internazionalizzazione.

Per strutturare e organizzare in maniera coordinata gli interventi di internazionalizzazione, la scelta dei Paesi in cui effettuare le missioni di sistema avviene nell'ambito della citata Cabina di Regia.

In tale sede, viene fatta una valutazione e selezione delle aree geografiche in cui realizzare gli interventi promozionali sulla base di criteri legati alla dinamicità dei mercati, alle prospettive di sviluppo e alle potenzialità di crescita. Successivamente alla fase di individuazione dei Paesi, vengono definiti i settori economico-commerciali degli interventi, considerando le opportunità di collaborazione bilaterale e i rispettivi trend di crescita.

Negli anni le missioni hanno acquisito uno specifico format: al Forum di carattere istituzionale a cui partecipano le Autorità, segue quello economico dedicato all'analisi e promozione di specifici ambiti settoriali. Infine, con l'obiettivo di sviluppare una collaborazione mirata tra le imprese, vengono organizzati incontri BtoB, attraverso i quali vengono favorite proficue occasioni di nuovo business.



Le missioni svolgono un ruolo molto importante per promuovere le imprese italiane sui mercati internazionali, in quanto permettono di allacciare nuove relazioni economico-imprenditoriali, anche grazie alla presenza e al diretto coinvolgimento e supporto delle Istituzioni dei Paesi promotori e ospitanti.

Negli ultimi anni le missioni sono state organizzate, con una media di due all'anno, in numerosi Paesi appartenenti a tutti i continenti: dall'Africa, all'Asia, dall'Europa alle Americhe. Nel 2009 sono state realizzate due Missioni, in Russia (5/9 aprile) e in India (14-16 dicembre). Nel 2010 si sono svolte la Missione in Cina (30 maggio- 5 giugno) e quella nei Paesi del Golfo (5- 11 novembre novembre 2010). A seguire, hanno avuto luogo le Missioni in India (29 ottobre- 3 novembre 2011) ed in Corea del Sud (21- 23 novembre 2011).

L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE IN BRASILE

Gli strumenti promozionali sui quali il Ministero dello Sviluppo economico si basa per promuovere l'internazionalizzazione delle imprese in Brasile vanno dalla partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche, che hanno ormai assunto una valenza a carattere regionale per l'intera area sudamericana, a workshop e seminari tecnici volti ad illustrare l'eccellenza del Made in Italy nei vari settori produttivi.

L'Italia è da tempo impegnata in una costante attività bilaterale, volta all'attenuazione e al superamento di certe regole protezionistiche che tuttora ostacolano una piena evoluzione degli scambi reciproci. In particolare, i due Paesi hanno attivato il "Meccanismo di monitoraggio del commercio e degli investimenti bilaterali Italia-Brasile", che si è riunito per la prima volta a Brasilia nel novembre 2009 e la seconda a Roma nell'aprile 2010, con l'intento di proseguire il lavoro con ulteriori appuntamenti periodici.

La sfida di aprire le PMI italiane al mercato brasiliano è stata rilanciata con forza negli ultimi anni; come hanno dimostrato le tre grandi missioni organizzate dal Ministero in

collaborazione con Confindustria, ABI e ICE. La prima di esse si è svolta in Brasile nel marzo 2006 e ha visto la partecipazione di oltre 250 imprese ed associazioni di categoria, impegnate in contatti operativi con imprenditori brasiliani; la seconda, alla quale hanno partecipato circa 150 imprenditori brasiliani, si è invece svolta nell'ottobre 2006 in Italia, coinvolgendo le realtà imprenditoriali di Roma e Milano e i distretti di Vicenza e Parma.

E' con la terza Missione del novembre 2009, la più grande effettuata in America Latina dal Ministero, che l'Italia ha consolidato la partnership economico-commerciale con il Brasile.

Nel 2011 il Ministero ha partecipato all'organizzazione in Italia della missione incoming dell'Associazione brasiliana LIDE, che raggruppa circa 800 imprese, in rappresentanza del 42% del PIL brasiliano, con l'obiettivo di promuovere le relazioni d'affari, discutere di temi politici ed economici, rafforzare la corporate governance, difendere i principi etici e democratici nel settore pubblico e privato, favorendo una sempre maggiore integrazione tra imprese, organizzazioni ed entità private mediante dibattiti, business fora, eventi culturali, sportivi e sociali.

Il Ministero dello Sviluppo Economico assicura l'appoggio e la promozione degli investimenti e dell'interscambio nel Paese in collaborazione con una rete di strutture, quali la rete diplomatico-consolare dell'Ambasciata d'Italia e le cinque **Camere di Commercio italo – brasiliane**, dislocate a: San Paolo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Santa Catarina e Porto Alegre. Di esse il Ministero ha approvato il programma promozionale ai fini della concessione del cofinanziamento annuale alle spese sostenute per la realizzazione del programma promozionale dell'esercizio finanziario precedente.

Il contributo fornito dal Ministero è finalizzato ad incentivare lo svolgimento di specifiche attività promozionali di rilievo nazionale e la realizzazione di progetti volti a favorire, in particolare, l'internazionalizzazione delle PMI.



“Camera di Commercio Italiana Rio Grande do Sul” (Stato: Rio Grande do Sul. Città: Porto Alegre) fondata nel 1959 e riconosciuta come Camera estera da parte del Ministero nel 1970.

Accordi di collaborazione	<ul style="list-style-type: none"> - Antenne Italia nel Rio Grande Do Sul - Antenne Rio Grande do Sul in Italia - Assindustria Vicenza - CCIAA Padova - Padova Promex - Veneto House
----------------------------------	--

Settori prioritari: calzature e pelletteria, mobili, plastica, metalmeccanica, vitivinicolo.

“Camera di Commercio Italiana di Minas Gerais” (Stato: Minas Gerais. Città: Belo Horizonte) fondata nel 1995 e riconosciuta come Camera estera da parte del Ministero nel 1998.

Accordi di collaborazione	<ul style="list-style-type: none"> - AC Minas Associazione Commerciale Minas Gerais - CCIAA Torino - CEI Piemonte - CETEC (Centro Tecnologico Minas Gerais) - Enti Fiera: Verona, Vicenza - FIEMG (Federazione Industrie Minas Gerais) - INDI (Istituto Sviluppo Integrato Minas Gerais) - Politecnico Torino - Regione Piemonte (Antenna Piemonte presso la Camera) - SEAIN (Segreteria di Stato per le relazioni Internazionali)
----------------------------------	--

Settori prioritari: alimentare, trasporti, ricerca e sviluppo.

“Camera di Commercio e Industria - Santa Catarina” (Stato: Santa Catarina. Città: Florianopolis) fondata nel 2005 e riconosciuta come Camera estera da parte del Ministero nel 2009.

Accordi di collaborazione	<ul style="list-style-type: none"> - AC IC (Associazione Commerciale e Industriale Florianopolis) - CONTUR - EPAGRI - FIESC - Associazione Industriali di Vicenza - Associazione Veneziani nel Mondo - Centro Estero Veneto - Consorzio politecnico di Milano - Regione Veneto - Università di Catania - Vicenza Qualità
----------------------------------	---

Settori prioritari: agroalimentare, infrastruttura e logistica, trasporti, mobile ed arredamento.

“Camera Italo-Brasiliana di Commercio e Industria di Rio de Janeiro” fondata nel 1950 e riconosciuta come Camera estera da parte del Ministero nel 1987.

Accordi di collaborazione	<ul style="list-style-type: none"> - Agenzia per la cooperazione internazionale - CIN-FIRJAN (Centro Internazionale d’Affari Federazione Industrie Rio de Janeiro) - Desk Catania e Ragusa - Eurosportello Napoli - Promos Milano - Sebrae-RJ (Servizio di appoggio alle micro e piccole imprese) - Università di Anhembi Morumbi, ITER-Politecnico di Milano, Unirio
----------------------------------	--

Settori prioritari: mobili ed arredamento, alimentare, tessile e moda, edilizia.

“Camera Italo Brasiliana di Commercio Industria e Agricoltura” di San Paolo fondata nel 1902 e riconosciuta come Camera estera da parte del Ministero nel 1970.



Accordi di collaborazione

- ABIMAQ
- ABIT (Associazione Brasiliana Industria Tessile e Confezionamento)
- Desk Torino, Trentino Sprint, Veneto
- ENIT
- FIESP (Federazione Industriale San Paolo)
- IPT (Istituto Pesquisa Tecnologica)
- Promec Modena
- Promos Milano
- SEBRAE (Servico Brasileiro de Apoio as PME)
- Università Bocconi Milano, Torino, UNITALO, USP

Settori prioritari: tempo libero, alimentare, tessile e moda, istruzione.

start-up finalizzato a promuovere progetti di internazionalizzazione al di fuori della U.E.

1. FINANZIAMENTO AGEVOLATO PER LA REALIZZAZIONE DI PROGRAMMI DI INVESTIMENTO TRAMITE APERTURA DI STRUTTURE ALL'ESTERO IN PAESI EXTRA UE (L. 133/2008, ART. 6 COMMA 2 LETT. A)

È di gran lunga lo strumento più utilizzato, tra gli altri messi a disposizione dalla Simest, da parte delle imprese che intendono penetrare i mercati esteri o potenziare posizioni già acquisite sui medesimi.

Finalità

L'intervento consiste in un finanziamento a tasso agevolato volto a favorire la realizzazione o il potenziamento di una struttura permanente in Paesi extra UE.

Beneficiari

È destinato alle imprese con sede legale in Italia a eccezione di quelle operanti nei settori elencati dall'art. 1, lett. A, B, C e F del Regolamento CE 1998/2006.

Spese finanziabili

Sono finanziabili le spese relative alla costituzione e al funzionamento della struttura, le spese per azioni promozionali e per i vari interventi sostenute dalla data di presentazione della domanda fino al termine del programma (24 mesi dopo la stipula del contratto di finanziamento).

Caratteristiche dell'intervento

Premesso che la revisione operata di recente sulle modalità del finanziamento ha portato a una diminuzione del tasso di interesse e a una riduzione delle garanzie si fa presente che:

il rimborso del finanziamento è stabilito entro un termine massimo di 7 anni dalla data di stipula del contratto di finanziamento, di cui due anni di

2. Gli strumenti di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese

Nel rispetto dell'ordinamento comunitario vigente in tema di aiuti pubblici, e per rispondere al meglio alle esigenze delle imprese nazionali impegnate a fronteggiare la crescente pressione competitiva sui mercati esteri, la disciplina vigente è stata rivisitata e ampliata allo scopo di facilitare l'accesso alle agevolazioni erogate dalla Simest Spa, attraverso l'attenuazione degli oneri e degli adempimenti richiesti ai destinatari dei finanziamenti.

Accanto agli strumenti tradizionali, ormai da tempo collaudati, sono state elaborate nuove modalità di finanziamento rivolte in particolare alle PMI, nella consapevolezza che esse continuano a rappresentare il punto di forza dello sviluppo del comparto produttivo nazionale. In particolare, si segnalano le misure predisposte per il sostegno alla patrimonializzazione delle imprese e l'istituzione di un fondo denominato



preammortamento.

Il tasso di interesse agevolato è pari al 15% del tasso di riferimento, con una percentuale minima dello 0,50% annuo. Il tasso di riferimento è fisso ed è quello vigente alla data della delibera di concessione del Comitato Agevolazioni Simest.

L'intervento agevolativo può coprire fino all'85% dell'importo delle spese preventivate, tenuto conto dei limiti previsti dal Regolamento "de minimis".

Per garantire il rimborso del finanziamento occorre prestare alla Simest Spa una o più delle seguenti garanzie: fideiussione bancaria, fideiussione assicurativa, fideiussione di confidi convenzionati con Simest, fideiussione di intermediari finanziari convenzionati con Simest e pegno su titoli di Stato.

Il Comitato Agevolazioni può accordare alle PMI, in base alla loro affidabilità e capacità di rimborsare il finanziamento, una riduzione delle garanzie fino al 50% del finanziamento.

Procedura e tempi

Tempi brevi e certi per chi richiede l'agevolazione.

La domanda che deve essere presentata alla SIMEST, redatta su apposito modulo (scaricabile dal sito www.simest.it e www.sviluppoeconomico.gov.it), viene istruita dalla Simest e dal MISE e quindi sottoposta al Comitato agevolazioni per l'approvazione entro 90 giorni dalla data di presentazione.

Il contratto viene stipulato entro 3 mesi dalla ricezione della delibera di concessione.

Le ulteriori erogazioni sono subordinate alla presentazione di idonea documentazione delle spese sostenute e di adeguata garanzia.

2. FINANZIAMENTO AGEVOLATO PER LA REALIZZAZIONE DI STUDI DI PREFATTIBILITÀ E DI FATTIBILITÀ COLLEGATI A INVESTIMENTI ITALIANI ALL'ESTERO, NONCHÉ PROGRAMMI DI ASSISTENZA TECNICA COLLEGATI AI SUDDETTI INVESTIMENTI IN PAESI EXTRA U.E. (L.

133/2008, ART. 6 COMMA 2 LETT. B)

È lo strumento dedicato alle imprese che intendono effettuare uno studio approfondito del mercato sul quale intendono operare per definirne le caratteristiche chiave, quale la situazione politica, economica e sociale, le aree di maggiore concentrazione industriale, le dinamiche del mercato locale relativo al prodotto di interesse, regolamentazioni doganali, imposte e quanto altro utile per avviare un'attività di internazionalizzazione.

Finalità

L'intervento consiste in un finanziamento a tasso agevolato destinato a studi di prefattibilità, fattibilità e programmi di assistenza tecnica collegati a investimenti italiani all'estero, in Paesi extra U.E..

Beneficiari

È destinato alle imprese italiane, loro consorzi o associazioni, con priorità per le PMI. Sono escluse le imprese operanti nei settori elencati dall'art. 1, lett. A, B, C e F del Regolamento CE 1998/2006.

Spese finanziabili

Le spese finanziabili, che devono essere indicate in modo analitico in una "scheda preventivo" sono relative a salari, emolumenti dovuti a consulenti o a esperti, viaggi, soggiorni e altre spese collegate con la tipologia e gli obiettivi degli studi o del programma di assistenza tecnica.

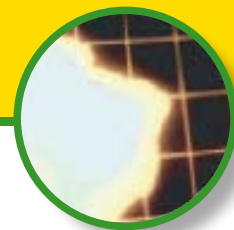
I costi devono riguardare, almeno per il 50% del totale preventivato, le spese da sostenersi nel Paese di destinazione dell'iniziativa.

Caratteristiche dell'intervento

Premesso che la revisione operata di recente sulle modalità del finanziamento ha portato a una diminuzione del tasso di interesse e a una riduzione delle garanzie si fa presente che:

il periodo di realizzazione del programma termina 6 mesi dopo la stipula del contratto di finanziamento nel caso di studi fattibilità, 12 mesi nel caso di programmi di assistenza tecnica





Il preammortamento decorre dalla data di stipula del contratto e termina 24 mesi dopo tale data.

Il rimborso del finanziamento avviene in un periodo di 3 anni a partire dal termine del periodo di preammortamento, mediante rate semestrali posticipate costanti in linea capitale.

È facoltà dell'impresa chiedere la riduzione di tali termini.

Il tasso di interesse agevolato è pari al 15% del tasso di riferimento, con una percentuale minima dello 0,50% annuo. Il tasso di riferimento è fisso ed è quello vigente alla data della delibera di concessione del Comitato Agevolazioni Simest.

Il finanziamento deliberato dal Comitato Agevolazioni può coprire fino al 100% dell'importo preventivato dall'impresa richiedente (nei limiti del "de minimis") e non può essere superiore a:

- € 100.000 per studi collegati a investimenti commerciali;
- € 200.000 per studi collegati a investimenti produttivi;
- € 300.000 per assistenza tecnica.

Per garantire il rimborso del finanziamento l'impresa deve prestare alla Simest Spa una o più delle seguenti garanzie: fideiussione bancaria, fideiussione assicurativa, fideiussione di confidi convenzionati con Simest, fideiussione di intermediari finanziari convenzionati con Simest e pegno su titoli di Stato.

Il Comitato Agevolazioni può accordare alle PMI, in base alla loro affidabilità e capacità di rimborsare il finanziamento, una riduzione delle garanzie fino al 50% del finanziamento.

Procedura e tempi

Tempi brevi e certi per l'esame della domanda di agevolazione.

La domanda che deve essere presentata alla SIMEST, redatta su apposito modulo (scaricabile dal sito www.simest.it e/o www.sviluppoeconomico.gov.it), viene istruita dalla Simest e dal MISE e quindi sottoposta al Comitato agevolazioni per l'approvazione entro 90 giorni dalla data di presentazione.

Il contratto viene stipulato entro 3 mesi dalla ricezione della delibera di concessione.

L'impresa può chiedere che entro 3 mesi dalla stipula del contratto venga erogato un anticipo fino a un massimo del 70% del finanziamento concesso; l'importo a saldo è erogato, previa consegna delle relative garanzie, al momento del consolidamento del finanziamento.

3. FINANZIAMENTO AGEVOLATO DEI CREDITI ALL'ESPORTAZIONE (LEGGE 143/88-FONDO 295)

È uno strumento finalizzato a promuovere le esportazioni, consentendo alle imprese italiane di offrire alla controparte estera dilazioni di pagamento a condizioni competitive, tramite la concessione di contributi agli interessi.

Finalità

L'agevolazione è finalizzata a consentire alle imprese esportatrici l'offerta di condizioni di credito competitive sui mercati esteri, in linea con l'accordo internazionale (denominato Consensus) vigente in materia di sostegno pubblico all'export. Lo strumento, di norma, integra la copertura assicurativa operata dalla Sace.

Beneficiari

L'agevolazione interessa tutte le imprese italiane. Sono agevolabili le esportazioni concernenti forniture di macchinari e impianti, studi, progettazioni, lavori e servizi, normalmente assistite da garanzia Sace, mentre sono escluse le esportazioni di beni di consumo (durevoli e non durevoli) e semilavorati o beni intermedi non destinati in via esclusiva a essere integrati in beni di investimento.

Nel caso di *credito fornitore* (la dilazione è concessa alla controparte estera direttamente dall'impresa italiana esportatrice), il finanziamento del credito all'esportazione è costituito dallo smobilizzo di titoli, normalmente effettuato da un *forfaiter*, e l'intervento agevolativo è volto a coprire la differenza tra il valore attuale dei titoli al tasso agevolato e il valore del credito scontato a un tasso ritenuto congruo dalla SIMEST.

Nel caso di *credito finanziario* (il credito concesso all'acquirente/committente estero per il regolamento



di esportazioni italiane è intermediato da soggetti finanziari), la SIMEST effettua un intervento di stabilizzazione del tasso nei confronti della banca finanziatrice, assicurando, nel corso della durata del finanziamento, la copertura dell'eventuale differenza tra il costo della raccolta a breve e il tasso agevolato posto a carico del beneficiario del finanziamento.

Caratteristiche dell'intervento

La durata del credito all'esportazione deve essere uguale o superiore a 24 mesi dal "punto di partenza del credito" (spedizione/consegna o, nel caso di impianti "chiavi in mano", collaudo preliminare). La durata massima è determinata in base al Consensus, in relazione alla categoria del paese e alle tipologie di operazioni.

I tassi d'interesse minimi applicabili (CIRR) sono stabiliti mensilmente in sede OCSE in relazione alle differenti valute di denominazione del credito all'esportazione e sono pubblicati sul sito del MISE.

Il tasso CIRR negoziato per l'operazione resta fisso per tutta la durata del credito all'esportazione.

L'importo agevolabile è pari a un massimo dell'85% della fornitura; una percentuale pari ad almeno il 15% deve essere regolata in contanti.

Procedura e tempi

Le richieste di contributo agli interessi sui finanziamenti concessi devono essere presentate dai soggetti interessati (banche italiane o estere o esportatori) alla SIMEST utilizzando apposito modulo, scaricabile dal sito www.simest.it. e/o www.sviluppoeconomico.gov.it

L'eventuale concessione del contributo viene deliberata entro 90 giorni dal completamento della documentazione necessaria.

