

Camere di Commercio Italiane
nel Mercosud

Progetto Demetra

AGROALIMENTARE, BENESSERE & TURISMO
delle Camere di Commercio Italiane nel MercoSud



CÁMARA DE COMERCIO ITALO-PARAGUAYA
Asunción-Paraguay



AGROALIMENTARE



BENESSERE



TURISMO



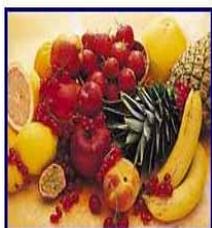
PARAGUAY

PRESENTAZIONE GEOPOLITICA

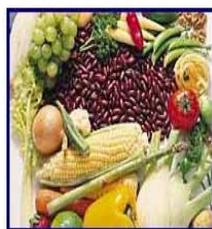
Informazioni Generali



BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



La Repubblica del Paraguay é un paese libero ed indipendente, uno stato sociale di diritto, unitario, indivisibile decentralizzato; con un governo basato nella democrazia rappresentativa, partecipativa e pluralista, con un regime politico presidenziale.

Quest`anno si trova in periodo di elezioni, nelle quali si definirá il nuovo presidente ed i componenti del parlamento che entrará in carica nel secondo semestre.

La lingua ufficiale é lo spagnolo ed il 90% della popolazione é cattolica.

É un paese mediterraneo si trova nel cuore dell' America del Sud, confinando al nord con la Bolivia ed il Brasile, al Est con il Brasile e l'Argentina, al sud con l'Argentina e al ovest con la Bolivia e l'Argentina.

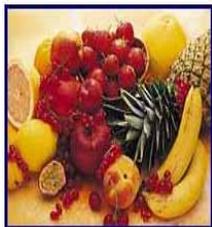
Ha una posizione geopolitica privilegiata, dato che la sua capitale, Asunción, si trova a 2 ore di volo dalle principali città dell' America del Sud (Santiago, Buenos Aires, Montevideo, Río de Janeiro e San Paulo).

Costituzione Nazionale del Paraguay, 1.992.

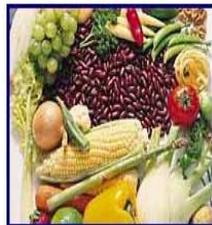
Caratteristiche Geografiche e Divisione Politica



BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



**Geograficamente é diviso in 2 regioni:
Orientale ed Occidentale o Chaco.**

**La prima con eccellenti terreni per
l'agricoltura e l'allevamento di
bestiame, bagnata da numerosi fiumi e
ruscelli, con alcune colline non molto
alte.**

**La seconda al contrario é una terra arida,
secca, senza colline, poco abitata, con
caratteristiche piú indicate per
l'allevamento.**

**Nella regione Orientale si trovano
giacimenti di alcuni minerali preziosi,
mentre nel Chaco già si stá studiando
la qualità e quantità dei giacimenti di
petrolio che sono stati trovati.**

Politicamente é diviso in 17 dipartimenti.

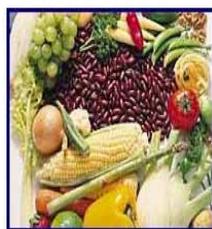




BENESSERE



AGROALIMENTARE



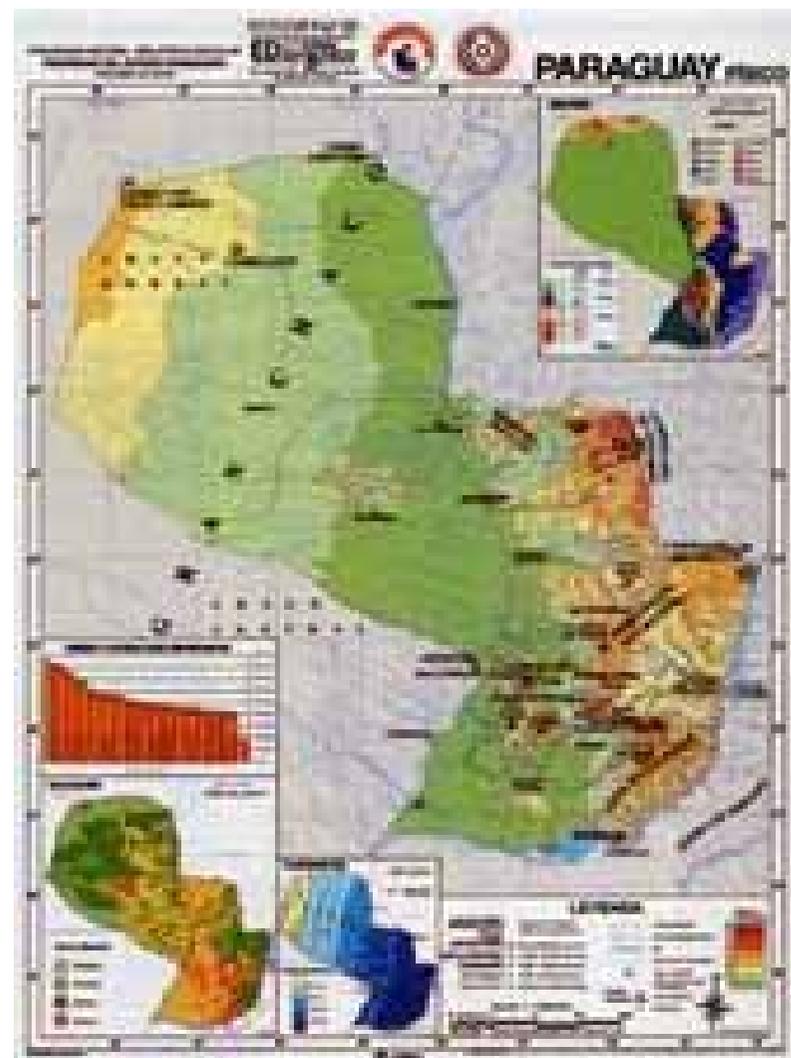
TURISMO



Possiede 3 catene montagnose: le cordigliere del Amabay, Mbaracayú e Ybyturuzú, le cui cime piú elevate si trovano nel Dipartimento del Guairá seguite da quelle del Amambay.

Il fiume piú lungo é il Paraguay (che attraversa il paese da Nord a Sud, dividendo alle due regioni) seguito dal Pilcomayo (che divide il Chaco paraguay da quello argentino) ed il Paraná (che separa alla Regione Orientale dal Brasile e l'Argentina).

Il clima é da tropicale a subtropicale. Le maggiori precipitazioni cadono nei mesi di ottobre, marzo, novembre e dicembre; registrandosi le temperature piú alte tra dicembre e marzo, e le piú basse nei mesi da maggio ad agosto (con un promedio di 38 ye10 gradi centigradi rispettivamente).



Caratteristiche Socio-demografiche



BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



Nel 2006 Asunción, la capitale del Paraguay, aveva 519.361 abitanti [1] del totale della popolazione che é di 6.009.143. Le altre grandi concentrazioni urbane sono nei dipartamenti di: Centrale (1.791.765), Alto Paraná (686.789), Itapúa (510.891) e Caaguazú (472.085); il resto dei dipartamenti della regione Orientale hanno tra 349.000 e 83.000 abitanti. Questi dati sono diametralmente opposti a quelli della Regione del Chaco, dove la maggior parte della popolazione si trova nel dipartimento di Boquerón (51.398) e la minor parte nel Alto Paraguay (11.634).

É cosí grande la concentrazione nei luoghi sopra descritti, che in Asunción la densità di popolazione (abitante per km. quadrato) é di 4.439, in Centrale 727 e in Alto Paraná 46[2].

A continuazione alleghiamo la piramide della popolazione del Paraguay, illustrando la maggior quantità per sesso e per età; nella quale si potrà osservare che la maggior fascia é quella dei giovani, soprattutto fino i 30 anni, il quale rappresenta una grande quantità di manodopera non qualificata o che recentemente stá cominciando a formarsi, e che é utilizzata principalmente nei settori economici terziari (52%, seguito da molto lontano per il 31% dal primario e al 17% dal secondario)[3].

[1] Dati del Censo 2006.

[2] In contrappartita al Chaco dove la concentrazione oscilla tra i picchi di 0,6 e 0,1 abitanti per km.2.

