

PROGETTO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

**BRASILE**

*Italian Vinhos*



OCM VINO 2020-2021 – PROMOZIONE PAESI TERZI

# PAESE TARGET: BRASILE



# IL MERCATO BRASILIANO

Per le esportazioni italiane di beni, dopo una breve contrazione, le previsioni indicano un ritorno in territorio positivo nel triennio 2018-2020, con una crescita intorno al 4% in media annua, grazie alla ripresa dell'economia brasiliana sostenuta dal recupero dei corsi delle materie prime e da una serie di riforme strutturali.

Nel 2016 è stato creato il *Programa de Parcerias de Investimentos* al fine di promuovere gli investimenti nel Paese, in particolare, nei settori elettrico, oil & gas, reti viarie, porti e aeroporti. Questo piano di concessioni genererà effetti positivi sulla domanda di meccanica strumentale (+3,5% in media annua nel periodo 2018-2020), metalli (+1,8%) e mezzi di trasporto (+4,9%), come confermato anche dai dati sulla crescita del fatturato dei relativi settori.



Le società che vogliono operare in loco devono comprendere il sistema fiscale, sia per quanto concerne le diverse imposte sia per quanto riguarda la documentazione. L'importazione in Brasile di prodotti può essere soggetta a licenza previa o esente. I beni soggetti a controllo necessitano di specifiche documentazioni richieste dagli organi di controllo amministrativo (Mapa, Anvisa, Inmetro, e così via) e hanno la finalità, tra le altre cose, di verificare gli standard sanitari.

Il grado di apertura dell'economia Brasiliana – misurato dal rapporto tra flussi di commercio estero e Pil – è cresciuto intorno al 25%, in media.

Ogni impresa che desidera importare prodotti dovrà essere iscritta nel Registro di Esportatori e Importatori (Rei) della Secex, la Segreteria del Commercio Estero, appartenente al Ministero dello Sviluppo, Industria e Commercio.

# APPROCCIO METODOLOGICO

## Fasi

## Attività a supporto

### 1. Scouting opportunità di business

- Sviluppo dossier paese, analisi di mercato e del posizionamento dei prodotti locali nei paesi target
- Scouting commerciale di opportunità di business specifiche per le aziende locali nei paesi target
- Selezione dei singoli operatori e relativi prodotti offerti con opportunità di sviluppo nei singoli paesi target
- Elaborazione strategie commerciali di penetrazione sui singoli mercati target
- Individuazione long list importatori/operatori di rilievo
- Analisi dei canali di distribuzione
- Valutazione della situazione interna ed esterna all'azienda, al fine di determinare potenziali elementi favorevoli

### 2. Piano di comunicazione nel Paese Target

- Elaborazione del piano di comunicazione per singolo paese per il miglioramento dell'immagine presso i paesi target
- Attività di sensibilizzazione delle iniziative sia nell'ambito del territorio che nei paesi target
- Produzione supporti multimediali e documentali in lingua

### 3. Missioni fieristiche all'estero

- Partecipazione a missioni fieristiche di carattere internazionale in Italia e all'estero
- Realizzazione di mostre, eventi e road-show specifici
- Individuazione partner esteri e relativa progettazione dell'incontro (finalità, possibili accordi, persone coinvolte, iter, ecc.)
- Preparazione ed informazione dei partecipanti alla missione istituzionale
- Supporto alla redazione della bozza degli accordi
- Accompagnamento e supporto logistico
- Supporto con segreteria organizzativa presso i paesi Target
- Produzione di materiale promozionale
- Supporto per assistenza legale, doganale e fiscale

# APPROCCIO METODOLOGICO

## Fasi

## Attività a supporto

### 4. Incontri bilaterali *incoming* e *outgoing*

- Match-making, ossia analisi dell'incrocio tra le richieste di interesse specifiche ricevute e la domanda e le caratteristiche degli interlocutori esteri
- Organizzazione di missioni operative che prevedano incontri bilaterali per lo scambio relazionale e di merci e servizi da svolgersi con modalità quali: country presentation, seminari e convegni, road-show, visite aziendali, ecc.
- Accompagnamento e supporto logistico
- Preparazione, informazione e formazione degli operatori
- Produzione di materiale promozionale