4. ASSICURAZIONE DEI CREDITI ALL'ESPORTAZIONE (D.LGS. 31.3.1998, N. 143 E D.LGS 27.5.1999, N. 170)

L'assicurazione dei crediti e gli altri servizi finanziari offerti dalla SACE rappresentano uno dei principali strumenti di promozione e di sostegno alle imprese nazionali che operano sui mercati esteri, mettendo

gli esportatori in grado di offrire alla clientela estera, attraverso la copertura dei rischi dell'operazione commerciale, termini e condizioni di credito competitivi e in linea con le regole internazionali concordate per il sostegno pubblico dell'export.

Finalità e caratteristiche dell'intervento

L'agevolazione opera attraverso la concessione della assicurazione, riassicurazione e garanzia dei rischi di carattere politico, valutario e commerciale a cui sono esposte le imprese e le banche italiane nelle loro attività sui mercati esteri.

Le operazioni assicurabili sono per la gran parte costituite dai crediti connessi alle dilazioni di pagamento accordate agli acquirenti e committenti esteri e possono assumere la forma di credito fornitore e credito finanziario (acquirente). Sono inoltre assicurabili gli investimenti diretti all'estero.

Gli strumenti assicurativi a disposizione delle imprese sono:

- la promessa di garanzia, che consente all'operatore nazionale di ottenere, prima della conclusione del contratto, una indicazione delle condizioni di assicurabilità dell'operazione;
- la polizza assicurativa vera e propria, contenente le condizioni di assicurabilità e il relativo costo;
- altri strumenti, quali le coperture assicurative rilasciate in dipendenza di convenzioni quadro con le banche, nell'ambito di linee di credito concesse da banche italiane a istituti bancari esteri per crediti di durata inferiore a cinque anni; garanzie concesse nell'ambito di trattati di riassicurazione con operatori privati; garanzie concesse sulla base di trattati di riassicurazione e coassicurazione con compagnie assicurative esteri; garanzie di tipo fideiussorio.

L'importo assicurabile non può essere superiore al 95% della fornitura.

Sono esclusi dall'intervento le esportazioni e gli investimenti all'estero effettuati nei Paesi dichiarati in sospensiva dalla Sace, e, relativamente ai rischi





commerciali riguardanti i crediti fino a 24 mesi, nei Paesi UE.

Si ricorda che per quanto riguarda la copertura dei crediti con dilazione di pagamento inferiore a 24 mesi, i relativi servizi sono forniti dalla SACE BT (controllata al 100% dalla SACE) operativa dal giugno 2004. Le attività di SACE BT sono destinate in particolare alle PMI.

Beneficiari

Operatori nazionali:

- per i crediti fornitore: gli esportatori e gli investitori italiani all'estero;
- per i crediti acquirente: le banche italiane e le banche e società finanziarie estere.

Procedure e tempi

La promessa di garanzia e la garanzia assicurativa vanno richieste su appositi moduli disponibili presso la SACE, la Viscontea e il sistema bancario.

Per ogni approfondimento e per una rassegna esaustiva di tutti i prodotti SACE si rinvia al sito www.sace.it.

5. PARTECIPAZIONE DI SIMEST AL CAPITALE DI IMPRESE ESTERE (LEGGE N. 100/90; D. LGS. N. 143/98; D.L. N. 35/2005 CONV. L. N. 80/2005)

È lo strumento finalizzato a rafforzare l'internazionalizzazione delle imprese attraverso la presenza della Simest nel capitale di rischio delle società costituite all'estero, con la possibilità di integrare l'agevolazione con la partecipazione aggiuntiva del Fondo Venture Capital.

Finalità

La Simest, per supportare gli investimenti di imprese italiane in società o imprese aventi sede in Paesi non appartenenti all'Unione Europea, può acquisire quote di partecipazione di minoranza nel capitale di rischio delle società estere. Lo stesso Legge 100 prevede che la Simest possa concedere contributi agli interessi sul finanziamento bancario della quota acquisita dalla

società italiana.

Beneficiari

Imprese italiane e/o imprese aventi stabile organizzazione in uno Stato dell'Unione Europea, controllate da imprese italiane, le quali siano interessate a costituire una società estera o sottoscrivere un aumento di capitale sociale o ad acquisire quote di partecipazione in un'impresa estera già costituita. Le imprese che, investendo all'estero, non prevedano il mantenimento sul territorio nazionale delle attività di ricerca, sviluppo, direzione commerciale, nonché di una parte sostanziale delle attività produttive non possono usufruire delle agevolazioni sopra descritte.

Anche per questa agevolazione è data priorità alle PMI.

Caratteristiche dell'intervento

La partecipazione della SIMEST non può superare il 25% del capitale di rischio della società estera e può essere detenuta per un periodo massimo di 8 anni. Entro tale termine, SIMEST dovrà procedere alla cessione delle sue quote ai valori di mercato.

Il suddetto limite è elevato al 49% sia per gli investimenti all'estero che riguardino attività derivanti da acquisizioni di imprese, *joint-venture* o altro che mantengano le capacità produttive interne sia per i nuovi investimenti destinati alla ricerca e innovazione.

Durante il periodo in cui è prevista la partecipazione della SIMEST nell'impresa estera, le spese in ricerca e sviluppo dovranno essere almeno pari al 50% dell'ammontare della partecipazione stessa.

Unulteriore intervento, che si aggiunge contestualmente alla partecipazione di Simest, si concretizza attraverso il riconoscimento di un contributo agli interessi che viene concesso a fronte del finanziamento ordinario della quota di capitale di rischio assunta dall'impresa, applicando un tasso che copre il differenziale tra l'interesse bancario e il tasso di riferimento. L'interesse agevolato applicabile al rimborso sarà pari al 50% del tasso di riferimento.

Procedura e tempi

L'operatore presenta direttamente alla SIMEST il progetto di società estera, corredato da documentazione



e nel caso di *joint venture* fornirà informazioni tecniche, industriali, economiche e finanziarie sia dell'impresa italiana che del partner estero.

L'istruttoria effettuata dalla Simest si conclude, mediamente, nell'arco di tre mesi dalla presentazione della domanda.

Per richiedere il contributo agli interessi, l'operatore presenta alla SIMEST la richiesta di agevolazione non oltre tre mesi dalla data della delibera di partecipazione SIMEST. Il finanziamento è deliberato entro sei mesi dalla presentazione della domanda da parte dell'operatore.

Il modello di domanda è scaricabile dal sito www.simest.it e www.sviluppoeconomico.gov.it

6. FONDO UNICO PER OPERAZIONI DI VENTURE CAPITAL

Il Fondo nasce dall'intento di supportare gli investimenti in aree strategiche quali Cina, Africa, Medio Oriente, America Centrale e Meridionale, Balcani, Federazione Russa e integra lo strumento agevolativo che regola, attraverso la L. 100/90, la partecipazione di Simest al capitale di rischio di imprese estere.

Finalità

Con la creazione di un apposito fondo si è inteso offrire un ulteriore supporto alle imprese che intendono costituire società miste all'estero. Il fondo Venture Capital è, infatti, finalizzato a sostenere gli investimenti delle imprese italiane attraverso l'acquisizione da parte della SIMEST SpA, per conto del Ministero dello Sviluppo Economico, di quote di capitale di rischio in imprese aventi sede in uno dei Paesi di destinazione previsti dal Fondo stesso. Tali quote devono essere aggiuntive rispetto a quelle acquisite da Simest ai sensi della L. 100/90. La partecipazione complessiva (Simest + FVC) non può in ogni caso essere superiore al 49% del capitale dell'impresa estera.

Beneficiari

Tutte le imprese italiane possono essere destinatarie dell'agevolazione, alla condizione che venga assicurato il mantenimento sul territorio nazionale delle attività di ricerca, sviluppo e una quota sostanziale delle attività

produttive.

Caratteristiche dell'intervento

L'intervento aggiuntivo del Fondo può avere ad oggetto l'acquisizione di quote di capitale di rischio nella fase di costituzione della nuova impresa, o, nel caso in cui l'impresa sia già esistente, la sottoscrizione di aumento di capitale sociale o l'acquisto da terzi di quote o azioni. Non ci sono limiti di importo, ma l'intervento aggiuntivo del Fondo deve essere:

- di importo non superiore al doppio della partecipazione connessa all'intervento SIMEST ottenuto ai sensi della L. 100/90;
- tale da non determinare, sommato all'intervento SIMEST, il superamento:
 - né del totale delle quote di partecipazione detenute dai soci italiani
 - né del limite del 49% del capitale sociale della società estera

Procedura e tempi

L'intervento del Fondo può essere richiesto, congiuntamente o successivamente alla richiesta di partecipazione di SIMEST ai sensi della legge 100/90, mediante domanda scritta alla SIMEST, avvalendosi del modulo appositamente predisposto (scaricabile dal sito www.simest.it e www.sviluppoeconomico.gov.it).

Nel caso di richiesta congiunta (partecipazione più finanziamento):

entro 30 giorni dalla delibera del Consiglio di Amministrazione che approva la partecipazione ai sensi della legge 100/90, la SIMEST completa l'esame della richiesta di partecipazione a valere sulle disponibilità del Fondo e la sottopone al Comitato di Indirizzo e Rendicontazione, istituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico, per la relativa approvazione.

Nel caso di richiesta posteriore alla delibera della partecipazione di SIMEST ai sensi della legge 100/90:

entro 90 giorni dalla presentazione della domanda, la richiesta e la relativa istruttoria sono trasmesse al Comitato, che le esaminerà alla prima riunione utile.

A seguito dell'approvazione del Comitato, la SIMEST provvede alla stipula del contratto di partecipazione a valere sulle risorse del Fondo.



7. LEGGE 01.07.1970 N. 518 - RIORDINAMENTO DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

È una legge che disciplina il settore delle Camere di Commercio Italiane all'Estero.

Essa stabilisce:

- *i criteri per la concessione e la revoca del riconoscimento ufficiale;*
- *il gradimento – su conforme parere del Ministero degli Affari Esteri – del Segretario Generale della Camera a cui è assegnata la funzione amministrativa;*
- *l'approvazione di modifiche agli Statuti delle CCIE riconosciute;*
- *i criteri per la concessione di un cofinanziamento annuo sulle spese del programma promozionale realizzato.*

Beneficiari

Possono richiedere il riconoscimento ufficiale le Associazioni di imprenditori italiani e locali, libere, elettive, costituite all'estero da almeno due anni con il fine di incrementare le relazioni economico-finanziarie tra il Paese dove è ubicata la Camera e l'Italia. Il Ministero acquisito il parere del Ministero degli Affari Esteri, decide se procedere o meno al riconoscimento ufficiale. Le Camere che hanno già ricevuto il riconoscimento ufficiale, possono richiedere il cofinanziamento annuale alle spese sostenute per la realizzazione del programma promozionale.

Le Camere possono essere costituite in tutti i Paesi esteri.

Tipo di intervento

Riconoscimento ufficiale:
cofinanziamento annuale sulle attività promozionali svolte nell'esercizio finanziario precedente la richiesta.

Tipologie di progetti finanziabili

- **area informativa:** riviste, bollettini, newsletter, cataloghi, repertori, pubblicità sui media, seminari, sportelli informativi e

siti web;

- **area formativa:** corsi diretti alle imprese, corsi diretti al personale della Camera, workshop, seminari che trasmettono un know-how, stage di studenti italiani, neo-laureati presso le imprese all'estero;
- **area contatti d'affari:** partecipazione a eventi fieristici, assistenza e accompagnamento di delegazioni di operatori, organizzazione di contatti tra strutture universitarie e di ricerca italiane e locali per favorire la diffusione dell'innovazione tecnologica;
- **area assistenza e consulenza alle imprese:** reperimento agenti o distributori, ricerca partners, recupero crediti, traduzioni, organizzazione di business meeting, assistenza alle imprese per partecipazione a programmi comunitari o di organismi internazionali;
- **area della rete camerale:** redazione del Business Atlas, alimentazione banca-dati Pla.Net sui contatti e sulle locali opportunità di business; partecipazione al Meeting dei Segretari Generali, alla Convention mondiale e riunioni d'area.

Caratteristiche dell'intervento

Contributi a fondo perduto.

Procedura e Tempi

- ottobre-dicembre: pubblicazione Circolare Ministeriale per programmi promozionali riferiti all'anno successivo;
- entro il 31-01 anno successivo presentazione da parte delle CCIE del programma promozionale;
- entro 30 gg. approvazione/non approvazione programma promozionale da parte del Ministero;
- entro 31-03 invio da parte delle CCIE della rendicontazione del programma promozionale svolto nell'anno precedente;
- ottobre-dicembre predisposizione decreto di riparto delle somme assegnate alle singole CCIE.



Riferimenti normativi

- Legge 1 luglio 1970, n. 518 (G.U. n. 182 del 21 luglio 1970);
- Art. 22, comma 1 del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 143 (Disposizioni in materia di commercio con l'estero);
- Decreto 21 luglio 1999, n. 315;
- Circolare n. 20100177438 del 29 novembre 2010 (pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale – Serie Generale n. 289 del 11.12.2010 Supplemento ordinario n. 272).

8. LEGGE 29.12.1993 N. 580 - RIORDINAMENTO DELLE CAMERE DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA

La legge prevede che la denominazione di “camera di commercio” possa essere estesa, nel territorio nazionale, anche alle associazioni cui partecipino enti e imprese italiane e di altro Stato estero, che abbiano per scopo statutario la promozione dei rapporti economici con l'Italia e abbiano ottenuto l'iscrizione in un apposito Albo.

L'Albo è tenuto presso la sezione separata di Unioncamere e riporta le seguenti indicazioni:

- Denominazione;
- data di costituzione;
- sede legale ed eventuali sedi operative, mezzi di comunicazione;
- data di iscrizione all'Albo;
- data di estinzione della Camera o di revoca dell'iscrizione all'Albo;
- nominativi e funzioni degli amministratori;
- servizi alle imprese.

Tipo di intervento

L'iscrizione all'Albo è disposta dal Ministero dello Sviluppo Economico su domanda dell'interessata, previa verifica dei seguenti requisiti:

- esistenza di una struttura minima (sede, personale);
- finalità promozionale per i rapporti con l'Italia;

- assenza di condanne penali per gli amministratori italiani;
- benessere della Rappresentanza diplomatica dello Stato di appartenenza per gli amministratori esteri.

La valutazione viene effettuata, tramite apposita conferenza di servizi sulla base del programma delle attività promozionali previste e delle effettive potenzialità d'incremento dei rapporti commerciali con l'Italia. Per consentire tale valutazione, l'associazione deve aver svolto attività in almeno due anni precedenti a quello in cui viene chiesta l'iscrizione all'Albo.

Procedura

L'Associazione interessata deve inoltrare specifica domanda in bollo al Ministero dello Sviluppo Economico – Direzione Generale per le Politiche di internazionalizzazione e la promozione degli scambi – DIV.VIII. La domanda deve essere corredata da una copia autenticata dell'atto costitutivo e dello statuto, dall'elenco dei soci e degli amministratori, dal programma delle attività previste, da una relazione illustrativa dell'attività eventualmente già svolta, dall'ultimo bilancio consuntivo e dall'eventuale riconoscimento dello Stato estero.

Riferimenti normativi

- Legge 29 dicembre 1993, n. 580 (G.U. n. 7 dell'11 novembre 1994);
- Decreto 15 febbraio 2000 n. 96 (G.U. n. 94 del 21 aprile 2000) e relativi indicatori allegati)

9. LEGGE 21.2.1989, N. 83 - CONCESSIONE DI CONTRIBUTI FINANZIARI AI CONSORZI TRA PICCOLE E MEDIE IMPRESE INDUSTRIALI, COMMERCIALI E ARTIGIANE

È la norma che consente di erogare contributi finanziari annuali in rapporto alle spese sostenute dai consorzi multiregionali aventi come scopi esclusivi, anche disgiuntamente, “l'esportazione dei prodotti delle imprese consorziate e l'attività promozionale



necessaria per realizzarla”.

I contributi sono finalizzati a incentivare lo svolgimento di specifiche attività promozionali di rilievo nazionale e la realizzazione di progetti volti a favorire, in particolare, l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese. Il contributo non può essere in alcun modo ripartito tra le imprese né impiegato per iniziative fruite da singole imprese.

Beneficiari

Consorzi e società consortili multiregionali¹, anche in forma cooperativa, aventi come scopo esclusivo l'esportazione dei prodotti delle consorziate e l'attività promozionale necessaria per realizzarla.

Consorzi monoregionali ubicati nelle Regioni Sicilia e Valle d'Aosta (provvisoriamente, in attesa della definizione dell'iter di trasferimento delle competenze alle rispettive Regioni).

Nello statuto deve essere espressamente specificato il divieto di distribuzione degli avanzi di esercizio di ogni genere e sotto qualsiasi forma alle imprese consorziate, anche in caso di scioglimento. Tale divieto deve risultare dallo statuto al momento della presentazione della domanda di presentazione del programma promozionale, a pena di inammissibilità della domanda stessa.

In linea generale, l'attività dei consorzi può riguardare tutti i paesi esteri.

Tipo di intervento

Co-finanziamento a fondo perduto, commisurato all'importo delle spese ammissibili sostenute per l'esecuzione del programma promozionale.

Procedura

Avvio del procedimento (con invio di una comunicazione a ciascun proponente ai sensi della legge 241/90) con istruttoria delle singole

¹ Sono considerati multiregionali i consorzi di cui almeno il 25% delle imprese associate abbiano la sede legale in una o più regioni diverse da quella delle restanti imprese. Per i consorzi che abbiano più di 60 imprese associate, il requisito minimo è fissato in 15 imprese aventi sede legale in una o più regioni diverse dalle restanti imprese. Il requisito della multiregionalità deve essere posseduto dal momento della presentazione della domanda di approvazione del programma sino al 31 dicembre dell'anno di realizzazione del programma stesso.

domande, che si conclude con una lettera di approvazione, o di diniego, totale o parziale, del programma promozionale; l'esito della valutazione sarà comunicato dal Ministero.

Esame del rendiconto, che si conclude con l'emissione dei decreti di concessione dei contributi e dei relativi ordini di pagare, ovvero con un diniego, totale o parziale per carenze riscontrate nella rendicontazione.

Riparto dei fondi assegnati tra i progetti ammessi ed emissione del decreto di concessione del contributo e dell'ordine di pagare.

Trasmissione al proponente di una copia del decreto concessivo.

Pertanto, le richieste di contributo saranno esaminate come segue:

- per le richieste inoltrate da consorzi multiregionali l'istruttoria e l'erogazione saranno effettuate interamente dal Ministero;
- per le richieste inoltrate dai consorzi monoregionali, aventi sede nelle Regioni a statuto speciale Sicilia e Valle d'Aosta, l'istruttoria e l'erogazione saranno effettuate dal Ministero, sempreché non intervenga il trasferimento.

Riferimenti normativi

- Legge 21 febbraio 1989 n. 83 (G.U. n. 58 del 10 marzo 1989);
- D.M. 25 marzo 1992 (G.U. n. 87 del 13 aprile 1992);
- Circolare ministeriale n. 0174769 del 25 novembre 2010 pubblicata sulla G.U. n. 289 dell'11/12/2010. Supplemeto ordinario n. 272.

Note: Il decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 112 e successive modificazioni ha attribuito alle regioni la gestione dei contributi destinati ai consorzi con esclusione di quelli multiregionali; con il D.P.C.M. 26 maggio 2000 sono state trasferite le risorse alle regioni a statuto ordinario. Pertanto la circolare citata concerne solo la gestione dei contributi per i consorzi a carattere multiregionale.



10. LEGGE 29.7.1981 N. 394 - ART. 10 CONCESSIONE DI CONTRIBUTI FINANZIARI AI CONSORZI AGRO- ALIMENTARI, TURISTICO- ALBERGHIERI E AGRO ITTICO-TURISTICI

È la norma che consente di erogare contributi finanziari annuali in rapporto alle spese sostenute dai consorzi multiregionali appartenenti alle seguenti tipologie: agroalimentari; turistico-alberghieri; agro-ittico-turistici.

I contributi sono finalizzati a incentivare lo svolgimento di specifiche attività promozionali di rilievo nazionale e la realizzazione di progetti volti a favorire l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese.

