



INTERREG IIIA
GRECIA – ITALIA
2000 - 2006

PROGETTO APOSTOLES

Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri

Camera di Commercio
Etolokarnania

Camera di Commercio
Thesprotia

Camera di Commercio
Ioannina

Camera di Commercio
Brindisi

ANALISI DEL MERCATO ESTERO



BRASILE

La presente relazione di Analisi del Mercato Estero è stata elaborata su dati e rilevazioni rese disponibili da:

Ministero degli Affari Esteri Italiani
ICE Istituto del Commercio Estero
Ministero degli Affari Esteri Greco



| | |
|--------------------------|---|
| Superficie | 8.547.393 kmq |
| Popolazione | 186.770.562 |
| Densità di popolazione | 21,9 ab./kmq |
| Lingua | Portoghese (ufficiale) Idiomi amerindi |
| Religione | Cattolici (70%) Protestanti 19% |
| Capitale | Brasilia (2.043.000 abitanti) |
| Altre Città principali | São Paulo (10.406.000 ab.) Rio de Janeiro (5.852.000 ab.) Salvador (2.441.000 ab.) Belo Horizonte (2.233.000 ab.) Fortaleza (2.138.000 ab.) |
| Forma istituzionale | Repubblica federativa |
| Relazioni internazionali | Membro di Mercosur OAS ONU |
| Unità monetaria | Real (R\$) |

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

INDICE

| | |
|---|-----------|
| 1. ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA | 3 |
| 2. RAPPORTO PAESE BRASILE | 5 |
| 2.1 Quadro macroeconomico | 5 |
| a) Andamento congiunturale e rischio Paese | 5 |
| b) Grado di apertura del Paese al commercio internazionale e agli investimenti esteri | 7 |
| c) Andamento dell'interscambio commerciale | 9 |
| 2.2 Individuazione delle aree di intervento | 12 |
| a) Valutazione della penetrazione commerciale dei prodotti italiani sul mercato locale..... | 12 |
| b) Valutazione delle potenzialità di cooperazione commerciale ed industriale nei settori ad alto contenuto tecnologico..... | 13 |
| c) Suggerimenti per l'attivazione degli strumenti di sostegno finanziario e assicurativo pubblico per sace e simest | 13 |
| 2.3. Politica Commerciale e di Accesso al Mercato | 13 |
| a) Barriere tariffarie | 13 |
| b) Barriere non tariffarie..... | 14 |
| c) Violazioni delle norme sulla tutela dei diritti di proprietà intellettuale..... | 15 |
| d) Problematiche relative agli investimenti esteri nel Paese..... | 15 |
| 3. PRINCIPALI FLUSSI DI SCAMBIO COMMERCIALE..... | 16 |
| 4. MANIFESTAZIONI ECONOMICHE DI INTERESSE IN BRASILE..... | 18 |
| 5. INFORMAZIONI E LINK UTILI | 22 |
| 5.1 In Italia | 22 |
| 5.2 In Grecia | 23 |
| 5.3 In Brasile..... | 23 |
| a. Rappresentanza Italiana..... | 23 |
| b. Rappresentanza Greca | 24 |
| 5.4 Associazioni Imprenditoriali in Brasile | 25 |
| 6. SITI INTERNET DI INTERESSE | 26 |
| 6.1 Organi di informazione | 26 |
| 7. INFORMAZIONI UTILI | 27 |
| 7.1 Prefisso Internazionale | 27 |
| 7.2 Fuso Orario..... | 27 |
| 7.3 Documenti..... | 27 |
| 7.4 Settimana Lavorativa | 27 |
| 7.5 Festività Nazionali | 27 |

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

1. ANALISI DELLA CONGIUNTURA ECONOMICA

Il PIL brasiliano nel 2006 ha registrato una crescita del 2,9% in relazione all'anno precedente. Si tratta di un dato al di sotto delle aspettative di crescita dichiarate dal governo ad inizio anno, che si attestavano sul 4,5-5%.

Il settore dei servizi ha apportato il maggior contributo alla formazione del PIL (54%), seguito da quello manifatturiero (38%), che è cresciuto del 2,8% rispetto all'anno precedente e all'interno del quale ha subito il maggior incremento il settore estrattivo minerale (+6%) – con maggior distacco all'attività di estrazione di petrolio e gas (+5,1%) e di minerale di ferro (+10,9%) – così come le costruzioni edili (+4,6%) e la produzione e distribuzione di elettricità, gas e acqua (+3,6%). L'agricoltura e l'allevamento, che contribuiscono per l'8% alla formazione del PIL brasiliano, sono cresciuti del 4,1% rispetto al 2005.

A differenza degli anni precedenti, nei quali il PIL brasiliano è stato trainato maggiormente dalle esportazioni, nel 2006 a incrementare l'attività economica è stata la domanda interna (consumo), diretta conseguenza dell'aumento delle concessioni di credito e del reddito reale delle famiglie.

A livello internazionale, il continuo incremento di prezzo dei minerali di ferro, alluminio, caffè e zucchero, di cui il Brasile è forte esportatore, ha contribuito in misura considerevole al forte avanzo commerciale di 46 miliardi di dollari, il maggiore della storia del Paese. Il Brasile esporta soprattutto materie prime verso i Paesi europei, gli Stati Uniti e la Cina, mentre verso i paesi del Mercosur l'export è costituito per circa l'80% da manufatti.

L'inflazione ha registrato su base annua un aumento del 3,14%, un dato estremamente positivo che ha superato l'obiettivo del governo di inizio anno che era del 4,5%.

La politica di diminuzione del tasso di sconto, iniziata nel secondo semestre dello scorso anno è proseguita e dal 19,75% del maggio 2005, il tasso è disceso al 13,25% del dicembre scorso.

Il saldo della bilancia commerciale è estremamente positivo: esportazioni per 137,47 miliardi di dollari (+ 17,1% rispetto al 2005) e importazioni per 91,39 miliardi di dollari (+25%) con un attivo di oltre 46 miliardi di dollari. Nonostante questi dati lusinghieri la crescita complessiva dell'economia è sostanzialmente modesta, superiore in America Latina solo a quella di Haiti.

L'incremento percentuale delle importazioni, maggiore di quello dell'export, è considerato un segno di fiducia sulla crescita dell'economia brasiliana nei prossimi anni da parte degli imprenditori brasiliani: i beni importati, infatti, sono principalmente macchinari e beni capitali. Il forte incremento delle esportazioni è dovuto soprattutto alle commodities agricole e alle materie prime esportate dal Brasile le cui quotazioni hanno registrato un forte apprezzamento sui mercati mondiali (dal 2000 al 2006 in media +43%). Petrolio e derivati, zucchero, alcool, cellulosa, minerali di ferro e carni rappresentano oltre la metà dell'aumento dell'export brasiliano dello scorso anno. In altri termini vi è la tendenza nell'economia brasiliana a concentrare le esportazioni su prodotti di catena produttiva ristretta con poche fasi di produzione.

Il rafforzamento del real su dollaro (+21,28%) ed euro (+28,4%) realizzatosi nel 2005 ha comportato nel 2006 la scomparsa dal mercato di circa 2.000 piccole-medio imprese di manufatti non più competitivi sui mercati esterni.

Il settore automobilistico, per far fronte agli alti costi interni, ha cominciato ad importare componenti da altri mercati (prevalentemente asiatici) per poter rendere competitive le proprie vetture sui mercati stranieri. I risultati sono stati eccellenti: una produzione di oltre 2 milioni di vetture nel 2006 e per la Fiat Automoveis la conferma della leadership del mercato brasiliano.

Il quadro economico generale rimane positivo, testimoniato anche dai commenti favorevole degli organismi finanziari internazionali e dal rischio paese in discesa.

La disoccupazione si attesta invece su livelli elevati (9,4% a fine anno), segno che la crescita economica non è sufficiente ad assorbire la domanda di lavoro. Se si considera che tutto ciò avviene in una fase espansiva e positiva della crescita del Brasile e del continente latino americano, evidentemente almeno parte del modello di sviluppo del Paese dovrebbe essere rivisto.

Il rischio paese è in costante discesa: alla fine del 2006 è attestato a 196 punti (minor livello degli ultimi nove anni), mentre solo fine 2004 esso si attestava a 430 punti. La sua drastica riduzione conferma i giudizi positivi sul Brasile espressi dalla comunità finanziaria internazionale. Secondo alcuni osservatori finanziari internazionali il Brasile potrebbe ottenere il "grado di investimento" entro i prossimi due anni.

Le valutazioni di rischio, secondo le principali agenzie di rating sono le seguenti:

- Moody's: BA3/outlook stabile;
- Standard & Poors: BB/outlook stabile;
- Fitch-IBCA: BB/outlook stabile.

| | | | | |
|---|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES | | | |
| | Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

Il generale miglioramento della situazione economica del Paese ed i progressi realizzati sono stati finalmente riconosciuti anche dalla SACE che ha assegnato recentemente la Categoria B/4 al Brasile.

Il costante miglioramento del livello di rischio paese degli ultimi anni e la politica di riduzione dei tassi d'interesse, non ha sufficientemente incentivato l'ingresso di capitale estero (IDE), il cui indice ha segnato nel 2006 un'ulteriore incremento, attestandosi ad un livello di US\$ 22,3 miliardi, in linea con l'aumento del numero di grandi imprese brasiliane che investono nei mercati internazionali, per un ammontare nel 2006 di circa USD 26 mld, ossia, il 16,5% in più rispetto agli IDE in entrata.

Si tratta di un dato modesto per le potenzialità del Paese che risente del forte incremento del Real nei confronti della valuta statunitense e dell'Euro, della sostanziale mancanza di un quadro giuridico adeguato di tutela degli investitori esteri, delle complessità burocratiche per realizzare l'investimento e della competitività dei paesi asiatici, in primis, Cina, India e Russia.

In particolare, ci si riferisce al settore doganale, dei visti di lavoro, della fitosanitaria e della burocrazia in genere. Per contro, quando vengono presentati alle autorità politiche e amministrative brasiliane progetti articolati, queste ultime non hanno mai mancato di appoggiarli, anche con interventi concreti, inclusi finanziamenti agevolati ed incentivi fiscali. Va inoltre rilevato che il parlamento brasiliano non ha ancora ratificato l'accordo sulla protezione degli investimenti, adducendo il fatto che tale accordo limiterebbe la sovranità del Paese.

A limitare la competitività del Brasile in termini di attrazione degli IDE e crescita economica in generale, concorre anche la pressione fiscale, la quale è stata in costante ascesa negli ultimi 10 anni, segnando un aumento di 9 punti percentuali. Attualmente detta pressione è pari al 35% del PIL, in contrasto con una media mondiale del 27% (in Italia è pari al 37%).

In effetti Paesi come l'Irlanda che hanno diminuito la pressione fiscale del 30% negli ultimi 13 anni, registrano tassi di crescita intorno al 12% (la crescita dell'economia brasiliana è stata di circa il 2,5% all'anno nel corso dell'ultima decade).

La previsione di crescita del PIL brasiliano per il 2007 non è superiore al 3,5% (recenti elaborazioni fatte dalla Banca Centrale puntano verso un incremento del 4,34%, garantito dallo sviluppo del settore manifatturiero del 4,31%, dal surplus della bilancia commerciale di US\$ 42,2 mld. e da IDE di circa US\$ 20 mld.), anche perché la politica di riduzione dei tassi di interesse non può da sola garantire una crescita economica superiore al 4-5% così come aveva previsto il Governo.

Altri fattori come il continuo apprezzamento della valuta brasiliana nei confronti dell'euro e del dollaro statunitense, che incide direttamente sulle esportazioni, e il continuo aumento della spesa pubblica, che nel 2006 è cresciuta più del doppio del PIL senza provocare l'aumento dell'investimento pubblico, cruciale per incrementare il tasso d'investimento, determinano scelte di politica economica indispensabili per la crescita del Paese.

Affinché si abbiano le condizioni necessarie per ottenere tassi di crescita più alti nel lungo periodo, non basta avere una economia stabile e meno vulnerabile da "shocks" esterni. È importante discutere e affrontare questioni fondamentali come la riduzione della pressione fiscale, migliorare le infrastrutture, stimolare gli investimenti del settore privato e investire nella formazione a tutti i livelli, fondamentale per aumentare la produttività del lavoro.

Proprio per quello, tra le sfide del nuovo governo di Lula, iniziato a gennaio, la principale sarà incentrata sulla crescita economica, considerato ormai raggiunto l'obiettivo della stabilità, ed il principale strumento che utilizzerà per raggiungere tale nuovo obiettivo è il PAC - *Programa de Aceleração do Crescimento*, ovvero, Programma di Accelerazione della Crescita, il piano del governo per elevare la crescita del PIL almeno al 5 per cento annuo.

Il PAC, lanciato ad aprile dalla Presidenza della Repubblica, è un programma di sviluppo per promuovere la crescita economica, l'aumento dell'impiego ed il miglioramento delle condizioni di vita della popolazione brasiliana.

Si intende raggiungere dette mete attraverso misure destinate ad incentivare l'investimento privato, ad aumentare l'investimento pubblico in infrastruttura ed a rimuovere ostacoli (burocratici, amministrativi, normativi, giuridici e legislativi) alla crescita. Le misure del PAC sono divise in cinque blocchi:

- 1) aumento dell'investimento in infrastruttura;
- 2) incentivo al credito ed al finanziamento;
- 3) creazione di condizioni più favorevoli all'investimento;
- 4) esenzioni e perfezionamento del sistema tributario;
- 5) misure fiscali di lungo termine (come il perfezionamento della politica fiscale, l'istituzione del Foro Nazionale di Previdenza Sociale ed il perfezionamento della gestione pubblica).

