

Di Ivan De Stefano

**Egregio Presidente da quanto ricopre questo ruolo per la Camera di Commercio Italo/Brasiliana?**

Pur trattandosi di un ruolo gratuito come tutti gli Organi Camerali, vista la profonda conoscenza del Brasile da parte del sottoscritto, le Assemblee degli ultimi anni mi hanno confermato Presidente dal 1996.

**Da quanto tempo è stata istituita la Camera di Commercio Italo/Brasiliana, e in dettaglio se può illustrarci i suoi obiettivi specifici**

La Camera di commercio Italo Brasiliana [www.ccib.it](http://www.ccib.it) è stata fondata nel 1954, e proprio nel maggio 2014 ha festeggiato i suoi primi 60 anni, con un evento dedicato alle Istituzioni ed alle Imprese.

Fermo quanto prevede lo Statuto Sociale, la Camera, essendo parte del Sistema Italia con la specialità Paese Brasile, ha come obiettivo il sostegno all'Internazionalizzazione delle Piccole e Medie Imprese fornendo prima informazioni preventive gratuite, ed assistendole poi con consulenze a 360° sui temi: legislativo, doganale, fiscale, societario, lavoro, ambiente, finanziario e logistico.

**Quali opportunità ci sono attualmente per investimenti Italiani in Brasile, e quali settori hanno una maggiore considerazione?**

E' importante sapere che il Brasile è la 9ª Economia Mondiale, e che il suo mercato è un mercato di consumo interno, con conseguenti possibilità per l'Internazionalizzazione delle Imprese Italiane ed Europee interessate a trovare un Partner commerciale e produttivo affidabile.

Le principali attività e settori ove le Imprese Italiane ed Europee possono svolgere un ruolo importante in Brasile sono: indotto del sistema automotive; indotto del sistema Oil & Gas; Grandi opere e concessioni stradali ed aeroportuali; ferroviario; agroalimentare di qualità; industria meccanica e plastica di precisione; chimica e petrolchimica, medicinali inclusi.

**In ambito economico ed industriale, come viene percepita l'Italia in questo momento dal Brasile per investimenti a breve e lungo termine?**

La percezione del Made in Italy in Brasile, è tradizionalmente alta, proprio perché l'italianità dei suoi prodotti è più conosciuta per le sue realtà industriali presenti sul territorio da molti anni: Gruppo Fiat, Gruppo Pirelli, Ferrero, Barilla, ecc., oltre che per i tradizionali marchi di traino al Made in Italy come: Armani, Ferrari, Diesel e molti altri, rimanendo però l'aspetto Industriale e tecnologico quello più conosciuto ed affermato.

**Può approfondirci la vostra funzione nell'organizzazione e lo sviluppo delle missioni imprenditoriali in Brasile?**

Missioni in Brasile: Come è noto a chi segue le evoluzioni del mercato Economico Internazionale, il concetto di "missione multisettoriale" da alcuni anni non ha più valenza operativa, sia per il dispendio di tempo e risorse, e sia perché sono mutate le esigenze delle Aziende, Italiane e Brasiliane.

Noi organizziamo "missioni mirate per obiettivi" dedicando a specifiche esigenze e realtà Aziendali i supporti necessari a trovare in Brasile: location, partner, sedi e soluzioni mirate alla singola realtà.

**Su quali innovazioni sta puntando il Brasile (energie rinnovabili - fotovoltaico - ) sia per il rispetto ambientale, che per la competitività globale?**

Il Brasile sta innovando e rinnovando tutte le scelte strategiche alla crescita socio economica

del Paese, con particolare attenzione a quelle realtà produttive che vogliono insediarsi nei seguenti settori: energie green –fotovoltaico, biomasse, eolico -; sviluppo di software ed innovazioni tecnologiche di settore; tecnologie e innovazioni sui sistemi produttivi; innovazione e sviluppo dei sistema ferroviario, autostradale e portuale.

**Per concludere ringraziandola per la Sua disponibilità, le pongo l'ultima domanda, cosa pensa dell'Italia per i futuri scambi economici mondiali in questo momento di crisi economica europea?**

Â L'Italia ed il suo Sistema d'Impresa in generale dispongono di tecnologie, imprenditorialità e conoscenze tali da poter guardare al mercato Mondiale, dall'altro,

per nostra esperienza diretta, spesso constatiamo che le Imprese non sono strutturate/organizzate per affrontare Nuovi mercati Extraeuropei, attendendo che la “vecchia Europa”, più conosciuta, sicura e vicina, ritorni agli antichi “consumi”, tralasciando così opportunità di “mercati reali” come il Brasile, ove il fare Impresa, se ben assistiti, è possibile e competitivo, mantenendo la propria realtà ed identità in Italia, ma potendo crescere in un mercato reale.