Beneficiari

A) Consorzi e società consortili a carattere multiregionale², anche in forma cooperativa, costituiti da imprese agroalimentari aventi come scopo esclusivo la prestazione di servizi connessi all'esportazione dei prodotti agroalimentari;

B) Consorzi e società consortili a carattere multiregionale, anche in forma cooperativa, costituiti da imprese turistiche e alberghiere limitatamente alle attività volte a incrementare la domanda turistica estera.

C) Consorzi e società consortili a carattere multiregionale, anche in forma cooperativa, costituiti da piccole e medie imprese agroalimentari, ittiche e turistico-alberghiere aventi come scopo esclusivo l'attrazione della domanda estera.

D) Consorzi monoregionali di cui alle lettere A), B), C), ubicati in Sicilia e Valle d'Aosta (provvisoriamente, in

² Sono considerati multiregionali i consorzi di cui almeno il 25% delle imprese associate abbiano la sede legale in una o più regioni diverse da quella delle restanti imprese. Per i consorzi che abbiano più di 60 imprese associate, il requisito minimo è fissato in 15 imprese aventi sede legale in una o più regioni diverse dalle restanti imprese. Il requisito della multiregionalità deve essere posseduto dal momento della presentazione della domanda di approvazione del programma sino al 31 dicembre dell'anno di realizzazione del programma stesso. I contributi sono finalizzati a incentivare lo svolgimento di specifiche attività promozionali di rilievo nazionale e la realizzazione di progetti volti a favorire l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese.

attesa della definizione dell'iter di trasferimento delle competenze alle rispettive Regioni).

In linea generale, l'attività dei consorzi può riguardare tutti i paesi esteri.

Nello statuto deve essere espressamente specificato il divieto di distribuzione degli avanzi di esercizio di ogni genere e sotto qualsiasi forma alle imprese consorziate, anche in caso di scioglimento. Tale divieto deve risultare dallo statuto al momento della presentazione della domanda di presentazione del programma promozionale, a pena di inammissibilità della domanda stessa.

Tipo di intervento

Co-finanziamento a fondo perduto, commisurato all'importo delle spese ammissibili sostenute per l'esecuzione del programma promozionale.

Procedura

Avvio del procedimento (con invio di una comunicazione a ciascun proponente ai sensi della legge 241/90) con istruttoria delle singole domande, che si conclude con una lettera di approvazione, o di diniego, totale o parziale, del programma promozionale; l'esito della valutazione sarà comunicato dal Ministero.

Esame del rendiconto, che si conclude con l'emissione dei decreti di concessione dei contributi e dei relativi ordini di pagare, ovvero con un diniego, totale o parziale per carenze riscontrate nella rendicontazione.

Riparto dei fondi assegnati tra i progetti ammessi ed emissione del decreto di concessione del contributo e dell'ordine di pagare.

Trasmissione al proponente di una copia del decreto concessivo.

Pertanto, le richieste di contributo saranno esaminate come segue:

- per le richieste inoltrate da consorzi multiregionali l'istruttoria e l'erogazione saranno effettuate interamente dal Ministero;
- per le richieste inoltrate dai consorzi monoregionali, aventi sede nelle Regioni a statuto speciale Sicilia e Valle d'Aosta, l'istruttoria e l'erogazione saranno effettuate



dal Ministero, sempreché non intervenga il trasferimento.

Riferimenti normativi

Art. 10 del D.L. 251/81, così come modificato dalla legge di conversione 394/81, dalla legge 304/90 e dalla Legge 27 dicembre 2006, n. 296 (art. 1, comma 935 della legge finanziaria 2007).

Circolare ministeriale 0174740 del 25 novembre 2010. G.U.11/12/2010 n. 289.S.O n. 272.

Note: Il decreto legislativo 31 marzo 1998 n. 112 e successive modificazioni ha attribuito alle regioni la gestione dei contributi destinati ai consorzi con esclusione di quelli multiregionali; con il D.P.C.M. 26 maggio 2000 sono state trasferite le risorse alle regioni a statuto ordinario. Pertanto la circolare citata concerne solo la gestione dei contributi per i consorzi a carattere multiregionale.

11. LEGGE 29.10.1954 N. 1083 - CONCESSIONE DI CONTRIBUTI FINANZIARI A ISTITUTI, ENTI, ASSOCIAZIONI, CAMERE DI COMMERCIO ITALO ESTERE IN ITALIA PER INIZIATIVE VOLTE A PROMUOVERE L'ESPORTAZIONE

È una legge che consente di corrispondere contributi finanziari a Istituti, Enti ed Associazioni per la realizzazione di progetti di attività promozionale, di rilievo nazionale volte allo sviluppo delle esportazioni italiane.

Beneficiari

Istituti, Enti ed Associazioni di rilievo nazionale e di emanazione del sistema produttivo imprenditoriale, non aventi fini di lucro, nonché le Camere di Commercio Italo estere in Italia iscritte all'albo di cui alla legge 580/93, per la realizzazione di attività promozionali di rilievo nazionale in favore di imprese associate, dislocate in più regioni. Per attività promozionale di rilievo nazionale si intende quella che ha ricadute diffuse su un territorio multi regionale volta a rafforzare il Made in Italy.

Sono ammessi gli interventi in tutti i Paesi esteri. L'Italia solo per quanto riguarda eventi a carattere internazionale.

Tipo d'intervento

Co-finanziamento sulle spese preventivate per la realizzazione di progetti volti a favorire l'internazionalizzazione delle PMI e lo svolgimento di specifiche attività di rilievo nazionale.

Tipologie di progetti finanziabili

Partecipazione a fiere estere; partecipazione a fiere internazionali in Italia; realizzazione, stampa e distribuzione di cataloghi in lingua estera; pubblicità effettuata all'estero su giornali, riviste specializzate, radio e televisione, web; workshop, conferenze e incontri con operatori e giornalisti esteri; ecc.. Le proposte progettuali approvate potranno prevedere una compartecipazione pubblica fino a un massimo del 50% delle spese ammesse.

Caratteristiche dell'intervento

Contributi a fondo perduto.

Procedura e tempi

- Agosto: pubblicazione circolare ministeriale per programmi promozionali riferiti all'anno successivo;
- entro il 30 settembre dello stesso anno presentazione della domanda da parte dei soggetti beneficiari;
- entro il 31 dicembre approvazione/non approvazione programma promozionale da parte del Ministero;
- entro i tre mesi successivi alla realizzazione dell'intero programma promozionale invio della relazione e rendicontazione del programma svolto;
- entro 30 giorni dalla ricezione dell'istanza approvazione della rendicontazione;
- ottobre-dicembre predisposizione decreto riparto delle somme assegnate ai singoli soggetti beneficiari;
- decreto di concessione del contributo: entro 60 giorni dalla disponibilità delle risorse finanziarie sul relativo capitolo di bilancio.





Capitolo Settimo 07

A cura di Interprofessional Network

CASI AZIENDALI	
1	Acqua Minerale San Benedetto Spa
2	Bonfiglioli Redutores Do Brasil Indústria E Comércio Ltda
3	Lotto Sport Italia
4	Officine Maccaferri Spa
5	Orobica Plast-Gom Srl
6	Pasta Zara Spa
7	Pavan Group
8	RadiciGroup

1. Acqua Minerale San Benedetto Spa

	2009	2010	2011
Fatturato	in milioni di Euro 580	in milioni di Euro 570	in milioni di Euro 630
Fatturato in Brasile	n.d.	n.d.	n.d.
Numero dipendenti	1140	1090	1130
Numero dipendenti in Brasile o addetti Brasile	0	0	0
Attività svolta e settore merceologico	Acqua minerale e bibite		
Canali di vendita all'estero	Retail, horeca, vending, forniture navali		
Unità produttive ubicate in	Nessuna		
Uffici di rappresentanza	Nessuna		

INTRODUZIONE

L'azienda fu fondata il 10 aprile 1956 dai fratelli Bruno e Ermenegildo Scattolin "Vecchiato" a partire da una sorgente che sgorgava nel loro terreno e considerata dagli abitanti del luogo quasi miracolosa per le sue ottime qualità. Fu denominata San Benedetto in riferimento al patrono del paese. Già pochi anni dopo i gravosi oneri finanziari costrinsero gli Scattolin a cedere progressivamente l'azienda ai fratelli Luigi e Francesco Zoppas, proprietari di una nota azienda di elettrodomestici.

Sotto questa gestione, la San Benedetto conosce un notevole sviluppo che vede il suo apice negli anni ottanta, quando risulta essere la prima azienda italiana a lanciare i contenitori in PET, ed inizia a firmare accordi di



partnership con altre multinazionali quali Coca-Cola e Pepsi, espandendo la propria attività anche all'estero (Francia, URSS, America Latina, ecc.).

Negli anni novanta viene fondata la Alpe Guizza S.p.A., ed in Spagna l'Agua Mineral San Benedetto S.A., consolidando, così, il suo ruolo sempre più internazionale.

Di seguito si riporta l'intervista rilasciata dal Presidente del Gruppo Acqua Minerale San Benedetto S.p.A., Dottor Enrico Zoppas, coadiuvato dal direttore responsabile del dipartimento estero Dottor Massimo Resaz, al team di Interprofessional Network in persona dell'avvocato Gianluca Vigo di Torre Bairo.

In cosa consiste prevalentemente il Vostro business, sia in Italia che all'Estero?

Il nostro business consiste nella vendita dei prodotti a marchio San Benedetto con la connotazione specifica del Made in Italy.

Qual è la Vostra mission aziendale?

La nostra Mission si può riassumere in un pensiero: "RISORSE PER LA VITA". Creare benessere imparando dalla natura attraverso la realizzazione e la soddisfazione dei bisogni del consumatore trasformandoli in prodotti di successo.

Che attività specifica andate a svolgere in Brasile?

La distribuzione del nostro prodotto principe, l'acqua minerale San Benedetto rendendola disponibile a tutti i consumatori.

Perché si è scelto di avviare un'attività in questo Paese?

Il Brasile è un Paese emergente con una domanda crescente di prodotti di qualità. Noi vogliamo dare una risposta a questa esigenza.

Come siete strutturati per operare in Brasile?

Non siamo ancora pienamente operativi in Brasile, per il momento abbiamo identificato un importatore e Distributore di prodotti italiani di alta gamma nel settore alimentare e stiamo completando il procedimento relativo alla certificazione dei nostri prodotti.

Come è oggi e quali sono stati i vari passaggi che Vi hanno portato all'attuale struttura in Brasile?

Nel ribadire che la nostra struttura è ancora in

fase di completamento possiamo affermare che il primo passaggio intrapreso per aprire il mercato brasiliano è stato un approfondito studio del paese dei suoi costumi e soprattutto dei potenziali clienti analizzandone gusti, aspirazioni, desideri ed ovviamente la propensione al consumo di prodotti di alta qualità.

Come si configura la Vostra struttura organizzativa e come si è evoluta nel tempo?

Non possiamo che rispondere chiedetecelo fra qualche mese.

Come si articola la Vostra rete distributiva in Brasile?

Anche in questo caso occorre ancora un po' di pazienza per poter rispondere adeguatamente.

Quali canali distributivi sono stati utilizzati?

Utilizzeremo i due canali principali del settore alimentare e cioè il canale della Ristorazione (Ristoranti ed Hotels) e quello del cosiddetto "Mercato Moderno" ossia la Grande Distribuzione Organizzata.

Che ruolo assume la pianificazione strategica nella Vostra azienda?

Possiamo dire che la pianificazione strategica riveste un ruolo fondamentale per la nostra azienda. L'analisi approfondita del mercato nonché la ricerca dei canali di vendita più adatti e "performanti", la scelta del prodotto specifico più adatto alle differenti necessità del consumatore e lo studio del suo "appeal" a livello di prezzo sono, tutti insieme, gli elementi necessari per il buon esito dell'operazione.



Quali sono i Vostri punti di forza e cosa Vi ha portato ad avere successo?

La crescente spinta all'innovazione, la ricerca della funzionalità dei nostri prodotti sia a livello qualitativo che di packaging e la qualità intrinseca di tali prodotti hanno consentito di raggiungere una crescita costante dell'azienda sia in Italia che all'Estero.

Quanto incide nella strategia aziendale la ricerca e sviluppo, con particolare riferimento al mercato brasiliano?

Tantissimo, ma non con riferimento particolare soltanto a un mercato specifico bensì a tutta la nostra clientela.

La R&S dell'azienda è il nostro fiore all'occhiello, solo per citare l'ultimo dei nostri impegni basti l'esempio della creazione del primo prodotto nell'universo dei produttori di acque minerali "CARBON NEUTRAL". Abbiamo cioè determinato il calcolo delle emissioni di carbonio prodotte nella vita di uno specifico prodotto (dall'acquisto della materia prima al trasporto a casa dei consumatori del prodotto finito) ed abbiamo neutralizzato questa impronta comprando crediti in ottemperanza ai ben noti accordi di Kyoto. Come si può ben immaginare una tale politica aziendale non è soltanto fortemente innovativa in termini generali ma apporta una vera e propria "rivoluzione verde" che ovviamente non riguarda soltanto il nostro settore; provate a immaginare se tutte le aziende si comportassero così...

Qual è la Vostra politica di marketing per il mercato brasiliano?

Contiamo di effettuare importanti investimenti sui punti vendita per accrescere l'impatto sul consumatore; in particolare abbiamo sviluppato una strategia che prevede il costante approccio ai "top spots" del Brasile e delle sue più importanti città al fine migliorare il nostro Brand Awareness. Prevediamo inoltre di portare avanti una politica di sostegno alle vendite molto aggressiva per ottenere in tempi relativamente brevi la notorietà del nostro marchio e per comunicare la certezza di qualità dei nostri prodotti che già ci contraddistingue in molti Paesi del mondo.

Quando Vi siete affacciati sul mercato brasiliano quali difficoltà avete incontrato e come le avete risolte? Quali i successi e gli insuccessi?

Siamo convinti, per una questione di filosofia aziendale, che fra qualche anno vi potremo raccontare una storia di successo; ancora un poco di pazienza del resto, parafrasando Neil Armstrong, quello che è un piccolo passo per la nostra azienda potrebbe diventare un grande balzo per i nostri clienti brasiliani.

Avete avuto dei problemi per la copia del marchio/brevetto o della proprietà intellettuale in genere? A tal proposito avete suggerimenti da proporre a un imprenditore italiano?

Sono anni che proteggiamo i nostri Marchi. Il Brasile non ci ha creato alcun problema particolare.

Come è stato l'impatto con la cultura locale e in che modo questo ha influito sulla Vostra attività?

Può sembrare banale ma la gioia di vita che si respira in Brasile ci ha dato una grande energia soprattutto pensando che purtroppo in questo momento in Europa il clima appare meno "effervescente", usando un aggettivo che caratterizza alcuni nostri prodotti.

A oggi a livello internazionale come si posizionano i Vostri prodotti?

Nella fascia alta dei prodotti di Marca, esempio caratterizzante del Made in Italy, o meglio, come piace dire a noi "il fatto in Italia".

Avete riscontrato delle problematiche in merito all'adattamento del prodotto? Quali tipi di cambiamenti avete dovuto far assumere al prodotto/servizio?

Nessun problema particolare, è evidente che il packaging secondario (etichette in particolare ma anche il film su alcune delle nostre confezioni) verrà modificato per venire incontro alle specifiche imposte dalla legislazione locale ed ovviamente



per adattarsi ai gusti e le esigenze del consumatore brasiliano.

Esistono delle difficoltà a livello doganale e fiscale?

Sono quelle tipiche dei Paesi Terzi, nessuna restrizione particolare.

Quali sono i maggiori punti di somiglianza tra il mercato italiano e quello brasiliano?

La ricerca della qualità nella fascia medio alta dei consumatori è molto simile a quella italiana. Il piacere espresso attraverso l'atto di acquisto di un prodotto di qualità è paragonabile, in tutti i sensi, a quella riscontrata nel consumatore nel nostro Paese.

A livello di infrastrutture in che situazione è il Brasile e come ciò influisce sulla Vostra attività?

Stiamo ancora valutando e testando la situazione poiché, come già detto, non siamo ancora operativi in Brasile tuttavia è possibile affermare che nei principali centri di riferimento del Paese la situazione sia paragonabile a quella europea.

Come si struttura il rapporto con i Vostri partner brasiliani?

Al momento si tratta di un normale rapporto commerciale, si verificheranno in seguito le eventuali possibilità di una nostra presenza diretta e stabile in loco.

Come si struttura il Vostro rapporto con la concorrenza locale e internazionale presente in Brasile?

Approcceremo il mercato nei prossimi mesi, ci aspettiamo il completamento delle pratiche di Registrazione dei nostri prodotti entro il 30 giugno 2012.

Questione certificazioni: ne avete e quale è la Vostra posizione a riguardo?

I certificati sono in fase di emissione, la procedura è stata molto lunga ma non ci sono stati, almeno al momento, specifici impedimenti che ne ostacolassero l'iter.

Ci attendiamo la certificazione per la nostra

acqua minerale che, tra l'altro, è uno dei prodotti più complicati da registrare a cagione di una legislazione nazionale brasiliana particolarmente stringente in materia.

Come è il Vostro rapporto con le Istituzioni brasiliane (governative, bancarie ma anche enti di sostegno pubblici e privati)?

Come detto stiamo lavorando con gli enti direttamente preposti alle certificazioni dei nostri prodotti e non essendo ancora pienamente operativi potremo valutare le citate istituzioni soltanto fra qualche tempo.

Se dovesse dare un consiglio a un imprenditore che si affaccia oggi sul mercato brasiliano cosa raccomanderebbe?

Di selezionare con cura la controparte e di avere molta pazienza nella fase preliminare.

Il mercato merita questa piccola attenzione preliminare per poter dare migliori frutti più avanti; citando un antico adagio tedesco "Der Teufel, verkshtet sich, in den Einzelheiten" (il diavolo si nasconde nei dettagli) e quindi è sempre consigliabile un approccio prudente e misurato per meglio valutare la situazione e coglierne appieno le migliori opportunità.



2. Bonfiglioli Redutores Do Brasil Indústria E Comércio Ltda

	2009	2010	2011
Fatturato	400 M	600 M	700 M
Fatturato in Brasile	4.0 M	6.5 M	10 M
Numero dipendenti	2800	3100	2800
Numero dipendenti in Brasile o addetti Brasile	29	36	39
Attività svolta e settore merceologico	Riduttori, motoriduttori, motori, servomotori, inverters		
Canali di vendita all'estero	16 filiali		
Unità produttive ubicate in	10 Fabbriche		
Uffici di rappresentanza	5 continenti		

INTRODUZIONE

Nel 1956 Clementino Bonfiglioli fonda a Bologna l'azienda omonima per rispondere alla crescente domanda del settore meccanico di ricambi e componenti di precisione per macchine agricole e motocicli, a quel tempo in grande sviluppo.

Autentico pioniere, progetta e brevetta pochi anni dopo il riduttore a due stadi epicicloidali serie RAE, che testimonia la fondamentale scelta di produrre nuovi riduttori interamente progettati in ogni componente. Distribuiti prima localmente e poi su tutto il territorio nazionale, i prodotti Bonfiglioli incontrano un crescente consenso, portando nel 1975 all'acquisizione di Trasmital, azienda che è oggi leader nella produzione di riduttori epicicloidali per escavatori, macchine stradali e impianti eolici.

Gli anni Ottanta e Novanta vedono Bonfiglioli espandersi con successo nel mercato internazionale, con l'apertura di filiali dirette e stabilimenti produttivi, anche grazie a continue innovazioni di prodotto. Il nuovo millennio vede un ulteriore rafforzamento con l'acquisizione di Vectron, leader nei sistemi elettronici di controllo, e Tecnoingranaggi, produttrice di riduttori a gioco ridotto.

Nel cinquantesimo anno di attività, Bonfiglioli rinnova l'impulso all'internazionalizzazione e alla green economy, confermando il proprio ruolo di player globale. Alla scomparsa di Clementino nel 2010, il testimone passa alla figlia Sonia che lo rilancia e rafforza in tutto il mondo.

Di seguito si riporta l'intervista rilasciata dal Dott. Manfredi Ucelli di Nemi, Diretor Executivo da Bonfiglioli do Brasil, al team di Interprofessional Network.