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

2. RAPPORTO PAESE BRASILE

2.1 Quadro macroeconomico

a) Andamento congiunturale e rischio Paese

Principali indicatori macroeconomici del Brasile

| Indicatori | 2004 | 2005 | 2006 | 2007* |
|--|--------|--------|-------|-------|
| PIL nominale (mld. USA \$ a prezzi correnti) | 604,88 | 795,30 | 967,0 | 1.177 |
| PIL reale (variazione %) | 5,7 | 2,9 | 3,7 | 4,3 |
| Produzione industriale (variazione %) | 0,2 | 3,1 | 2,8 | 4,4 |
| Tasso di inflazione (%) | 9,30 | 7,60 | 3,3 | 3,0 |
| Consumi privati (variazione %) | 3,1 | 3,1 | 4,3 | 5,7 |
| Consumi pubblici (variazione %) | n.d. | n.d. | 3,6 | 3,3 |
| Tasso di cambio (valuta locale per USA \$) | 2,92 | 2,41 | 2,43 | 2,07 |
| Debito estero (% sul PIL) | 36,4 | 27,4 | 22,2 | 14,1 |

Fonte: IBGE, Istituto Brasiliano di Geografia e Statistica

* Dati di previsione

Non si prevedono consistenti cambiamenti nell'orientamento della politica economica, mentre il ritardo delle riforme vincola la crescita economica del Paese.

Se il tasso di crescita dell'economia mondiale e lo sviluppo del commercio continuerà ad espandersi come previsto, la bilancia commerciale e quella delle partite correnti rimarrà in surplus, sebbene in diminuzione a seguito del rafforzamento delle importazioni.

Nonostante i consumi privati e gli investimenti siano cresciuti notevolmente nel 2006, l'incremento del PIL è stato soltanto di poco inferiore al 3%, in quanto il contributo della bilancia estera è stato negativo.

Questo riflette la forte crescita del volume delle importazioni, sostenuta dall'espansione del credito e dal notevole tasso di cambio. Nel periodo 2007/08 i consumi privati e gli investimenti fissi continueranno a fare da traino alla crescita, in quanto il rallentamento monetario sosterrà i redditi e incoraggerà maggiori investimenti.

L'aumento delle esportazioni frenerà nel 2007, in linea con una più debole crescita commerciale globale, mentre le importazioni continueranno a crescere in maniera considerevole. L'incremento delle esportazioni sarà sostenuta dalla continua e rilevante domanda in alcuni mercati, soprattutto dell'Asia. Inoltre, nonostante la crescita delle importazioni rimarrà forte, un positivo rapporto import/export favorirà un graduale rafforzamento della bilancia estera. La spesa delle famiglie, prevista in ulteriore aumento nel 2007 e in rallentamento, invece, nel 2008, sarà comunque sorretta dall'incremento costante dei salari e dell'occupazione. Tuttavia, essa non potrà raggiungere tassi di crescita maggiori, a causa delle ancora notevoli disuguaglianze di reddito e degli alti costi del credito al consumo.

La crescita dell'agricoltura ha registrato una ripresa nel 2006, dopo un andamento negativo nel 2005, a causa di una siccità che ha colpito gli Stati del Sud, che ha compromesso la produzione. Il comparto, poi, dovrebbe crescere ulteriormente, sostenuto dalle migliori condizioni di credito e dall'incremento dei prezzi dei prodotti che favoriranno una maggiore produzione. L'intero settore agricolo incide per il 30% del PIL, mentre le sue esportazioni rappresentano oltre 1/3 delle entrate dell'export globale del Paese.

L'edilizia e le industrie collegate saranno sospinte, invece, dalle norme che incoraggiano l'attività creditizia per il settore degli alloggi. Per l'industria estrattiva si prevede un andamento positivo, grazie alla notevole domanda di materie prime dall'Asia, anche se molti comparti industriali dovranno fronteggiare la crescente competizione delle importazioni. Per quanto riguarda i servizi, il settore finanziario si prospetta una delle aree a maggior sviluppo, grazie ai più bassi tassi d'interesse che favoriranno la diversificazione degli strumenti di investimento delle società finanziarie.

Con una tendenza al ribasso sin dal 2002, l'inflazione annuale dei prezzi al consumo ha chiuso il 2006 appena oltre il 3%. Inoltre, anche nei primi mesi del 2007, l'inflazione annua ha continuato a ridursi, attestandosi al 3%. Si prevede, tuttavia, un tasso medio al 3,7% per il 2007 ed al 4,1% per il 2008.

Benché i crescenti prezzi di alcuni prodotti continueranno ad spingere verso l'alto i prezzi alimentari, questo sarà ampiamente compensato dalla deflazione su altri beni, come in alcuni servizi. La stabilità, comunque, del tasso di cambio continuerà a favorire un notevole incremento delle importazioni, che, d'altronde, impediranno alla crescente domanda interna di creare forti pressioni inflazionistiche.

| | | | | |
|--|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  INTERREG IIIA GRECIA – ITALIA 2000 - 2006 | PROGETTO APOSTOLES | | | |
| | Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

Benché l'inflazione calcolata attraverso l'indice IGPM (Indice General de Preços de Mercado, che associa i prezzi al consumo, i prezzi al produttore e altri tipi di prezzi) è aumentata al 3,8% nel 2006, le revisioni dei contratti con diverse società di distribuzione elettrica, nel 2007, favoriranno una certa deflazione nella componente energetica dei prezzi al consumo.

Di conseguenza, in mancanza di una netta svalutazione del Real, le previsioni inflazionistiche tendono più verso un rialzo che verso un calo.

Il tasso di cambio del Real ha registrato, da alcuni anni, un apprezzamento di circa il 25%. La divisa brasiliana non ha subito neanche conseguenze dalle turbolenze del mercato globale del 2006 e del Febbraio/Marzo 2007. Dopo essere stata scambiata in una fascia ristretta tra BRL 2,13-2,17:US\$ 1 nella seconda parte del 2006, negli ultimi mesi si è riscontrata una tendenza ad un ulteriore apprezzamento.

Comunque, un ampio surplus commerciale e notevoli riserve monetarie internazionali sosterranno la moneta nel 2007/08. Inoltre, un nuovo calo nei bisogni finanziari esteri (che si riscontra nella diminuzione del debito estero) ridurrà ulteriormente i rischi per la divisa brasiliana.

Poi, gli alti tassi d'interesse, i positivi conti esteri e un'ampia gamma di opportunità di investimento per gli investitori stranieri faranno diminuire un'eventuale volatilità del Real rispetto a possibili mutamenti improvvisi delle opinioni degli investitori stessi.

Si prevede, quindi, un lieve deprezzamento nominale nel 2007/08, con la moneta brasiliana che si scambierà a BRL 2,16:US\$1 a fine 2007 e a BRL 2,19:US\$ 1 a fine 2008. Comunque, con i tassi di interesse del Paese alti rispetto agli standard internazionali, nel caso che la liquidità globale resti maggiore di quella attesa, il Brasile potrebbe richiamare ulteriori e considerevoli afflussi di capitali, mantenendo il Real più forte di quanto previsto.

Le recenti cifre di Gennaio e Febbraio 2007 confermano una riduzione del surplus commerciale rispetto all'aumento registrato nel 2006. L'incremento delle entrate delle esportazioni è stato notevole a Gennaio (+16,9% su base annua), ma è stato surclassato dalla crescita della spesa per le importazioni (+26,6%), causata dalla forte domanda interna e dal solido tasso di cambio, che hanno favorito gli acquisti dall'estero.

Comunque, un rallentamento della crescita del commercio mondiale e ridotti prezzi dei prodotti tenderanno a frenare l'aumento dei profitti delle esportazioni, mentre l'incremento delle spese delle importazioni continuerà ad essere notevole a causa di una forte domanda interna. Nonostante questo, un positivo rapporto export/import rallenterà il calo del surplus commerciale.

Tuttavia, queste crescenti spese per le importazioni contribuiranno ad un ampliamento del deficit della bilancia dei servizi. Si prevede che il surplus della bilancia delle partite correnti si riduca allo 0,4% del PIL nel 2008.

Il rapporto debito estero/PIL, che per il Paese ha sempre rappresentato una delle maggiori debolezze della sua struttura economica, si è ridotto dal 50,6% del 2002 al 19,4% del 2006. In base alle previsioni sulla crescita del PIL e sul tasso di cambio, questo rapporto continuerà a calare ulteriormente anche nel periodo 2007/08, malgrado un leggero incremento nella quota di debito nominale. Inoltre, essendo la quota del debito diminuita e le riserve monetarie internazionali aumentate, la copertura di queste è cresciuta ad oltre il 40% del debito estero totale. Poi, le riserve sono più che triple rispetto alla quota del debito di breve termine e si prevede, nel periodo 2007/08, che questa copertura aumenti ulteriormente.

Previsione andamento indicatori macroeconomici

| | 2006 | 2007 | 2008 |
|-------------------------------------|--------|---------|---------|
| Tasso di crescita reale del PIL (%) | 2,9 | 3,4 | 3,5 |
| Inflazione (%) | 4,2 | 3,7 | 4,1 |
| Esportazioni fob (miliardi US\$) | 137,5 | 151,3 | 158,6 |
| Importazioni fob (miliardi US\$) | - 91,4 | - 110,1 | - 123,0 |
| Saldo (miliardi US\$) | 46,1 | 41,2 | 35,6 |
| Tasso di cambio (BRL/€) | 2,73 | 3,04 | 3,10 |

Fonte: EIU, Economist Intelligence Unit: Country Report Marzo 2007

La regione del Sud-Est, una delle cinque "macro regioni" in cui è suddiviso il Brasile (Sud-Est, Sud, Nord, Nord-Est, Centro-Occidentale), rappresenta la forza trainante dal punto di vista economico. Essa è costituita da 4 stati (Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo) ed ospita circa il 42% degli abitanti del Brasile e presenta il più alto grado di urbanizzazione.

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

Lo Stato di San Paolo, in particolare, guida la produzione manifatturiera del Paese contribuendo per oltre il 40% alla produzione industriale complessiva, fornendo circa il 35% del totale dell'export totale brasiliano.

Altre attività industriali si sono sviluppate negli ultimi anni negli Stati di Minas Gerais (automobili e acciaio), Bahia (petrolchimico, carta); Parana (automobili); Para (minerario e alluminio); Rio Grande do Sul (petrolchimico); Espirito Santo (acciaio).

In grande ascesa è lo Stato di Minas Gerais, che si pone al secondo posto dopo San Paolo per il volume di export totale e per il livello di competitività. Le produzioni prevalenti sono molto varie: agricoltura (è considerato il granaio del Brasile), lattiero-caseario, bestiame, ma anche minerario (primo nella produzione di minerali di ferro), manifatturiero (tessili, automobili con lo stabilimento Fiat di Betim e Mercedes Benz nella città di Juiz de Fora), ma anche telecomunicazioni e alta tecnologia (vi è una sede dell'impresa italiana TIM).

Dopo due trimestri dall'andamento deludente, l'industria ha ripreso un notevole passo nel quarto trimestre 2006, con un tasso di crescita superiore al livello del PIL. L'agricoltura, dopo quattro trimestri con tendenze altalenanti, ha registrato un andamento negativo a causa di condizioni meteorologiche sfavorevoli alla fine dell'inverno. Confermando la tendenza degli ultimi anni, il settore dei servizi ha registrato un trend modesto, parzialmente a causa della stagnazione nel comparto delle comunicazioni, dopo diversi anni di crescita costante.

b) Grado di apertura del Paese al commercio internazionale e agli investimenti esteri

Nel 2006, per la prima volta nella storia del Paese, gli investimenti brasiliani all'estero sono stati superiori agli investimenti stranieri in Brasile. Un dato che mostra come in alcuni settori come il minerario e il siderurgico le aziende brasiliane stiano entrando a pieno titolo nel processo di globalizzazione acquisendo unità produttive in altri paesi. Tuttavia questi dati dimostrano che nonostante l'evidente potenziale del Brasile le difficoltà fanno orientare gli investimenti esteri su altri paesi.

Il Brasile ha iniziato ad aprirsi al commercio internazionale dopo la fine della dittatura militare e in particolare, nel 1990, durante la presidenza di Fernando Collor de Mello, che ha avuto il merito di aprire il Paese a molti beni di largo consumo importati, in primis le automobili.

Il processo di apertura è in atto da relativamente pochi anni e risente ancora del fatto che molti settori della vita socio-economica brasiliana siano influenzati largamente da impostazioni fortemente protezionistiche. Atteggiamenti propri, non solo delle associazioni degli industriali paulisti (la parte di gran lunga più influente della Confederazione degli Industriali Brasiliani), ma anche di chi, come l'Itamaraty, il locale Ministero degli Affari Esteri, è il gestore dei processi negoziali in sede OMC, con gli Stati Uniti, per l'ALCA, e con Unione Europea, per l'accordo di libero scambio.

È da sottolineare che i settori nei quali il Brasile ha maggiormente incrementato la propria competitività sono quelli in cui maggiore è stata la liberalizzazione degli scambi.

Anche recentemente si sono manifestate posizioni protezionistiche, con pressioni sul Ministero dell'Industria, Sviluppo e Commercio Estero, che hanno portato al consistente innalzamento dei dazi doganali sulle calzature importate (mirato prevalentemente ad ostacolare l'invasione di prodotti cinesi).