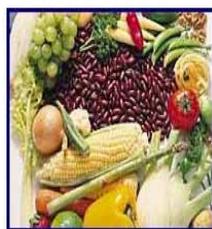
[3] Paraguay, Congiuntura Presente e Prospettive Dott. Ricardo Rodríguez Silvero, 2007.



BENESSERE



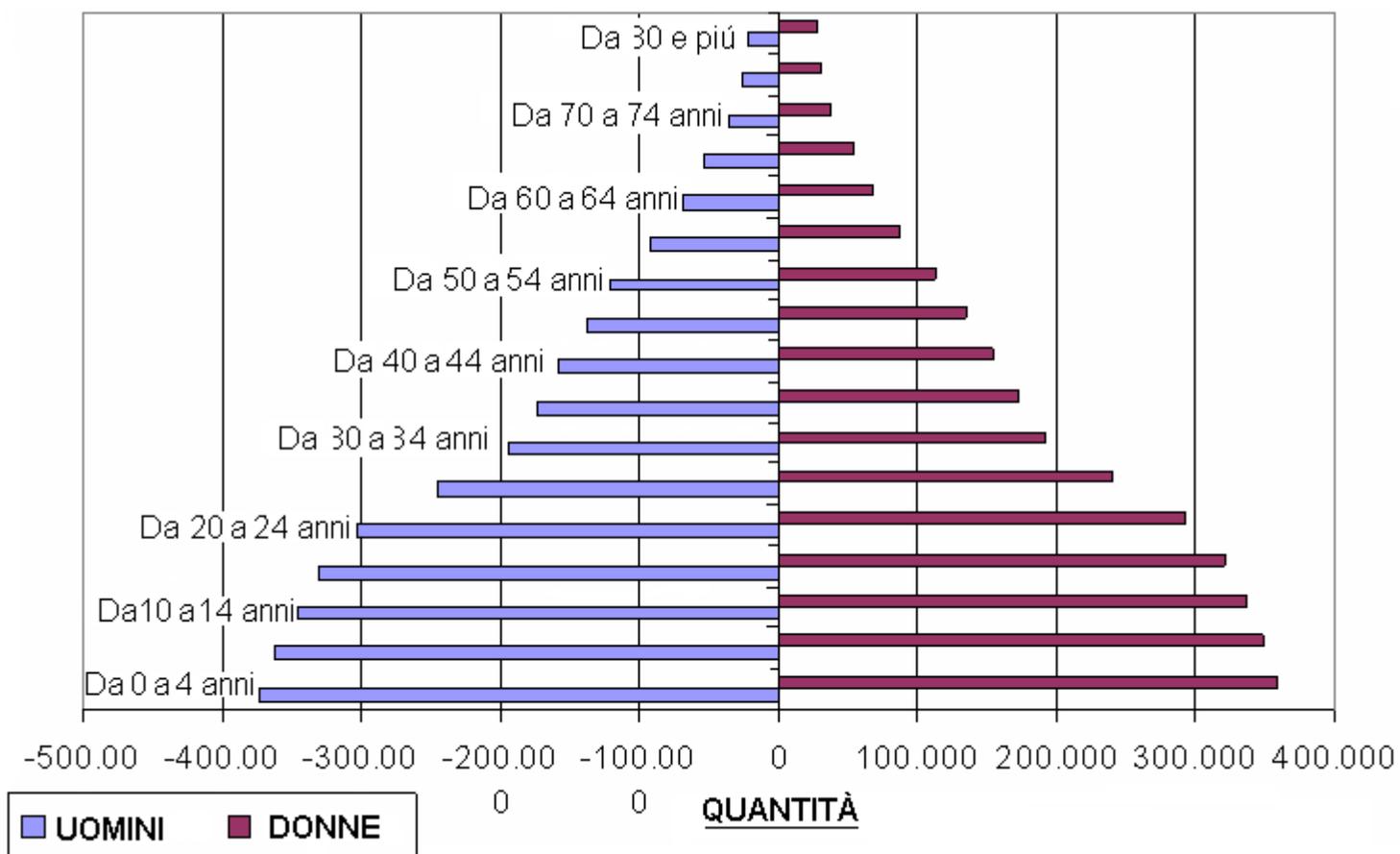
AGROALIMENTARE



TURISMO



Piramide della popolazione

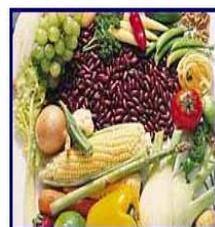




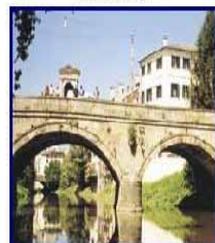
BENESSERE



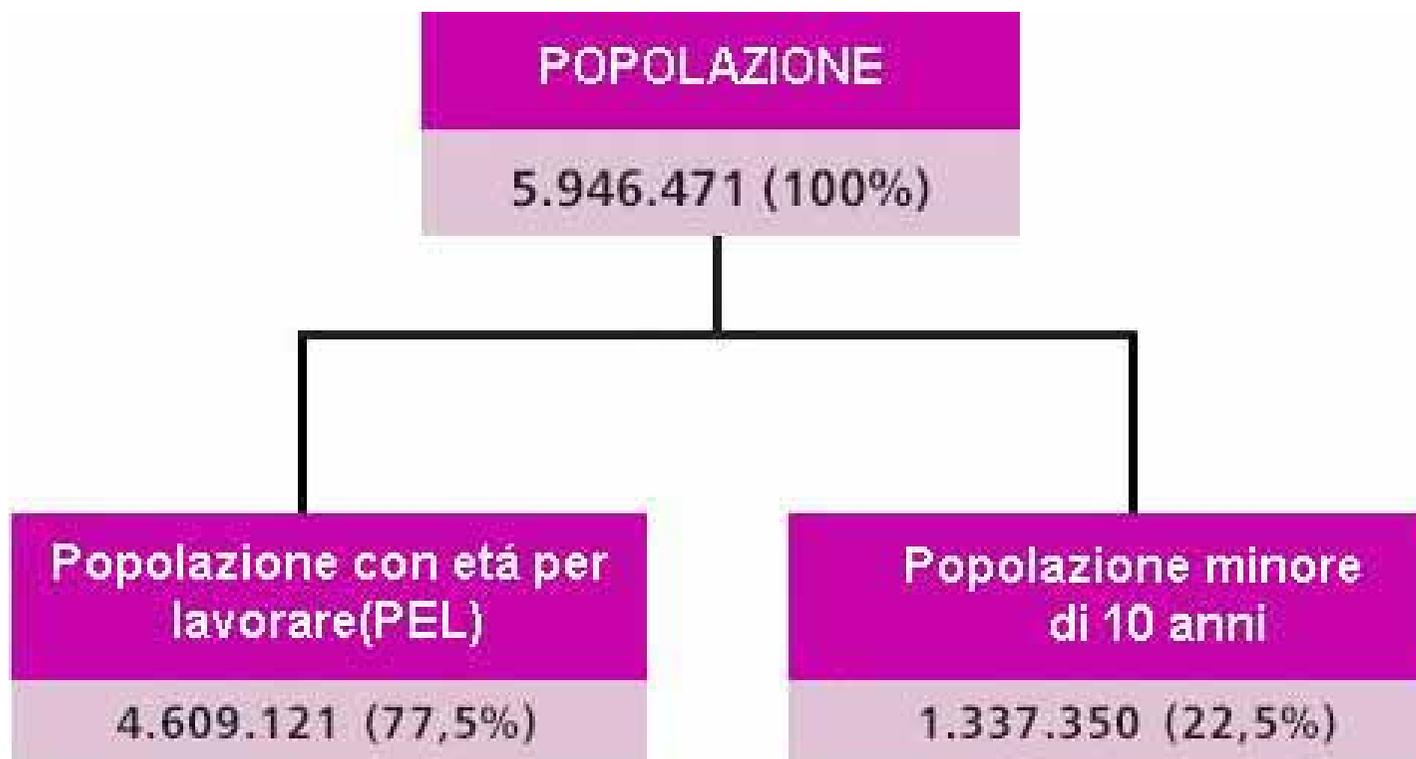
AGROALIMENTARE