Dott. Ucelli di Nemi, in cosa consiste prevalentemente il Vostro business, sia in Italia che all'Estero? Qual è la Vostra mission aziendale?

La mission e la vision dell'azienda consistono nel progettare e realizzare soluzioni innovative e affidabili per il



controllo e la trasmissione di potenza nell'industria, nelle macchine operatrici semoventi e nel settore delle energie rinnovabili, promuovendo in tutto il mondo uno sviluppo sostenibile e condiviso, mediante un servizio dinamico, responsabile, puntuale e vicino al cliente.

Offriamo dunque soluzioni d'eccellenza a livello internazionale nel settore della trasmissione e del controllo di potenza. Progettiamo, costruiamo e distribuiamo una gamma completa di motoriduttori di velocità, sistemi di azionamento e motoriduttori epicicloidali. Mettiamo le nostre soluzioni al servizio dell'industria, delle macchine semoventi e del settore delle costruzioni per una miriade di applicazioni che migliorano concretamente e quotidianamente la qualità del lavoro e della vita, in tutto il mondo.

Che attività specifica andate a svolgere in Brasile?

Come parte della strategia di sviluppo internazionale in mercati ad alto potenziale, la Bonfiglioli ha aperto la propria filiale in Brasile nell'ottobre del 2008. Nello stesso anno, il Gruppo Bonfiglioli ha concluso altri progetti strategici di espansione, investendo più di 44 milioni di euro in questo processo: tra questi una nuova fabbrica di motori elettrici in Vietnam, la filiale Brasiliana e una nuova fabbrica per riduttori della linea heavy duty in Italia.

La filiale Brasiliana è stata fondata per operare in tutta l'America del Sud mantenendo come principale mercato il Brasile.

L'attività specifica è formata dall'insieme dei processi necessari per promuovere e sostenere la commercializzazione dei prodotti Bonfiglioli nel mercato locale: ufficio commerciale e di ingegneria di applicazione, linee di montaggio, assistenza tecnica 24-ore, oltre a tutti i processi di "supporto" necessari al buon funzionamento di una impresa.

I settori di mercato definiti come targets principali sono quelli in cui si concentrano gli investimenti nazionali e internazionali: applicazioni legate all'energia in generale (estrazione di petrolio ed energie rinnovabili), progetti di infrastruttura, agricoltura, estrazione mineraria etc.

Perché si è scelto di avviare un'attività in questo Paese?

Il mercato brasiliano offre un potenziale di business importante ed esiste un buon allineamento tra le caratteristiche dei prodotti della Bonfiglioli, il know how aziendale e le necessità del mercato locale. Questa combinazione è una solida base sulla quale costruire una storia di successo.

Come siete strutturati per operare in Brasile?

Come è oggi e quali sono stati i vari passaggi che Vi hanno portato all'attuale struttura in Brasile?

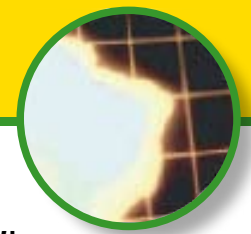
La Bonfiglioli do Brasil è stata incorporata nel 2008 attraverso una Joint Venture con la impresa Eurotex, già distributrice esclusiva della Bonfiglioli. Inizialmente si è iniziato a lavorare sul potenziamento della struttura locale investendo in capitale umano e infrastrutture. Già nel 2009 la Bonfiglioli Brasil traslocava nella nuova sede di 3500mq installando banchi di lavoro per avviare le linee di montaggio locali e implementava il sistema SAP allineandosi a processi e a procedimenti corporativi.

Come si configura la Vostra struttura organizzativa e come si è evoluta nel tempo?

Abbiamo iniziato le operazioni con approssimativamente 10 funzionari e un fatturato di 3 milioni di euro (2008); attualmente abbiamo 40 funzionari e un fatturato di 10 milioni di euro (2011).

Come si articola la Vostra rete distributiva in Brasile?

In Brasile le imprese del nostro settore (trasmissione e controllo di potenza) non utilizzano la distribuzione come canale di vendita principale, come avviene in certi mercati europei e in Nord America; qui è preferito un modello basato sulla vendita diretta ai clienti, siano questi OEM o End Users. Per questa ragione la Bonfiglioli do Brasil è strutturata con una forza di vendita propria, esterna e interna, e con una rete di rappresentanti per una migliore copertura del territorio.



La Bonfiglioli, tuttavia, considera la distribuzione come una parte importante del proprio modello di business e anche in Brasile contiamo sulla collaborazione di un forte partner commerciale (Distributore BEST con montaggi locali) con sede principale nel sud del Paese.

Che ruolo assume la pianificazione strategica nella Vostra azienda?

Lavoriamo su un Business Plan con 3 anni di visibilità, aggiornato annualmente. Nel dicembre del 2011 si è concluso il primo triennio 2009-2011 con un risultato di fatturato superiore alle previsioni e un risultato generale in linea con le aspettative del Gruppo.

Per il prossimo triennio abbiamo una meta aggressiva di crescita che sarà realizzata attraverso un'azione focalizzata su delle singole business units.

La Business Unit Industrial Solutions (BUInS) mira ad un ampliamento della nostra presenza in mercati specifici quali: l'estrazione mineraria, il settore di alcool e zucchero, petrolio, infrastruttura nonché ad un maggior coinvolgimento dei clienti esistenti con nuovi prodotti elettromeccanici ed elettronici.

La Business Unit Mobile and Wind Solutions (BUMWS) della filiale ha come obiettivo strategico quello di consolidare la presenza della marca Trasmital nelle applicazioni sulle macchine per costruzione in generale e sulle macchine stradali ed agricole. Intende, inoltre, accompagnare il momento positivo del mercato eolico in Brasile. La Bonfiglioli sta già partecipando ad importanti progetti eolici negli stati di Cearà, Bahia e Rio Grande do Norte, dove fornisce i propri riduttori e motoriduttori utilizzati nel controllo del passo delle pale (Pitch) e dell'orientazione (Yaw) delle turbine eoliche.

Durante il 2012 sono iniziate le attività preliminari per accompagnare lo sviluppo degli impianti per la produzione di energia fotovoltaica; si tratta, in questo caso, di un settore ancora in fase embrionale in Brasile, ma nel quale il Gruppo Bonfiglioli ha già maturato molta esperienza sia in Europa che in India.

Quali sono i Vostri punti di forza e cosa Vi ha portato ad avere successo?

Dall'inizio delle nostre operazioni in Brasile, abbiamo dedicato molta attenzione all'interpretazione della realtà contemporanea del mercato brasiliano e alla sua possibile evoluzione nei prossimi anni; la nostra meta è quella di allineare il nostro modello di business alle reali esigenze e aspettative del mercato. Oggi il Brasile permette un modello operativo con strutture lean basate su partnerships strategiche e non necessariamente verticalmente integrate (come invece era necessario in passato) mantenendo così la concentrazione sulla qualità del servizio prestato, senza perdere la flessibilità richiesta dalle odierne dinamiche dei mercati e riducendo l'immobilizzazione del capitale investito. Il nostro differenziale è una conoscenza profonda delle applicazioni specifiche proprie del mercato locale, una gestione personalizzata dei clienti e un forte back-up corporativo che l'esperienza mondiale del Gruppo Bonfiglioli mette a nostra disposizione.

Quanto incide nella strategia aziendale la ricerca e sviluppo, con particolare riferimento al mercato brasiliano?

Tra i settori più importanti nel mercato industriale in Brasile ci sono senza dubbio le applicazioni per miniere e il "ciclo della canna da zucchero" che include una serie di processi in parte agricoli e in parte industriali che partono dalla raccolta meccanizzata della canna da zucchero, passano per il trattamento di quest'ultima per ottenere zucchero e/o etanolo, utilizzato principalmente come combustibile per l'autotrazione, e terminano con la cogenerazione di energia ottenuta dalla combustione dei residui della canna stessa. I prodotti dedicati a questi settori richiedono a volte una personalizzazione specifica, in parte eseguita presso i nostri headquarters in Italia e in parte localmente.

Qual è la Vostra politica di marketing per il mercato brasiliano?

In questi primi 3 anni di presenza in Brasile siamo riusciti a posizionare la marca Bonfiglioli



nei principali settori di interesse attraverso un'attività a "360 gradi", utilizzando canali di comunicazione multipli e coordinando annunci di pubblicità settoriali, web, agenzie di comunicazione e ufficio stampa. Curiamo, inoltre, l'organizzazione di fiere ed eventi.

Quando Vi siete affacciati sul mercato brasiliano quali difficoltà avete incontrato e come le avete risolte? Quali i successi e gli insuccessi?

Il primo ostacolo è stato senza dubbio la mancanza di referenze nel mercato locale e la difficoltà di essere ammessi nelle "vendor lists" dei grandi progetti. Ci siamo quindi concentrati sul posizionamento di marca nel mercato locale capitalizzando sulla presenza internazionale del Gruppo Bonfiglioli. Poco a poco siamo riusciti a stringere buone relazioni con i grandi OEMs, i principali studi di ingegneria e i grandi End Users attivi nei mercati strategici.

In Brasile esistono forti barriere fiscali e tributarie che complicano fortemente la vita delle imprese importatrici, in più una generalizzata mancanza di infrastrutture adeguate come aeroporti, porti, treni e strade impatta significativamente sulla struttura dei costi di logistica.

Dopo la crisi del 2009, che ha colpito il Brasile in forma moderata rispetto ad altri paesi, il Paese ha vissuto una certa ripresa (anche se non così incisiva come percepito dall'estero) che ha generato una crescita degli investimenti da parte di imprese straniere. Questa, a sua volta, ha creato, come effetto collaterale, una grande difficoltà nella ricerca e nella fidelizzazione di risorse umane qualificate oltre che un aumento, in generale, dei costi di personale. La nostra risposta a questa situazione è in una serie di iniziative a favore dello sviluppo professionale dei nostri funzionari, come opportunità di training specifici, coaching, etc. oltre ad un allineamento con le migliori pratiche di mercato in termini di benefici come piani medici, assicurazioni, che in Brasile sono elementi fondamentali.

Avete avuto dei problemi per la copia del marchio/brevetto o della proprietà

intellettuale in genere? A tal proposito avete suggerimenti da proporre a un imprenditore italiano?

No, la marca è registrata e non abbiamo avuto problemi di questo tipo.

Come è stato l'impatto con la cultura locale e in che modo questo ha influito sulla Vostra attività?

La nostra struttura locale è formata al 99% da brasiliani; fin dall'inizio delle operazioni si è instaurato un forte allineamento strategico tra le linee guida del Gruppo e la gestione locale, quindi non c'è stato nessun shock culturale in questo senso. Anche le relazioni con i soci di minoranza locali sono state sempre ottimali e ciò ha permesso una crescita armonica e coesa dell'impresa. Fattore importante senza dubbio è stata la disponibilità da parte degli headquarters di capire la realtà locale con tutte le proprie peculiarità (difficoltà fiscali, effetti collaterali dell'inflazione reale, etc). L'equilibrio tra identità e valori del Gruppo e valori locali è una delle chiavi di successo del progetto.

A oggi a livello internazionale come si posizionano i Vostri prodotti?

Possiamo dire che il riconoscimento globale del nome Bonfiglioli è sicuramente importante per raggiungere un forte posizionamento anche a livello locale. Tuttavia, esiste un grande lavoro che deve essere fatto localmente, utilizzando un linguaggio e i mezzi adeguati.

Avete riscontrato delle problematiche in merito all'adattamento del prodotto? Quali tipi di cambiamenti avete dovuto far assumere al prodotto/servizio?

In generale non è stata necessaria nessuna modifica radicale dei prodotti Bonfiglioli. Esiste sempre un determinato grado di tropicalizzazione, affinché i prodotti e i servizi offerti siano riconosciuti come "friendly" dal mercato locale.

Esistono delle difficoltà a livello doganale e fiscale?

Sì, come già detto, questi sono punti complessi



della realtà brasiliana. Esistono molte misure del governo volte a proteggere le industrie nazionali che rendono difficile la vita degli importatori.

Quali sono i maggiori punti di somiglianza tra il mercato italiano e quello brasiliano?

In verità non sono molti i punti di somiglianza tra i due mercati. I segmenti principali, nel nostro caso, sono diversi così come i modelli di distribuzione. Tuttavia è difficile fare un'analisi profonda in questa sede. Tra i punti in comune possiamo citare i nostri clienti multinazionali che operano di forma standardizzata in tutti i paesi del mondo.

A livello di infrastrutture in che situazione è il Brasile e come ciò influisce sulla Vostra attività?

La mancanza di efficienza delle principali infrastrutture del Paese crea un impatto significativo sulla competitività della supply chain.

Questo, insieme ai costi generati dal forte carico fiscale, deteriora fortemente la competitività del Brasile come piattaforma globale e base di esportazione.

Come si struttura il rapporto con i Vostri partner brasiliani?

Il numero di partner locali (fornitori, clienti, rappresentanti, etc.) cresce coerentemente con la crescita dell'impresa.

Consideriamo i nostri partner locali indispensabili al nostro successo in Brasile.

Come si struttura il Vostro rapporto con la concorrenza locale e internazionale presente in Brasile?

Nel nostro mercato (trasmissione e controllo di potenza) la concorrenza è forte e sofisticata.

I maggiori player internazionali sono presenti in Brasile e seguono diversi modelli di business, più o meno strutturati, dipendendo da scelte strategiche e dal momento storico in cui sono sbarcati in Brasile.

Tra i principali concorrenti troviamo sia multinazionali straniere che imprese brasiliane, con prospettive sia unicamente locali che globali; la tendenza generale è di offrire sempre più

soluzioni complete con sistemi elettromeccanici ed elettronici, al posto delle tradizionali vendite di componenti.

La sfida quotidiana risiede sia nella competitività dei prodotti che nella completezza e nella qualità dei servizi offerti.

Questione certificazioni: ne avete e quale è la Vostra posizione a riguardo?

La Bonfiglioli do Brasil è certificata ISO90001 e ha ricevuto varie certificazioni specifiche da clienti locali. La nostra strategia prevede di ottenere le certificazioni ISO14000 e OHSAS18001 quanto prima.

Come è il Vostro rapporto con le Istituzioni brasiliane (governative, bancarie ma anche enti di sostegno pubblici e privati)?

Dobbiamo considerare che la filiale è relativamente nuova in Brasile cosicché i nostri rapporti con le istituzioni locali sono ancora limitati; tuttavia possiamo dire che abbiamo ottime relazioni con le principali banche nazionali il che risulta molto importante in un Paese dove il costo del capitale è ancora altissimo, almeno se comparato con quanto accade in Europa e negli Stati Uniti.

Se dovesse dare un consiglio a un imprenditore che si affaccia oggi sul mercato brasiliano cosa raccomanderebbe?

La cosa più importante, a mio avviso, è non sottovalutare certi aspetti peculiari del paese che hanno un forte impatto nei costi diretti e indiretti delle operazioni in Brasile. Mi riferisco al forte carico fiscale, ai costi logistici, al costo del capitale, al costo delle risorse umane qualificate e alla inflazione reale non dichiarata che si riflette in indicizzazioni obbligatorie di salari e altri costi fissi. Processi standard come l'implementazione del sistema SAP in Brasile possono risultare più costosi e complessi che in altri paesi.

Inoltre, è importante considerare le restrizioni applicate dal BNDS (Banco Nacional de Desenvolvimento Economico e Social), unica fonte competitiva di credito, che prevedono un obbligatorio livello minimo di contenuto locale nei prodotti (min 60%) per avere accesso alle linee



3. Lotto Sport Italia

	2009	2010	2011
Vendite prodotti Lotto World Wide	293 Mill. Euro	294 Mill. Euro	291 Mill. Euro
Fatturato Licenziatario Brasile	9,1 Mill. Euro	9,2 Mill. Euro	9,4 Mill. Euro
Numero dipendenti Lotto Sport Group	440	417	400
Numero dipendenti Licenziatario Brasile	30	30	30
Canali di vendita all'estero	Agenzie, Distributori e Licenziatari		
Outsourcing effettuato in	PRC, Vietnam, Cambogia, Bangladesh, Indonesia, Turchia		

INTRODUZIONE

Lotto fa il suo esordio tra le aziende produttrici di calzature sportive nel 1973.

La produzione di scarpe da tennis segna l'inizio dell'attività del marchio, a cui si aggiunge quella di modelli da basket, pallavolo, atletica, calcio e in seguito l'abbigliamento sportivo.

Durante i suoi primi 10 anni di vita, Lotto si concentra sul mercato italiano, diventando uno dei marchi di riferimento nel settore dell'articolo sportivo ed una delle aziende leader nel tennis.

A partire dagli anni '80 inizia la realizzazione dei primi modelli di scarpe da calcio e contestualmente partono le grandi collaborazioni con atleti e squadre di fama internazionale: come John Newcombe, Andrei Gomes e José Luis Clerc nel tennis, Ruud Gullit e l'Olanda nel calcio. Il coinvolgimento degli atleti, sia nella progettazione che nella messa a punto dei prodotti abbinati alla loro immagine, porta l'azienda a diventare leader nel tennis e nel calcio.

Negli stessi anni, comincia la distribuzione nei mercati esteri. La crescita a livello internazionale procede velocemente e, nel giro di un decennio, il marchio viene distribuito in oltre 60 Paesi in tutto il mondo.

Negli anni '90 grandi nomi dello sport promuovono il marchio Lotto nel mondo e l'azienda si afferma sempre più per l'elevato standard tecnico dei suoi prodotti, molto apprezzati dai grandi professionisti sportivi. Nel 1994 Lotto partecipa ai Mondiali U.S.A. grazie a numerosi testimonial d'eccellenza, essendo tra l'altro anche sponsor tecnico e fornitore ufficiale della Nazionale Olandese.

Nel 1998 Lotto partecipa ai Mondiali di Francia grazie a numerosi testimonial, tra i quali Demetrio Albertini, oltre ad essere anche sponsor tecnico e fornitore ufficiale della Nazionale della Repubblica Ceca.

Nel 2002 Lotto è ai Mondiali di Corea e Giappone grazie anche a Cafu, capitano della nazionale vincitrice della manifestazione, il Brasile.

Nel 2006 Lotto si mette in gioco ai Mondiali di Germania con il grande progetto Zhero Gravity, la prima scarpa da calcio al mondo senza lacci. Il marchio italiano è inoltre sponsor tecnico e fornitore ufficiale della Nazionale Ucraina e di quella di Serbia/Montenegro.

Nel 2010 Lotto presenta ufficialmente Zhero Gravity Ultra: l'unica scarpa da calcio al mondo senza lacci, ultimissima evoluzione del progetto Zhero, nato all'interno del laboratorio tecnico Lotto nel 2002.

Nel 2011 Nasce il progetto "Lotto Talent": il primo football talent scouting organizzato da Lotto Sport Italia.

Lotto Talent è un tour di provini, rivolti a giocatori tra i 14 e i 15 anni, che in quattro tappe attraversa tutta l'Italia per scoprire le nuove promesse del calcio italiano. Attraverso questa iniziativa, l'azienda di Montebelluna intende offrire ai giovani talenti calcistici l'occasione di mettere in luce le loro capacità di fronte ad osservatori di squadre professionistiche Lotto.

Lotto infine crede che la protezione dell'ambiente faccia parte della responsabilità di un'azienda nei confronti dei



propri clienti, consumatori e delle altre parti sociali coinvolte. Attenzione ai costi quindi da un lato, e all'uso efficiente delle risorse dall'altro, risparmiando energia, utilizzando carta e cartone riciclati, riducendo l'uso di materiali inquinanti nelle produzioni, etc.; il che si traduce in un migliore utilizzo delle materie prime, minori sprechi, meno rifiuti ed un calo sensibile delle emissioni nocive, per una maggiore salvaguardia dell'ambiente.

Di seguito viene riportata l'intervista rilasciata dal Dott. Luca Tomat, BU Director Asia Pacific & Americas della Lotto Sport Italia Spa, al team di Interprofessional Network.

Dott. Tomat, in cosa consiste prevalentemente il Vostro business, sia in Italia che all'Estero?