In ogni caso, pur attraversando questo tipo di ostacoli, il grado di apertura del Brasile al commercio internazionale (rapporto percentuale tra il valore dei beni e servizi scambiati con l'estero ed il PIL) è aumentato negli ultimi anni, passando dal 18,4% del 2000 a circa il 23,9% nel 2006.

Agli storici *partners* commerciali (USA, Europa e Argentina), nell'ultimo biennio se ne sono aggiunti di nuovi tra i quali la Cina, l'India, la Russia, il Sudafrica, i paesi mediorientali ed alcuni paesi africani come l'Algeria e la Nigeria. La maggiore presenza brasiliana nei nuovi mercati è conseguenza sia dell'andamento della domanda delle *commodities* brasiliane, in specie agricole, sia della continua ricerca di nuovi accordi commerciali con altri paesi ad economie non ancora totalmente mature. Quello che dovrebbe essere un normale tentativo di diversificazione dei mercati di sbocco, viene vissuto dal Governo Lula, o da una parte rilevante di esso, in maniera ideologica, come lo sforzo di affrancare il Brasile dalla storica dipendenza dai mercati europei ed americani.

Un dato rilevante è la progressiva crescita dell'interscambio con il Mercosur nel quale il Brasile è destinato naturalmente a svolgere un ruolo di leadership, anche se il recente ingresso della Venezuela di Hugo Chavez comporta evidenti sfide e nuovi equilibri.

Nel corso del 2006, le esportazioni brasiliane sono aumentate verso questa area del 16,7% a fronte di un 4% verso USA e 5,6% verso la UE. Particolarmente significativi gli aumenti percentuali verso l'Africa (+21,1%), l'Asia (16,8%) ed il Medio Oriente (+20%). Si tratta di valori relativi non elevati se comparati ad UE ed USA, ma che comunque denotano la volontà brasiliana di cercare sempre nuovi mercati alternativi.

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

A livello bilaterale, la partecipazione cinese nelle importazioni brasiliane è quadruplicata negli ultimi sei anni. E nel 2006 l'export cinese verso il Brasile si è attestato su poco meno di 16,38 miliardi di dollari.

Negli scorsi anni la volontà di nuove e più importanti relazioni con l'Asia si sono concretizzate nelle visite di Stato effettuate dal Presidente Lula in Corea del Sud e in Giappone.

I modesti risultati del *round* negoziale di Doha, in sede OMC, rendono difficile la previsione di un nuovo accordo in tempi brevi; probabilmente le aspettative erano superiori all'effettiva realtà.

La politica commerciale brasiliana ha dato priorità al negoziato multilaterale OMC, ritenendo che da tale accordo, concordato dal Brasile come leader dei G20, sarebbero scaturiti sostanziali vantaggi negoziali nei confronti dei patti regionali con l'UE o a livello bilaterale.

Al momento, i contatti per il rinnovo dell'accordo UE-Mercosur sono in una fase di sostanziale stallo. Da parte europea non vi è interesse a liberalizzare ulteriormente il mercato dei prodotti agricoli senza adeguate contropartite dai membri del Mercosur nel settore industriale e ancor più in quello dei servizi. Il Brasile, principale partner del Mercosur, ha forti difficoltà, derivanti dalle *lobbies* interne, ad accedere alle richieste europee. È probabile, però, che le difficoltà a raggiungere un accordo in sede OMC facciano ritornare d'attualità i negoziati con l'Unione Europea e che il Brasile ammorbidisca le sue posizioni.

In ambito Mercosur, si registrano ricorrenti diatribe commerciali tra Argentina e Brasile, con particolare riferimento alle esportazioni brasiliane di elettrodomestici, di televisioni ed automobili e altri beni. La situazione, destinata a perdurare, trae origine dal tentativo dell'Argentina di ricostruire una propria industria nazionale dopo la crisi del 2001 e dal timore che il gigante brasiliano possa limitare la crescita del vicino con la sua preponderanza economica.

Nel complesso, il Brasile, nonostante il livello imponente raggiunto dalle proprie esportazioni, resta sostanzialmente esposto alle dinamiche dei prezzi e della domanda internazionali per la tipologia merceologica delle sue esportazioni, sostanzialmente materie prime e prodotti agricoli ed è fortemente dipendente dalle oscillazioni dei mercati. Lo scenario odierno, caratterizzato da una ripresa economica, potrebbe non avere l'effetto sperato sulla ripresa delle esportazioni verso il Brasile a causa della istituzione di nuove imposte (non tariffarie) sulle operazioni di compravendita.

Secondo dati forniti dalla Banca Centrale del Brasile, il flusso in entrata degli IDE in Brasile, nel 2006, ammontano a \$USD 22,2 mld, cifra circa il 3,3% superiore a quella relativa al 2005. Tale ammontare, ancora modesto per le potenzialità del paese, colloca il Brasile tra i 15 primi paesi che più attraggono IDE nel mondo.

Ad esclusione dei paradisi fiscali, Olanda, Stati Uniti e Spagna risultano storicamente i principali paesi di origine del suddetto flusso, registrando una quota complessiva intorno al 45%. In particolare, gli Stati Uniti detengono la quota prevalente degli stock brasiliani di IDE e sono stati sempre il principale paese investitore in Brasile, tranne nel 2002 e nel 2004, allorché una serie di operazioni nei settori finanziario e della distribuzione ha portato l'Olanda al primo posto.

Persistono serie difficoltà burocratiche per l'investitore straniero che non sono mai così importanti da farlo recedere dalla decisione di investire: in particolare nel settore doganale, dei visti di lavoro, della fitosanitaria e della burocrazia in genere. Per contro, quando vengono presentati alle autorità politiche e amministrative brasiliane progetti articolati, queste ultime non hanno mai mancato di appoggiarli, anche con interventi concreti, inclusi finanziamenti agevolati e incentivi fiscali. Va inoltre rilevato che il Parlamento brasiliano non ha ancora ratificato l'accordo sulla protezione degli investimenti, adducendo il fatto che tale accordo limiterebbe la sovranità del Paese.

Nel caso di controversie commerciali, la facilità di accesso alla magistratura brasiliana da parte delle aziende locali può comportare seri problemi in situazioni di contenzioso.

| | | | | |
|--|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  INTERREG IIIA GRECIA – ITALIA 2000 - 2006 | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

Provenienza geografica degli IDE in entrata
(milioni di US \$)

| Paese | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Stati Uniti | 4.464,93 | 2.614,58 | 2.382,75 | 3.977,83 | 4.644,16 | 4.433,68 |
| Olanda | 1.891,85 | 3.372,46 | 1.444,88 | 7.704,85 | 3.207,92 | 3.494,94 |
| Isole Cayman | 1.755,07 | 1.554,46 | 1.909,58 | 1.521,80 | 1.078,17 | 1.974,39 |
| Svizzera | 181,78 | 347,36 | 335,58 | 364,58 | 341,54 | 1.631,01 |
| Spagna | 2.766,58 | 586,90 | 710,47 | 1.054,93 | 1.220,43 | 1.513,74 |
| Canada | 441,10 | 989,35 | 116,78 | 592,54 | 1.435,32 | 1.285,51 |
| Germania | 1.047,46 | 628,29 | 507,61 | 794,73 | 1.269,32 | 848,27 |
| Lussemburgo | 284,66 | 1.012,78 | 238,69 | 746,94 | 139,10 | 745,09 |
| Francia | 1.912,82 | 1.814,97 | 825,23 | 485,86 | 1.458,41 | 744,59 |
| Giappone | 826,60 | 504,48 | 1.368,35 | 243,17 | 779,08 | 647,52 |
| Bermude | 606,86 | 1.468,78 | 623,49 | 210,94 | 38,92 | 514,68 |
| Regno Unito | 416,23 | 474,36 | 254,22 | 275,36 | 153,26 | 395,18 |
| Portogallo | 1.692,26 | 1.018,76 | 201,20 | 570,20 | 334,62 | 300,31 |
| Isole Vergini Britanniche | 911,91 | 500,45 | 548,73 | 245,39 | 254,53 | 280,24 |
| Belgio | 113,08 | 45,25 | 18,26 | 8,10 | 685,58 | 271,53 |
| Uruguay | 180,62 | 237,46 | 154,69 | 160,59 | 169,21 | 229,48 |
| Italia | 281,27 | 472,50 | 390,44 | 429,21 | 345,68 | 200,73 |
| Panama | 132,99 | 146,41 | 147,47 | 150,52 | 165,56 | 139,25 |
| Altri | 1.133,62 | 988,70 | 723,99 | 727,80 | 3.800,75 | 2.581,14 |
| TOTALE IDE in entrata | 21.041,70 | 18.778,30 | 12.902,41 | 20.265,34 | 21.521,57 | 22.231,30 |

Fonte: Banco Central do Brasil.

c) Andamento dell'interscambio commerciale

Nel 2006 le importazioni brasiliane dal mondo hanno totalizzato oltre 91 miliardi di dollari, con un incremento del 24,2% rispetto al 2005. Le importazioni brasiliane dall'UE sono aumentate solo del 10,9% ed in particolare: Germania +5,8%; Francia +5,1%; Spagna +7,4%; Regno Unito +3,0%. Per contro si affermano con forza le importazioni dalla Cina e da altri Paesi asiatici a scapito dell'UE e dai Principali Paesi del Mercosur (Argentina e Cile). In sostanza, si è registrata una difficoltà generalizzata dell'area Euro.

Le motivazioni di questa situazione sono molteplici: oltre alla perdita di concorrenzialità di prodotti provenienti dall'Europa rispetto a quelli provenienti dall'Asia (che sostanzialmente fa parte dell'area Dollaro), non può che confermarsi il peso negativo della debolezza di un sistema finanziario italiano in questo Paese, in cui i potenziali compratori di macchinari (comparto che vede la massima concentrazione del nostro *export*) continuano ad affrontare costi del denaro altissimi, e quindi si aspettano che i fornitori esteri costruiscano dei "pacchetti finanziari" che possano rendere sostenibile un importante investimento in tecnologie importate.

Principali mercati di approvvigionamento del Brasile

| PAESE | Milioni USA \$ | | | % Quota | | | Var. % 2006/2005 |
|---------------|----------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|---------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2004 | 2005 | 2006 | |
| Mondo | 62.782 | 73.551 | 91.400 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 24,3 |
| Stati Uniti | 11.337 | 12.664 | 14.850 | 18,0 | 17,2 | 16,2 | 17,2 |
| Argentina | 5.572 | 6.239 | 8.057 | 8,8 | 8,4 | 8,8 | 29,1 |
| Cina | 3.710 | 5.353 | 7.989 | 5,9 | 7,2 | 8,7 | 49,2 |
| Germania | 5.071 | 6.144 | 6.503 | 8,0 | 8,3 | 7,1 | 5,8 |
| Nigeria | 3.499 | 2.651 | 3.885 | 5,5 | 3,6 | 4,3 | 465 |
| Giappone | 2.868 | 3.407 | 3.839 | 4,5 | 4,6 | 4,2 | 12,6 |
| Corea del Sud | 1.730 | 2.326 | 3.106 | 2,7 | 3,1 | 3,4 | 33,5 |
| Cile | 1.390 | 1.699 | 2.908 | 2,2 | 2,3 | 3,2 | 71,0 |
| Francia | 2.284 | 2.699 | 2.837 | 3,6 | 3,6 | 3,1 | 5,1 |
| Italia | 2.048 | 2.275 | 2.570 | 3,2 | 3,0 | 2,8 | 13,0 |
| Algeria | 1.934 | 2.838 | 1.976 | 3,0 | 3,8 | 2,2 | -30,3 |
| Altri | 17.574 | 21.205 | 32.880 | 33% | 34% | 36% | 55,1 |

Fonte: Elaborazioni ICE su dati Ministero Industria e Commercio del Brasile

| | | | | |
|---|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES | | | |
| | Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| INTERREG IIIA GRECIA – ITALIA 2000 - 2006 | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

Principali mercati di destinazione del Brasile

| PAESE | Milioni USA \$ | | | % Quota | | | Var. % 2006/2005 |
|---------------|----------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|---------------------|
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2004 | 2005 | 2006 | |
| Mondo | 96.475 | 118.308 | 137.471 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 16,19 |
| Stati Uniti | 20.038 | 22.472 | 24.679 | 20,7 | 18,9 | 18,0 | 10,00 |
| Argentina | 7.373 | 9.915 | 11.714 | 7,6 | 8,3 | 8,5 | 18,14 |
| Cina | 5.439 | 6.834 | 8.399 | 5,6 | 5,7 | 6,1 | 22,90 |
| Olanda | 5.916 | 5.283 | 5.744 | 6,1 | 4,4 | 4,2 | 8,72 |
| Germania | 4.035 | 5.023 | 5.675 | 4,1 | 4,2 | 4,1 | 12,98 |
| Messico | 3.947 | 4.064 | 4.440 | 4,0 | 3,4 | 3,2 | 9,25 |
| Cile | 3.546 | 3.612 | 3.896 | 2,6 | 3,0 | 2,8 | 7,86 |
| Giappone | 2.767 | 3.476 | 3.884 | 2,8 | 2,9 | 2,8 | 11,73 |
| Italia | 2.904 | 3.224 | 3.829 | 3,0 | 2,7 | 2,8 | 18,75 |
| Venezuela | 1.464 | 2.216 | 3.555 | 1,5 | 1,8 | 2,6 | 60,42 |
| Russia | 1.658 | 2.917 | 3.443 | 1,7 | 2,4 | 2,5 | 18,03 |
| Belgio | 1.791 | 1.920 | 2.994 | 1,9 | 1,8 | 2,2 | 55,93 |
| Altri | 36.597 | 47.352 | 55.219 | 39,0 | 41,0 | 40,0 | 16,61 |

