



NEWS

Momento Italia Brasile 2011 - 2012

Per un intero anno, dall'ottobre 2011 all'ottobre 2012, si susseguiranno, in tutto il Brasile, eventi culturali, fieristici e manifestazioni con protagonista l'Italia.

di Enrico Ratto

"Momento Italia Brasile 2011/2012" ha per obiettivo lo sviluppo delle relazioni bilaterali tra i due paesi, nell'ambito culturale ed economico, oltre che il rafforzamento dei sentimenti di simpatia che legano il Brasile al nostro paese, di cui sono originari ben 25 milioni di brasiliani.

Per il mondo imprenditoriale, l'auspicio è di accrescere la presenza del made in Italy nel mercato più promettente dell'America Latina.

Ciò che rende l'evento di grande interesse è lo scenario economico brasiliano, le cui prospettive sembrano quelle di un altro pianeta, per chi, ogni giorno, si confronta con i dati dell'economia italiana: l'UNCTAD, agenzia ONU del commercio e dello sviluppo, colloca il Brasile al terzo posto, nel mondo, per attrattività degli investimenti stranieri (dietro Cina e India).

Nel solo primo semestre del 2010, il PIL brasiliano è cresciuto dell'8%.

La previsione della crescita delle vendite delle merci al dettaglio, per l'anno in corso, è del 30%. Invidiabile anche la dinamica del mercato dei beni di lusso, con una tendenza di crescita che, negli ultimi anni di crisi economica, si è attestata al 23% annuo.

Ogni ora, festeggiano, in Brasile, sei nuovi milionari che, nel 2009, sono stati oltre 50.000.

Non solo i ricchi diventano più numerosi, ma la povertà arretra, secondo Marcello Neri, economista della "Fundação Getulio Vargas", per il quale la fascia più povera della popolazione si è ridotta del 12%, tra il 2009 ed il 2010, mentre, nello stesso periodo, le fasce medie e benestanti sono cresciute del 13%, segno che lo sviluppo non è solo economico, ma anche sociale, nel paese da sempre identificato con le più crudeli disuguaglianze sociali. Con percentuali a due cifre, pertanto, nuovi consumatori in cerca di status approdano al mercato dei beni di consumo.

Grande entusiasmo economico si respira, in particolare, a Rio de Janeiro, città amata dagli italiani, il cui tessuto sarà completamente rivoluzionato nei prossimi anni, in vista delle olimpiadi (2016), con i valori immobiliari destinati a quadruplicare, nei prossimi cinque anni.

In tutto il paese, sono, peraltro, programmati investimenti in infrastrutture, per 840 miliardi di dollari, da realizzarsi tra il prossimo mondiale di calcio (2014) e le olimpiadi.

Mai prima d'ora, dunque, il paese sudamericano ha vissuto una simile favorevole contingenza per lo sviluppo: la stabilità politica ed economica, un crescente potere d'acquisto della classe media, un'enorme disponibilità di materie prime (sempre più scarse e meno soggette alle fluttuazioni del mercato) per una previsione di crescita del PIL del 5% annuo, nei prossimi dieci anni.

Il processo di rapida industrializzazione del paese, potrà rappresentare un'opportunità con pochi precedenti per l'export italiano di tecnologie, macchinari e pezzi di ricambio.

Se lo scenario economico brasiliano rappresenta il primo motivo di interesse del MIB, il secondo sono le analoghe iniziative che il Brasile ha già organizzato in passato: il 2005 è stato "l'anno del Brasile in Francia". In conseguenza del grande successo dell'evento, nel 2009, la Francia ha ben pensato di invertire gli addendi, organizzando "l'anno della Francia in Brasile". Il successo di questa seconda iniziativa è stato anche maggiore ed è testimoniato dal numero di progetti francesi presentati per la selezione al calendario ufficiale: oltre 1.500, tra iniziative pubbliche e private. L'ambasciatore francese in Brasile ha avuto ragione di dichiarare. "l'anno della Francia in Brasile è stato l'occasione per il rafforzamento di partneri strategici. Abbiamo trasformato un rapporto di formale amicizia in una serrata intimità operativa".

Il MIB, su queste premesse, ha tutte le carte in regola per consolidare il già forte legame culturale ed economico tra il nostro paese ed il Brasile: San Paolo è una delle città più "italiane" al mondo ed uno dei programmi preferiti dei paulistani, per il fine settimana, è mangiare una buona pizza nelle migliaia di pizzerie italiane della città (San Paolo è la seconda città al mondo, per consumo di pizza, dopo New York).

A cavallo tra cultura ed economia, il settore enogastronomico brasiliano offre molte opportunità: nel 2008 il consumo di olio di oliva è cresciuto più del 250% e quello dei vini d'importazione del 100% (nell'ordine, dal Cile, dall'Argentina e dall'Italia).

Una delle iniziative del MIB, sarà la partecipazione della più importante scuola italiana di cucina, in

partnerariato con l'università brasiliana SENAC, alla "Semana Mesa Sao Paulo 2011", il più grande congresso annuale di gastronomia dell'America Latina, con più di 10.000 partecipanti, tra chefes ed imprenditori.

Nel 2008, un altro paese europeo, la Spagna, ha partecipato all'organizzazione della "Semana Mesa Sao Paulo" ed il pluridecorato cheff, Ferran Adrià, con 18 colleghi stellati, ha organizzato la "cena del secolo", un convivio "spagnolo" di beneficenza per 100 persone, con vendita all'asta del posto a tavola, volato al ragguardevole prezzo di 5.000 reais (circa 2.300 euro).

La sfida del MIB, per il nostro paese, deve essere, dunque, anche quella di insegnare, alla nuova classe media brasiliana, come apprezzare la qualità dei prodotti, aspetto ancora inesplorato dai molti neo-consumatori del paese sudamericano.

L'organizzazione ferve, chi fosse interessato deve attivarsi: il segretario del comitato organizzatore del MIB, Leonardo Guerrieri (ambasciata italiana di Brasilia), ha già fatto sapere che le proposte per il calendario ufficiale crescono di giorno in giorno, ponendo una seria premessa per superare il successo dell'evento franco-brasiliano. Gli imprenditori italiani, quindi, sembrano intuire che il MIB sarà un'imperdibile vetrina del made in Italy, in uno dei più promettenti mercati del pianeta.

Il logo simbolo dell'evento (W/McCann) non esita a giocare con i più noti monumenti dei due paesi, stilizzando il Cristo Redentore sulla sagoma inconfondibile del Colosseo, per esplicitare l'obiettivo del MIB: l'abbraccio culturale ed economico di due paesi.

19-9-2010

LINK ALLA NEWS:

www.eccellere.com/rubriche/news/news.asp?id=347

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** (www.eccellere.com/notelegali.htm).