



ITALIA-BRASILE LA PARTITA DEGLI AFFARI

ENORMI GIACIMENTI PETROLIFERI, INVESTIMENTI PUBBLICI PER 580 MILIARDI DI EURO, I MONDIALI DI CALCIO NEL 2014 E LE OLIMPIADI NEL 2016. COSÌ 300 AZIENDE SCENDONO IN CAMPO PER APPROFITTARE DELL'EFFETTO-LULA

di Stefano Caviglia

Ignacio Lula, presidente del Brasile.

■ Più Brasile nella nostra economia. È la promessa con cui i rappresentanti di governo, Confindustria e banche italiane si apprestano a partire per San Paolo l'8 novembre prossimo, nella più massiccia missione imprenditoriale (300 aziende) mai avvenuta nella terra del samba. La conquista delle Olimpiadi 2016 è solo l'ultimo tassello di un grande mosaico di sviluppo per il Paese governato da Ignacio Lula, che ai partner stranieri appare sempre più come una sorta di «Cina dell'Occidente». Non perché abbia analoghi tassi di crescita (si parla comunque del 4-5% l'anno, dal 2010, che non è poco), ma per una straordinaria concentrazione di fattori positivi che promettono condizioni ideali per investimenti e iniziative commerciali.

Prima delle Olimpiadi ci saranno i Mondiali di calcio del 2014 e ancor prima, nel 2012, si cominceranno a sfruttare i due enormi giacimenti petroliferi scoperti al largo delle coste. Ma è soprattutto l'accoppiata fra andamento dell'economia e interventi pubblici che attira iniziative imprenditoriali. «In Brasile nei prossimi anni» spiega a *Economy* il ministro dello Sviluppo economico, Claudio Scajola, che guida la missione «ci sarà un vero boom trainato dalle decine di miliardi di dollari di investimenti in infrastrutture e servizi. Ci sono grandi opportunità per l'Italia, che nel primo semestre di que-

L'ACCELERAZIONE DELL'INTERSCAMBIO

Negli ultimi quattro anni gli scambi con il Brasile sono costantemente cresciuti, portando l'Italia a diventare il secondo partner commerciale europeo di Brasilia.

	2006	2007	2008	GEN.GIU:09
INTERSCAMBIO	6.407	7.811	9.377	3.169
ESPORTAZIONI ITALIANE	2.570	3.348	4.612	1.656
IMPORTAZIONI ITALIANE	3.836	4.464	4.765	1.513
SALDO	-1.266	-116	-153	143

(FONTE: MINISTERIO DO DESENVOLVIMENTO, INDUSTRIA E COMERCIO EXTERIOR)

st'anno ha ripreso la seconda posizione tra i fornitori europei, scavalcando la Francia».

Nel 2008 l'Italia ha perso qualche posizione per via delle tensioni diplomatiche causate dall'«affaire Battisti», l'ex terrorista latitante rifugiatosi in Brasile, che non hanno

giovato ai nostri business. Ora è attesa la sentenza della Corte suprema sull'estradizione, ma i rapporti sembrano tornati sui binari della normalità: quella di una solida amicizia, favorita dalla presenza in Brasile di quasi 30 milioni di cittadini di origine italiana. La posta in palio è davvero alta. Il Brasile (che il *Financial Times* ha ribattezzato «potenza del XXI secolo») per il periodo fra il 2007 e il 2014 effettuerà investimenti per 580 miliardi di euro, di cui solo 170 già impegnati.

Qui la crisi si è sentita per un periodo più breve che nel resto del mondo. «A novembre e dicembre del 2008» dice Alberto Antonioli, responsabile per l'America Latina della società di consulenza *Value Partners*, «c'è stato un crollo degli

ordini in tutti i settori, ma a febbraio 2009 era già ripartito tutto. Penso che in nessun altro Paese del mondo ci sia stato un andamento a «V» come quello del Brasile». Un assaggio delle nuove opportunità, *Value Partners* se l'è già assicurato, vincendo la gara per la consulenza globale sui



«IN BRASILE CI SARÀ UN VERO BOOM TRAINATO DAI MILIARDI DI INVESTIMENTI IN INFRASTRUTTURE E SERVIZI».