Fonte: Elaborazioni ICE su dati Ministero Industria e Commercio del Brasile

Principali settori di interscambio commerciale del Brasile

| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | Var. (%) 2006/05 |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------------|
| IMPORTAZIONI | 47.240 | 48.291 | 62.779 | 73.545 | 91.394 | 25,00 |
| Materie Prime e Beni Intermedi | 23.448 | 25.828 | 33.496 | 37.760 | 45.287 | 21,00 |
| Beni di Consumo | 5.909 | 5.538 | 6.859 | 8.882 | 11.997 | 43,00 |
| Combustibile e Lubrificanti | 6.240 | 6.577 | 10.298 | 11.919 | 15.199 | 28,00 |
| Beni di Capitale | 11.643 | 10.348 | 12.126 | 15.384 | 18.911 | 24,00 |
| ESPORTAZIONI | 60.362 | 73.084 | 96.475 | 118.308 | 137.471 | 17,10 |
| Prodotti di Base | 16.952 | 21.179 | 28.518 | 34.722 | 40.272 | 15,81 |
| Semilavorati | 8.964 | 10.943 | 13.429 | 15.000 | 19.520 | 30,13 |
| Manufatti | 33.001 | 39.654 | 52.949 | 65.145 | 74.699 | 14,66 |
| SALDO | 13.122 | 24.793 | 33.696 | 44.800 | 46.077 | 3,00 |

Fonte: Elaborazioni ICE su dati Ministero Industria e Commercio del Brasile

c.1 Interscambio commerciale con l'Italia

I settori di gran lunga più significativi in termini di penetrazione commerciale italiana nel mercato brasiliano restano quelli della meccanica e delle 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. Quindi, in questi settori l'ICE continua a stimolare un rafforzamento degli interventi promozionali e della conoscenza del mercato da parte delle PMI, sia nei confronti delle associazioni italiane di categoria, sia nei confronti degli organi di promozione di quelle regioni che presentano una particolare concentrazione di aziende di questi comparti industriali.

Oltre alla "meccanica leggera", che resta comunque sempre il "volano" in grado di fare la differenza in concomitanza con la crescita della produzione industriale brasiliana, appare necessario rafforzare ulteriormente gli interventi, su alcuni settori di nuove tecnologie, di interesse strategico per le istituzioni e per il mercato brasiliano, che potrebbero offrire grandi margini di rafforzamento e di valore aggiunto della presenza italiana in Brasile. Da citare poi il comparto delle tecnologie per la sicurezza, quello delle tecnologie medicali/ospedaliere, dell'ICT e telecomunicazioni.

| | | | | |
|--|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  INTERREG IIIA GRECIA – ITALIA 2000 - 2006 | PROGETTO APOSTOLES | | | |
| | Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

Una menzione speciale merita il settore delle tecnologie ambientali, nel quale l'ICE da alcuni anni svolge un'intensa attività di ricerca di progetti ed opportunità attraverso il "Progetto MUEP" (*Monitoring Units for Environmental Projects*). Dal settembre 2006 il Ministero per l'Ambiente e Tutela del Territorio in collaborazione con l'ICE opera direttamente in Brasile, all'interno dell'Ufficio ICE di San Paolo, attraverso un "Ufficio di Coordinamento" dedicato a sviluppare su tutto il territorio brasiliano, un'intensa opera di selezione di progetti collegati al protocollo di Kyoto. Compito della nuova struttura sarà di individuare iniziative che possano essere interessanti per un intervento italiano, sia governativo che imprenditoriale, per realizzare modalità congiunte di sviluppo del *Clean Development Mechanism* in Brasile, con conseguente disponibilità di espressive quantità di "quote di carbonio".

Inoltre, appare ormai assolutamente indilazionabile un forte impegno concertato del "Sistema Italia" che consenta finalmente una maggiore presenza italiana, in termini di appalti, collaborazioni, ma anche di vendita di tecnologie, nel settore strategico delle infrastrutture.

I settori dei beni di consumo (principalmente moda, calzature e casa/arredo) e dei prodotti agro-alimentari, cavalli di battaglia italiani in molti mercati mondiali, certamente presentano interessanti prospettive di sviluppo commerciale, anche perché ora il loro peso nel nostro *export* verso il Brasile è molto marginale.

Le difficoltà di penetrazione sono naturalmente legate, oltre che all'incidenza dei dazi doganali, anche alla particolare stratificazione del mercato brasiliano, costituito da una piccola fascia di consumatori dal potere d'acquisto elevato, e da una serie di fasce di consumatori con potere d'acquisto medio, basso ed estremamente limitato.

In tutte queste ultime sezioni di domanda, il prodotto italiano, alle attuali condizioni di mercato, ha limitate possibilità di competere in termini di prezzo con la produzione locale, con quella degli altri Paesi Mercosur o con paesi asiatici tipo Cina.

Di conseguenza, le possibilità di mercato possono essere sviluppate prevalentemente, se non esclusivamente, puntando alle fasce "top" di consumatori e sempre caratterizzando il prodotto italiano come manifestazione dei massimi livelli qualitativi e di immagine possibili, in sostanza in molti casi come "*status symbol*".

Questo approccio, vale non solo nel campo della moda e del *design*, ma anche in quello del prodotto agro-alimentare e delle bevande alcoliche, in cui ad esempio la Francia continua a competere sul mercato del vino di massimo livello (e massimo prezzo) sulla base di un'acquisita immagine di prodotto di alta qualità, anche se nell'ultimo anno cominciano a riscontrarsi alcune affermazioni del prodotto italiano in termini di penetrazione commerciale di prodotti di enologia di alto livello.

L'eventuale caratterizzazione dei prodotti italiani in base alle loro origini regionali, o locali, può avere un valore riconosciuto soprattutto nel campo dei prodotti agro-alimentari, proprio perché l'origine locale (denominazione) è componente fondamentale delle caratteristiche del prodotto stesso, che lo differenzia da altri apparentemente simili. Invece, l'esperienza insegna che tale caratterizzazione locale rischia di essere ininfluenza, o addirittura fuorviante, per l'immagine della maggior parte degli altri prodotti, in particolare quelli tecnologici, ove il cliente/utilizzatore effettua le sue scelte sulla base di precisi parametri di rapporto costo/beneficio e di qualità intrinseca, evidentemente indipendenti dall'origine regionale o locale del prodotto stesso.

Interscambio Italia – Brasile

(valori espressi in €)

| | 2003 | 2004 | 2005 |
|--------------------------------------|---------------|---------------|-----------------|
| Esportazioni italiane in Brasile | 1.804.337.377 | 2.034.292.175 | 2.233.596.176 |
| Importazioni italiane dal Brasile | 2.672.583.877 | 2.882.816.507 | 3.451.989.850 |
| Saldo commerciale (per l'Italia) | - 868.246.500 | - 848.524.332 | - 1.218.393.674 |
| Totale interscambio Italia - Brasile | 4.476.921.254 | 4.917.108.682 | 5.685.586.026 |

Fonte: dati ISTAT

c.2 Interscambio commerciale con la Grecia

Interscambio Grecia – Brasile

(valori espressi in €)

| | 2003 | 2004 | 2005 |
|--------------------------------------|--------------|---------------|---------------|
| Esportazioni greche in Brasile | 21.056.034 | 23.204.783 | 22.687.173 |
| Importazioni greche dal Brasile | 120.515.724 | 268.103.369 | 237.155.292 |
| Saldo commerciale (per la Grecia) | - 99.459.690 | - 244.898.586 | - 211.468.119 |
| Totale interscambio Grecia - Brasile | 141.571.758 | 291.308.152 | 259.842.465 |

Fonte: EUROSTAT

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

2.2 Individuazione delle aree di intervento

a) Valutazione della penetrazione commerciale dei prodotti italiani sul mercato locale

I settori di gran lunga più significativi in termini di penetrazione commerciale italiana nel mercato brasiliano restano quelli della meccanica e delle 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. Quindi, in questi settori l'ICE continua a stimolare un rafforzamento degli interventi promozionali e della conoscenza del mercato da parte delle PMI, sia nei confronti delle associazioni italiane di categoria, sia nei confronti degli organi di promozione di quelle regioni che presentano una particolare concentrazione di aziende di questi comparti industriali.

Oltre alla "meccanica leggera", che resta comunque sempre il "volano" in grado di fare la differenza in concomitanza con la crescita della produzione industriale brasiliana, appare necessario rafforzare ulteriormente gli interventi, su alcuni settori di nuove tecnologie, di interesse strategico per le istituzioni e per il mercato brasiliano, che potrebbero offrire grandi margini di rafforzamento e di valore aggiunto della presenza italiana in Brasile. Da citare poi il comparto delle tecnologie per la sicurezza, quello delle tecnologie medicali/ospedaliere, dell'ICT e telecomunicazioni.

Una menzione speciale merita il settore delle tecnologie ambientali, nel quale l'ICE da alcuni anni svolge un'intensa attività di ricerca di progetti ed opportunità attraverso il "Progetto MUEP" (*Monitoring Units for Environmental Projects*). Dal settembre 2006 il Ministero per l'Ambiente e Tutela del Territorio in collaborazione con l'ICE opera direttamente in Brasile, all'interno dell'Ufficio ICE di San Paolo, attraverso un "Ufficio di Coordinamento" dedicato a sviluppare su tutto il territorio brasiliano, un'intensa opera di selezione di progetti collegati al protocollo di Kyoto. Compito della nuova struttura sarà di individuare iniziative che possano essere interessanti per un intervento italiano, sia governativo che imprenditoriale, per realizzare modalità congiunte di sviluppo del *Clean Development Mechanism* in Brasile, con conseguente disponibilità di espressive quantità di "quote di carbonio".

Inoltre, appare ormai assolutamente indilazionabile un forte impegno concertato del "Sistema Italia" che consenta finalmente una maggiore presenza italiana, in termini di appalti, collaborazioni, ma anche di vendita di tecnologie, nel settore strategico delle infrastrutture.

I settori dei beni di consumo (principalmente moda, calzature e casa/arredo) e dei prodotti agro-alimentari, cavalli di battaglia italiani in molti mercati mondiali, certamente presentano interessanti prospettive di sviluppo commerciale, anche perché ora il loro peso nel nostro *export* verso il Brasile è molto marginale.

Le difficoltà di penetrazione sono naturalmente legate, oltre che all'incidenza dei dazi doganali, anche alla particolare stratificazione del mercato brasiliano, costituito da una piccola fascia di consumatori dal potere d'acquisto elevato, e da una serie di fasce di consumatori con potere d'acquisto medio, basso ed estremamente limitato.

In tutte queste ultime sezioni di domanda, il prodotto italiano, alle attuali condizioni di mercato, ha limitate possibilità di competere in termini di prezzo con la produzione locale, con quella degli altri Paesi Mercosur o con paesi asiatici tipo Cina.

Di conseguenza, le possibilità di mercato possono essere sviluppate prevalentemente, se non esclusivamente, puntando alle fasce "top" di consumatori e sempre caratterizzando il prodotto italiano come manifestazione dei massimi livelli qualitativi e di immagine possibili, in sostanza in molti casi come "*status symbol*".

Questo approccio, vale non solo nel campo della moda e del *design*, ma anche in quello del prodotto agro-alimentare e delle bevande alcoliche, in cui ad esempio la Francia continua a competere sul mercato del vino di massimo livello (e massimo prezzo) sulla base di un'acquisita immagine di prodotto di alta qualità, anche se nell'ultimo anno cominciano a riscontrarsi alcune affermazioni del prodotto italiano in termini di penetrazione commerciale di prodotti di enologia di alto livello.

L'eventuale caratterizzazione dei prodotti italiani in base alle loro origini regionali, o locali, può avere un valore riconosciuto soprattutto nel campo dei prodotti agro-alimentari, proprio perché l'origine locale (denominazione) è componente fondamentale delle caratteristiche del prodotto stesso, che lo differenzia da altri apparentemente simili. Invece, l'esperienza insegna che tale caratterizzazione locale rischia di essere ininfluenza, o addirittura fuorviante, per l'immagine della maggior parte degli altri prodotti, in particolare quelli tecnologici, ove il cliente/utilizzatore effettua le sue scelte sulla base di precisi parametri di rapporto costo/beneficio e di qualità intrinseca, evidentemente indipendenti dall'origine regionale o locale del prodotto stesso.

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

b) Valutazione delle potenzialità di cooperazione commerciale ed industriale nei settori ad alto contenuto tecnologico

Le possibilità in questo campo sono notevoli; esse possono riguardare sia campi di azione tradizionalmente riferiti ad aziende di medio/grandi dimensioni, come le telecomunicazioni e l'aerospazio, sia settori di intervento nei quali anche le PMI italiane possono offrire le loro esperienze e le loro tecnologie, in molti casi ai massimi livelli mondiali. Tra questi si possono citare senz'altro l'IT (information technology – software e hardware), ed i numerosi comparti dell'elettronica, tra cui particolare rilevanza potrebbero avere quelli legati alla gestione delle tematiche della sicurezza. Anche da sviluppare, in quanto sottodimensionata rispetto alle potenzialità, la presenza delle aziende italiane nel settore delle tecnologie medicali, diagnostiche ed ospedaliere, sia in termini strettamente commerciali che riguardo a possibili collaborazioni industriali e produttive. Interessantissime possibilità si aprono anche nei settori delle nanotecnologie e delle biotecnologie, dai molteplici campi di applicazione industriale.

