

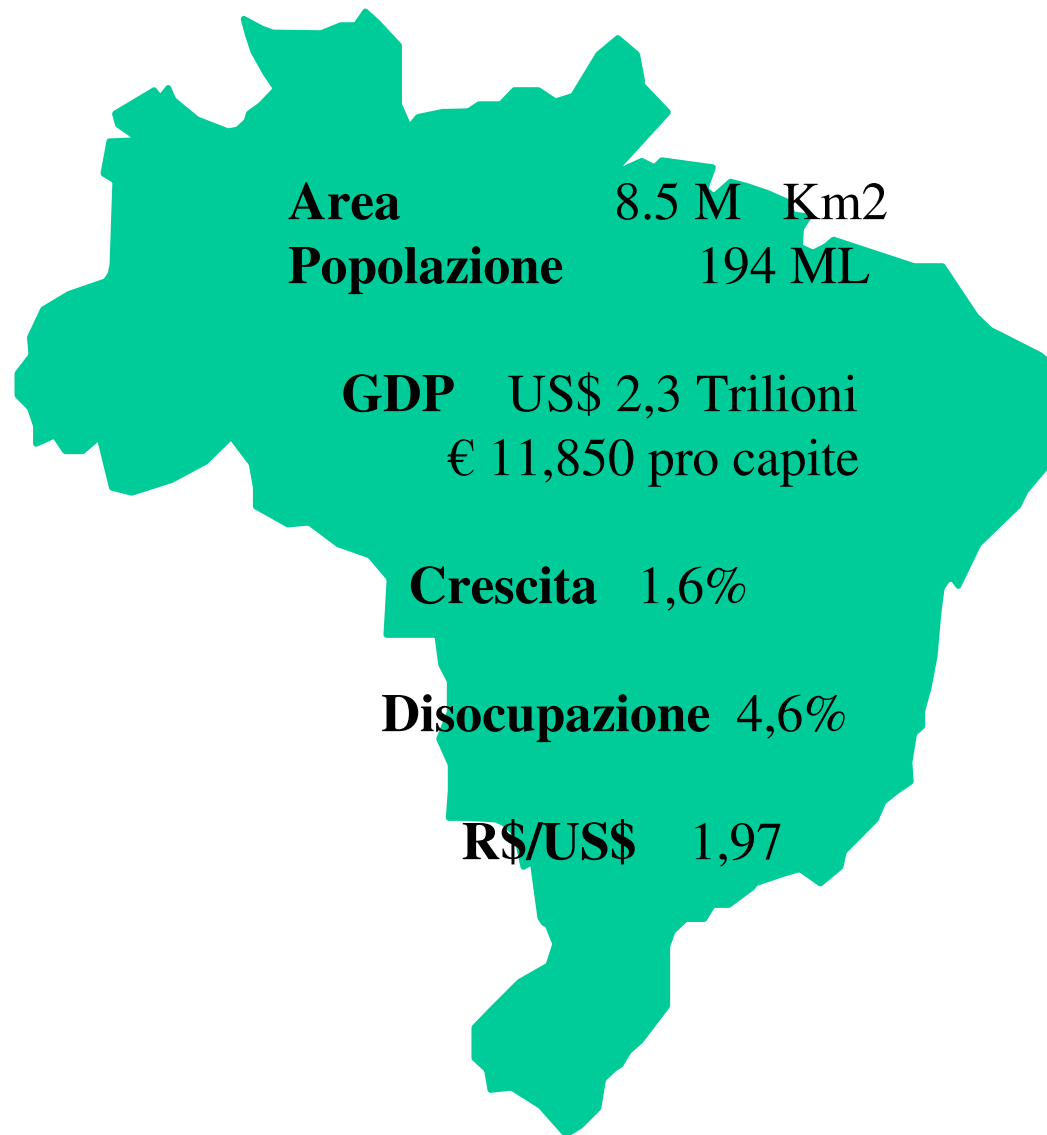
Brasile

WORKSHOP

**“Fare business nel mondo:
opportunità e strumenti
operativi”**

**ALMA GRADUATE SCHOOL
Bologna**

2012 Indici Macroeconomici



Source: FMI, Banca Mondiale

Brasile – Uno Sguardo

- ✓ **5 Macro Regioni / 27 Stati**
- ✓ **NORD: 42% Superficie Brasiliana**
5% del PIL Brasiliano
17 ML abitanti
- ✓ **NORDEST: Ricca Cultura, Storia, Turismo**
13% del PIL Brasiliano
54 ML abitanti
- ✓ **CENTRO OVEST: Agricoltura, Ind. Mineraria**
9% del PIL Brasiliano
15 ML abitanti
- ✓ **SUD EST: Grande Industria, Agricoltura, Allevamento, Servizi**
55 % del PIL Brasiliano
80 ML abitanti
- ✓ **SUD: Variegato Sistema Industriale, Agricoltura, Allevamento**
19% del PIL Brasiliano
28 ML abitanti