Il nostro business consiste nella vendita, commercializzazione e promozione di articoli sportivi a marchio Lotto. In particolare le attività di design, ricerca e sviluppo del prodotto sono svolte dal team ad esse incaricato e che siede presso i nostri quartieri generali a Trevignano (TV). Il prodotto viene successivamente industrializzato presso le fonti produttive presenti principalmente in Cina, Vietnam, Indonesia, Cambogia ed India. I prodotti vengono poi commercializzati e promossi in oltre 100 paesi nel mondo.

Che attività specifica andate a svolgere in Brasile?

In Brasile siamo presenti da 10 anni con un licenziatario che si occupa principalmente della vendita di materiale Lotto inerente al calcio e al calcetto.

Come si orienta la Vostra cultura aziendale e qual è la Vostra filosofia?

La filosofia aziendale è riassunta nel pay-off "Italian Sport Design".

I principali elementi su cui facciamo leva per promuovere il nostro marchio sono, oltre all'Italianità, la ricercatezza nel design, la qualità e le soluzioni tecniche all'avanguardia che rendono unici i nostri prodotti. Tutto ciò grazie alla grande competenza in termini di ricerca e sviluppo che ci porta ad essere leader mondiali in grado di proporre innovative soluzioni tecniche nel nostro settore. Profondo know-how tecnico, imprenditorialità e spirito innovativo sono senz'altro gli elementi che più caratterizzano la nostra cultura aziendale.

Come si collocano i Vostri prodotti all'interno

del mercato brasiliano?

Se parliamo di posizionamento strategico la *value proposition* del marchio è ancora una volta riassumibile tramite il nostro pay-off "Italian Sport Design". In altre parole facciamo leva sulla percezione che ha il consumatore internazionale circa la superiorità stilistica di tutto ciò che è disegnato in Italia. A ciò dobbiamo aggiungere la percezione che il consumatore brasiliano ha del Belpaese, considerato una delle più importanti patrie del mondo del calcio.

Se parliamo di posizionamento di prezzo, Lotto si colloca nell'area medio-alta del mercato, a ridosso dei competitor che possiamo definire aspirazionali, Nike e Adidas.

Quali sono i Vostri punti di forza e cosa Vi ha portato ad avere successo?

La continua innovazione è senz'altro uno dei principali punti di forza di Lotto. Inoltre, la ricerca stilistica e il design italiano sono da sempre i protagonisti assoluti nell'abbigliamento, nella calzatura per il tempo libero come anche nella calzatura sportiva più tecnica.

Relativamente ai prodotti del calcio, l'eccellenza tecnologica viene inoltre associata anche al rapporto qualità-prezzo.

Gli stessi prodotti vengono venduti sia in Italia che in Brasile?

Una porzione della collezione internazionale è venduta all'interno del Paese. Esiste una quota di prodotti interamente dedicati al mercato brasiliano: nel dettaglio la customizzazione riguarda i prodotti di medio-basso livello.

Avete riscontrato delle problematiche in merito all'adattamento del prodotto? Quali



tipi di cambiamenti avete dovuto far assumere al prodotto/servizio?

Non abbiamo riscontrato problematiche rilevanti, ma ai prodotti sono state apportate alcune modifiche per poterli adattare ai gusti e alla cultura locale, in particolare a livello stilistico.

Per quanto concerne l'abbigliamento, relativamente a prodotti di fascia *entry* e *media*, l'adattamento ha riguardato sia i materiali che il design e i colori.

Quanto incide nella strategia aziendale la ricerca e sviluppo, con particolare riferimento al mercato brasiliano?

Circa il 5% del fatturato viene reinvestito nell'attività di ricerca e sviluppo a livello generale, mentre per quanto riguarda l'investimento volto a customizzare la collezione internazionale per rispondere alle esigenze locali, questo è affidato ai licenziatari locali.

Qual è la Vostra politica di marketing per il mercato brasiliano?

La politica di marketing relativa ai prodotti a valenza locale è affidata in toto al nostro licenziatario brasiliano. Per quanto riguarda invece le nostre collezioni internazionali abbiamo fatto principalmente leva sulle sponsorizzazioni di calciatori e di squadre di calcio di Prima e Seconda Divisione brasiliana; ciò ha permesso a Lotto di poter essere presente anche con prodotti diversi dal calcio nelle catene di articoli sportivi. Le nostre sponsorizzazioni riguardano inoltre alcune nazionali di tennis che partecipano alla Fed Cup nonché i principali tennisti e tenniste.

Quando Vi siete affacciati sul mercato brasiliano quali difficoltà avete incontrato e come le avete risolte? Quali i successi e gli insuccessi?

Il problema principale del mercato brasiliano è da sempre relativo ai dazi di importazione. Il sistema daziario brasiliano presenta diverse problematiche in quanto particolarmente gravoso per i prodotti provenienti dalle fonti produttive di Lotto. La formula della licenza ha permesso di superare questa difficoltà e ha dato la possibilità agli operatori locali di poter produrre in loco.

Come si struttura il rapporto con i Vostri partner?

Il rapporto è strutturato attraverso contratti di licenza a fronte dei quali cediamo il diritto di utilizzo dei marchi Lotto per la produzione, la commercializzazione e la comunicazione dei prodotti. A fronte di questo viene riconosciuta una royalty calcolata in percentuale sulle vendite nette.

Come si struttura il Vostro rapporto con la concorrenza locale e internazionale presente in Brasile?

Non sono presenti marchi locali in grado di competere con il nostro prodotto. La concorrenza si svolge come in tutti i mercati internazionali: per fronteggiarla Lotto fa affidamento sul fatto che costituisce un brand internazionale in grado di far leva su di un *premium price*.

Come è stato l'impatto con la cultura locale e in che modo questo ha influito sulla Vostra attività?

Molto positivo, avendo riscontrato una passione per lo sport, e in particolare per il calcio, molto simile a quella presente nel nostro Paese. Ciò ha di fatto rappresentato il naturale *bridge* con i consumatori brasiliani.

Avete avuto dei problemi per la copia del marchio/brevetto o della proprietà intellettuale in genere? A tal proposito avete suggerimenti da proporre a un imprenditore italiano?

Non abbiamo avuto alcun tipo di problema.

Questione certificazioni: ne avete e qual è la Vostra posizione a riguardo?

Esistono delle certificazioni dettate dalla FIFA relative a certi tipi di prodotto come, per esempio, i parastinchi e i palloni. I primi devono avere una capacità protettiva oltre ad un'elevata qualità (TUB). In riferimento ai palloni la certificazione si ottiene dopo una serie di test eseguiti da istituti internazionali indipendenti. La certificazione è attestata da una stampa sul prodotto del marchio FIFA Approved ed è necessaria affinché i palloni possano essere utilizzati in competizioni ufficiali svolte sotto l'egida della FIFA.



Come è il Vostro rapporto con le Istituzioni brasiliane (governative, bancarie ma anche enti di sostegno pubblici e privati)?

Non abbiamo contatti diretti.

Se dovesse dare un consiglio a un imprenditore che si affaccia oggi sul mercato brasiliano cosa raccomanderebbe?

Consiglio di valutare molto attentamente le normative che regolano le importazioni dei prodotti e allo stesso tempo di cercare di farsi un'idea circa la loro possibile evoluzione nel mercato.

L'atteggiamento di forte protezionismo imposto negli ultimi tempi dal Governo brasiliano deve essere ben analizzato al fine di poter valutare il giusto modello di business per poter entrare nel Paese. Visti i pesanti dazi presenti, dunque, non sono da escludere investimenti dediti alla produzione direttamente in loco.

Il mio consiglio è quello di far precedere a qualsiasi approccio un'attenta analisi di mercato in modo che ci si possa rivolgere da subito agli imprenditori locali più forti e con più esperienza, con i quali instaurare sin dall'inizio relazioni durature nel tempo.

4. Officine Maccaferri Spa

	2009	2010	2011
Fatturato	315 milioni di Euro	381 milioni di Euro	439 milioni di Euro
Fatturato in Brasile	70,5 milioni di Euro	88,9 milioni di Euro	97,3 milioni di Euro
Numero dipendenti	2.173	2.472	2.668
Numero dipendenti in Brasile o addetti Brasile	427	450	480
Attività svolta e settore merceologico	Ingegneria ambientale e meccanica, costruzioni.		
Unità produttive ubicate in	Brasile		

INTRODUZIONE

Fondata nel 1879, Officine Maccaferri è diventata un punto di riferimento a livello mondiale nella progettazione e realizzazione di soluzioni avanzate per il controllo dell'erosione e per le opere di sostegno,

Officine Maccaferri, è l'azienda storica attorno alla quale si è sviluppato il Gruppo Industriale Maccaferri (gestito da S.E.C.I., la holding del gruppo). Fedele alle origini ed alla propria mission (vocazione industriale, diversificazione e internazionalizzazione), il Gruppo Industriale conta una capillare presenza mondiale, apportando tecnologia ed esperienza ai più avanzati mercati.

La Casa Madre di Officine Maccaferri SpA ha sede a Zola Predosa (Bologna), conta su una presenza operativa nei cinque continenti, in 100 paesi nel mondo, con oltre 60 consociate e 27 unità produttive e conta su uno staff di quasi 2500 persone.



Di seguito si riporta l'intervista rilasciata da Francesco Mazzoli, International Business Development della Officine Maccaferri Spa, al team di Interprofessional Network.

Dott. Mazzoli, in cosa consiste prevalentemente il Vostro business, sia in Italia che all'Estero?

Maccaferri ricerca, progetta e sviluppa soluzioni per il settore delle costruzioni, dell'erosione e della stabilizzazione dei terreni in più di 100 paesi nel mondo.

L'azienda è diventata un punto di riferimento a livello mondiale nella progettazione e realizzazione di soluzioni avanzate per il controllo dell'erosione e per le opere di sostegno, ma nel tempo ha saputo innovarsi sviluppando un'esperienza tale da renderla partner affidabile per risolvere problematiche nel campo dell'ingegneria civile e ambientale e nel mercato delle costruzioni.

Che attività specifica andate a svolgere in Brasile?

Officine Maccaferri è presente in Brasile da oltre 30 anni diventando anno dopo anno un leader di mercato ed un importante riferimento tecnico nel settore dell'ingegneria ambientale. In particolare in Brasile siamo presenti a Jundiai, nello stato di San Paolo, dove abbiamo recentemente inaugurato i nostri nuovi uffici e nuovo sito produttivo, su un'area di 150.000 mq.

Nel nostro stabilimento produciamo quasi tutti i prodotti presenti nel nostro portafoglio, partendo dalle nostre soluzioni tradizionali, come i cosiddetti gabbioni, materassi e reti metalliche fino ai nuovi prodotti su cui abbiamo recentemente investito, geostuoie, geocompositi drenanti, geogriglie, prodotti paramassi e nuove soluzioni per il settore dei tunnel.

Perché si è scelto di avviare un'attività in questo Paese?

Possiamo dire di essere state tra le prime aziende italiane a credere nel Brasile a partire dalla fine degli anni '70. Fin da allora abbiamo sempre considerato il Brasile come un'enorme bacino di possibilità per le nostre soluzioni e dopo tutti questi anni possiamo dire di aver avuto ragione. Anno dopo

anno la crescita della società è stata costante anche durante gli anni di forte crisi del paese.

Come siete strutturati per operare in Brasile?

- **Come si configura la Vostra struttura organizzativa interna – con particolare riferimento al Brasile – e come si è evoluta nel tempo?**

Nella nostra consociata brasiliana ad oggi lavorano circa 480 persone dei quali circa 270 sono impiegati in produzione.

Siamo presenti con un'unità produttiva di geogriglie anche a Salvador de Bahia dove operiamo tramite una società controllata da Maccaferri do Brasil.

Come detto l'HeadQuarter è a Jundiai dove sono presenti sia le funzioni che si occupano del mercato brasiliano che le funzioni di area dedicate al coordinamento dell'intera America Latina.

Dal punto di vista tecnico – commerciale la società è presente nel paese con 8 uffici (Jundiai, San Paolo, Bel Horizonte, Curitiba, Recife, Rio de Janeiro, Novo Hamburgo, Goyas) ognuno dei quali con una struttura commerciale dedicata.

Nell'HeadQuarter di Jundiai sono centralizzate le funzioni: - controllo di gestione – amministrazione e finanza – servizi informatici – marketing – personale – qualità – ricerca e sviluppo – ufficio tecnico di progettazione.

Che ruolo assume la pianificazione strategica nella Vostra azienda?

È uno strumento essenziale per affrontare le sfide future con successo ed essere pronti a gestire i problemi che possono derivare da un contesto economico globale molto difficile.

Queste attività coinvolgono integralmente il top management per analizzare, proporre e preparare le azioni da intraprendere per centrare quelli che sono gli obiettivi in termini di crescita e presenza sul mercato.

Quali sono i Vostri punti di forza e cosa Vi



ha portato ad avere successo?

Ai suoi committenti Maccaferri offre, non una semplice collaborazione, ma una vera e propria partnership che non si limita, quindi, esclusivamente alla fornitura di prodotti.

Puntiamo ad essere un partner affidabile grazie al nostro ampio portafoglio di prodotti di alta qualità e ad una costante e intensa attività di ricerca e sviluppo. Oltre a soluzioni versatili, dobbiamo essere capaci di adattarci alle situazioni locali, mettendo a disposizione il nostro *know-how* tecnico e creando in questo modo un ciclo virtuoso, in cui i singoli fattori (i prodotti, l'esperienza e l'attività di innovazione) ne escono potenziati da ogni applicazione.

Di fronte a ogni progetto Maccaferri si pone con lo spirito di individuare, affrontare e risolvere le reali esigenze di ogni cliente e di ogni situazione in modo duraturo.

Quanto incide nella strategia aziendale la ricerca e sviluppo, con particolare riferimento al mercato brasiliano?

Queste due fasi sono per noi estremamente importanti e costituiscono infatti il successo delle Officine Maccaferri nel corso del tempo. Grazie alle continue innovazioni e allo sviluppo di nuove applicazioni siamo riusciti a posizionarci con successo come leader e punti di riferimento nel settore in cui operiamo.

Come si orienta la Vostra cultura aziendale e qual è la Vostra filosofia?

La nostra sfida è quella di muoverci verso una più ampia arena ingegneristica, per raggiungere un'integrazione verticale e un coinvolgimento diretto in ogni fase del processo, dall'inizio di quest'ultimo, alla messa in opera, fino al termine del lavoro.

Vogliamo essere leader mondiali nella fornitura di soluzioni avanzate nel campo dell'ingegneria civile e del mercato delle costruzioni. Siamo mossi da un obiettivo comune che è quello di proporre le migliori soluzioni: il nostro motto è "*engineering a better solution*".

Come si collocano i Vostri prodotti all'interno

del mercato brasiliano?

In Brasile la nostra attività produttiva si divide in fili zincati e trafilati, che vengono utilizzati o come semilavorati per la produzione di prodotti doppia torsione o venduti come prodotti finiti. In questo secondo caso vengono venduti principalmente al settore privato.

I nostri prodotti invece, siano essi doppia torsione o geosintetici, sono venduti a società di costruzioni che lavorano nel settore di opere pubbliche, per progetti contro erosione del suolo, drenaggio o rinforzo dei terreni.

Gli stessi prodotti vengono venduti sia in Italia che in Brasile?

Assolutamente sì.

Quando Vi siete affacciati sul mercato brasiliano quali difficoltà avete incontrato e come le avete risolte? Quali i successi e gli insuccessi?

Nei primi tempi abbiamo incontrato le difficoltà tipiche di un investitore estero che entra per la prima volta in un paese ed in un mercato con usi e consuetudini di business completamente diversi rispetto non solo all'Italia ma a tutte le economie già mature.

Con il tempo abbiamo capito che per avere successo in un paese come il Brasile bisogna capire e comprendere il mercato e l'ambiente in cui ci si muove e non sottovalutare la complessità del sistema legale, fiscale e finanziario locale.

Avete riscontrato delle problematiche in merito all'adattamento del prodotto? Quali tipi di cambiamenti avete dovuto assumere al prodotto/servizio?

Non abbiamo registrato alcun tipo di problematica.

Esistono delle difficoltà a livello doganale e fiscale?

Il Brasile nelle classifiche a livello mondiale è quasi sempre ai primi posti per complessità del sistema fiscale, con una intricata selva di imposte sia a livello federale, regionale e comunale.

La nostra società ha al suo interno competenze



specifiche e si è sempre avvalsa di consulenze esterne che hanno sempre permesso di gestire la parte fiscale del business con successo e senza mai incorrere in rischi o passività.

Come è stato l'impatto con la cultura locale e in che modo questo ha influito sulla Vostra attività?

Il nostro approccio con la cultura locale è sempre stato estremamente aperto e votato alla comprensione dell'ambiente circostante. Questo ci ha permesso di trovare un ambiente sempre molto positivo e favorevole verso la nostra società.

Avete uffici di rappresentanza all'estero o altre tipologie di insediamento? Se sì quali e dove?

Come Officine Maccaferri siamo presenti in maniera diretta in più di cento Paesi. Dove non siamo presenti direttamente abbiamo una efficiente rete distributiva attraverso la quale siamo in grado di fare arrivare su ogni mercato i nostri prodotti e le nostre soluzioni.

Questione certificazioni: ne avete e quale è la Vostra posizione a riguardo?

Sì. Siamo certificati ISO 9001 da anni.

Come è il Vostro rapporto con le Istituzioni brasiliane (governative, bancarie, ma anche enti di sostegno pubblici e privati)?

Il merito che ci concede il mondo bancario brasiliano è la prova del nostro buon lavoro in tutti questi anni. Oggi la nostra società gode di un'ottima considerazione sia da parte delle banche brasiliane sia da parte di molte banche internazionali.

Visto il nostro settore di business, la nostra società ha continui rapporti con gli enti governativi brasiliani presso i quali godiamo di grande considerazione e fiducia. In particolare per quegli enti con cui lavoriamo più frequentemente, la nostra società rappresenta un riferimento tecnico ed un leader nelle varie applicazioni dell'ingegneria ambientale.

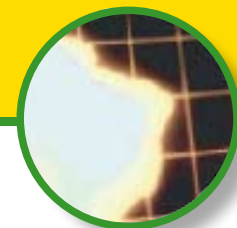
Come è il Vostro rapporto con le Istituzioni italiane e non?

La nostra società ha sempre mantenuto stretti rapporti con le istituzioni italiane in Brasile con le quali si è costruito nel corso degli anni un rapporto positivo e di collaborazione. Siamo un interlocutore importante per organismi istituzionali italiani in Brasile e partecipiamo attivamente ad eventi che vengono frequentemente organizzati.

Se dovesse dare un consiglio a un imprenditore che si affaccia oggi sul mercato brasiliano cosa raccomanderebbe?

I consigli sarebbero tantissimi sia su come approcciare il mercato finanziario, sia sul complicatissimo apparato burocratico che sulle modalità operative di fare business. In poche parole consiglieri di essere molto focalizzato all'obiettivo che si vuole raggiungere stando attenti a calarsi nella differente realtà brasiliana con le sue particolarità che talvolta ad un investitore straniero possono sembrare generatrici di inefficienze e perdite di tempo.

Ricordo con simpatia un consiglio di un imprenditore italiano presente in Brasile da più tempi di noi: " per andare da un punto A ad un punto B in Brasile non ci si arriva tramite una linea retta come sarebbe più semplice, bensì attraverso una strada fatta di curve e pertanto più lunga. Uno straniero non deve cercare di raggiungere il punto B come magari farebbe nel suo paese tramite un percorso retto, bensì deve seguire il percorso più lungo imposto dal mercato brasiliano e l'unica cosa che può fare è percorrere questo più lungo percorso in maniera più veloce.