In questo senso, vanno sicuramente sviluppati anche i rapporti tra le Università ed i centri di ricerca scientifico/industriale italiani e brasiliani, con l'obiettivo di sviluppare congiuntamente progetti che abbiano alto contenuto innovativo, ma anche utile applicazione produttiva e commerciale. In tal senso, particolare rilevanza potranno avere le attività che alcune Università italiane stanno sviluppando in Brasile grazie ai finanziamenti del progetto ICE/CRUI (Conferenza dei Rettori delle Università Italiane).

c) Suggerimenti per l'attivazione degli strumenti di sostegno finanziario e assicurativo pubblico per sace e simest

Le opportunità che si potrebbero aprire nel settore delle grandi opere civili e infrastrutturali, grazie anche alla recente approvazione della legge sulle Partecipazioni Pubblico-Privato, potrebbero rappresentare un'opportunità per nuove modalità di intervento da parte della SACE. Sono, infatti, in corso approfondimenti per comprendere meglio come la società assicuratrice pubblica possa contribuire alla partecipazione di imprese italiane al programma infrastrutturale del governo brasiliano. Sarebbe che SACE, per la sostanziale mancanza di banche italiane in Brasile, sia orientata ad assicurare anche quelle non italiane, che finanzia società italiane del settore grandi opere in grado di presentare agli stati brasiliani o allo stesso governo federale, un pacchetto onnicomprensivo della progettazione, finanziamento, realizzazione e gestione dell'opera. In tal caso i nostri consorzi potrebbero avere possibilità ben maggiori di aggiudicarsi commesse importanti (per esempio la tangenziale sud o il passante ferroviario di San Paolo).

Relativamente a SIMEST, come già accennato, è auspicabile un rafforzamento dell'azione di questo importante strumento sul mercato brasiliano. Non solo attraverso la modalità di intervento più "tradizionale", come la partecipazione azionaria in società miste, ma anche e soprattutto mediante le diverse possibilità di finanziamento alle PMI per le loro azioni di penetrazione commerciale, internazionalizzazione e radicamento. Si fa riferimento particolare ai finanziamenti della legge 394, che rappresentano un prezioso sostegno per le piccole e medie aziende che abbiano dei validi progetti di investimento all'estero, e non presentano particolari difficoltà di accesso. La SIMEST ha in Brasile una partecipazione in sedici aziende italiane con una partecipazione al capitale azionario dell'ordine di 10,6 milioni di euro. Gli investimenti delle imprese italiane in questi progetti sono di 157,6 milioni di euro.

L'accordo siglato tra SIMEST e BNDES per favorire le operazioni di investimento italiano in Brasile attraverso procedure più agili, è un importante segnale dell'attenzione di SIMEST verso il Brasile.

2.3. Politica Commerciale e di Accesso al Mercato

a) Barriere tariffarie

Nonostante si operi in un contesto normativo in continua evoluzione, la legislazione brasiliana in materia non oppone particolari difficoltà alle importazioni di prodotti italiani. Tuttavia, oltre all'esistenza di problemi legati alle lungaggini burocratiche che incidono notevolmente su tempi e costi di gestione, si riscontrano altresì vincoli inerenti all'applicazione delle tariffe d'importazione sui prodotti stranieri, spesso non convenienti se rapportate alla tipicità della produzione nazionale nostrana.

Ci si riferisce in particolare alle imposizioni applicate ai beni di consumo ed ai prodotti alimentari ma anche nei confronti dei beni industriali. In questo ultimo settore vanno segnalate una serie di agevolazioni fiscali introdotte con la facilitazione detta "ex-tariffaria" che prevede la definizione (ogni sei mesi) di un elenco di beni tecnologici "non prodotti in Brasile", che possono godere di un dazio pari al 5% in luogo del comune 14%.

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

b) Barriere non tariffarie

Nonostante si siano recentemente verificati diversi casi di blocchi di importazione di generi alimentari italiani, peraltro sempre tempestivamente risolti con mirate azioni di sensibilizzazione dell'Ambasciata d'Italia presso le Autorità locali, si sta attualmente assistendo alla graduale normalizzazione delle procedure burocratiche normalmente in vigore, grazie anche all'avanzamento delle negoziazioni in ambito UE-Mercosur che, seppur limitate in quanto ad effetti a lungo termine, hanno in parte contribuito al progressivo ammorbidimento delle rigide posizioni a suo tempo assunte dalle autorità sanitarie/doganali brasiliane in materia d'importazione e sdoganamento dei suddetti prodotti.

Tra i prodotti il cui accesso negli ultimi anni è stato limitato citiamo il prosciutto crudo, anche qualità San Daniele e Parma. Solo recentemente le autorità brasiliane hanno accettato il principio che una maturazione superiore ai dodici mesi rende il prodotto immune da rischi di diffusione delle malattie infettive e che quindi anche la sua sola circolazione non è pericolosa per la salute animale in Brasile.

L'importazione in Brasile di tutti gli insaccati con maturazione inferiore ai dodici mesi, come i salami e le mortadelle, permane tuttora interdotta. In quest'ultimo caso, la cottura oltre i 120 gradi per lungo tempo non è stato considerato dalle autorità sanitarie pubbliche brasiliane un elemento di assicurazione circa l'eliminazione del rischio di diffusione di malattie infettive. Le motivazioni addotte dalle autorità di salute pubblica brasiliane sono quelle della diffusione, attraverso la libera circolazione del prodotto sul territorio brasiliano, di malattie infettive (in particolare, peste suina vescicolare e peste suina classica) da cui il Brasile sarebbe indenne. Le autorità brasiliane hanno altresì opposto la non applicabilità del principio della regionalizzazione, asserendo che lo stesso non è applicato neanche alla circolazione della stessa produzione nazionale all'interno dei confini del Brasile.

Altresì, le autorità brasiliane hanno a lungo sostenuto che il controllo a campione (effettuato con analisi chimiche) non garantiva la assoluta sicurezza della immunità. Preme sottolineare che tali comportamenti, attualmente superati, potranno tornare a verificarsi, qualora l'iter negoziale dell'accordo UE-Mercosur non dovesse concludersi positivamente.

Problemi simili sono stati riscontrati anche per l'accesso al mercato per i prodotti a base di latte, in particolare del parmigiano. La motivazione tecnica addotta è stata quella della non rispondenza alla legislazione brasiliana delle assi in legno sulle quali viene stagionato il parmigiano (nonostante tale procedimento avesse ottenuto l'approvazione e il riconoscimento come procedimento tipico da parte dell'UE e del WTO). Tale rilievo e la posizione dominante di un singolo produttore brasiliano su questo mercato hanno sicuramente contribuito all'assunzione di decisioni contrarie agli interessi dei nostri produttori.

Va infine aggiunto che per i prodotti alimentari a base animale in genere, la strategia a cui sono ricorse le autorità locali per ridurre le esportazioni verso il Brasile è stato il blocco delle visite ispettive veterinarie autorizzative. Il servizio veterinario pubblico brasiliano ha, infatti, nell'ultimo biennio drasticamente ridotto il numero delle visite ispettive a cui vengono sottoposte le aziende straniere che fanno domanda per esportare in Brasile, adducendo a loro discolpa l'esiguo numero dei veterinari disponibili per tale attività. Riducendo le visite si è impedito di allargare il numero delle aziende esportatrici italiane (e europee) in Brasile. Tale strategia è stata adottata verso tutti i Paesi dell'Unione e sono attualmente più di 60 le aziende italiane che attendono il benessere delle Autorità brasiliane affinché sia effettivamente sbloccata tale situazione, nonostante i ripetuti solleciti inoltrati dall'Ambasciata italiana.

Per quanto riguarda i cosmetici, anche alla luce di quanto emerso nel corso dell'ultima Fiera settoriale svoltasi a San Paolo nel 2005, è stato altresì riscontrato un allungamento delle procedure per la certificazione sanitaria dei suddetti prodotti. Si tratta di forme protettive delle aziende locali e di quelle straniere ormai stabilmente insediate nel paese, come ad esempio le aziende francesi qui operanti con propri impianti produttivi. Si deve sottolineare però che il Brasile, in questo settore è il terzo mercato mondiale dopo gli USA e il Giappone, per aziende italiane quindi il potenziale di mercato è estremamente alto e giustificerebbe un investimento produttivo nel paese.

Analoghe difficoltà sono state riscontrate anche nel comparto dei macchinari industriali. In effetti, nonostante l'importatore locale possa ufficialmente adottare una procedura più semplificata per importare i macchinari esteri di cui necessita, le associazioni produttrici brasiliane del settore possono opporsi adducendo l'esistenza di un prodotto nazionale simile avente le stesse caratteristiche del prodotto importato, rendendo quindi quanto mai complesse le procedure per l'importazione.

Per quanto concerne i vini, si segnala che per la vigente legislazione brasiliana un prodotto per essere considerato vino non può eccedere i 13 gradi alcolici. Superato tale limite, il prodotto viene considerato "vino liquoroso", su cui gravano maggiori imposte. La maggiore imposizione fiscale del 13% (27% per i vini contro il 40% dei vini liquorosi) arreca un sensibile danno a molte nostre etichette, soprattutto a quelle dei nuovi vini dell'Italia meridionale, che iniziano ad affacciarsi anche sul mercato brasiliano.

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

La legislazione brasiliana prevede che al momento dell'importazione del vino (che deve essere accompagnato da un certificato di analisi) possano essere prelevate due bottiglie per ogni partita per effettuare le analisi di controllo. Il prodotto non può essere venduto sul territorio nazionale prima del risultato delle analisi. Si sono registrati casi in cui il risultato delle analisi è tardato un anno, con evidenti danni economici per l'esportatore. Altro aspetto molto importante è la completa assenza di una normativa che regoli l'importazione in Brasile di campioni di prodotto, che si traduce in complessità amministrative decisamente anomale e prive di trasparenza, dove l'applicazione della normativa doganale viene spesso effettuata in maniera piuttosto arbitraria. Infatti, è praticamente impossibile, per le aziende intenzionate a saggiare il mercato locale, introdurre campionature di prodotto senza prima aver ottenuto la preventiva autorizzazione del Ministero dell'Agricoltura, che deve essere tra l'altro necessariamente richiesta per il tramite di un importatore locale.

Per meglio tutelare la produzione nazionale agro-alimentare, l'Ambasciata italiana e l'Ufficio ICE ritengono che, anche quando sarà stato firmato l'accordo di libero scambio col Mercosur, sarà di estrema importanza l'istituzione del posto di addetto agricolo presso l'Ambasciata (la funzione è quella di contatto quotidiano con le autorità federali brasiliane, quindi l'eventuale istituzione a San Paolo sarebbe certamente meno efficace). Solo in tal modo sarà possibile sfruttare in pieno le potenzialità che il mercato brasiliano offrirà ai nostri produttori del settore agro-alimentare.

I Paesi che già ne sono dotati (Regno Unito, Olanda, Germania, Francia, Spagna, Portogallo, Danimarca) stanno già pensando al rafforzamento di tali uffici.

c) Violazioni delle norme sulla tutela dei diritti di proprietà intellettuale

Nel mercato brasiliano non esistono particolari casi di usurpazione di marchi e violazione di diritti di proprietà intellettuale. Oltre al noto caso di un'azienda di San Paolo che commercializzava farina avvalendosi della registrazione del marchio SPIGADORO, nonostante già fosse pendente la richiesta dell'omonima azienda italiana di autorizzazione ad esportare la propria linea di produzione in Brasile, è abbastanza comune ritrovare in commercio prodotti d'origine locale che utilizzano la similitudine con nomi italiani (provenienti soprattutto dai ceppi familiari d'origine italiana), oppure volutamente errati, che richiamano l'attenzione dell'utente sull'associazione "marchio italiano = prodotto di qualità" riscontrabile specialmente nella produzione alimentare, negli articoli d'abbigliamento, calzature, accessori di moda, ecc.

Discorso a parte il problema relativo alle indicazioni geografiche, che trova terreno abbastanza fertile in Brasile a causa della produzione di generi alimentari normalmente riconosciuti tipici del nostro Paese messi in atto da ditte locali che spesso richiamo le proprie origini o metodi di lavorazione a nomi di aziende italiane (vedi ad esempio il caso del parmigiano e della mozzarella ma ve ne sono anche altri come la ricotta, panettone, pandoro, ecc.), con i quali però non condividono assolutamente né standard di produzione e qualità organolettiche, né proprietà gastronomiche italiane. A ciò si aggiunga inoltre che la commercializzazione di detti prodotti avviene immettendo sul mercato confezioni ed etichettature molto simili alla produzione italiana, sfruttando il chiaro richiamo alla qualità nostrana che contribuiscono ad erodere quote di mercato che potrebbero essere facilmente detenute dalle nostre aziende.

d) Problematiche relative agli investimenti esteri nel Paese

Non esistono particolari vincoli e difficoltà, la legislazione federale e dei singoli stati della Repubblica Federativa spesso mettono in atto politiche di attrazione di capitali esteri tramite agevolazioni fiscali, snellimenti burocratici e canali di finanziamento che già in passato hanno attratto diversi investitori stranieri, tra cui molte aziende italiane (vedi ad esempio gli insediamenti italiani operati soprattutto negli stati di San Paolo, Minas Gerais, Ceará e Bahia).