CLAUDIO SCAJOLA
MIN. SVILUPPO ECONOMICO



«IN AGENDA CI SONO 1.500 COLLOQUI CON POTENZIALI PARTNER. MA ATTENZIONE ALLA CONCORRENZA DI INDIA E CINA».

ADOLFO URSO
VICEMIN. COMMERCIO ESTERO

Mondiali di calcio 2014. Il viceministro allo Sviluppo economico con delega al Commercio estero, Adolfo Urso, sprona le Pmi italiane ad affilare le armi in vista degli incontri organizzati dall'Istituto per il commercio estero (Ice). «Durante la

missione» spiega «ci saranno oltre 1.500 colloqui con potenziali partner commerciali e industriali. I risultati più importanti dovranno arrivare da lì, tenendo conto che la concorrenza non è rappresentata solo dagli altri Paesi europei. Anche India e Cina stanno cercando di incrementare l'interscambio con il Brasile».

L'Italia si presenta con un ventaglio ampio di iniziative. Fra i 300 imprenditori della missione ci sono aziende di tutte le dimensioni e di tutti i settori. Dai nomi storici come **Pirelli** (che ha appena festeggiato gli 80 anni in Brasile) e **Fiat** alle tante imprese meno note che hanno attraversato l'oceano più recentemente.

Alcune lo hanno fatto proprio «al seguito» dei gruppi più importanti. È il caso di **Citel**, impresa di informatica per le telecomunicazioni di Roma che ha aperto la sua sede brasiliana

nel 2006. «L'esperienza maturata in Italia come partner di **Telecom Italia**» dice il direttore generale Valerio D'Angelo «ci assicurava le competenze per partecipare alle forniture di **Tim Brasil**. Così abbiamo tentato il salto. Dopo una o due gare perse abbiamo cominciato ad aggiudicarci le prime commesse. Ora lavoriamo anche per altri clienti e il Brasile è diventato per noi importante quanto l'Italia».

Chi invece è arrivato in Brasile sulla base di un proprio progetto di sviluppo è la **Cavanna**, azienda di macchine di imballaggio per alimenti di Prato Sesia (Novara). «Ci siamo mossi nel 2002» racconta l'a.d. Riccardo Cavanna «con la vittoria di Lula. Qualcuno temeva che avrebbe nazionalizzato l'economia, ma a me ispirò fiducia, anche per la sua storia di sindacalista passato alla politica. Cominciammo con un magazzino all'aperto e tre dipendenti. Ora ne abbiamo 60, produciamo lì i nostri macchinari e stiamo per aprire un nuovo impianto di 1.000 metri quadrati a San Paolo».

intervista

a PAOLO ZEGNA vicepresidente Confindustria per l'internazionalizzazione

ORA TOCCA ALLE PMI BALLARE IL SAMBA

«Le imprese più grandi hanno messo radici già da decenni. Ora è il momento delle piccole e medie».

Alla vigilia della partenza della missione brasiliana, il vicepresidente di Confindustria per l'internazionalizzazione Paolo Zegna (foto) spiega a *Economy* perché gli industriali si aspettano un salto di qualità nei rapporti economici con il Brasile. «In quel Paese si stanno attivando molti fattori di crescita, con opportunità straordinarie per il nostro sistema produttivo».

Le Olimpiadi del 2016 e i Mondiali di calcio del 2014 saranno occasione di business per le aziende italiane?

Per alcune sì. Ma non si tratta solo di questi grandi appuntamenti sportivi. Basti pensare ai nuovi giacimenti di petrolio scoperti al largo delle coste brasiliane o agli imponenti programmi di sviluppo degli investimenti pubblici.

L'Italia ha le carte in regola per beneficiare del prevedibile boom?

Direi proprio di sì. Già oggi siamo il secondo partner commerciale europeo dopo la Germania. Ci aiuta la presenza storica di grandi nomi, come Pirelli, Fiat e Telecom Italia. Ora si tratta di allargare il gioco dalle grandi imprese a tutte le altre.

Come si fa?

Le nostre missioni servono anche a questo. Partiremo l'8 novembre per San Paolo con ben 300 imprenditori, gran parte dei quali di piccole e medie dimensioni. Il momento centrale dell'iniziativa sarà la sessione di incontri d'affari fra le nostre imprese e le controparti brasiliane, durante i quali i nostri interlocutori potranno valutare le possibilità di acquisto e vendita non solo con singole aziende ma con intere filiere produttive, con un

auspicabile effetto traino dei nomi più conosciuti.