TURISMO



Popolazione Economicamente Attiva – PEA

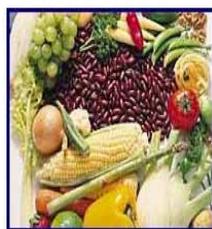




BENESSERE



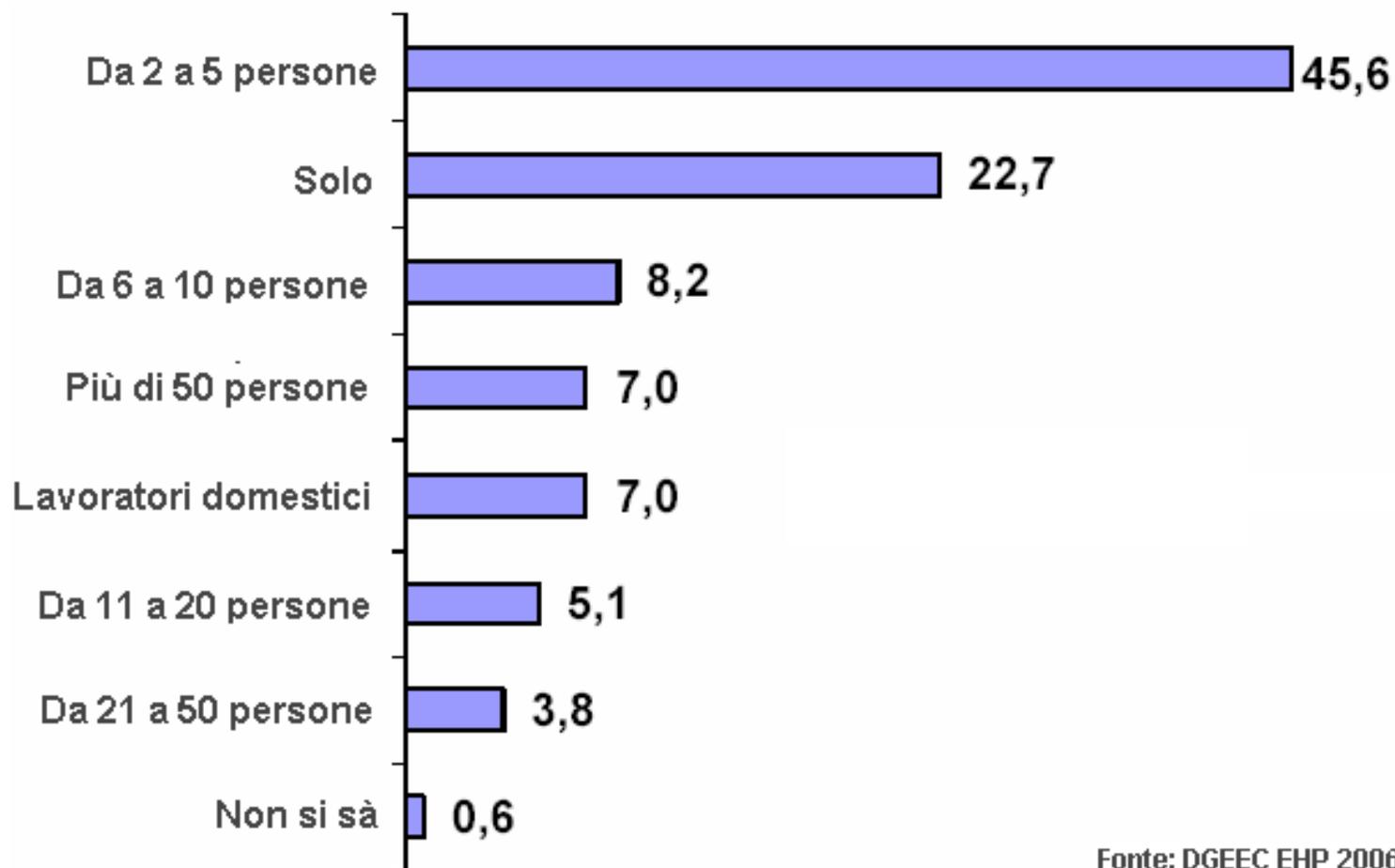
AGROALIMENTARE



TURISMO



Distribuzione della PEA, per dimensione dell'impresa. Anno 2006



Fonte: DGEEC EHP 2006

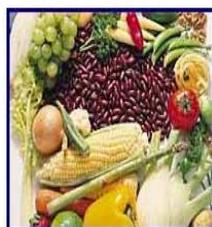
Distribuzione della PEA, occupata (%), secondo la categoria di occupazione. Anno 2006