La stessa legislazione in materia di rilascio visti per investitori stranieri in Brasile è stata recentemente modificata con l'introduzione della risoluzione n. 60 del 6 ottobre del 2004, per la quale è sufficiente un investimento iniziale di 50.000 USD, per la costituzione di una nuova azienda o capitalizzazione di una già esistente, aprendo altresì la possibilità anche ad investimenti inferiori a tale somma agli stranieri che presentino progetti per la creazione di posti di lavoro di perlomeno 10 unità per 5 anni. Ciononostante, persistono le forti opposizioni messe in atto dalle potentissime lobbies industriali locali che temono l'insediamento in Brasile di aziende straniere in grado di avvalersi di processi o di immettere sul mercato locale prodotti sufficientemente competitivi da creare serie difficoltà alle aziende brasiliane. L'apertura internazionale, infatti, viene sovente condizionata agli interessi di parte della produzione nazionale, anche quando quest'ultima è in chiara contrapposizione all'interesse dei consumatori.

| | | | | |
|---|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES | | | |
| | Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

3. PRINCIPALI FLUSSI DI SCAMBIO COMMERCIALE

Paese dichiarante: Brasile

Flusso: Esportazioni

(valori in milioni di dollari USA)

| Paesi | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Stati Uniti | 9.312 | 9.408 | 9.890 | 10.868 | 13.549 | 14.379 | 15.535 | 21.852 | 20.296 | 22.715 |
| Argentina | 5.170 | 6.767 | 6.747 | 5.364 | 6.233 | 5.002 | 2.342 | 6.217 | 7.371 | 9.912 |
| Cina | 1.114 | 1.088 | 905 | 676 | 1.085 | 1.902 | 2.520 | 4.864 | 5.438 | 6.831 |
| Paesi Bassi | 3.549 | 3.998 | 2.744 | 2.594 | 2.796 | 2.863 | 3.182 | 4.484 | 5.911 | 5.254 |
| Germania | 2.083 | 2.608 | 3.006 | 2.544 | 2.526 | 2.502 | 2.537 | 3.577 | 4.029 | 5.012 |
| Messico | 679 | 828 | 1.002 | 1.068 | 1.711 | 1.868 | 2.342 | 4.454 | 3.940 | 4.062 |
| Cile | 1.055 | 1.196 | 1.023 | 896 | 1.246 | 1.352 | 1.461 | 2.694 | 2.545 | 3.611 |
| Giappone | 3.047 | 3.068 | 2.202 | 2.193 | 2.472 | 1.986 | 2.098 | 2.363 | 2.765 | 3.473 |
| Italia | 1.531 | 1.709 | 1.931 | 1.845 | 2.146 | 1.809 | 1.817 | 2.709 | 2.900 | 3.218 |
| Russia | 466 | 761 | 647 | 746 | 423 | 1.103 | 1.252 | 1.518 | 1.657 | 2.916 |
| Regno Unito | 1.324 | 1.259 | 1.339 | 1.437 | 1.498 | 1.705 | 1.769 | 2.398 | 2.120 | 2.583 |
| Francia | 959 | 1.151 | 1.257 | 1.227 | 1.791 | 1.675 | 1.554 | 2.042 | 2.228 | 2.552 |
| Venezuela | 454 | 768 | 706 | 537 | 751 | 1.092 | 797 | 800 | 1.463 | 2.214 |
| Spagna | 937 | 1.057 | 1.055 | 1.171 | 1.010 | 1.030 | 1.105 | 1.745 | 1.972 | 2.168 |
| Belgio | . | . | . | 1.703 | 1.785 | 1.746 | 1.888 | 1.867 | 1.920 | 2.142 |
| Canada | 506 | 584 | 544 | 513 | 566 | 555 | 782 | 1.177 | 1.198 | 1.942 |
| Corea del Sud | 838 | 737 | 467 | 628 | 581 | 736 | 852 | 1.477 | 1.429 | 1.896 |
| Bahamas | 20 | 2 | 16 | 19 | 27 | 11 | 102 | 748 | 488 | 1.488 |
| Colombia | 432 | 508 | 468 | 403 | 515 | 606 | 637 | 994 | 1.037 | 1.405 |
| Repubblica Sudafricana | 297 | 332 | 223 | 238 | 302 | 424 | 478 | 1.020 | 1.035 | 1.369 |
| MONDO | 47.746 | 52.986 | 51.120 | 48.011 | 55.283 | 58.223 | 60.362 | 89.692 | 95.002 | 116.129 |

Fonte: elaborazioni ICE su dati ONU-COMTRADE

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

Paese dichiarante: Brasile

Flusso: Importazioni

(valori in milioni di dollari USA)

| Paesi/Aree | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| UE 25 | 26,77 | 26,64 | 29,34 | 30,60 | 25,77 | 27,37 | 28,24 | 26,07 | 24,27 | 23,53 |
| Germania | 8,87 | 8,22 | 8,99 | 9,47 | 7,79 | 8,46 | 9,24 | 8,49 | 7,49 | 7,63 |
| Francia | 2,50 | 2,66 | 3,40 | 4,00 | 3,35 | 3,73 | 3,68 | 3,38 | 3,60 | 3,62 |
| Italia | 5,41 | 5,57 | 5,47 | 5,23 | 3,86 | 3,90 | 3,70 | 3,76 | 3,22 | 3,08 |
| Spagna | 1,71 | 1,84 | 2,06 | 2,36 | 2,00 | 2,20 | 2,07 | 1,84 | 1,87 | 1,82 |
| Regno Unito | 2,34 | 2,40 | 2,57 | 2,46 | 2,20 | 2,20 | 2,81 | 2,44 | 1,98 | 1,75 |
| EUROPA CENTRO ORIENTALE | 0,94 | 0,73 | 0,68 | 0,83 | 1,32 | 1,11 | 1,19 | 1,40 | 2,31 | 1,71 |
| ALTRI PAESI EUROPEI | 1,96 | 1,94 | 2,04 | 2,01 | 1,93 | 2,36 | 2,46 | 2,46 | 2,27 | 2,10 |
| Svizzera | 1,39 | 1,41 | 1,52 | 1,54 | 1,46 | 1,78 | 1,86 | 1,75 | 1,61 | 1,56 |
| AFRICA SETTENTRIONALE | 1,41 | 1,50 | 1,33 | 2,25 | 3,01 | 2,36 | 2,59 | 4,15 | 3,78 | 4,44 |
| Algeria | 1,25 | 1,26 | 1,15 | 2,02 | 2,70 | 2,01 | 2,12 | 3,55 | 3,07 | 3,81 |
| ALTRI PAESI AFRICANI | 1,77 | 1,85 | 1,89 | 2,30 | 2,19 | 3,64 | 3,05 | 5,24 | 6,00 | 4,54 |
| Nigeria | 0,46 | 0,89 | 1,07 | 1,49 | 1,29 | 2,43 | 2,26 | 4,57 | 5,47 | 3,54 |
| AMERICA SETTENTRIONALE | 24,71 | 25,87 | 25,95 | 26,04 | 25,18 | 24,97 | 23,51 | 20,29 | 19,74 | 19,00 |
| Stati Uniti | 22,27 | 23,43 | 23,55 | 23,99 | 23,16 | 23,24 | 21,88 | 18,89 | 18,27 | 17,50 |
| Canada | 2,44 | 2,45 | 2,39 | 2,05 | 2,02 | 1,73 | 1,64 | 1,40 | 1,48 | 1,51 |
| AMERICA CENTRO MERIDIONALE | 21,87 | 21,99 | 21,67 | 19,50 | 21,22 | 18,41 | 17,91 | 16,93 | 16,92 | 16,71 |
| Argentina | 12,52 | 13,18 | 13,85 | 11,81 | 12,21 | 11,17 | 10,09 | 9,81 | 9,02 | 8,62 |
| Cile | 1,76 | 1,66 | 1,44 | 1,49 | 1,77 | 1,57 | 1,41 | 1,34 | 2,23 | 2,32 |
| Bolivia | 0,11 | .. | .. | 0,05 | 0,30 | 0,52 | 0,93 | 1,16 | 1,34 | 1,53 |
| Messico | 1,80 | 1,96 | 1,72 | 1,29 | 1,37 | 1,26 | 1,23 | 1,14 | 1,13 | 1,15 |
| MEDIO ORIENTE | 3,70 | 3,16 | 2,18 | 2,17 | 2,65 | 2,59 | 3,06 | 4,38 | 3,67 | 3,42 |
| Arabia Saudita | 2,27 | 1,75 | 1,31 | 1,27 | 1,40 | 1,49 | 1,42 | 2,78 | 1,95 | 1,80 |
| ASIA CENTRALE | 0,82 | 0,68 | 0,55 | 0,45 | 0,61 | 1,08 | 1,38 | 1,28 | 0,96 | 1,71 |
| India | 0,35 | 0,38 | 0,36 | 0,35 | 0,50 | 1,01 | 1,25 | 1,21 | 0,90 | 1,65 |
| ASIA ORIENTALE | 13,87 | 14,68 | 13,43 | 12,97 | 15,12 | 15,24 | 15,82 | 16,62 | 19,11 | 21,81 |
| Cina | 2,21 | 2,02 | 1,87 | 1,82 | 2,29 | 2,51 | 3,41 | 4,09 | 6,20 | 7,62 |
| Giappone | 5,14 | 5,85 | 5,64 | 5,23 | 5,28 | 5,47 | 4,93 | 5,28 | 4,60 | 4,67 |
| Corea del Sud | 2,21 | 2,29 | 1,80 | 2,11 | 2,61 | 2,89 | 2,29 | 2,15 | 2,80 | 3,22 |
| Altri Paesi Asia non | 1,36 | 1,35 | 1,25 | 1,13 | 1,51 | 1,34 | 1,46 | 1,20 | 1,59 | 1,83 |
| OCEANIA | 0,78 | 0,59 | 0,67 | 0,62 | 0,65 | 0,60 | 0,57 | 0,64 | 0,76 | 1,02 |
| MONDO | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Fonte: elaborazioni ICE su dati ONU-COMTRADE

| | | | | |
|---|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES | | | |
| | Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| INTERREG IIIA GRECIA – ITALIA 2000 - 2006 | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

4. MANIFESTAZIONI ECONOMICHE DI INTERESSE IN BRASILE

Descrizione: Gastronomy

Luogo di celebrazione: Exhibition Center Horacio Sabino Coimbra

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: Diretriz Empreendimentos S.A., Centro de Exposicoes de Curitiba, Parque Barigui, Rodovia do Café Km zero B - Curitiba 82010/ - Brasile

Telefono +55/41/3353377

Fax +55/41/3353377

e-mail comercial@diretriz.com.br

URL [Diretriz Empreendimentos S.A.](#)

Descrizione: Technologies And Businesses For Computer Science And Telecommunications

Luogo di celebrazione: Centro de Exposições de Curitiba

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: Diretriz Empreendimentos S.A., Centro de Exposicoes de Curitiba, Parque Barigui, Rodovia do Café Km zero B - Curitiba 82010/ - Brasile

Telefono +55/41/3353377

Fax +55/41/3353377

e-mail comercial@diretriz.com.br

URL [Diretriz Empreendimentos S.A.](#)

Descrizione: Furniture Fair

Luogo di celebrazione: Barigui Park

Accesso: Solo pubblico

Ente Organizzatore: Diretriz Empreendimentos S.A., Centro de Exposicoes de Curitiba, Parque Barigui, Rodovia do Café Km zero B - Curitiba 82010/ - Brasile

Telefono +55/41/3353377

Fax +55/41/3353377

e-mail comercial@diretriz.com.br

URL [Diretriz Empreendimentos S.A.](#)

Descrizione: Technologies Of The Plastic Industry

Luogo di celebrazione: Expoville Auditorium

Accesso: Solo professionisti

Ente Organizzatore: Messe Brasil Feiras & Promocoas Ltda., Rua Rolf Colin, 60 - sl 01 - Joinville 89204/ - Brasile

Telefono +55/47/4227309

Fax +55/47/4227309

e-mail feiras@messebrasil.com.br

URL [Messe Brasil Feiras & Promocoas Ltda.](#)

Descrizione: Environmental Technology

Luogo di celebrazione: Parque de Expicoes da Fenac

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: FENAC S/A, Rua Araxá 505 - P.O. Box 323 - Novo Hamburgo 93334 - Brasile

Telefono +55/51/5873366

Fax +55/51/5873629

e-mail eventos@fenac.com.br

URL [FENAC S/A](#)

| | | | | |
|---|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES | | | |
| | Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

Descrizione: Agriculture Technology

Luogo di celebrazione: Fair Ground

Accesso: Solo professionisti

Ente Organizzatore: Abimaq-Assoc. Brasileira da Ind.de Maquinas e Equip., Av. Jabaquara 2925 - Sao Paulo 4045/9 - Brasile

Telefono +55/11/55826428

Fax +55/11/55826429

e-mail eventos@abimaq.org.br

URL [Abimaq-Assoc. Brasileira da Ind.de Maquinas e Equip.](#)

Descrizione: Furniture Sector

Luogo di celebrazione: Park of Events

Accesso: Solo pubblico

Ente Organizzatore: Movelsul Brazil, Rua 13 de Maio 229 -2^o andar - Bento Goncalves 95700 - Brasile

Telefono +55/54/452 3067

Fax +55/54/452 2212

e-mail international@movelsul.com.br

URL [Movelsul Brazil](#)

Descrizione: Petrochemical Products, Energy, Metallurgy, Paper And Cellulose, Textiles Etc.