5. Orobica Plast-Gom Srl

	2009	2010	2011
Fatturato in ml. €.	6,05	7,40	7,52
Fatturato in Brasile in ml.€.	0,79	1,30	1,00
Numero dipendenti	39	39	40
Numero dipendenti in Brasile o addetti Brasile	8	8	8
Attività svolta e settore merceologico	Progettazione e produzione componenti e ricambi per impianti per l'industria alimentare, dell'imbottigliamento, dell'imballaggio, dell'automazione, della robotica, di guarnizioni per scambiatori di calore a piastre e articoli tecnici in: elastomeri, termoelastomeri e termoplastici.		
Canali di vendita all'estero	Rivenditori del settore o direttamente		
Unità produttive ubicate in	Italia		
Uffici di rappresentanza	Brasile		

INTRODUZIONE

Orobica Plast-Gom Srl inizia l'attività nell'anno 1980, con tre addetti e 400 mq. di spazio produttivo. All'inizio l'attività era esclusivamente la produzione di componenti per l'industria dell'imbottigliamento, poi successivamente dell'imballaggio e per quindici anni anche dell'industria automobilistica, abbandonata in seguito per evidenti difficoltà di rapporti con la clientela e riduzione dei margini operativi. All'inizio degli anni novanta con un notevole investimento e sforzo finanziario, inizia la progettazione e la produzione delle guarnizioni per scambiatori di calore a piastre. Nel 1985 viene costruito il primo nuovo insediamento di 1800 mq., nel 1990 viene costruito il secondo insediamento produttivo di 1700 mq. Nel 2006 con l'obiettivo di ottimizzare e ampliare la produzione, contenere i costi, aumentare gli spazi di stoccaggio dei prodotti finiti, in modo di ridurre i tempi di consegna dei prodotti finiti e migliorare ulteriormente il servizio alla propria clientela, inizia la costruzione di un nuovo insediamento di 10.000 mq., dove dall'agosto 2010 è stato trasferito in un unico complesso, uffici, produzione e magazzini vari. Nell'anno 2007 per penetrare meglio nel mercato dell'America Latina, che per la tipologia del nostro prodotto, si presenta come una grande opportunità, viene costruita una sede di 2500 mq. in Brasile, nella città di Curitiba stato del Paraná.

Di seguito si riporta l'intervista concessa dal Dott. Emilio Bellini, Managing Director dell'azienda, al team di Interprofessional Network.

Dott. Bellini, in cosa consiste prevalentemente il Vostro business, sia in Italia che all'Estero?

Il nostro business consiste nella produzione

di componenti per l'industria, alimentare, dell'imbottigliamento, dell'imballaggio e guarnizioni per scambiatori di calore a piastre, articoli tecnici a disegno.



Che attività specifica andate a svolgere in Brasile?

Vendita dei componenti come precedentemente descritti, prodotti in Italia. Dal gennaio 2010 la società brasiliana ha iniziato l'attività di manutenzione e assistenza agli scambiatori di calore a piastre, oltre alla vendita degli stessi, offrendo ai nostri clienti non solo le guarnizioni, ma un servizio a 360° compresi, manutenzione e revisione di quest'ultimi.

Perché avete scelto di avviare un'attività in questo Paese?

Dall'inizio degli anni 2000 abbiamo iniziato a ricevere richieste dei nostri prodotti dal Brasile. Fin da subito abbiamo riscontrato le varie difficoltà di esportazione verso questo paese. Difficoltà prevalentemente dovute a pratiche e lungaggini doganali oltre a quelle logistiche, che i nostri potenziali clienti non erano disposti a svolgere. Questo ci rendeva difficile la possibilità di espanderci in questo mercato. Per non perdere l'occasione di entrare nel mercato brasiliano, il quale si stava sviluppando, decidemmo di investire una cifra ragionevole, costituendo una società commerciale di diritto brasiliano, con propri uffici e magazzini in locali affittati. Dopo qualche anno, visto che l'attività si stava sviluppando, il passo successivo fu di costruire una nuova sede di nostra proprietà, con ampi spazi dedicati agli uffici e allo stoccaggio prodotti finiti, oltre a altri locali, dove in futuro installare delle macchine atte alla produzione dei nostri articoli in elastomeri e termoelastomeri.

Come è oggi e quali sono stati i vari passaggi che Vi hanno portato all'attuale struttura in Brasile?

La filiale brasiliana è una società completamente autonoma. Acquista e rivende i prodotti in tutta l'America Latina non solo in Brasile, il principale fornitore naturalmente è la società italiana. Visitando delle grosse birrerie in Brasile, abbiamo notato che c'era un potenziale mercato per noi, ma difficile da avvicinare per vari motivi (distanze, contatti con le persone non sempre facili, difficoltà a sdoganare la merce in entrata e varie altre problematiche), per questo abbiamo pensato di creare una filiale

brasiliana con personale brasiliano che si occupasse della vendita dei nostri prodotti.

Com'è strutturata la Vostra strategia logistica? Come si articola la rete distributiva nel paese estero di riferimento? Quali canali distributivi sono stati utilizzati? Quali sono stati i problemi riscontrati con i distributori esteri?

Nella filiale brasiliana essendo per il momento solo commerciale, abbiamo creato un magazzino dei nostri prodotti, in modo che lavoriamo sul pronto consegna per tutto il continente sud americano. Per la rete e canali distributivi utilizzati, ha pensato la filiale brasiliana secondo le abitudini e modalità locali, comunque funziona più o meno come in Italia, per il momento non sono emersi particolari problemi con i vari distributori esteri.

Come si configura la Vostra struttura organizzativa interna – con particolare riferimento al Brasile – e come si è evoluta nel tempo?

La nostra struttura organizzativa interna è molto semplice e dinamica. Non abbiamo dovuto cambiare nulla, perché i prodotti sono sempre gli stessi che produciamo per il mercato nazionale o estero. Ci sono due persone che tengono i contatti con il responsabile della filiale brasiliana, un tecnico e un commerciale e periodicamente ogni 3-4 mesi circa, una di queste persone passa una settimana nella filiale brasiliana.

Sotto l'aspetto strettamente aziendale quali sono stati i cambiamenti organizzativi interni assunti dalla governance nell'investire in Brasile?

Praticamente non è stato necessario cambiare molto, ci sono due persone che seguono questo mercato, un commerciale/amministrativo e un tecnico/commerciale. Questi collaborano con il responsabile della filiale brasiliana e il commerciale/amministrativo con lo studio di consulenza che abbiamo in Brasile.

Periodicamente uno di questi si reca in Brasile, per seguire l'andamento del mercato, fiere e contatti con clienti vari.



Che ruolo assume la pianificazione strategica nella Vostra azienda?

Di massima importanza, senza pianificare non si va da nessuna parte. Importante è riuscire a pianificare i rischi, che è sempre la cosa più difficile.

Quali sono i Vostri punti di forza e cosa Vi ha portato ad avere successo?

È difficile individuare in una azienda quale siano stati i motivi del successo. Possono essere diversi, alcuni anche fortunati. Uno dei quali pensiamo sia stato di aver creduto in un mercato di nicchia fin dall'inizio, migliorando i prodotti esistenti, pensando e sviluppando nuovi prodotti e specializzandoci nel produrli.

Quanto incide nella strategia aziendale la ricerca e sviluppo, con particolare riferimento al mercato brasiliano?

Tutti gli anni dedichiamo risorse importanti per la ricerca e lo sviluppo di nuovi materiali e articoli, senza trascurare l'innovazione dei macchinari e attrezzature, con l'obiettivo di garantire la massima qualità del prodotto finito, contenendo il più possibile i costi. Le aspettative dei clienti brasiliani di un prodotto fabbricato in Europa sono molto elevate, quindi bisogna sempre produrre con il massimo dell'efficienza e qualità, non è permesso fare errori.

Qual è la Vostra politica di marketing per il mercato brasiliano?

Per il mercato brasiliano, oltre ad aver costruito una nuova sede inaugurata nell'anno 2008, stiamo investendo molto nella ricerca di nuovi potenziali clienti, facendo fiere e promozioni pubblicitarie su riviste specializzate.

Quando Vi siete affacciati sul mercato brasiliano quali difficoltà avete incontrato e come le avete risolte? Quali i successi e gli insuccessi?

Le prime difficoltà sono di contatto e relazioni con le persone addette agli acquisti. Generalmente in Brasile le società sono molto grandi, di conseguenza prima di trovare la persona giusta passano mesi se non anni. Inoltre una difficoltà non trascurabile alla

quale non eravamo abituati, nelle società brasiliane il personale cambia in continuazione, quindi si inizia una trattativa con una persona, quando si pensa di chiudere, questa persona viene sostituita da un'altra e tutto ricomincia dall'inizio. Questo può succedere anche diverse volte prima di chiudere un contratto. Un problema non trascurabile sono le tasse d'importazione dei prodotti esteri verso questo mercato, incidono parecchio sul prezzo finale dei prodotti, quindi è importante riuscire a fare una buona politica di contenimento dei costi in tutta la filiera, dalla produzione fino all'arrivo della merce a destinazione. Per il momento il nostro prodotto è ben accettato in Brasile, per la qualità, ma anche per il servizio che abbiamo offerto ai nostri clienti fin dall'inizio, per esempio: riducendo i tempi di consegna dei prodotti, quest'ultimi penso che abbiano avuto un ruolo importante nel successo.

Come si orienta la Vostra cultura aziendale e qual è la Vostra filosofia?

La nostra cultura aziendale è orientata verso una ricerca continua di nuovi materiali e nuovi sistemi per produrli, in modo da contenere sempre di più i costi. In questo senso, durante questi anni, abbiamo investito molto, nella formazione del personale, rinnovo dei macchinari e delle attrezzature per la produzione e salvaguardia dell'ambiente. Proseguendo il cammino a piccoli passi, senza mai fermarsi o perdersi d'animo anche nei momenti più difficili, prima o poi qualcosa di buono arriva.

Come si collocano i Vostri prodotti all'interno del mercato brasiliano?

Sono prodotti di nicchia, destinati esclusivamente all'industria, alimentare, dell'imbottigliamento, dell'imballaggio, della lavorazione del latte, all'industria della lavorazione della canna da zucchero, dalla quale durante le varie fasi di lavorazione si estraggono anche carburanti alternativi e si produce energia elettrica, dell'industria chimica, del caffè, ecc.

Gli stessi prodotti vengono venduti sia in Italia che in Brasile?

Sì. Praticamente in tutto il mondo.



Avete riscontrato delle problematiche in merito all'adattamento del prodotto? Quali tipi di cambiamenti avete dovuto assumere al prodotto/servizio?

No, praticamente non abbiamo cambiato quasi nulla.

A oggi a livello internazionale come si posizionano i Vostri prodotti?

Quest'anno sono 32 anni che abbiamo iniziato questa attività, pensiamo di essere posizionati a un buon livello. Fino a oggi i mercati sia nazionale che estero ci hanno sempre dato fiducia, compreso quest'ultimo periodo di difficoltà globale dei mercati.

Esistono delle difficoltà nell'esportazione a livello doganale e fiscale?

Esistono varie e periodiche difficoltà di esportazione e sdoganamento delle merci verso il Brasile: normalmente vengono espletate dalla filiale brasiliana, quindi in Italia non ci creano particolari problemi. Per quanto riguarda la fiscalità delle società brasiliane, le leggi brasiliane offrono diverse opportunità, alcune legate a periodi: è opportuno valutare bene con l'aiuto di un consulente locale, quale sia quella più adatta alla situazione del momento ed è abbastanza semplice variarla. Una giusta scelta può fare risparmiare molto dal punto di vista fiscale.

Quali sono i maggiori punti di somiglianza tra il mercato italiano e quello brasiliano?

In questo momento sono abbastanza simili, per la tipologia dei nostri prodotti. Il mercato brasiliano apprezza soprattutto il prezzo basso con servizio e qualità alti.

A livello di infrastrutture in che situazione è il Brasile?

Il Brasile in questi ultimi anni, ha investito molto nelle infrastrutture, specialmente strade di comunicazione tra le località più importanti, quindi generalmente sono buone. Tuttavia ci sono ancora alcune difficoltà, specialmente nelle città più importanti. Non scordiamoci che il Brasile è una grande nazione con distanze che in Italia non ci immaginiamo nemmeno, quindi il mezzo più usato per spostarsi è l'aereo, il

quale è funzionale ed economico.

Come si struttura il rapporto con i Vostri partner brasiliani?

In questo momento direi ottimo.

Come si struttura il Vostro rapporto con la concorrenza locale e internazionale, presente in Brasile?

Buono, naturalmente come in tutto il mondo, ognuno cerca di imporre il proprio prodotto, comunque ci rispettiamo abbastanza.

Avete avuto dei problemi per la copia del marchio/brevetto o della proprietà intellettuale in genere? A tal proposito avete suggerimenti da proporre a un imprenditore italiano?

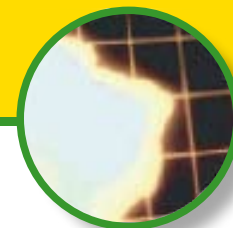
Appena abbiamo aperto la filiale brasiliana, abbiamo registrato il nostro marchio in Brasile. Per il momento non abbiamo avuto nessun problema di copie.

Come è stato l'impatto con la cultura locale e in che modo questo ha influito sulla Vostra attività?

La cultura brasiliana è molto simile a quella italiana. Non dimentichiamo che il popolo brasiliano, è un popolo latino, dove c'è una forte presenza di emigranti italiani ed ora figli e nipoti di questi. Sono ben inseriti nella società brasiliana, alcuni hanno raggiunto anche alti livelli sociali, quindi con molti punti in comune con noi italiani. Per questo, lavorare insieme, cioè fare squadra, non ci ha creato particolari difficoltà.

Questione certificazioni: ne avete e quale è la Vostra posizione a riguardo?

A livello di qualità abbiamo la certificazione UNI EN ISO 9001. Mentre per prodotti destinati al food abbiamo le seguenti certificazioni: FDA, KTW, BFR, EN 1934/2004, 3-A Sanitary Standards; per articoli destinati al farmaceutico: USP Classe VI; per guarnizioni destinate alla produzione di energia nucleare: EDF; per materiali ed equipaggiamenti destinati a strutture per l'estrazione del petrolio, gas naturale e petrolchimico: ANSI/ API Standard 662 (American Petroleum Institute).



Come è il Vostro rapporto con le Istituzioni brasiliane (governative, bancarie, ma anche enti di sostegno pubblici e privati)?

Fin da subito abbiamo sempre cercato di instaurare con le varie persone e/o Istituzioni con le quali abbiamo avuto contatti, dei buoni rapporti, rispettando: le persone, le leggi e le varie istituzioni con le quali siamo venuti a contatto.

Se dovesse dare un consiglio a un imprenditore che si affaccia oggi sul mercato brasiliano cosa raccomanderebbe?

Il mercato brasiliano e del Sudamerica in generale, offre parecchie opportunità alle imprese Italiane, In base alla mia personale esperienza, un consiglio

che posso dare, è di rivolgersi sempre a consulenti con una ottima e provata conoscenza del mercato e della legislatura brasiliana in materia di imprese. Quando un imprenditore italiano decide di investire in Brasile, ha l'impressione che tutto funzioni come in Italia, purtroppo non è così, ci sono molte insidie e se si commettono degli errori, tornare indietro può costare molto. La strada all'inizio è solo in salita, piena di ostacoli e imprevisti, naturalmente non insormontabili. Quindi il mio consiglio è di muoversi con prudenza e senza fretta, valutando bene i rischi e benefici, finché non si è certi e sicuri di come funziona questo mercato di non investire capitali elevati.

6. Pasta Zara Spa

	2009	2010	2011
Fatturato	175 milioni di Euro	171 milioni di Euro	186 milioni di Euro
Fatturato in Brasile	100.000 milioni di euro	1.500.000 milioni di euro	1.900.000 milioni di euro
Numero dipendenti	262	300	390
Numero dipendenti in Brasile o addetti Brasile	0	0	2
Attività svolta e settore merceologico	Produzione e commercializzazione di pasta secca		
Canali di vendita all'estero	Importatori-distributori		
Unità produttive ubicate in	Italia - Riese Pio X (TV), Muggia (TS) e Rovato (BS)		

INTRODUZIONE

Pasta Zara, una delle aziende del "Made in Italy" più apprezzate nel mondo, è il primo esportatore e il secondo produttore nazionale di pasta.

L'azienda nacque nel 1898 da un'idea di Emanuele Bragagnolo, che volle dare vita a un pastificio artigianale; da allora sono passati più di cento anni che hanno visto la trasformazione di un piccolo laboratorio in un'azienda di dimensioni mondiali, con un'attività che si è sviluppata prevalentemente all'estero, andando a coprire tutto il mercato mondiale.



Viene di seguito riportata l'intervista concessa da Furio Bragagnolo, presidente di Pasta Zara, al team di Interprofessional Network.

Dott. Bragagnolo, in cosa consiste prevalentemente il Vostro business, sia in Italia che all'Estero?

Pasta Zara produce e commercializza pasta di semola di grano duro in Italia e, soprattutto, all'estero. È, infatti, il primo esportatore italiano di pasta e il secondo produttore. Il 14% della pasta secca italiana consumata nel mondo viene prodotta da Pasta Zara. I nostri prodotti sono presenti in 97 Paesi: il 51% dell'export interessa le nazioni della Comunità europea, il 14% il resto d'Europa, il 12% i Paesi scandinavi, il 10% il Medio Oriente, il 5% il Far East, il 4% l'Africa, il 3% l'America, l'1% Australia e Oceania. Pasta Zara nel corso degli ultimi anni ha aumentato la sua presenza nei mercati dell'Est europeo come Russia, Ungheria e Croazia, nonché in Giappone, Medio Oriente e Africa, e ha investito in alcuni del tutto nuovi, per esempio gli Stati Uniti, dal potenziale enorme, dove è nata la commerciale Pasta Zara Usa. Inoltre, recentemente è "sbarcata" in Iran e in Iraq. Nel 1999 Pasta Zara vendeva 108 mila tonnellate di pasta, nel 2011 ne ha vendute 220 mila. Il fatturato 2011 è stato di 186 milioni di euro, l'8% in più del 2010. Oggi la capacità produttiva dei tre centri (Riese Pio X, Muggia e Rovato) è di 300.000 tonnellate, entro il 2014 sarà di 420.000 tonnellate. Ogni giorno produciamo circa 1.500 tonnellate di pasta.

Che attività specifica andate a svolgere in Brasile?

Vendita di pasta secca, il nostro core business.

Quali sono i motivi per cui avete spostato parte dell'attività aziendale in Brasile?

La nostra attività produttiva è solamente in Italia, in quanto siamo testimonial nel mondo del Made in Italy.

Come è oggi e quali sono stati i vari passaggi che vi hanno portato alla struttura attuale in Brasile?

Abbiamo iniziato ad esportare in Brasile 15 anni fa,

soprattutto nel sud del Paese e a San Paolo. Oggi siamo presenti un po' in tutto il Paese con uomini locali.

Come si configura la Vostra struttura organizzativa – con particolare riferimento al Brasile - e come si è evoluta nel tempo?

In Brasile si è evoluta in particolare dal 2011 quando abbiamo creato una struttura composta da due addetti alle vendite locali che vendono o alle catene della Gdo o ai distributori. Il retail alimentare in Brasile è esclusivamente basato sui negozi, che generano più del 95% delle vendite di cibo, principalmente mediante supermercati e ipermercati. Presidiarli abitualmente, quindi, è nevralgico dal punto di vista commerciale. In più abbiamo due persone interne nel centro direzionale di Riese Pio X che tengono i collegamenti. Prima del 2011, si faceva avanti e indietro Riese-Brasile, in particolare dal presidente di Pasta Zara Furio Bragagnolo che ha sempre seguito personalmente il mercato brasiliano.

Come si orienta la Vostra cultura aziendale e qual è la Vostra filosofia?

Si parte dal presupposto che la nostra azienda produce un prodotto come la pasta, che è il principale emblema del "Made in Italy" e che quest'ultimo in molti prodotti dell'agro-alimentare è sinonimo di qualità all'estero.

Di conseguenza ci indirizziamo a una filosofia che si soffermi sulla costante selezione delle migliori materie prime e sul miglioramento delle tecniche di essiccazione, affinché non sia danneggiata l'immagine del prodotto.

Come si collocano i Vostri prodotti all'interno del mercato brasiliano?

Negli scaffali occupano le posizioni riservate alla pasta italiana. Bisogna tenere presente che la competizione tra i player della pasta in Brasile evidenzia una posizione dominante dei produttori brasiliani, alcuni dei quali sono grandi imprese





concentrate nel mercato domestico, con posizioni deboli nei mercati internazionali e differenziate nelle diverse regioni interne del Brasile. Attualmente, il Brasile è anche uno dei più importanti produttori di pasta nel mondo, dietro a Italia e Stati Uniti. Oggi ci sono più di 500 aziende operanti nel settore della pasta. Circa la metà sono localizzati nel Sudest del Paese. La pasta importata è esclusivamente quella italiana. Al momento, nessun brand italiano è tra i più venduti nel mercato brasiliano della pasta. La sfida messa in atto da Pasta Zara è scalare questa classifica con prodotti inseriti nella fascia di vendita medio-alta.