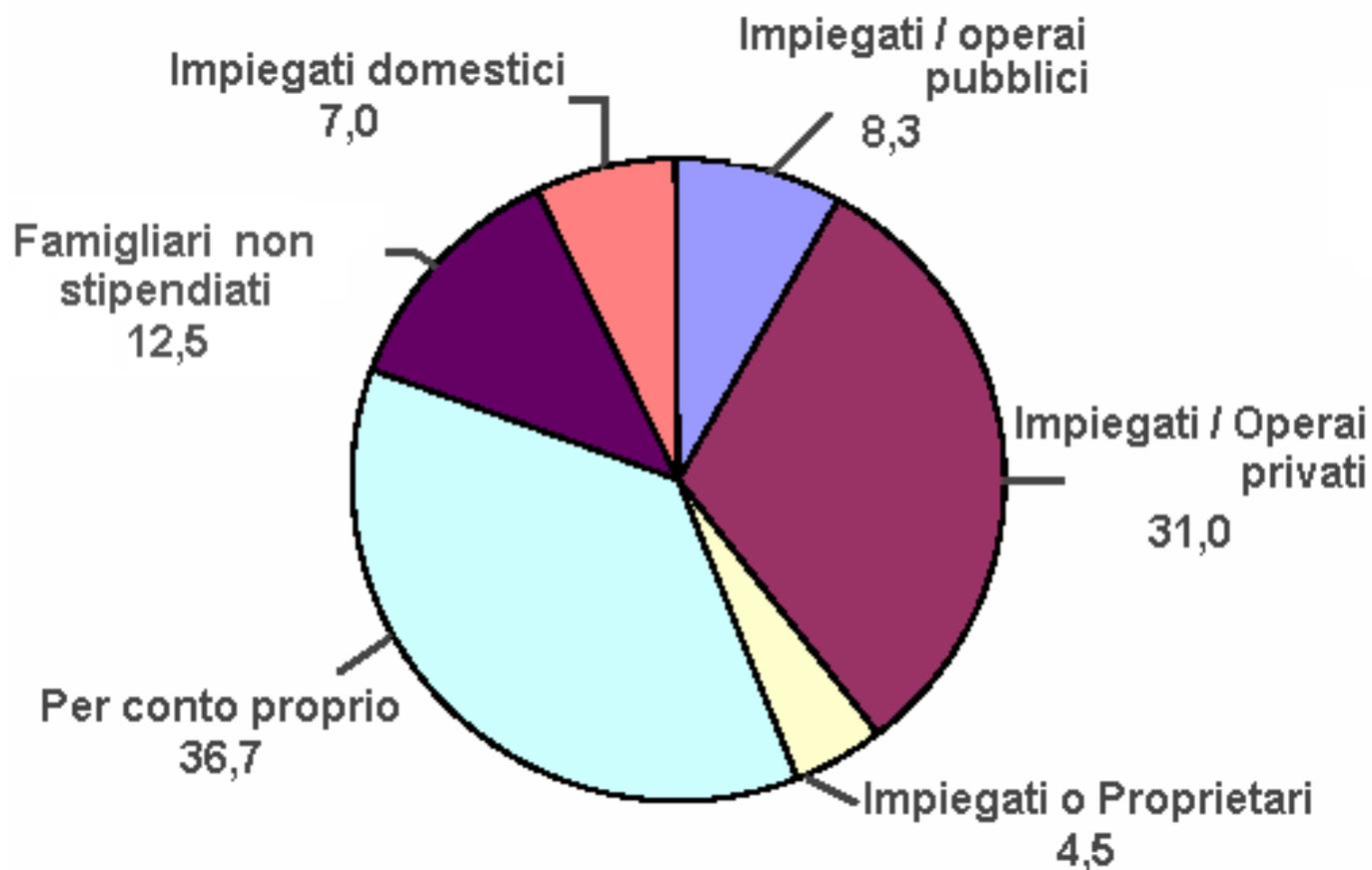
BENESSERE



AGROALIMENTARE



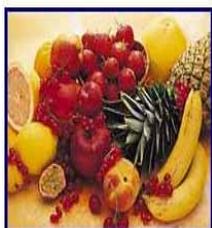
TURISMO



Vie di trasporto



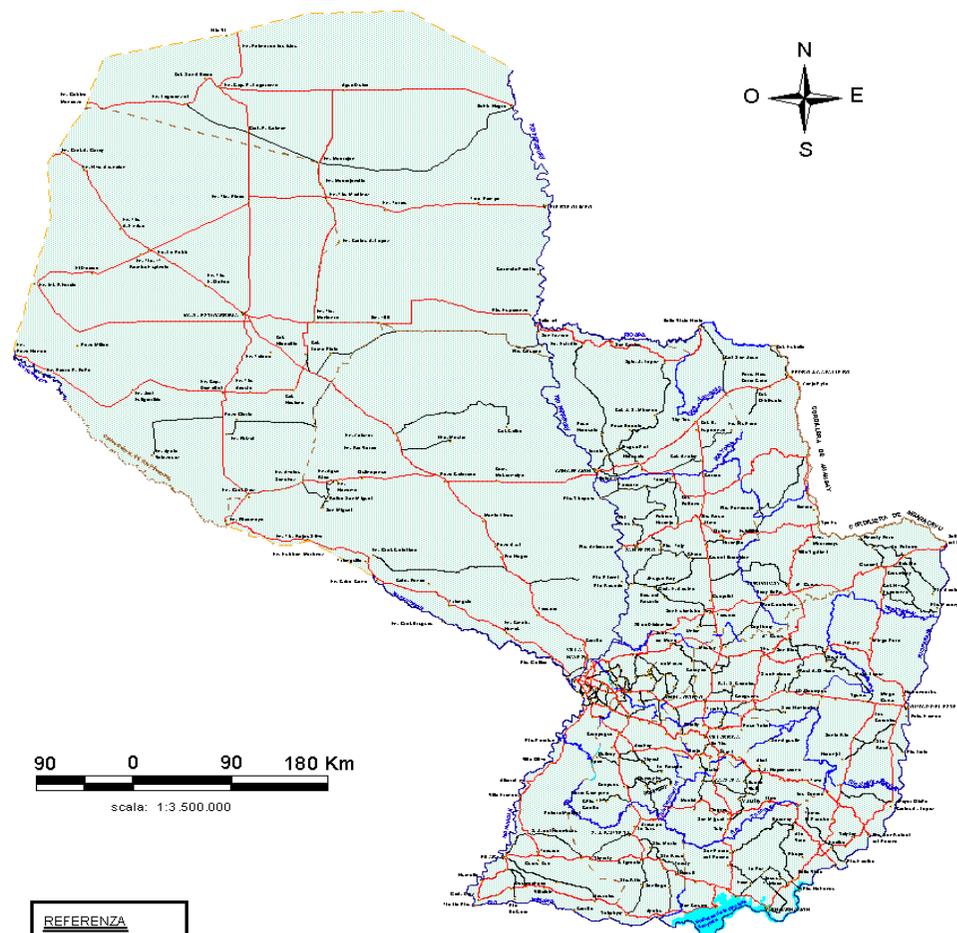
BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO

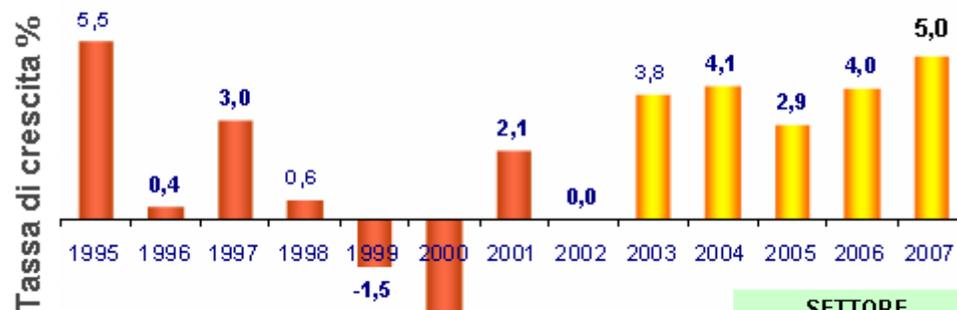


REFERENZA	
STRADA	
■	Nazionale
■	Dipartimento
IDROGRAFICA	
■	Laghi e lagune
■	Fiumi
■	Ruscilli

Rete Stradale Nazionale (Km)			
	Non asfaltata	Asfaltata	Sub-Totale
Nazionale	6.471,35	3.075,27	9.546,62
Dipartimento	5.081,89	468,45	5.550,34
TOTALE	11.553,24	3.543,72	15.096,96

QUADRO MACROECONOMICO

Prodotto Interno Lordo



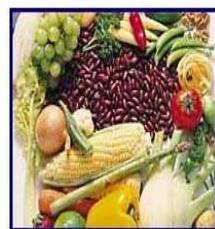
**Crescita reale del PIL
procapite, dal 1995 al
2007**



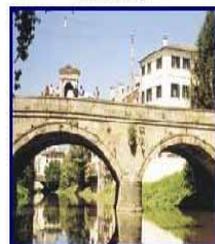
BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



**Evoluzione del PIL
per i principali rami di
attività**

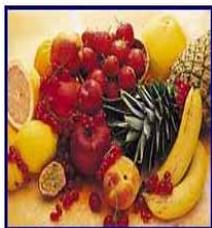
SETTORE	2003	2004	2005	2006	2007*
<i>Settore Primario</i>	8,1	3,9	-0,1	3,6	14,7
Agricoltura	-1,2	3,0	-5,4	1,2	25,0
Allevamento	0,7	7,5	15,1	10,6	-7,0
<i>Manifatture</i>	0,7	3,3	2,7	2,5	-1,3
Produzione di carne	-1,9	14,0	17,9	10,2	-11,0
Bevande e Tabacco	2,2	2,0	5,0	6,5	-1,5
Macchine	-11,4	-4,4	20,0	22,0	10,0
Elettricità e acqua	4,6	3,6	2,8	8,5	4,5
Costruzioni	14,4	2,1	4,5	-3,5	5,5
<i>Servizi</i>	1,8	4,7	4,3	5,8	4,7
Commercio	5,8	5,3	2,4	5,8	4,5
Comunicazioni	-5,8	8,4	13,5	14,0	10,0
Gover Generale	-0,6	3,5	7,8	4,5	4,5
Tasse	3,4	4,5	3,7	4,3	4,8
PIL	3,8	4,1	2,9	4,3	6,4

* Cifre preliminari soggette a variazioni

Movimento del Tipo di Cambio



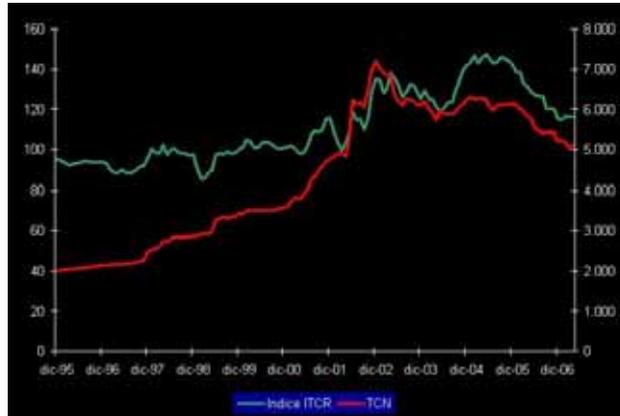
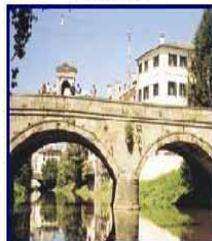
BENESSERE