Luogo di celebrazione: Centro de Exposicao Imigrantes

Accesso: Solo professionisti

Ente Organizzatore: ABINEE - Associacao Brasileira da Industria Eletrica e Eletronica, Avenida Paulista, 1313 - 7o. andar - S-703 - Sao Paulo 1311/9 - Brasile

Telefono +55/011/251 1577

Fax +55/011/3285 0607

e-mail abinee@abinee.org.br

URL [ABINEE - Associacao Brasileira da Industria Eletrica e Eletronica](#)

Descrizione: Rubber And Plastic Industry, And Of Technology And Equipment For Automotive Repair

Luogo di celebrazione: Expo Center Norte

Accesso: Solo professionisti

Ente Organizzatore: Franca Feiras e Empreendimentos Ltda., Av. Mamoré, 503, Alphaville - Barueri 6454/0 - Brasile

Telefono +55/11/72918188

Fax +55/11/72910200

e-mail lcoml@franca.com.br

URL [Franca Feiras e Empreendimentos Ltda.](#)

Descrizione: Furniture Sales And Export Fair

Luogo di celebrazione: Anhembi Park

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: Guazzelli Feiras Messe Frankfurt, Al. Rio Negro, 433 - 2nd Floor Tower 1 - Barueri 6454/9 - Brasile

Telefono +55/11/4688/6000

Fax +55/11/4688/6057

e-mail guafair@guazzelli.com.br

URL [Guazzelli Feiras Messe Frankfurt](#)

Descrizione: Horticulture

Luogo di celebrazione: Pavilhao de Expositoes Holambra

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: ZMC Comunicacoes, Rua Camélias, 137 - Centro Holambra CEP/13 - Brasile

Telefono +55/19/38021724

Fax +55/19/38021724

e-mail zmccomunic@holnet.com.br

URL [ZMC Comunicacoes](#)



| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

Descrizione: Networking, Internet/Intranet And Telecommunications Event

Luogo di celebrazione: Anhembi Centro de Feiras e Congressos

Accesso: Solo professionisti

Ente Organizzatore: Guazzelli Feiras Messe Frankfurt, Al. Rio Negro, 433 - 2nd Floor Tower 1 - Barueri 6454/9 - Brasile

Telefono +55/11/4688/6000

Fax +55/11/4688/6057

e-mail guafair@guazzelli.com.br

URL [Guazzelli Feiras Messe Frankfurt](#)

Descrizione: Salon Of Furniture And Design

Luogo di celebrazione: Expo Center Norte

Accesso: Solo professionisti

Ente Organizzatore: Messe Frankfurt do Brasil Ltda., Avenida Eng. Roberto Zuccolo 555, Loja 1055 - Sao Paulo 5307/1 - Brasile

Telefono +55/11/3839 72 / 57

Fax +55/11/3839 72 / 59

e-mail info@brazil.messefrankfurt.com

URL [Messe Frankfurt do Brasil Ltda.](#)

Descrizione: Information Technology

Luogo di celebrazione: Anhembi Centro de Feiras e Congressos

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: Guazzelli Feiras Messe Frankfurt, Al. Rio Negro, 433 - 2nd Floor Tower 1 - Barueri 6454/9 - Brasile

Telefono +55/11/4688/6000

Fax +55/11/4688/6057

e-mail guafair@guazzelli.com.br

URL [Guazzelli Feiras Messe Frankfurt](#)

Descrizione: Pet Products And Services

Luogo di celebrazione: Transamerica Expo Center

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: VNU Business Media do Brasil, Rua Wanderley 848 - Sao Paulo 5011/0 - Brasile

Telefono +55/11/38730081

Fax +55/11/38731912

e-mail vnu@vnu.com.br

URL [VNU Business Media do Brasil](#)

Descrizione: Telecommunication And Networks

Luogo di celebrazione: Expo Center Norte

Accesso: Solo professionisti

Ente Organizzatore: Advanstar Editora e Comunicacoes Ltda., Rua Gomes de Carualho, 1329 - Sao Paulo 4547/0 - Brasile

Telefono +55/11/3170700

Fax +55/11/31707020

e-mail apichini@advanstar.com.br

URL [Advanstar Editora e Comunicacoes Ltda.](#)

Descrizione: Wine

Luogo di celebrazione: Transamérica Expo Center

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: EXPONOR - Brasil, Ltda., Av. Angélica, 2466 Cj. 154 - Sao Paulo 1228/2 - Brasile

Telefono +55/11/3151 6444

Fax +55/11/3151 4861

e-mail exponor@exponor.com.br

URL [EXPONOR - Brasil, Ltda.](#)

| | | | | |
|--|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  INTERREG IIIA GRECIA – ITALIA 2000 - 2006 | PROGETTO APOSTOLES | | | |
| | Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

Descrizione: Tourism

Luogo di celebrazione: Mendes Convention Center

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: Grupo Vertikal, Rue Maria Monteiro 1104-CEP - Campinas 13025/ - Brasile

Telefono +55/19/254/7666

Fax +55/19/254/7602

e-mail vectur@bestway.com.br

URL [Grupo Vertikal](#)

Descrizione: Agriculture

Luogo di celebrazione: Joao Humberto de Carvalho Exhibition Centre

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: CERTAME, Tv. do Forte de S. Pedro, 1 - Paço de Arcos P/2780 - Portogallo

Telefono +351/1/44 06 200

Fax +351/1/44 06 209

e-mail certame@certame.pt

URL [CERTAME](#)

Descrizione: Floriculture, Horticulture And Irrigation

Luogo di celebrazione: Centro de Convecoes do Cesre

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: Hali.com Editorial, St. Giles House, 50 Poland Street - London W1F/7N - Regno Unito

Telefono +44/20/7970 4600

Fax +44/20/7578 7222

e-mail hali@centaur.co.uk

URL [Hali.com Editorial](#)

Descrizione: Tourism

Luogo di celebrazione: Riocentro

Accesso: Solo pubblico

Ente Organizzatore: ABAV - Associacao Brasileira de Agencias de Viagens, Av. Sao Luis, 165 - 1º Andar - Centro - Paulo São São - Brasile

Telefono +55/11/3231/3077

Fax +55/11/3259/8327

e-mail abavsp@abavsp.com.br

URL [ABAV - Associacao Brasileira de Agencias de Viagens](#)

Descrizione: Networking And Telecommunication Fair

Luogo di celebrazione: Jockey Club

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: Fenasoft Feiras Comerciais Ltda, Rodovia SC 401 - km 01, Parque Tecnológico Alfa - Florianópolis 88030/ - Brasile

Telefono +55/21/3348000

Fax +55/21/3348249

e-mail fenasoft@fenasoft.com.br

URL [Fenasoft Feiras Comerciais Ltda](#)

Descrizione: Agriculture

Luogo di celebrazione: Fairground

Accesso: Pubblico e professionale

Ente Organizzatore: Abimaq-Assoc. Brasileira da Ind.de Maquinas e Equip., Av. Jabaquara 2925 - Sao Paulo 4045/9 - Brasile

Telefono +55/11/55826428

Fax +55/11/55826429

e-mail eventos@abimaq.org.br

URL [Abimaq-Assoc. Brasileira da Ind.de Maquinas e Equip.](#)



5. INFORMAZIONI E LINK UTILI

5.1 In Italia

| | |
|--|--|
| Ambasciata del Brasile Ambasciatore: Adhemar Gabriel Bahadian | Piazza Navona, 14 00186 Roma Tel. 0039 06 683.981 Fax. 0039 06 686.7858 e-mail: info@ambrasile.it website: www.ambasciatadelbrasile.it |
| Consolato Generale del Brasile a Roma | Via Santa Maria Dell'Anima, 32 00186 Roma Tel: 0039 06 6889661 Fax: 0039 06 68802883 e-mail: consbras@tin.it website: www.consbrasroma.it |
| Consolato Generale del Brasile a Milano | Corso Europa, 12 – 5° Piano 20122 Milano Tel.: 0039 02 7771071 Fax: 0039 02 76015628 e-mail: informa@consbrasmilao.it website: www.consbrasmilao.it |
| Consolati Onorari | |
| Consolato Onorario di Bari Console Onorario: Demetrio Zavoiani | Via Dalmazia, 159/B – 70121 Bari Tel. 0039 080 5530750 Fax 0039 080 5501948 e-mail: c.zavoiani@promedshippsupply.it |
| Consolato Onorario di Bologna Console Onorario: Anna Macchiagodena | Via Felice Cavallotti, 10 40134 Bologna Tel. 0039 051 6146565 Fax 0039 051 6145744 e-mail: meubras@tin.it |
| Consolato Onorario di Firenze Console Onorario: Paolo Francini | Piazza de' Pitti, 5 50125 Firenze Tel. 0039 055 222336 Fax 0039 055 229345 e-mail: conbrafi@ats.it |
| Consolato Onorario di Genova Console Onorario: Giuseppe Ulderico Farini | Viale Pio VII, 11 16148 Genova Tel. 0039 055 222336 Fax 0039 055 229345 e-mail: mcfqua@tin.it |
| Consolato Onorario di Napoli Console Onorario: Mario Luis Piccaglia De Menezes | Via Francesco Giordani, 23 80122 Napoli Tel. 0039 081 7611866 Fax 0039 081 7613414 e-mail: consuladobrasil@studiolegalenapoli.191.it |
| Consolato Onorario di Palermo Console Onorario: Paolo Mancuso | Via Roma, 386 90139 Palermo Tel. 0039 091 58566 Fax 0039 091 585155 e-mail: mancuso@infcom.it |
| Consolato Onorario di Torino Console Onorario: Fernando Antonio Azevedo Fantauzzi | Via Amendola, 12 10121 Torino Tel. 0039 011 5184026 Fax 0039 011 4406232 e-mail: fernando@consbrastorino.it |
| Consolato Onorario di Venezia Console Onorario: Elio Lorusso | Via Piave, 35 30170 Mestre-Venezia Tel. 0039 041 976439 Fax 0039 041 976439 e-mail: elio.lorusso@virgilio.it |

| | | | | |
|---|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES | | | |
| | Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

5.2 In Grecia

| | |
|--|---|
| Ambasciata del Brasile Ambasciatore: Mauro Mendes de Azeredo | 14, Platia Philikis Eterias, Kolonaki 106 73 Atene Tel.: 0030 210 7213039 – 0030 210 7234450 Fax: 0030 210 7244731 e-mail: embragre@embratenas.gr |
| Ufficio Consolare Atene Servizio Consolare assicurato dall'Ambasciata | 14, Platia Philikis Eterias, Kolonaki 106 73 Atene Tel.: 0030 210 7213039 - 0030 210 7234450 Fax: 0039 210 7244731 e-mail: embratenas@internet.gr |
| Ufficio Consolare Salonico Console Onorario: M.me Polytimi Bakatselou | 8, rue Dodékanissou Premier étage-CENTRE 546 26 Thessalonique Tel./Fax: 0030 2310 538157 e-mail: md@pyramis.gr |
| Ufficio Consolare Il Pireo Console Onorario: Ioannis Lyras | 21, rue Vass. Georgiou A' 185 32 Le Pirée Tel.: 0030 210 4124444 Fax: 0030 210 7250509 e-mail: consul@beautyland.tv |

5.3 In Brasile

a. Rappresentanza Italiana

| | |
|--|---|
| Ambasciata d'Italia Ambasciatore: Michele Valensise | S.E.S. - Avenida das Nações, Quadra 807 - Lote 30 70420-900 Brasilia (DF) Tel 0055 61 34429900 - Fax 0055 61 34431231 e-mail: embitalia@embitalia.org.br website: www.embitalia.org.br |
| Consolato di Belo Horizonte Console: Bryan Bolasco | Av. Afonso Pena, 3130 – 12ª andar 30130-009 Belo Horizonte (MG) Tel. 0055 31 32814211 - Fax 0055 31 32814408 e-mail: segreteria.belohorizonte@esteri.it website: www.conbelo.org.br |
| Consolato di Recife Console: Massimiliano Lagi | Av. Engº Domingos Ferreira, 2222 - 2º Andar - sala 201- Edf. Robert Gran 51010-030 Recife (PE) Tel. 0055 81 34664200 - Fax 0055 81 34664320 e-mail: consolato.recife@esteri.it website: www.italconsulrecife.org.br |
| Consolato Generale di Curitiba Console Generale: Riccardo Battisti | R. Marechal Deodoro, 630 - 21º Andar Centro Comercial Italia 80010-912 Curitiba (PR) Tel. 0055 41 33831750 - Fax 0055 41 33831773 e-mail: segreteria.curitiba@esteri.it website: www.concuri.org.br |
| Consolato Generale di Porto Alegre Console Generale: Francesco Barbaro | R. José de Alencar, 313 – Bairro Menino Deus 90880-481 Porto Alegre (RS) Tel. 0055 51 32308200 - Fax. 0055 51 32308222 e-mail: segreteria.poa@embitalia.org.br e-mail: www.italconsulpoa.org.br |
| Consolato Generale di Rio de Janeiro Console Generale: Ernesto Bellelli | Avenida Presidente Antonio Carlos, 40 - 7º Andar 20020-010 Rio de Janeiro (RJ) Tel. 0055 21 22821315 - Fax 0055 21 22626348 e-mail: segreteria.riodejaneiro@esteri.it website: www.conrio.org.br |
| Consolato Generale di San Paolo Console Generale: Marco Marsilli | Avenida Paulista, 1963 01311-300 São Paulo (SP) Tel. 0055 11 35495699 - Fax 0055 11 32538801 e-mail: urp.sanpaolo@esteri.it website: www.italconsul.org.br |