Che ruolo assume la pianificazione strategica nella Vostra azienda?

Direi che è fondamentale sia quella finanziaria che quella delle materie prime. Ricordo che la nostra pianificazione ci ha permesso di essere i primi esportatori italiani e i secondi produttori.

Quali sono i punti di forza della Vostra azienda e cosa Vi ha portato ad avere successo?

Uno dei punti di forza di Pasta Zara è quello di essere, per i propri clienti, sempre presenti fisicamente in loco e di poter dar loro sicurezza e affidabilità. La nostra storia ultracentenaria e l'esperienza maturata nel tempo sono dei cardini attorno ai quali ruota tutto il nostro business. Segnalerei inoltre la massima attenzione nei confronti dell'ambiente lavorativo, con aggiornamenti e verifiche periodiche, unito a una valutazione costante degli aspetti e degli effetti ambientali dei processi produttivi.

Quanto incide nella strategia aziendale la ricerca e sviluppo, con particolare riferimento al mercato brasiliano?

Pasta Zara negli ultimi anni ha investito molto in prodotti innovativi, soprattutto legati alla pastificazione di nuovi cereali, alternativi alla semola di grano duro, per il mercato mondiale, ma anche su formati particolari e sulla pasta destinata a chi ha allergie alimentari come i celiaci.

Quando Vi siete affacciati sul mercato brasiliano quali difficoltà avete incontrato e

come le avete risolte? Quali i successi e gli insuccessi?

Il più grosso problema è legato al packaging. Le normative brasiliane impongono che sulla confezione dei prodotti sia scritto il nome dell'importatore. Noi ne abbiamo più di uno e questo ci complica molto la vita in fase di dimensionamento del testo nel packaging. Grandi insuccessi in Brasile non ne abbiamo registrati. La crescita di vendite negli ultimi anni è stata importante.

Sotto l'aspetto strettamente aziendale quali sono stati i cambiamenti organizzativi assunti dalla *governance* nell'investire in Brasile?

L'inserimento nella struttura di due venditori indigeni.

A oggi a livello internazionale come si posizionano i Vostri prodotti?

Pasta Zara è il primo esportatore italiano di pasta. Il business riguarda sia il marchio Pasta Zara, sia i marchi privati legati alle catene della grande distribuzione. In Brasile, però, il private label è poco sviluppato e siamo presenti solo col marchio Pasta Zara.

Avete riscontrato delle problematiche in merito all'adattamento del prodotto? Quali tipi di cambiamenti avete dovuto assumere al prodotto/servizio?

Il prodotto pasta viene consumato a qualsiasi temperatura e a qualsiasi latitudine in quanto è composto di semola di grano duro essiccata con un'umidità massima del 12,5% e quindi può affrontare qualsiasi trasporto igienico. I servizi sono uno dei punti forza di Pasta Zara. Ogni Paese in cui esportiamo ha un referente interno che monitora la puntualità delle consegne e garantisce la costante disponibilità ad affrontare e risolvere ogni tipo di problematica.

Quali sono le leve che utilizzate per competere sul mercato brasiliano?

Il servizio, appunto, la proposta costante di prodotti innovativi, le sinergie con i distributori. E, ovviamente, la qualità del prodotto.



Qual è la Vostra politica di marketing per il mercato brasiliano?

Promozioni in punto vendita e pubbliche relazioni.

Quali sono i maggiori punti di somiglianza, qualora ve ne siano, tra il mercato italiano e quello brasiliano?

Non c'è nessun punto di somiglianza. Sono due mercati completamente diversi.

Quali sono i Vostri punti di forza rispetto ai competitors?

Dinamicità, cura dei servizi, la facilità di comunicare con gli interlocutori interni, il piglio del combattente che caratterizza da sempre la nostra struttura. Il mercato brasiliano può essere diviso in cinque regioni, da Nord a Sud. A Nord e nel Nord-Est la cucina è influenzata dai costumi indigeni, basati sul riso. Il Sud Est è il cuore industriale del Brasile e la cucina è influenzata dalle usanze portate anche da immigranti italiani, quindi la pasta e l'insalata di pasta sono generalmente usati come alternativa a riso e fagioli. Anche al Sud, infine, piatti di pasta e di lasagne sono stati introdotti a seguito dell'immigrazione dall'Italia.

Com'è strutturata la Vostra strategia logistica? Come si articola la rete distributiva nel paese estero di riferimento? Quali canali distributivi sono stati utilizzati? Quali sono stati i problemi riscontrati con i distributori esteri?

La pasta in Brasile arriva via nave, con container. La logistica è un costo rilevante nell'export specifico, perché ogni Stato ha una sua tassazione. Se la pasta attraversa più Stati, paga più tassazioni. Quindi spostare la pasta ha un costo elevato. Cerchiamo di evitare queste complicazioni studiando bene a tavolino i movimenti dei container.

Come è stato l'impatto con la cultura locale e in che modo questo ha influito sulla Vostra attività?

Nessun tipo di problema, anche perché in Brasile c'è una forte presenza di italiani, soprattutto al Sud.

Avete avuto dei problemi per la copia

del marchio/brevetto o della proprietà intellettuale in genere?

No.

Questione certificazioni: ne avete e quale è la Vostra posizione a riguardo?

Stiamo molto attenti ad avere tutte le certificazioni necessarie non solamente per la filiera della nostra produzione, ma anche per l'ambiente lavorativo. In virtù di questa esigenza, Pasta Zara continua a impegnarsi per il conseguimento di certificazioni di sistema e di prodotto, che attestino e riconoscano gli sforzi e le risorse dedicate al raggiungimento dei più alti standard qualitativi. Certificazioni in possesso: certificazione S.G.S. attestante che il Sistema Qualità Aziendale di Pasta Zara è conforme alla Norma UNI EN ISO 9001:08; conferma annuale degli attestati di conformità agli Standard B.R.C. (*British Retail Consortium*) e allo Standard I.F.S. (*International Food Standard*), un pacchetto di rigide normative che regolano la gestione igienico-sanitaria; per i siti produttivi è stato ottenuto il Certificato di prodotto conforme alle norme Uni, nel rispetto del requisito di "Rintracciabilità intra-aziendale del prodotto pasta", dalla fase di ricevimento delle materie prime alla fase di spedizione del prodotto finito al cliente; infine, il Sistema di Gestione Ambientale certificato secondo la Norma ISO.

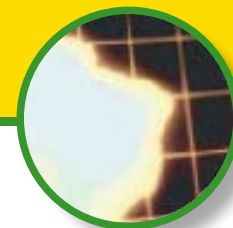
Come è il Vostro rapporto con gli Istituti Bancari?

Abbiamo un ottimo rapporto con riscontri sempre positivi; siamo sempre stati seguiti nel nostro progetto di espansione sia a livello nazionale che a livello estero. Abbiamo instaurato un rapporto di collaborazione, sapendo logicamente che anche le banche vendono il loro prodotto: la nostra filosofia è stata quella di fare un buon gioco di squadra in grado di soddisfare entrambe le parti in causa.

Come è il Vostro rapporto con le Istituzioni brasiliane (governative, bancarie ma anche enti di sostegno pubblici e privati)?

Rapporti formali, ma costruttivi.

Come avete impostato, sia a livello di quote che a livello organizzativo aziendale, il



passaggio generazionale?

Mio padre in questo è stato lungimirante progettando fin dalla nostra giovinezza la futura struttura dell'azienda. Noi (*il presidente Furio, il fratello Umberto e le sorelle Arianna e Franca - ndr*) siamo la quarta generazione dei Bragagnolo e nel rispetto della tradizione conduciamo l'azienda verso traguardi prestigiosi, col piglio manageriale di chi ha alle spalle una storia esemplare e davanti un prodotto italiano da far conoscere e apprezzare a tutte le latitudini. A oggi il futuro passaggio generazionale non è stato ancora affrontato vista la tenera età degli eredi e reputiamo che sarà un argomento che affronteremo tra una decina d'anni.

Se dovesse dare un consiglio a un

imprenditore che si affaccia oggi sul mercato brasiliano cosa raccomanderebbe?

L'intraprendenza innanzitutto. Perché quello brasiliano è un mercato difficile, con le sue problematiche, ma è anche un mercato in espansione, quindi da presidiare costantemente. Basti pensare che le vendite di pasta secca in Brasile sono aumentate del 7% nel 2011, dopo anni di stasi. Il Brasile è solo diciannovesimo nella classifica del consumo pro capite di pasta a livello mondiale, ma la dimensione del mercato è certamente più interessante rispetto ad altri Paesi latino americani. Anche se il riso continua ad essere la parte prevalente delle vendite nel food service, riteniamo che la pasta rappresenti uno dei prodotti a più alta performance attesa in Brasile e che possa avere anche un'accelerazione del tasso medio di crescita.

7. Pavan Group

	2009	2010	2011
Fatturato	84 milioni di Euro	107 milioni di Euro	n.d.
Fatturato in Brasile	n.d.	n.d.	n.d.
Numero dipendenti	461	563	n.d.
Numero dipendenti in Brasile o addetti Brasile	n.d.	n.d.	n.d.
Attività svolta e settore merceologico	Impianti "chiavi in mano" e macchinari per l'industria alimentare		
Canali di vendita all'estero	Filiali commerciali, agenti/rappresentanti, segnalatori		
Unità produttive ubicate in	6 unità produttive ubicate in Italia a Galliera Veneta (PD), Quinto (TV), Manfredonia (FG) e Uzzano (PT) e 1 unità produttiva a Pechino (Cina)		
Uffici di rappresentanza	Polonia, Stati Uniti, Argentina e Messico		

INTRODUZIONE

Pavan Group è fra le aziende leader mondiali nella progettazione, ingegnerizzazione e realizzazione di tecnologie e linee integrate di produzione di alimenti a base di cereali, una realtà solida e autorevole che opera nel settore alimentare come fornitore globale di soluzioni industriali, dalla movimentazione delle materie prime al prodotto finito e confezionato, attraverso otto brand prestigiosi: Golfetto Sangati,



Pavan, Mapimpianti, Montoni, Toresani, Stiavelli, Dizma e Pizeta. Si tratta delle principali aziende italiane del settore impiantistico alimentare, divenute parte integrante del Gruppo a seguito di una lungimirante strategia di crescita e sviluppo, pianificata per allargare la nostra piattaforma di offerta. Oggi queste aziende operano singolarmente o insieme, in una logica di integrazione trasversale del processo produttivo.

Pavan Group offre la più vasta gamma di soluzioni per la produzione di pasta secca lunga, corta e a nidi, pasta precotta come il couscous, nonché macchinari per pasta fresca ripiena, piana ed estrusa, piatti pronti e gnocchi. Sviluppa inoltre la produzione di trafilè, lavatrafilè e sistemi di confezionamento per pasta, prodotti da forno, snack, generi alimentari e altri articoli. Grazie a questa logica di filiera integrata e specializzata che fonde tecnologia, flessibilità e affidabilità, Pavan Group eccelle realizzando i suoi impianti su misura per il cliente, con processi progettuali e costruttivi di elevato profilo.

La strategia del Gruppo si fonda sul principio del servizio globale, dalla ricerca e sviluppo di nuovi prodotti, alla progettazione degli impianti fino ai servizi di assistenza e formazione post-vendita. Negli anni, Pavan ha consolidato il proprio posizionamento e la propria immagine sul mercato grazie all'alto livello qualitativo e alle performance tecnologiche dei propri prodotti.

Con oltre 60 anni di esperienza all'attivo, un portafoglio segmentato in otto brand specialistici e consistenti investimenti in ricerca e sviluppo, Pavan Group è un partner in grado di fornire raffinate soluzioni di processo e automazione, che siano l'applicazione di una singola tecnologia o di un approccio multidisciplinare chiavi in mano. Le più importanti e complesse realtà industriali del pianeta lavorano con soluzioni "tailor made" sviluppate da Pavan, ottenendo performance significative dal punto di vista dei costi, dell'efficienza operativa e della qualità del prodotto.

Tutte le soluzioni tecnologiche sviluppate sono caratterizzate da creatività ed estrema personalizzazione d'intervento. Nell'industria del food infatti, l'eccellenza non si misura esclusivamente nella qualità del prodotto finito, ma anche e soprattutto nella capacità di innovare il processo produttivo, personalizzandone le prestazioni in funzione delle specifiche esigenze e adeguando ogni intervento all'incessante richiesta di novità, efficienza ed economicità su vasta scala.

Di seguito viene riportata l'intervista concessa dal Dott. Andrea Cavagnis, Amministratore Delegato, assistito dal Dott. Michele Darderi, Corporate Marketing Manager, al team di Interprofessional Network.

In cosa consiste prevalentemente il Vostro business, sia in Italia che all'Estero?

Circa il 60% del fatturato deriva dalla progettazione e costruzione di impianti per la produzione di pasta secca sia lunga che corta. Il restante 40% è da ricondurre sempre alla produzione di macchine e impianti per prodotti estrusi (snacks, patatine, cereali da colazione etc.), pasta fresca e soluzioni per il fine-linea (confezionamento, movimentazione, stoccaggio, etc).

Che attività specifica andate a svolgere in Brasile?

Con una presenza oramai consolidata sul mercato brasiliano, offriamo ai clienti l'intera gamma di macchine ed attrezzature prodotte in Italia ed un affidabile servizio di *aftersales* ed assistenza tecnica.

Perché si è scelto di avviare un'attività in questo Paese?

La presenza del Gruppo Pavan in Brasile risale a circa 40 anni fa, quando sono state installate le prime linee automatizzate per la produzione di pasta e snack. In questa prima fase abbiamo ritenuto indispensabile presidiare il mercato locale per poter offrire il supporto tecnico e trasferire il know how nella produzione, step indispensabili per poter assicurare il corretto funzionamento degli impianti e garantire il livello qualitativo del prodotto finito dei nostri clienti.

Com'è strutturata la Vostra strategia logistica? Come si articola la rete distributiva nel paese estero di riferimento?

Quali canali distributivi sono stati utilizzati? Quali sono stati i problemi riscontrati con i



distributori esteri?

La spedizione delle nostre forniture avviene tramite spedizionieri internazionali con lettera di credito come d'uso per altri paesi. Non abbiamo riscontrato particolari problematiche.

Che ruolo assume la pianificazione strategica nella Vostra azienda?

La strategia è quella di offrire al cliente soluzioni impiantistiche e di processo. Siamo a completa disposizione per accogliere le richieste dei clienti e offrire soluzioni personalizzate.

Il cliente è al centro della nostra organizzazione fin dalle prime fasi, questo ci permette di progettare l'impianto secondo le sue specifiche esigenze.

Quali sono i punti di forza della Vostra azienda e cosa Vi ha portato ad avere successo?

Il Gruppo Pavan con un'esperienza pluridecennale coinvolge il cliente nella definizione delle specifiche organolettiche del prodotto voluto. In breve direi che i punti di forza sono:

- capacità di realizzare soluzioni a 360 gradi: dallo sviluppo del processo/prodotto all'impianto chiavi in mano;
- industrializzazione delle migliori soluzioni tecnologiche come il vuoto totale, l'essiccazione TAS, etc.;
- responsabilità sul risultato finale: dalla materia prima al packaging finale;
- solidità finanziaria dell'azienda;
- affidabilità delle macchine e degli impianti nel tempo.

Obiettivo primario è quello di offrire al cliente un prodotto e un servizio qualitativamente migliore degli standard della concorrenza soddisfacendo le aspettative del cliente e del mercato.

Quanto incide nella strategia aziendale la ricerca e sviluppo, con particolare riferimento al mercato brasiliano?

La ricerca e sviluppo costituiscono da sempre uno degli elementi chiave del nostro successo e del riconoscimento a livello internazionale. Anche nel mercato brasiliano siamo riusciti ad attrarre investimenti e fornire soluzioni innovative di

prodotto e di processo con piena soddisfazione dei nostri clienti.

Come si orienta la Vostra cultura aziendale e qual è la Vostra filosofia?

La nostra filosofia aziendale è improntata sulla soddisfazione del cliente attraverso un approccio integrato come "partner di progetto" e non semplice fornitore di macchinari. Crediamo inoltre molto nella risorsa umana, valorizziamo le competenze dei collaboratori e investiamo per migliorarne la loro professionalità.

Come si collocano i Vostri prodotti all'interno del mercato brasiliano?

Con contenuti tecnologici all'avanguardia e un servizio garantito, la produzione del Gruppo Pavan va a collocarsi, in Brasile come nel resto del mondo, in una fascia alta del mercato. Ciò significa che possiamo soddisfare le esigenze più critiche in termini sia di tipologie di formato ed ingredienti, sia di volumi di produzione.

Qual è la Vostra strategia presente/futura sul mercato brasiliano (se rivelabile)?

Semplicemente quella di perseguire la strategia adottata fino ad oggi: ossia essere presenti vicini al cliente con una tecnologia all'avanguardia e un servizio puntuale e affidabile.

Quando Vi siete affacciati sul mercato brasiliano quali difficoltà avete incontrato e come le avete risolte? Quali i successi e gli insuccessi?

L'approccio al mercato brasiliano ci è stato facilitato dal livello tecnologico del prodotto offerto: ci siamo affacciati su questo nuovo orizzonte con un netto vantaggio competitivo rispetto a quanto presente in termini di produzione locale.

La possibilità di un controllo diretto della qualità nella produzione in loco di alcune linee, abbiamo potuto mantenere i livelli di affidabilità e gli standard qualitativi più elevati.

Avete avuto dei problemi per la copia del marchio/brevetto o della proprietà intellettuale in genere?



Presentandoci sul mercato come leader tecnologici abbiamo talvolta destato l'attenzione di aziende orientate ad una politica di follower. Senza entrare nel merito della liceità delle ispirazioni raccolte dai competitor, abbiamo talvolta dovuto accettare i tentativi di imitazione delle innovazioni tecnologiche sviluppate dal Gruppo, puntando a ricreare il gap migliorando e differenziando i nostri prodotti anziché perseguire la strada del confronto diretto incentrato su altre leve quali il prezzo o lo scontro legale.

A oggi a livello internazionale come si posizionano i Vostri prodotti?

Operiamo in un settore industriale caratterizzato da pochi players di grande dimensione. La nostra è una presenza significativa nel mondo con quote di mercato che mediamente superano il 30%, con punte del 35-40% nel settore pasta secca.

Avete riscontrato delle problematiche in merito all'adattamento del prodotto? Quali tipi di cambiamenti avete dovuto assumere al prodotto/servizio?

Non abbiamo riscontrato grandi difficoltà in quanto abbiamo sempre adottato nostri standard tecnologici costruttivi e di fornitura compatibili con quanto richiesto dai mercati.

A livello di infrastrutture (tecnologia, telecomunicazioni, etc.) in che situazione è il Brasile e come ciò influisce sulla Vostra attività?

Il Brasile è ancora oggi un mercato in forte evoluzione ed è prevedibile che in un breve lasso temporale possa competere alla pari con i mercati europei o nord americani. Questo mercato è comunque già da tempo in grado di sfruttare i punti di forza delle nostre macchine; in particolare il sistema di distribuzione permette di apprezzare l'elevata capacità produttiva, mentre lo sviluppo delle reti di telecomunicazioni ci consentono di applicare le più innovative formule di telecontrollo e assistenza da remoto.

Quali sono i maggiori punti di somiglianza tra mercato italiano e brasiliano, se ve ne

sono?

Entrambi sono mercati nei quali si ricerca la massima efficienza in termini di costo di investimento rispetto alla produttività e alla qualità del prodotto finito.

Che tipo di rapporto stringete con i Vostri partner?

Rapporti di collaborazione e di supporto tecnico.

Questione certificazioni: ne avete e quale è la Vostra posizione a riguardo?

Abbiamo ottenuto e rinnovato le certificazioni GOST e di rispetto delle normative igieniche.