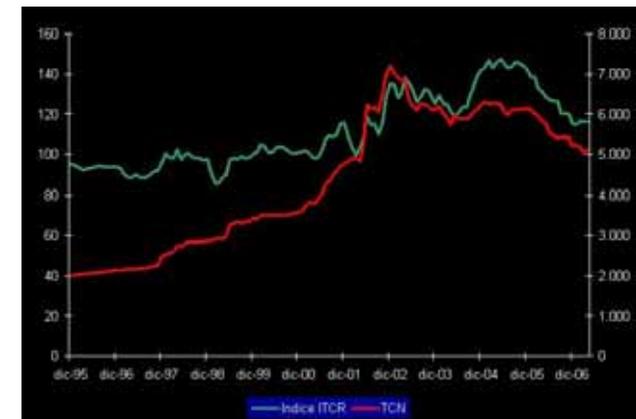
AGROALIMENTARE



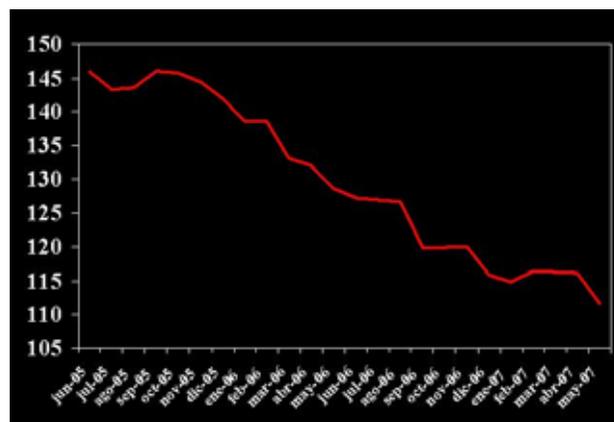
TURISMO



Indice del tipo di cambio reale e livello del tipo di cambio nominale



Indice del tipo di cambio reale e livello del tipo di cambio nominale



Indice del tipo di cambio reale

Grazie all' intervento del BCP, si osserva una caduta soave del índice del TCR

COMMERCIO ESTERO

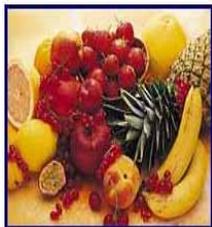
- Generalità

Paraguay é un paese che risulta molto interessante per l'investitore straniero, per le sue caratteristiche geografiche e fiscali. Nel secondo caso, possiamo mettere in evidenza i seguenti fattori:

1. **Equilibrio fiscale.-**
2. **Bassa pressione tributaria in termini macroeconomici.-**
3. **Basso Costo Salariale.-**
4. **Rilevante basso costo della sicurezza sociale.-**
5. **Basso Costo di Fabbricazione.-**
6. **Vantaggi specifici per l'investitore.-**



BENESSERE



AGROALIMENTARE



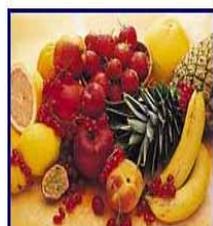
TURISMO



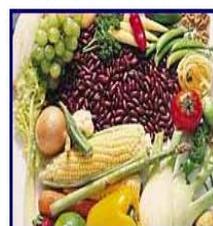
Presentazione dei principali prodotti di Esportazione



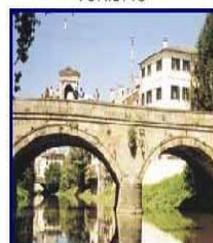
BENESSERE



AGROALIMENTARE

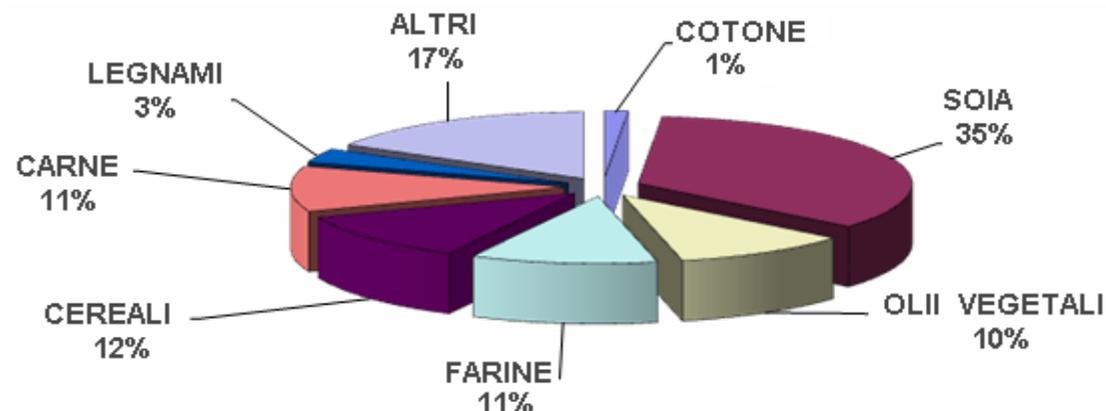


TURISMO



Anni	Soia	Cereali	Farine	Carne	Olii Vegetali	Legnami	Cotone	Altri	Totale
2000	285.924	31.745	62.383	70.370	42.029	75.062	78.493	223.351	869.357
2001	356.315	50.696	78.737	76.419	46.897	68.739	83.469	228.933	990.205
2002	340.685	38.447	105.348	71.098	77.165	55.718	35.961	226.179	950.601
2003	516.959	92.021	104.137	60.150	93.032	58.431	58.098	258.676	1.241.504
2004	578.705	74.492	180.090	161.706	132.280	74.856	110.080	314.376	1.626.585
2005	566.188	121.643	141.811	253.813	106.554	79.503	40.289	378.021	1.687.822
2006	439.135	216.505	142.319	424.275	117.563	99.529	34.305	432.736	1.906.367
gen-dic 06	439.135	216.505	142.319	424.275	117.563	99.529	34.305	432.736	1.906.367
gen-dic 07	1.170.863	392.022	371.383	367.992	351.296	116.022	47.074	557.304	3.373.956

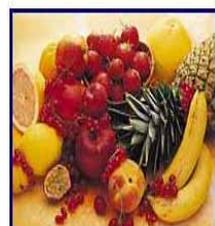
Fonte: Banca Centrale del Paraguay - Direzione degli Studi Economici - GEE



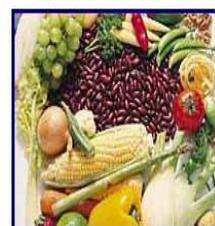
Presentazione dei principali prodotti di Importazione



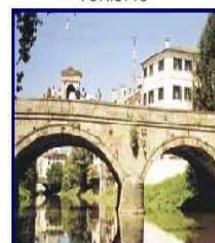
BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



TOTALE PER SETTORE	<i>Variatione</i>			
	gen -dic 06	gen -dic 07	Assoluta	in %
	5.254.271	6.498.200	1.243.929	23,7 %

N°	In aumento	4.448.730	5.552.637	1.103.907	24,8
1	Macchine e apparecchi meccanici	1.249.436	1.446.848	197.412	15,8
2	Macchine e apparecchi elettrici	793.928	966.771	172.843	21,8
3	Veicoli trattori e loro ricambi	512.887	894.408	381.521	74,4
4	Carburanti e Lubrificanti	701.041	722.989	21.948	3,1
5	Concimi	139.827	257.898	118.071	84,4
6	Prodotti per le industria chimiche	122.869	189.196	66.327	54,0
7	Plastica e le sue manufatture	186.354	188.575	2.221	1,2
8	Bevande e tabacco	130.102	157.619	27.517	21,2
9	Cauchu e le sue manufatture	116.239	145.107	28.868	24,8
10	Giocattoli	127.993	142.290	14.297	11,2
11	Carta, cartoni e sue manufatture	108.578	115.648	7.070	6,5
12	Olii essenziali	67.084	90.215	23.131	34,5
13	Prodotti chimici organici	58.459	90.205	31.746	54,3
14	Prodotti farmaceutici	63.620	65.144	1.524	2,4
15	Abbigliamento	45.657	49.132	3.475	7,6
16	Saponi	24.656	30.592	5.936	24,1
N°	In diminuzione	9.412	8.487	-925	-9,8
1	Latte e Latticini	9.412	8.487	-925	-9,8
	Altri	796.129	937.076	140.947	17,7

*Cifre preliminari fornite dal sistema di ordinamento fiscale impositivo doganale SOFIA della D.N.A.