INTERREG IIIA
GRECIA – ITALIA
2000 - 2006

PROGETTO APOSTOLES

Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri

Camera di Commercio
Etoloakarnania

Camera di Commercio
Thesprotia

Camera di Commercio
Ioannina

Camera di Commercio
Brindisi

| | |
|---|---|
| ICE Istituto Italiano para o Comércio Exterior | Av. Paulista, 1971 – 3º/4º Piani 01311-300 São Paulo (SP) Tel. 0055 11 21487250 Fax. 0055 11 21487251 e-mail: sanpaolo@sanpaolo.ice.it website: www.ice.gov.it/estero2/sanpaolo/ |
| Istituto Italiano di Cultura di Rio de Janeiro | Av. Presidente Antonio Carlos, 40 – 4º Andar 20020-010 Rio de Janeiro (RJ) Tel. 0055.21 253.2146 - Fax. 0055 21 22629017 e-mail: iicrio@iicrio.org.br website: www.iicrio.org.br |
| Istituto Italiano di Cultura di San Paolo - I | R. Frei Caneca, 1071 01307-003 São Paulo (SP) Tel. 0055 11 32856933 - Fax. 0055 11 32870516 e-mail: iicsp@iicsp.org website: www.iicsp.org |
| Istituto Italiano di Cultura di San Paolo – II | Av. Higienópolis, 436 01238-000 São Paulo (SP) Tel. 0055 11 36608888 e-mail: iicsp@iicsp.org website: www.iicsp.org |

Camere di Commercio Italo-Brasiliane

| | |
|---|--|
| Câmara de Comércio e Indústria Ítalo-Brasileira de Minas Gerais | Rua Senador Campos, 175 – Andar M – Nova Lima 34000-000 Belo Horizonte (MG) Tel. 0055 31 32872212 - Fax. 0055 31 32875191 e-mail: info@italiabrazil.com.br website: www.italiabrazil.com.br |
| Câmara de Comércio Italiana para o Rio Grande do Sul | Av. Cristovão Colombo, 2240 – Cj. 801 90560-002 Porto Alegre (RS) Tel. 0055 51 33374575 - Fax. 0055 51 33376638 e-mail: ccirs@ccirs.com.br website: www.ccirs.com.br |
| Câmara Ítalo-Brasileira de Comércio e Indústria de Rio de Janeiro | Av. Graça Aranha, 1 – 6º Andar 20030-002 Rio de Janeiro (RJ) Tel. 0055 21 22629141 - Fax 0055 21 22622998 e-mail: info@camaraitaliana.com.br website: www.camaraitaliana.com.br |
| Câmara Ítalo-Brasileira de Comércio e Indústria de São Paulo | Av. Paulista, 2073 - Conjunto Nacional – Ed. Horsa II – 24º andar 01311-940 São Paulo (SP) Tel. 0055 11 31790130 - Fax 0055 11 31790131 e-mail: italcam@italcam.com.br website: www.italcam.com.br |

b. Rappresentanza Greca

| | |
|--|--|
| Ambasciata di Grecia Ambasciatore: Antonios Nikolaidis | SES, Av. das Nacoes, Qd.805 70450-900 Brasilia DF Tel. : 0055 61 4436573 - Fax : 0055 61 4436902 e-mail : info@emb-grecia.org.br website : www.emb-grecia.org.br |
| Consolato Generale di Grecia a San Paolo Console Generale: Eustathios Paizis-Paradellis | Avenida Paulista,2073, Conjunto Nacional, Edificio HorsaII, 23o andar - cj. 2303 CEP 01311-940 Sao Paulo Tel. : 0055 11 2510675/2831231 - Fax : 00558 11 2890178 e-mail : consulgrecia@sti.com.br |
| Consolato Generale di Grecia a Rio de Janeiro Console Generale: Nikolaos Protonotarios | Prala do Flamengo 344, 2 andar, CEP. 22210-030 – Flamengo Rio de Janeiro, RJ Tel. : 0055 21 25526849/25526749 - Fax : 0055 21 25526799 e-mail : gconsrj@gbl.com.br |
| Consolato Onorario di Grecia a Curitiba Console Onorario: Konstantinos Komninos | Rua Padre Anchieta, 2285 conj. 203, Edificio Delta Center, BigorriIho 80730-000 Curitiba, Parana, Brazil Tel. : 0055 41 30264625 - Fax : 0055 41 3367102 e-mail : efezo@uol.com.br |
| Consolato Onorario di Grecia a Manaus Console Onorario: Jose Roberto Tadros | Rua Marcilio Dias 300, 4o andar, Centro-Ed. Maria Tadros 69095-270 Manaus AM, Brazil Tel. : 0055 92 36332525 - Fax : 0055 92 32335798 e-mail : jtadros@intesnxt.com.br |



PROGRAMMA DI INIZIATIVA COMUNITARIA INTERREG III A GRECIA – ITALIA 2000-2006
ASSE II IMPRENDITORIALITA' - MISURA 2 ASSISTENZA ALLA COMPETITIVITA' DELLE P.M.I. – PROGETTO APOSTOLES

Analisi del Mercato Estero BRASILE

Revisione 00
Data 07.09.2007
Pagina 24 di 27

| | | | | |
|---|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES | | | |
| | Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

| | |
|--|--|
| Consolato Onorario di Grecia a Recife Console Onorario: Konstantinos Kotronakis | Rua do Hospicio 202, Sala 801, Boa Vista 50060-080 Recife P, Brazil Tel. : 0055 81 32228686 - Fax : 0055 81 32311343 e-mail : Consulgr@elogica.com.br |
| Consolato Onorario di Grecia a Santos Console Onorario: Stylianos Markakis | Rua Joao Pessoa 69, 16o Andar 11013-001 Santos SP, Brazil Tel. : 0055 13 32197393/32194751 - Fax : 0055 13 32194751 |

5.4 Associazioni Imprenditoriali in Brasile

| | |
|--|---|
| ABIMAQ Associazione Costruttori di Macchine | Av. Jabaquara, 2925 04045-902 São Paulo (SP) Tel. +55 11 55826311 - Fax. +55 11 55826312 e-mail: webmaster@abimaq.org.br website: www.abimaq.org.br |
| FIEMG Federazione delle Industrie dello Stato di Minas Gerais Centro d'Affari Internazionali | R. Timbiras 1.200 - 8° andar - Funcionarios - CEP 30140-060 Belo Horizonte - Minas Gerais tel.: +55 31 32131535 fax: +55 31 32131533 e-mail: cni@fiemg.com.br website: www.fiemg.com.br |
| FIERGS Federação das Indústrias do Rio Grande | Av. Assis Brasil, 8787 - 91140-001 Porto Alegre (RS) tel.: +55 51 33478787 - Fax: +55 51 33478700 e-mail: fiergs@poa.fiergs.org.br website: www.fiergs.org.br |
| FIESP Federação das Indústrias do Estado de São Paulo | Av. Paulista, 1313 01311-923 São Paulo (SP) Tel. +55 11 35494499 - Fax. +55 11 35494570 e-mail: atendimento@fiesp.org.br website: www.fiesp.org.br |
| CIESP Centro das Indústrias do Estado de São Pau | Av. Paulista, 1313 - 13° and. 01311-923 - São Paulo (SP) Tel. +55 11 35493205 website: www.ciesp.com.br |
| ACMINAS Associazione Commerciale dello Stato di Minas Gerais | Av. Afonso Pena, 372, 3º piano - Centro - Belo Horizonte - MG tel: +55 31 32010733 Fax: +55 31 32019506 e-mail: presidencia@acminas.com.br website: www.acminas.com.br |
| ACSP Associação Comercial de San Paolo | Rua Boa Vista, 51 - 01014-911 - San Paolo - SP tel.: +55 11 2443322 fax: +55 11 2443355 e-mail: infocem@acsp.com.br website: www.acsp.com.br |
| AEB Associazione Brasiliana Commercio Estero | Av. General Justo, 335 - 4º piano - 20021-130 - Rio de Janeiro, RJ tel.: +55 21 25440048 fax: +55 21 25440577 e-mail: aebbras@embratel.net.br website: www.aeb.org.br |
| CNC Confederação Nacional do Comércio | www.cnc.com.br |
| CNI Confederazione Nazionale dell'Industria | Rua Mariz e Barros, 678 / 2º andar - Maracanã Rio de Janeiro - RJ tel.: +55 21 22049513 fax: +55 21 22049522 e-mail: sac@cni.org.br website: www.cni.org.br |
| CNLI Confederazione Nazionale dei Lavoratori dell'Industria | Rua Tamóios, 462 - sl 20910 - Centro - Belo Horizonte-MG tel.: +55 31 32017320 fax: +55 31 32017320 |
| FCESP Federazione del Commercio dello Stato di San Paolo | Av. Paulista, 119- 2º piano tel.: +55 11 31793903 fax: +55 11 2889019 website: www.fcesp.org.br |
| INDI Istituto per lo Sviluppo Industriale Integrato dello Stato di Minas Gerais | Rua Rio de Janeiro, 471 - 13º e 14º piani - CEP 30160-910 - Centro - Belo Horizonte - Minas Gerais tel.: +55 31 30782000 - fax: +55 31 30782009 e-mail: abhering@indi.mg.gov.br website: www.indi.mg.gov.br |

| | | | | |
|--|---------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  INTERREG IIIA GRECIA – ITALIA 2000 - 2006 | PROGETTO APOSTOLES | | | |
| | Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

6. SITI INTERNET DI INTERESSE

6.1 Organi di informazione

Zero Hora

www.zh.com.br

Diário do Comércio

www.dcomercio.com.br

Estado de Minas

www.estaminas.com.br

Folha de São Paulo

www.uol.com.br/folha/

O Estado de São Paulo

www.estado.com.br

Gazeta Mercantil

www.gazetamercantil.com.br

Hoje em Dia

www.hojeemdia.com.br

Valor Econômico

www.valoronline.com.br

Jornal do Brasil

jbonline.terra.com.br

O Globo

oglobo.globo.com/online

O Tempo

www.otempo.com.br

Universo On Line

www.uol.com.br

| | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|  | PROGETTO APOSTOLES Azione 8 Analisi dei Mercati Esteri | | | |
| | Camera di Commercio Etoloakarnania | Camera di Commercio Thesprotia | Camera di Commercio Ioannina | Camera di Commercio Brindisi |

7. INFORMAZIONI UTILI

7.1 Prefisso Internazionale

00 55 prefisso per il Paese;
 21 Rio de Janeiro;
 11 San Paolo;
 61 Brasilia;

51 Porto Alegre;
 41 Curitiba;
 31 Horizonte;
 81 Recife

7.2 Fuso Orario

Il paese è suddiviso in quattro fusi orari diversi: la differenza di orario si calcola tenendo in considerazione l'ora legale della capitale Brasília (Hora legal do Brasil) che risulta 4 ore indietro rispetto a quella italiana 5 rispetto a quella greca) e comprende anche le regioni del Sud, Sudest, Nordeste, gli stati federali del Goiana, del Tocantins, del Macapá, del Distrito Federal e la zona orientale del Pará (compresa Belém).

I territori della zona occidentale del Pará, la maggioranza dell'Amazonas, gli stati del Mato Grosso do Sul, del Rondonia e del Roraima sono indietro di 5 ore rispetto a quella italiana (6 ore rispetto all'ora greca).

Le zone occidentali dell'Amazonas e lo stato federale dell'Acre sono indietro di 6 ore rispetto all'Italia (7 ore rispetto alla Grecia).

Le isole di Fernando de Noronha e Trindade, due autentiche perle situate a est delle coste brasiliane, sono indietro solo di 3 ore rispetto all'ora italiana. (4 ore rispetto alla Grecia).

7.3 Documenti

L'unico documento richiesto per entrare nel paese è il passaporto, valido almeno 6 mesi dal momento della partenza; per i cittadini italiani e dell'UE non è necessario alcun visto di entrata per motivi turistici o per affari.

7.4 Settimana Lavorativa

In generale la durata della giornata lavorativa è di 8 ore per un massimo di 44 ore settimanali.

Uffici postali dal Lunedì al Venerdì dalle ore 9.00 alle ore 18.00; il Sabato dalle 9.00 alle 13.00

Banche: dal Lunedì al Venerdì dalle ore 10.00 alle ore 16.30 orario continuato

Stato di San Paolo e Rio De Janeiro:

Uffici amministrativi: dal Lunedì al Venerdì dalle ore 09.00 alle ore 16.00 orario continuato

Negozi: dal Lunedì al Venerdì dalle ore 09.00 alle ore 19.00 orario continuato; Sabato dalle ore 9.00 alle ore 13.00;

Centri commerciali e supermercati adottano orari più lunghi

Rio Grande Do Sul, Santa Caterina e Paraná:

Uffici amministrativi: dal Lunedì al Venerdì dalle ore 09.00 alle ore 12.00

Negozi: dal Lunedì al Venerdì dalle ore 09.00 alle ore 19.00; Sabato dalle ore 9.00 alle ore 13.00;

Centri commerciali e supermercati dalle ore 9.00 alle ore 22.00

7.5 Festività Nazionali

1° gennaio, Capodanno;

6 gennaio, Epifania;

febbraio/marzo, Carnevale (4 giorni prima del Mercoledì delle Ceneri);

marzo/aprile, Pasqua e Venerdì Santo;

21 aprile, Festa di Tiradentes;

1° maggio, Calendimaggio;

giugno, Corpus Domini;

7 settembre, Festa dell'Indipendenza;

12 ottobre, Festa di nostra Signore di Aparecida;

2 novembre, Festa dei morti,

15 novembre, Festa della Proclamazione;

25 dicembre, Natale.

Vacanze scolastiche estive: dal 15/20 Dicembre al 5/10 Febbraio;

Vacanze invernali: intero mese di Luglio.

Ferie: Gennaio e Febbraio