Come è il Vostro rapporto con le Istituzioni brasiliane (governative, bancarie, ma anche enti di sostegno pubblici e privati)?

In Brasile il tutto è mediato dai nostri partner locali.



8. RadiciGroup

	2009	2010	2011
Fatturato consolidato	774 milioni di Euro	1.162 milioni di Euro	1.238 milioni di Euro
Fatturato in Brasile	110 milioni di Euro	165 milioni di euro	142 milioni di euro
Numero dipendenti RadiciGroup	3.233	3.500	3.500
Numero dipendenti in Brasile o addetti Brasile	437	453	464
Attività svolta e settore merceologico	Industria diversificata nei settori della chimica, delle materie plastiche e delle fibre sintetiche		
Canali di vendita all'estero	Sedi commerciali in Italia e nel resto d'Europa, nelle Americhe e in Asia		
Unità produttive ubicate in	Argentina, Brasile, Cina, Germania, Italia, Repubblica Ceca, Romania, Stati Uniti, Svizzera, Ungheria.		
Uffici di rappresentanza in Brasile	San Paolo (Sao José dos Campos e Araçariquama)		

INTRODUZIONE

Con 3.500 dipendenti, siti produttivi e sedi commerciali in Italia e nel resto d'Europa, in Nord e Sud America, Asia e attività industriali diversificate nei settori della **chimica**, delle **materie plastiche** e delle **fibre sintetiche**, RadiciGroup è oggi una delle realtà chimiche italiane più attive a livello internazionale. I prodotti del Gruppo trovano applicazione nei settori dell'abbigliamento, dello sport, dell'arredamento. E ancora, nei settori automobilistico, elettrico/elettronico, degli elettrodomestici e dei beni di consumo.

Il controllo di RadiciGroup, il cui headquarters ha sede in provincia di Bergamo, a Gandino, è integralmente familiare. Ai vertici i tre fratelli **Angelo Radici** - *Presidente di RadiciGroup* -, **Maurizio Radici** - *Vicepresidente e COO di RadiciGroup* - e **Paolo Radici** - *membro del Cda del gruppo e responsabile di una parte del business fibre sintetiche* (filati di poliestere).

Il Gruppo si struttura in tre aree di business - la chimica, le materie plastiche le fibre sintetiche - che godono di una presenza produttiva internazionale. L'accentuata articolazione del gruppo in unità di business ben distinte e altamente specializzate in termini di prodotto e di servizio risponde a un preciso modello organizzativo orientato all'innovazione tecnologica. Tale struttura è il risultato di importanti *step* attivati nel corso degli anni che hanno puntato sull'integrazione verticale delle attività produttive al fine di avere il controllo sulla qualità e sull'innovazione dei prodotti.

Dalla nascita della sua prima azienda, nel 1941, sono trascorsi più di settant'anni. 70 anni di evoluzione che hanno visto il Gruppo trasformarsi da piccola realtà locale in una struttura industriale di rilevanza internazionale. Una realtà che ha mantenuto nel corso del tempo quell'attenzione al sociale, ai territori nei quali si trova ad operare e all'ambiente, che da sempre ne contraddistingue l'agire. RadiciGroup è da tempo impegnato a realizzare materiali innovativi riducendo la propria impronta ambientale e quella dei suoi clienti. Dallo sviluppo di prodotti derivanti da fonti rinnovabili a processi produttivi che tutelano le risorse naturali sino all'utilizzo, per una parte significativa



delle proprie attività produttive, di energia pulita. Tutto questo a partire dai processi di polimerizzazione sino a includere le fasi a valle relative al compound delle materie plastiche e alla produzione delle fibre sintetiche.

Parlare di RadiciGroup significa ripercorrere una storia che dura da oltre 70 anni e che ha visto una piccola azienda tessile tradizionale crescere, evolvere, trasformarsi sino a diventare un Gruppo di rilevanza internazionale. Nel **1941** nasce la prima azienda del Gruppo: Tessiture Pietro Radici SpA. A fondare questa piccola realtà, inizialmente attiva nella produzione di coperte e copri letti, Pietro Radici. Sarà poi il figlio Gianni, a partire dagli anni 50, a diversificare l'attività produttiva che includerà presto tappeti, tessuti, moquette, tappetini per automobili. La diversificazione iniziata da Gianni Radici è continuata nel corso degli anni, mirando ad un'integrazione verticale nella filiera della poliammide (nylon). A partire dagli anni 60 nascono le prime aziende attive nella produzione di fili e fibre sintetiche e di polimero di poliammide 6 (data 1964 la creazione, in Italia, di Radici Fil SpA, prima azienda dell'area fibre di RadiciGroup). Negli anni 80 poi, si assiste allo sviluppo sia del business delle materie plastiche (nel 1981 nasce Radici Novacips SpA, prima azienda dell'area materie plastiche di RadiciGroup attiva nella produzione di tecnopolimeri e sita in Italia), sia di quello chimico (nel 1986, attraverso l'acquisizione di un ex sito produttivo Montedison, a Novara, nasce Radici Chimica SpA).

Oggi RadiciGroup è presente, con oltre 30 siti produttivi e sedi commerciali, in Italia e nel resto d'Europa, in Nord e Sud America, Asia. L'esperienza, l'integrazione sinergica nella filiera della poliammide, il know-how, rappresentano i principali punti di forza di RadiciGroup, un Gruppo italiano che attraverso 70 anni di storia è oggi tra i leader nel settore della chimica del nylon.

Di seguito si riporta l'intervista a Filippo Servalli, Responsabile Area Marketing e Comunicazione di *RadiciGroup*, al team di Interprofessional Network.

Dott. Servalli, in che cosa consiste prevalentemente il Vostro business, sia in Italia che all'estero?

RadiciGroup è una realtà industriale che si occupa della produzione e commercializzazione, sia in Italia che all'estero, di polimero di nylon e suoi intermedi, materie plastiche e fibre sintetiche.

Al di là del Brasile, quali sono i mercati esteri di riferimento e in che modo siete presenti in ognuno?

Per quanto riguarda il Sud America, siamo presenti oltre che in Brasile, anche in Argentina. Abbiamo poi sedi produttive e commerciali in Nord America, negli Stati Uniti. Per quanto riguarda l'Asia, siamo in Cina e in India. Parlando di Europa invece, oltre che in Italia siamo in Germania, Francia, Spagna, Regno Unito, Svizzera, Repubblica Ceca, Ungheria, Romania.

Come si configura la Vostra struttura organizzativa interna in termini di dimensioni e risorse umane? e come si è

evoluto nel tempo?

L'azienda è strutturata a livello globale: si compone di una corporate europea con una serie di business unit nelle Americhe e in Asia. La corporate comprende le aree logistica, amministrazione, finanza e controllo, marketing, controllo qualità, procurement, sistemi IT e risorse umane. Le aree di business si distinguono a seconda dei settori in cui operano: la chimica, le materie plastiche e le fibre sintetiche (di nylon, poliestere e acriliche) e sono presenti in tutto il mondo. L'area di business più integrata e internazionalizzata è certamente quella delle materie plastiche vista la sua presenza produttiva in Brasile, Stati Uniti, Italia, Germania, Cina e India. Le unità produttive specializzate nelle fibre di nylon sono localizzate in Brasile e Italia mentre le fibre acriliche sono prodotte solo in Brasile. Le fibre per tappeti infine, sono solo in Europa.

Quali sono i Vostri punti di forza e cosa Vi ha portato ad avere successo? E in riferimento al Brasile?



Il principale punto di forza è l'integrazione: la nostra filiera produttiva è integrata verticalmente e le nostre materie prime, che derivano dalla raffinazione del petrolio, vengono lavorate all'interno del Gruppo fino a farle diventare materiale plastico o fibra nelle diverse applicazioni: la poliammide o nylon, il poliestere e la fibra acrilica. Altro fattore decisivo è la famiglia: l'azienda appartiene alla Famiglia Radici che partecipa attivamente nella gestione imprenditoriale. L'importanza della famiglia emerge anche dalla filosofia "to be global" che è alla base della politica di RadiciGroup. Il Gruppo infatti, è globale perché presente su diversi mercati internazionali ma di fatto la presenza nelle diverse aree è locale. Un esempio è il Brasile, in cui due membri della famiglia si sono trasferiti a seguire personalmente le attività di produzione.

Che attività specifica svolgete in Brasile?

In Brasile abbiamo tre attività specifiche: la produzione di fibre sintetiche di nylon, la produzione di fibre sintetiche di acrilico e la produzione di materie plastiche. In Brasile gli stabilimenti sono due, il primo si occupa della produzione di materie plastiche mentre il secondo ospita due unità produttive: le fibre di nylon e di acrilico.

Che tipo di analisi è stata effettuata prima di scegliere il mercato brasiliano?

Diciamo che sono stati i nostri clienti a scegliere il mercato brasiliano e noi li abbiamo seguiti con i nostri prodotti. Il progetto in Sudamerica è nato intorno al 1996 quando alcuni dei nostri maggiori clienti ci hanno chiesto di seguirli in Brasile per fornire loro i materiali indispensabili per la loro produzione: un esempio è il settore auto in cui le grandi aziende possedevano delle piattaforme di produzione in tutto il mondo e necessitavano di produttori globali.

Quali sono stati i passaggi che Vi hanno portato all'attuale struttura in Brasile?

Si tratta di percorsi diversi a seconda delle business unit. Per quanto riguarda la plastica siamo partiti prima con una joint venture commerciale con dei partner brasiliani che rappresentavano un supporto

logistico, dopo un anno di attività commerciale e di marketing abbiamo deciso di acquisire una piccola azienda del settore e da qui ha preso avvio l'investimento vero e proprio. La produzione di fibre di acrilico, invece, ha seguito una strada diversa: abbiamo acquisito la maggiore azienda produttrice di acrilico in Brasile e nel frattempo abbiamo sviluppato il nostro know-how al fine di creare una business unit.

Quando Vi siete affacciati sul mercato brasiliano?

Nell'aprile 1996 con il primo stabilimento produttivo, ma la presenza commerciale risale a molto tempo prima. RadiciGroup vende in tutto il mondo dagli anni Cinquanta.

Quali sono la Vostra Vision, la mission e i vostri valori?

La vision aziendale riguarda il mantenimento della leadership a livello europeo nella filiera della poliammide e delle fibre sintetiche mentre la mission aziendale si concentra sul mantenimento della posizione competitiva sui diversi mercati in modo omogeneo attraverso lo sviluppo tecnologico, l'ottimizzazione delle risorse e la ricerca continua di nuovi mercati. L'azienda intende perseguire questi obiettivi nel pieno rispetto dei valori e della cultura aziendale. I valori dell'azienda gravitano intorno a:

- il rispetto per la persona e la sua integrità,
- l'efficienza e l'efficacia della gestione aziendale,
- il rispetto delle normative vigenti,
- l'orientamento al cliente, visto come interlocutore privilegiato,
- la sicurezza per i dipendenti e la collettività e la sostenibilità ambientale,
- la responsabilità dell'impresa verso lavoratori, luoghi e fabbriche.

Quali difficoltà avete incontrato in Brasile? e come le avete risolte?

Il Brasile, in generale, è il paese dove abbiamo riscontrato meno difficoltà nello sviluppo, difficoltà che abbiamo affrontato nei tre diversi



settori di attività in modalità differenti. Nelle materie plastiche abbiamo sviluppato in modo lineare l'attività di business con dei piccoli passi ma continui e non abbiamo incontrato ostacoli di rilievo. Per quanto riguarda le fibre di acrilico, il nostro approccio è stato quello di entrare in una grossa azienda di circa 300 dipendenti cercando di non fare grossi cambiamenti (2/3 del management è rimasto lo stesso); ci sono stati alcuni nuovi inserimenti in quanto l'azienda è già strutturata.

Alcune difficoltà in più le abbiamo avute con le fibre di nylon, perché siamo partiti da zero in un settore molto tecnico: abbiamo iniziato nel 1997-1998 e abbiamo modificato i progetti a mano a mano che passavano gli anni a causa di mancanza di competenze iniziali adeguate.

Quali sono stati gli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione che avete utilizzato?

Nel processo di internazionalizzazione abbiamo fatto riferimento principalmente ai partner che operavano in loco. Per fare un esempio, nel caso dell'area di business materie plastiche abbiamo avviato una partnership con dei professionisti brasiliani, partnership da cui poi è scaturita l'acquisizione di un'azienda già operante nel settore. Di questa azienda abbiamo mantenuto il personale e le competenze di mercato. Il nostro Gruppo assegnava poi una o due persone provenienti dalla casa madre per ogni unità di business. Per il resto però si è sempre fatto riferimento alle persone in loco. Non abbiamo invece mai avuto nessun partner istituzionale.

Nel periodo post-crisi, il Brasile ha contribuito a migliorare i risultati aziendali?

Assolutamente sì, grazie ai mercati brasiliano, statunitense e cinese, abbiamo ridotto le perdite subite sul mercato europeo.

I Mondiali di Calcio 2014 e le Olimpiadi 2016 rappresentano un'opportunità di business per il Vostro gruppo?

Stiamo valutando diverse opportunità e abbiamo partecipato a diverse iniziative organizzate dal

Ministero degli Esteri e dell'ex ICE, inoltre seguiamo da vicino il "Momento Italia Brasile". Nonostante ciò, più che gli eventi sportivi, le opportunità maggiori per il settore in cui operiamo provengono dal piano governativo "Minha Casa, Minha Vida" (previsto dal PAC per la costruzione di unità abitative per la sfascia di popolazione a basso reddito ndr): la nostra azienda fornisce, infatti, semilavorati per le aziende locali che producono, per esempio, tessuti e da questo punto di vista ciò rappresenta un'ottima occasione per instaurare nuove collaborazioni con aziende operanti nel settore.

Che importanza date alle fiere e agli eventi internazionali per la conoscenza di un Paese?

Abbiamo iniziato a muoverci in questo senso solo recentemente in quanto nei prossimi dieci anni il Brasile sarà teatro di diverse iniziative molto importanti: i Mondiali Militari del 2011, la Giornata della Gioventù di quest'anno, i Mondiali di calcio e le Olimpiadi, solo per citarne alcuni. Quando abbiamo fatto il decennale abbiamo festeggiato in collaborazione con il Parlamento di San Paolo e il Ministero degli Esteri, al fine di cogliere al meglio le future opportunità.

Qual è la Vostra politica di marketing per il mercato brasiliano?

RadiciGroup è un'azienda B2B che lavora direttamente con le imprese. Ciò implica che le nostre strategie di marketing si focalizzano sulle relazioni dirette con i clienti e sulle linee guida della qualità, della customer satisfaction e dello sviluppo applicativo con i clienti. Fondamentalmente il nostro marketing è un marketing operativo molto tecnico: non è basato sulla sola comunicazione, bensì sulle competenze e sulla "presenza". È un marketing che fa leva sulle competenze tecniche e sulla qualità dei prodotti, presentando la parte di sviluppo di soluzioni applicative e tecniche fino ad arrivare alla misurazione della soddisfazione del cliente per capire se il prodotto è soddisfacente.

Qual è il target a cui vi rivolgete in Brasile?

Il nostro target è composto da aziende industriali



e i nostri clienti sono fundamentalmente tessitori e stampatori di materie plastiche.

Come si collocano i Vostrî prodotti all'interno del mercato brasiliano?

Per quanto riguarda l'acrilico siamo leader di mercato e godiamo di un premium price, anche se il prezzo è dettato a livello internazionale dal brand e dal costo delle materie prime, in particolare il petrolio. Per quanto riguarda le materie plastiche siamo, assieme a poche altre aziende, leader del settore, quindi i nostri prodotti devono avere un contenuto tecnologico importante; il prezzo è meno determinante. Mentre per le fibre di nylon è più legato allo sviluppo applicativo per trovare soluzioni e prodotti sostitutivi di altri materiali e la politica di prezzo è molto importante anche se si coniuga sempre alla soluzione applicativa studiata con il cliente. Il nostro non è un prezzo da listino ma da applicazione anche se, in linea di massima, si può dire che si colloca in una fascia medio-alta.

Le linee di prodotto proposte in Brasile sono le stesse vendute in Italia? I prodotti sono standardizzati o subiscono un adattamento specifico sulla base delle richieste del mercato brasiliano?

Le linee di prodotto hanno subito delle variazioni. Per quanto riguarda le fibre di nylon all'inizio siamo partiti con delle filosofie europee poi si è visto che il mercato chiedeva prodotti diversi e abbiamo dovuto apportare delle modifiche. Per quanto riguarda le fibre di acrilico fundamentalmente le linee guida le detta il mercato, anche se tutto sommato la produzione è ormai abbastanza standardizzata. Per quanto riguarda le materie plastiche invece bisogna dire che anche in questo settore le soluzioni applicative sono stabilite dal cliente. Resta il fatto che nel settore auto i clienti richiedono sempre più di avere prodotti uguali a quelli europei o statunitensi, con delle piccole variabili ma di fatto si tratta dello stesso materiale.

Per quanto riguarda il brand, avete mantenuto l'originale o lo avete adattato?

Dipende dalle business unit: per quanto riguarda l'Acilico abbiamo mantenuto il brand esistente,

salve alcune evoluzioni, mentre abbiamo creato nuovi brand per le fibre di Nylon e le materie plastiche. Il brand unico è globale.

Che tipo di pubblicità avete messo in atto?

Facciamo poca pubblicità in quanto siamo un'impresa B2B e oltre alla presenza in fiere di settore non abbiamo in atto campagne pubblicitarie. Invece, per quanto riguarda la promozione a livello di corporate 2011/2012, stiamo portando avanti una campagna globale sul tema della sostenibilità.

Qual è il Vostro canale di distribuzione?

Abbiamo una forza commerciale diretta e indiretta, composta da agenti e venditori che hanno una relazione con i clienti a seconda delle aree di riferimento. Ogni zona, infatti ha un approccio diverso: in alcune aree siamo presenti tramite agenzie e in altre tramite i distributori in quanto a causa delle distanze il cliente chiede di avere il materiale disponibile nelle vicinanze.

Questione certificazioni: ne avete? se sì quale è la Vostra posizione a riguardo?

Sì. Abbiamo le certificazioni comprese dalla 9.000 alla 14.000 e le stiamo portando avanti in tutti gli stabilimenti. Si tratta di una decisione strategica di gruppo a livello globale.

Avete avuto dei problemi per la copia del marchio/brevetto o della proprietà intellettuale?

No, abbiamo sempre protetto i nostri brevetti e i nostri marchi a mano a mano che ci proponevamo sui mercati esteri.

Come si struttura il vostro rapporto con la concorrenza locale e internazionale presente sul mercato brasiliano?

Bisogna fare una distinzione in base ai settori: nell'acrilico siamo leader, quindi la concorrenza è solo estera e di importazione e i maggiori problemi si riscontrano nei confronti degli importatori asiatici. Nel settore del nylon siamo pochi player e siamo attualmente i secondi per quota di mercato. Anche nel settore delle materie plastiche siamo secondi ma i concorrenti globali in Brasile stanno



aumentando.

Esistono delle difficoltà a livello doganale e fiscale?

Il Brasile ha un sistema fiscale complesso ma avendo una struttura interna che si occupa della posizione fiscale delle 3 business unit, acquisita insieme a uno stabilimento, non riscontriamo particolari criticità.

Com'è il Vostro rapporto con le Istituzioni brasiliane (governative, bancarie, enti di sostegno)?

Per quanto riguarda i rapporti politico-istituzionali sono abbastanza buoni: ci relazioniamo molto bene con il Parlamento e con il Comune di San Paolo e stiamo studiando dei gemellaggi con dei distretti bergamaschi. Per quanto riguarda le istituzioni bancarie abbiamo rapporti con banche brasiliane e internazionali.

Se dovesse dare un consiglio ad un imprenditore che si affaccia oggi sul mercato brasiliano, cosa raccomanderebbe?

Consiglierei di affrontare il mercato brasiliano non da conquistatori ma attraverso l'instaurazione di relazioni, trovando i partner giusti e senza cercare di snaturare il rapporto con le persone del luogo ma rispettando la loro cultura. È importante tenere presente che ci si rapporta con una cultura nuova e diversa.



Con il contributo scientifico di



Ministero dello Sviluppo Economico



Interprofessionalnetwork