Fonte: Dipartimento di Economia Internazionale

Fonte: Banca Centrale del Paraguay – Direzione di Studi Economici – GEE

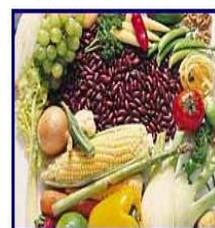
Saldo della Bilancia commerciale 1990-2007



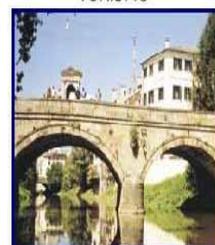
BENESSERE



AGROALIMENTARE

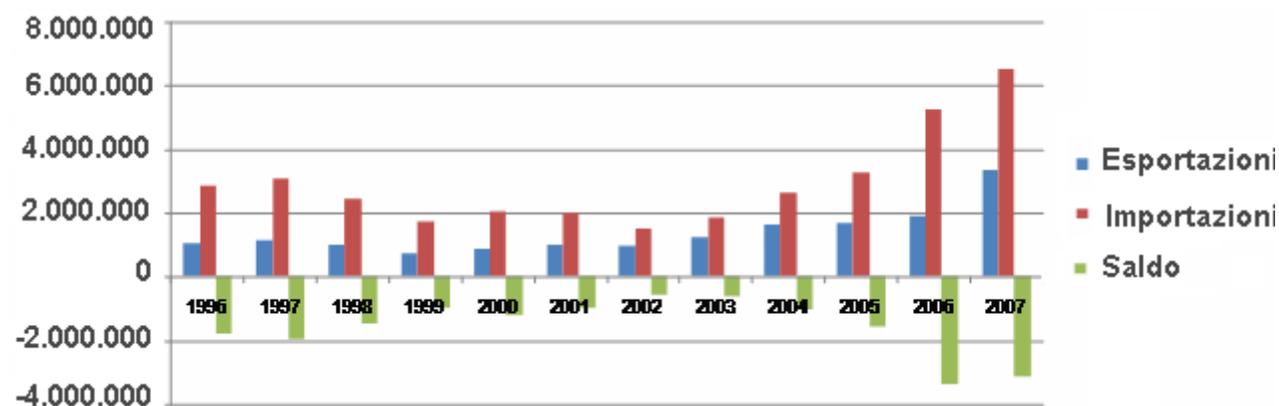


TURISMO



Anno	Esportazioni	Importazioni	Saldo della Bilancia	Variazioni % del Saldo
1990	958.681	1.193.365	-234.684	-
1991	737.096	1.275.387	-538.291	129,4%
1992	656.555	1.237.148	-580.593	7,9%
1993	725.218	1.477.540	-752.322	29,6%
1994	816.832	2.140.439	-1.323.607	75,9%
1995	919.330	2.782.163	-1.862.833	40,7%
1996	1.043.445	2.850.477	-1.807.032	-3,0%
1997	1.142.779	3.099.241	-1.956.462	8,3%
1998	1.014.105	2.470.787	-1.456.682	-25,5%
1999	740.772	1.725.055	-984.283	-32,4%
2000	869.357	1.548.320	-678.963	-31,0%
2001	990.206	1.425.262	-435.056	-35,9%
2002	950.600	1.510.249	-559.649	28,6%
2003	1.241.504	1.865.316	-623.812	11,5%
2004	1.626.584	1.836.899	-210.315	-66,3%
2005	1.906.367	5.254.271	-3.347.904	1491,9%
2006	1.906.368	5.254.271	-3.347.903	0,0%
2007	3.373.955	6.498.200	-3.124.245	-6,7%

*Variazioni con rispetto all'anno precedente



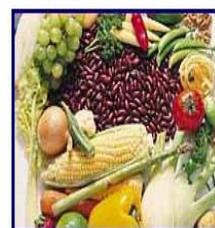
Bilancia Commerciale per principali paesi



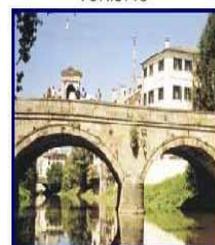
BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



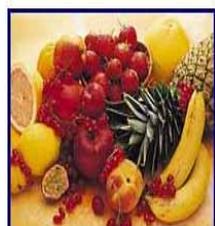
N°	PAESI	2005			2006*						
		Import.	%	Esport.	%	Saldo	Import.	%	Esport.	%	Saldo
1	Germania	50.683	1,6%	13.864	0,8%	-36.819	125.406	2,4%	19.438	1,0%	-105.968
2	Argentina	639.188	19,7%	107.304	604,0%	-531.884	715.757	13,6%	168.498	8,8%	-547.259
3	Isole Bahamas	2.265	0,1%	2.580	0,2%	315	-	0,0%	-	0,0%	-
4	Belgio e Lussemburgo	3.135	0,1%	1.853	0,1%	-1.282	4.100	0,1%	2.564	0,1%	-1.536
5	Brasile	883.944	27,2%	325.528	19,3%	-558.416	1.052.629	20,0%	327.983	17,2%	-724.646
6	Canada	13.805	0,4%	4.224	0,3%	-9.580	6.206	0,1%	5.136	0,3%	-1.070
7	Cile	38.208	1,2%	64.787	3,8%	26.579	73.063	1,4%	130.835	6,9%	57.773
8	Cina Continentale e Taiwan (Formosa)	667.440	20,5%	69.636	4,1%	-597.804	64.613	1,2%	5.170	0,3%	-59.443
9	Colombia	1.613	0,0%	2.360	0,1%	748	3.031	0,1%	2.643	0,1%	-388
10	Corea del Sud	34.453	1,1%	3.399	0,2%	-32.054	86.575	1,6%	787	0,0%	-85.787
11	Danimarca	1.790	0,1%	437	0,0%	-1.353	1.586	0,0%	212	0,0%	-1.374
12	Spagna	24.498	0,8%	10.033	0,6%	-14.465	18.898	0,4%	11.986	0,6%	-6.912
13	Stati Uniti	169.299	5,2%	51.561	3,1%	-117.737	331.904	6,3%	62.376	3,3%	-269.528
14	Francia	38.137	1,2%	8.281	0,5%	-29.856	39.431	0,8%	9.371	0,5%	-30.059
15	Olanda	5.577	0,2%	47.194	2,8%	41.617	10.741	0,2%	41.661	2,2%	30.920
16	Hong Kong	7.775	0,2%	6.619	0,4%	-1.156	11.829	0,2%	8.963	0,5%	-2.867
17	India	19.575	0,6%	4.257	0,3%	-15.319	22.787	0,4%	3.111	0,2%	-19.676
18	Indonesia	2.893	0,1%	2.037	0,2%	-856	5.944	0,1%	153	0,0%	-5.791
19	Italia	24.737	0,8%	16.335	1,0%	-8.403	20.557	0,4%	21.198	1,1%	641
20	Giappone	93.401	2,9%	18.478	1,1%	-74.922	435.161	8,3%	24.699	1,3%	-410.462
21	Malesia	30.540	0,9%	641	0,0%	-29.899	65.134	1,2%	43	0,0%	-65.091
22	Messico	18.966	0,6%	4.120	0,2%	-14.846	36.749	0,7%	6.642	0,3%	-30.107
23	Panama	1.030	0,0%	1.107	0,1%	77	758	0,0%	1.594	0,1%	835
24	Inghilterra	25.303	0,8%	2.076	0,1%	-23.227	31.656	0,6%	3.451	0,2%	-28.205
25	Singapore	9.117	0,3%	235	0,0%	-883	30.469	0,6%	643	0,0%	-29.825
26	Sudafrica	1.921	0,1%	4.929	0,3%	3.008	1.870	0,0%	9.120	0,5%	7.249
27	Svezia	18.047	0,6%	75	0,0%	-17.973	30.950	0,6%	1.088	0,1%	-29.862
28	Svizzera	136.981	4,2%	14.565	0,9%	-122.416	176.183	3,4%	34.127	1,8%	-142.056
29	Tailandia	11.795	0,4%	11.532	0,7%	-263	15.119	0,3%	12.786	0,7%	-2.334
30	Uruguay	52.987	1,6%	479.290	28,4%	426.303	59.095	1,1%	420.243	22,0%	361.147
31	Venezuela	5.697	0,2%	6.990	0,4%	1.294	139.922	2,7%	9.601	0,5%	-130.321
32	Altri	215.624	6,6%	401.497	23,8%	185.874	1.636.151	31,1%	560.248	29,4%	-1.075.903
Totale		3.251.423	100,0%	1.687.823	100,0%	-1.031.123	5.254.271	100,0%	1.906.367	100,0%	-1.563.605

*Cifre soggette a variazioni

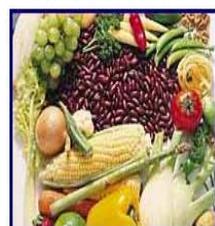
Fonte: Banca Centrale del Paraguay - Direzione di Studi Economici - GEE



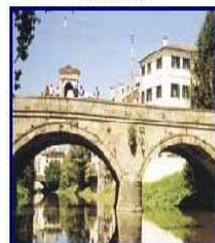
BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



RAPPORTO DEL PAESE CON L'ITALIA

Intercambio Commerciale Paraguay – Italia^[1]

IMPORTAZIONI			ESPORTAZIONI	
2006	2007		2006	2007
21.372.685,40	30.918.880,58	CIF - U\$S	21.198.188,81	72.955.774,20
4.766.405,16	7.213.025,71	Kg. Lordo	24.376.559,54	228.885.664,47
4.766.405,16	7.213.025,71	Kg. Netto	24.376.559,54	228.885.664,47

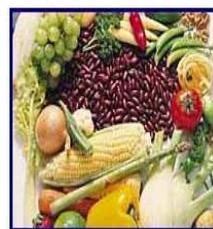
^[1] Dati di import/export sulla base di Penta Transaction.