Quali sono i settori di punta di questa offensiva commerciale?

A essere strategica è la meccanica, che rappresenta il 35% delle nostre esportazioni in Brasile. In questo campo le imprese italiane si stanno guadagnando una credibilità fra le più alte nel mondo,

cosa che apre molte possibilità in un Paese che si prepara a un grande ciclo di opere infrastrutturali.

E i settori come la moda?

Qui soffriamo gli alti dazi, in media il 30%, che gravano sui beni di consumo prodotti all'estero. Speriamo che le trattative nell'ambito della Wto riescano a modificare la situazione. In quel caso si apriranno grandi spazi anche per la moda.

(s.cav.)



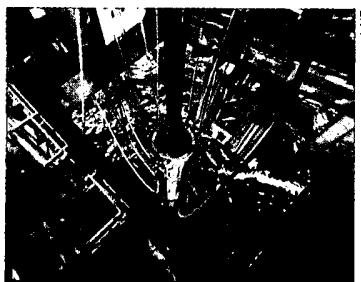
A3/CONTRASTO

ALLA FINE DEL 2008 C'È STATO UN CROLLO DEGLI ORDINI IN TUTTI I SETTORI, MA A FEBBRAIO 2009 ERA GIÀ TUTTO RIPARTITO.

Tre storie italiane in versione carioca

L'ORO NERO DI PRYSMIAN

La scoperta dei due nuovi giacimenti petroliferi al largo delle coste brasiliane ha già avuto un impatto notevole sul business di Prysmian, società di cavi nata nel 2005 da uno spin off del gruppo Pirelli, oggi al 32% di Goldman Sachs e guidata da un management in larga parte italiano che detiene una piccola quota del veicolo societario di controllo.



A quanto risulta a *Economy*, nei giorni successivi alla missione italiana la compagnia annuncerà un importante ampliamento dell'impianto di Vilavelha, nello Stato di Espírito Santo, aperto nel 2007 per i cavi «ombelicali», che ancorano le piattaforme alle imboccature dei pozzi. L'investimento segna l'ingresso in forze di Prysmian in un nuovo business: quello dei tubi flessibili usati proprio per far emergere il greggio dalle profondità marine, assai incoraggiato dai programmi di estrazione di Petrobras.

TECHNOGYM SULL'OLIMPO

Se c'è un'azienda italiana che ha brindato all'assegnazione delle Olimpiadi 2016 al Brasile è sicuramente la Technogym, nata a Cesena nel 1983 e diventata nel frattempo un vero colosso internazionale del business sportivo. In Brasile è presente da oltre 10 anni e conta già 300 palestre. Il gruppo, che è stato già fornitore ufficiale ed esclusivo alle ultime tre Olimpiadi (Sydney, Atene e Pechino), ha ottime possibilità di fare poker. Il governo brasiliano si è già affidato a Technogym per i giochi panamericani di Rio del 2007. Il fatturato brasiliano (circa 15 milioni di euro) è cresciuto del 20% nel 2008 ed è previsto che acceleri man mano che si avvicinano le Olimpiadi. Crescono le palestre allestite negli hotel e nei luoghi di lavoro, come pure la vendita di attrezzi da utilizzare in casa. Nei piani dell'azienda ci sono due store da realizzare entro il 2010, uno a San Paolo e l'altro a Rio.



ADLER FA RICERCA

L'effetto filiera è stato già sperimentato con successo dalla Adler, azienda napoletana che produce moquette, pannelli e insonorizzanti in plastica per automobili. L'azienda è sbarcata in Brasile nel 1995 al seguito della Fiat, con un piccolo impianto (il secondo all'estero dopo quello della Polonia) e pochissimi dipendenti. Ora lavora anche per le produzioni brasiliane di General Motors e Volkswagen e ha 500 addetti. In questi giorni presenta un nuovo investimento: un impianto di 20 mila metri quadrati appena realizzato a Belo Horizonte, nello Stato di Minas Gerais. La novità consente alla Adler di «verticalizzare» l'attività, ossia coprire un'area più ampia del processo produttivo, realizzando in Brasile anche i materiali grezzi da cui si ricavano i pannelli. Nello stesso stabilimento ha appena iniziato a funzionare un centro di ricerca per l'acustica.