VANTAGGI STRATEGICI - BRASILE

- ✓ **Uno dei paesi: BRIC**
- ✓ **Importante Mercato Locale**
- ✓ **Mano d'Opera**
 - ❖ **Base**
 - ❖ **Specializzata**
- ✓ **Stabilità negli ultimi anni**
- ✓ **Interesse ad Espandere in Brasile: Camera di Commercio**

FATTORI CRITICI PER IL SUCCESSO

- ✓ **Corretta Analisi del Mercato dove si intende sviluppare un business**
- ✓ **Consapevolezza del Mercato dove si intende sviluppare un business**
- ✓ **Sviluppo di un Piano Strategico**
 - ❖ **Chiare Strategie**
 - ❖ **Chiare Azioni / Responsabili / Tempi**
- ✓ **Definizione del Tipo di Investimento**
 - ❖ **Basso Rischio**
 - ❖ **Medio Rischio**

Investimento a Basso Rischio

- ✓ **Contratto di Agenzia**
- ✓ **Contratto di Distribuzione**
- ✓ **Contratto di Rappresentanza Commerciale**
- ✓ **Contratto di Franchising**

Vendita e Distribuzione di Prodotti

- ✓ **Consigliata l'opportuna stesura di Contratto di Vendita e Distribuzione**

- ✓ **Assicurarsi di coprire i principali aspetti contrattuali quali:**
 - ❖ **Definizione del rapporto di distribuzione / agenzia**
 - ❖ **Definizione chiara dei prodotti / servizi coinvolti**
 - ❖ **Nomina del Distributore / Agente**
 - ❖ **Definizione del Territorio**
 - ❖ **Durata e Obblighi del Rapporto**
 - ❖ **Tutela dei Brand / Marchi Aziendali**
 - ❖ **Prezzi, Termini di Pagamento, Minimi di Vendita**
 - ❖ **Obblighi tra le parti**
 - ❖ **Termine del Rapporto**
 - ❖ **Foro competente e legge applicabile**

Contratto di Vendita – Brasile

- ✓ **Disegno di Legge – Fine 2012: Adesione alla Convenzione delle Nazioni Unite sui contratti di Compravendita Internazionale di Merci**
- ✓ **In attesa di ratifica da parte della Presidenza della Repubblica**
- ✓ **Con l'adesione alla convenzione (Italia è uno dei primi paesi firmatari), i produttori Italiani che esportano prodotti in Brasile potranno fare affidamento ad una disciplina uniforme**
- ✓ **Si consiglia una dettagliata negoziazione con il potenziale partner e capire quale sia il diritto applicabile**
- ✓ **In assenza di uno specifico accordo tra soggetti contraenti, la Convenzione di Vienna detta alcune regole fondamentali:**
 - ❖ **Prezzo della Merce**
 - ❖ **Inadempimento della Prestazione**
 - ❖ **Risarcimento dei danni e responsabilità del produttore**

INIZIATIVE COMMERCIALI / PRODUTTIVE

- ✓ **Ufficio di Rappresentanza**
- ✓ **Costituzione di Piccola Azienda**
- ✓ **Produzione in Loco**

INIZIATIVE COMMERCIALI / PRODUTTIVE

Costituzione di Piccola Azienda

- ✓ **Iscrizione dei Soci no CPF**
- ✓ **Procura a rappresentante in Brasile per costituzione azienda**
- ✓ **Copia documenti d'identità**
- ✓ **Elaborazione del «Contratto Social»**
- ✓ **Registro nella «Junta Comercial»**
- ✓ **Contribuzione per Capitale Sociale**

INIZIATIVE COMMERCIALI / PRODUTTIVE

Costituzione di Piccola Azienda – Fattori Critici

- ✓ **Elaborazione del «Contrato Social»**
- ✓ **Strategia Tributaria che adotterà la futura società**
- ✓ **Definizione del «Contador»**
- ✓ **Definizione del «Procuratore»**

INIZIATIVE: PRODUZIONE IN LOCO

Vantaggi

- ✓ **Maggiore competitività sul mercato**
- ✓ **Abbattimento delle barriere tariffarie di importazione**
- ✓ **Autonomia Gestionale**

Svantaggi

- ✓ **Investimenti elevati**
- ✓ **Costituzione, direzione e monitoraggio della organizzazione della società estera**