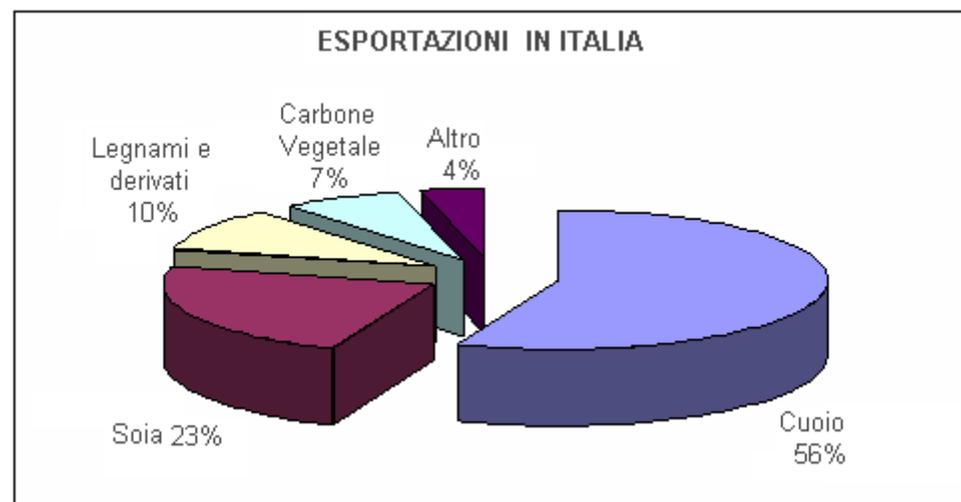
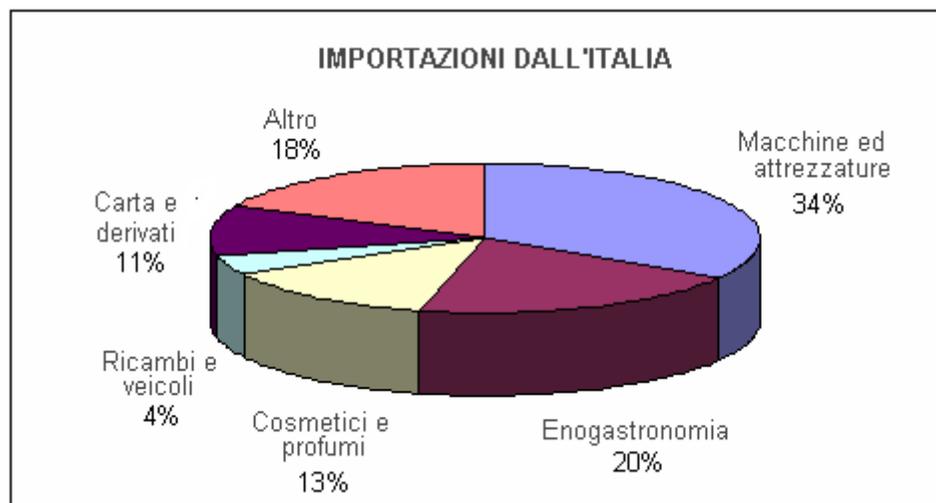
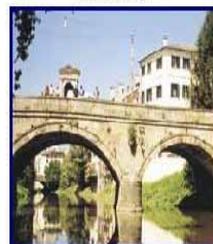
BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



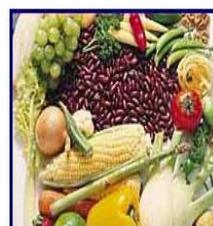
E SPORTAZIONI DEL PARAGUAY IN ITALIA



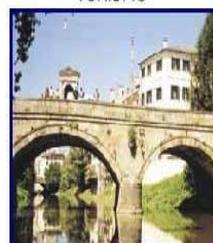
BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO

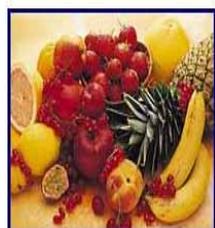


FOB U\$S	Kg. Netto	Merce
5.075,10	159,30	Accessori per abbigliamento (Borse, borse tipiche, cappelli, còllanle tipiche)
78.763,40	7.820,00	Olio essenziale di Petigrain e Palo santo
4.491,67	590,00	Articoli tipici (in legno, di corno, in metallo e fiori secchi)
1.450.160,34	2.051.064,40	Zucchero di Canna (organico) e derivati (melassa)
953.609,91	7.179.791,00	Carbone Vegetale
212.288,65	34.495,10	Carne Bovina e derivati (peli)
18.922,19	751,90	Casalinghi (tovaglie, trapunte, centrini ricamati in cotone, ecc.)
10.535.804,06	4.043.248,00	Cuoio (Web Blue, Intero, sfogliato, semilavorato e pelli)
11.605,65	410,90	Spugne vegetali loofah e derivati
48.000,00	25.282,00	Fibra di Cotone organica
5.933.472,15	5.874.058,00	Legnami e derivati (Pavimenti in legno, finestre, legname rustico e tavolame, porte, cassemorte, ecc.)
3.817,30	66.670,00	Marmo e pietre
318.485,38	383.384,00	Mobili in legno (cucine) mobili prefabbricati, parte di strumenti musicali
63.303,20	1.760,03	Abbigliamento in cotone e cuoio
3.524,55	2.760,90	Prodotti agricoli (bucce di limone, stevia, manioca)
139.967,87	4.455,10	Prodotti finiti in cotone
10.408,52	2.162,00	Ricambi (Ingranaggi di cambio, compressori, alternatori, sospensioni, amortizzatori ecc.)
950,00	522,00	Rum
2.423.936,29	132.221,84	Seta e filo
1.520,00	1.008,00	Sesamo
50.635.290,17	207.934.482,00	Soia (cascami e farina)
12.322,50	81.000,00	Sorgo
173.962,23	34.675,00	Te (camomilla, cedron, burrito, depurativo, nero e tisane)
1.002,88	157,00	Tessuti in cotone
16.185,53	1.744,00	Varie (automobili, Bobine, manicotti, bicchieri, ecc.)
73.056.870,00	227.864.672,47	