### 5. Follow-up strategico

- Rilevazione e tracciatura attività e dei relativi risultati in termini fisici, finanziari e di impatto
- Predisposizione di report sui risultati
- Eventuale supporto per la predisposizione di Business Plan
- Eventuale supporto nella strategia organizzativa per l'internazionalizzazione



**IB** investire  
in brasile

*Italian Vinhos*



# GLI OBIETTIVI



- ✓ Promuovere l'azienda e la sua immagine
- ✓ Incrementare il **volume d'affari**, sviluppare nuovi **mercati di sbocco**, aumentare i **profitti** e migliorare la **remunerazione** del capitale investito
- ✓ **Diversificare il rischio** legato alla diversificazione dei mercati di sbocco



# IL PROGETTO

*Italian Vinhos*



[www.italianvinhos.com.br](http://www.italianvinhos.com.br)

- ✓ Studio del **mercato e del settore** e analisi dei **canali di distribuzione** del paese
- ✓ **Valutazione** del grado di **efficienza ed efficacia della struttura logistico-produttiva e distributiva aziendale** in relazione alle caratteristiche del contesto estero
- ✓ Realizzazione di una **immagine aziendale coordinata**
- ✓ Partecipazione congiunta a **manifestazioni fieristiche settoriali**
- ✓ **Promozione all'estero** dell'azienda e dei loro prodotti
- ✓ Selezione di **operatori commerciali all'estero e follow-up** dei contatti
- ✓ Realizzazione congiunta di **educational tour e missioni B2B** all'estero
- ✓ Realizzazione di una **piattaforma comune di e-commerce**

# Le Attività

---

**1. Realizzazione e stampa di materiale promozionale in lingua inglese e portoghese**

**2. Partecipazione a Evento Fieristico a San Paolo do Brasil (acquisto stand, allestimento, servizi in fiera, assistenza linguistica)**

**3. Partecipazione n. 5 Wine Tasting in Brasile (San Paolo, Rio de Janeiro, Curitiba) con operatori/importatori/distributori brasiliani**

**4. Temporary Export Manager e servizio di supporto alla vendita**

**5. Servizi di viaggio, vitto e soggiorno per n. 2 rappresentanti aziendale**



# IL PROGETTO

## **COSTO DEL PROGETTO PER AZIENDA: 30.000 Euro**

- ✓ Finanziamento Ue (Fondo Perduto): 18.000,00 Euro
- ✓ Co-Finanziamento dell'impresa: 7.000,00 Euro
- ✓ Co-Finanziamento Prodotto (Acquisto Vino): 5.000,00 Euro
  
- ✓ Tra le spese sono incluse:
  - Materiale Promozionale: 3.000 Euro
  - Spese Viaggio e Alloggio Missione commerciale: 4.000,00 Euro
  - TEM e supporto alla vendita Euroconsult (10%): 3.000,00 Euro

**DURATA DEL PROGETTO:** 9 Mesi (Aprile 2021 – Dicembre 2021)

# La società di consulenza



**EUROCONSULT** nasce nel 1996 come società di professionisti nel settore della consulenza aziendale e direzionale, dei servizi di supporto all'export e all'internazionalizzazione, da oltre 30 anni di esperienza e relazioni.

**Euroconsult**, in partenariato con **INVESTIREinBRASILE** a San Paolo, è la porta d'ingresso per le aziende di food & wine italiane sul mercato brasiliano.



## Riferimenti:

Dott. Michele Sabatino  
Dott.ssa Annalisa Lambritto  
Dott. Cristina La Rocca  
Tel./Fax 0935/22599 – 335/8425807

## Sedi:

ITALIA: ENNA, Via Roma, 93 – 94100  
CINA: SHANGHAI, No.300, Hongfeng Road, PuDong District 上海市浦东新区红枫路300弄  
BRASILE: INVESTIREinBRASILE, SAN PAULO, Rua Alvarenga Peixoto 307, CEP: 05095-010  
[info@euroconsultsicilia.it](mailto:info@euroconsultsicilia.it) - [www.euroconsultsicilia.it](http://www.euroconsultsicilia.it)