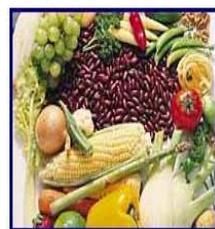
SETTORI DEL PROGETTO DEMETRA



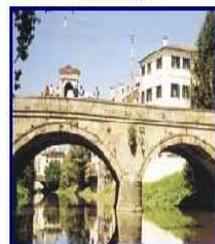
BENESSERE



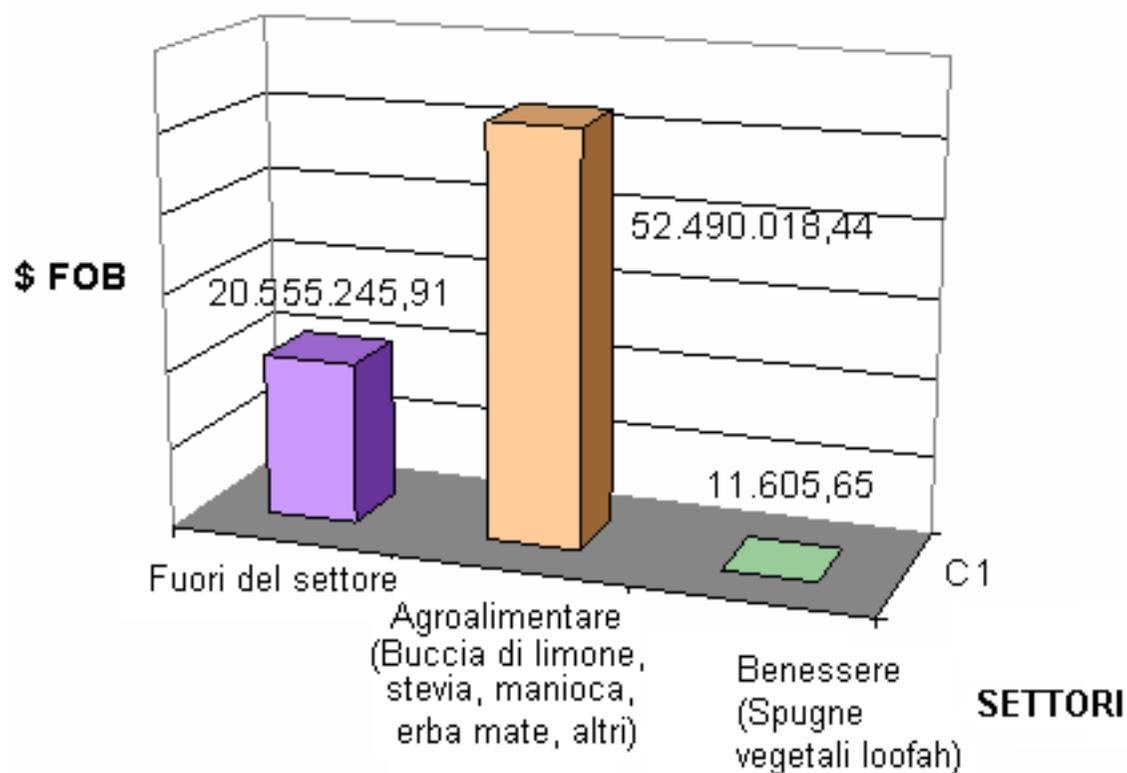
AGROALIMENTARE



TURISMO



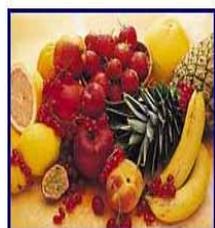
\$FOB Esportato in Italia



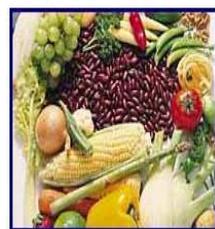
SETTORE AGROALIMENTARE



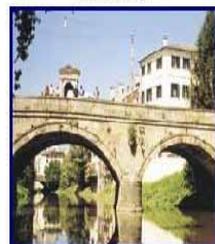
BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



Il Paraguay é un paese principalmente agro esportatore dove i principali

Settori di esportazione del paese appartengono all'agroalimentare, essendo i prodotti poco o nulla industrializzati.

Dei 12 principali prodotti esportati, 7 sono del settore agricolo: (semi di soia, cereali, farina di soia, olio di soia, zucchero, oli essenziali, animali vivi).

Esportazioni dei Principali Settori (in migliaia di USD)

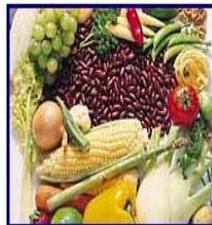
Settore	Gen-Dic/07	Variazione Assoluta	In %
1. Seme di Soia	1.170.863	731.728	166,6%
2 Cereali	392.022	175.517	81,1%
3. Farina di soia	361.215	227.201	169,5%
4. Oleo di soia	294.482	202.113	218,8%
5. Legnami	116.022	16.493	16,6%
6. Cuoio	83.596	12.462	17,5%
7. Fibra di cotone	47.074	12.769	37,2%
8. Zucchero	35.278	7.362	26,4%
9. Abbigliamento	28.485	1.095	4,0%
10. Tabacco	22.682	8.476	59,7%
11. Oli essenziali	11.464	857	8,1%
12. Animali vivi	112	33	41,8%



BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



Bisogna mettere in evidenza che l'agricoltura ha avuto una crescita del 25% nel 2007, dato che la soia ha registrato un raccolto record del 50% in più rispetto al 2006 già a metà del 2007, si stima che l'aumento alla fine dell'anno sia stato del 86% pari a 6.500.000 di tonnellate; granturco con una crescita del 14%, frumento e cotone 7%. Si stanno sviluppando inoltre anche il settore della frutta come: limoni, pompelmi, aranci, papaia, ananas e banane.



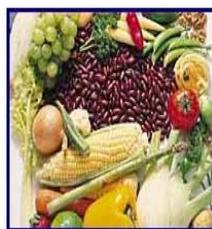
Per quanto riguarda invece l'allevamento e la produzione di carne si è verificata una diminuzione del 7% e 11% rispettivamente, tendenza che attualmente sta cambiando, essendo le prospettive per quest'anno di superare già nei primi sei mesi le cifre record del 2006, in termini di quantità e incasso per le esportazioni.



BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



Le importazioni del settore dall'Italia, di alcune marche che si possono trovare in Paraguay, sono:

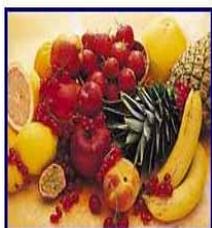
- Olio di oliva vergine ed extravergine : Basso, Barking S.A., Valbona, Di Filippo, Oleifici Colavita, F.Lli De Cecco;
- Caffé: Lavazza, Spark, Illy;
- Olive: Valbona, Oleifici Colavita;
- Aceto: Basso, Di Filippo, Toschi, Di Modena, Antonio Amato, Oleifici Colavita, F.Lli De Cecco;
- Caramelle: Bacetti, Cedrinca;
- Condimenti: Valbona;
- Coni per gelato: Formeco; Chantilli: Valbona;
- Biscotti: Trufle; Grappa: Grappa Coli Veneti, Cellini;
- Funghi e tartufi, conserve: Valbona;
- Conserva di ortaggi: Valbona, Oleifici Colavita;
- Liquori: (Limoncello, Amaretto, Campari): Goldshlager;
- Panettone: Bauli;
- Pasta: Ambra, Barilla, Di Filippo, F.Lli De Cecco. Antonio Amato. Oleifici Colavita;
- Formaggi: Creamy Swiss;
- Ricadonna Asti, Ron e Fernet: Lazzaroni;
- Salse: Barilla, Valbona, Antonio Amato, Oleifici Colavita, El Nido;
- Vini: Asti Docg, Cella, Terre;
- Spumanti: Asti Docg, Fontanafredda;
- Pomodori in scatola: Antonio Amato, Valbona, Di Filippo, F.Lli De Cecco, Norte, La Perla, Oleifici Colavita

SETTORE TURISMO



BENESSERE

Il Paraguay oltre ad essere un paradiso fiscale é anche un paradiso naturale. Un paese senza conflitti armati ne catastrofi naturali, bagnato da importanti fiumi e con una parte del suo territorio ancora selvatico, offre diverse opportunità turistiche che vanno dai conosciuti agriturismo al turismo di avventura nelle sue diverse faccettature.



AGROALIMENTARE

Il Paraguay é un territorio praticamente vergine per quanto riguarda gli investimenti in questo settore; sono molto pochi gli alloggi che hanno tutte le comodità moderne e sono pochissimi quelli che stanno invertendo per migliorare le loro installazioni. Tutto questo nel paese dove si trova la città meno cara del mondo.



TURISMO

Le divisioni turistiche del paese sono:



1. Asunción: Capitale del Paraguay, con il suo centro storico, passeggiate in barca, numerosi centri notturni e centri di convenzioni.



CÁMARA DE COMERCIO
ITALO-PARAGUAYA



Camera di Commercio Italiana
nel Mercosud

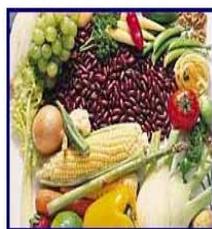
Progetto Demetra



BENESSERE



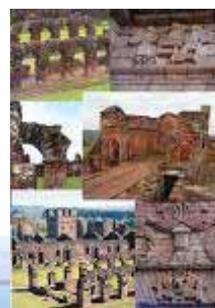
AGROALIMENTARE



TURISMO



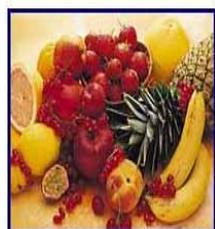
2. Vicinanze di Asunción: “popoli francescani”,
città turistiche e artigianali (creta,
gioielli, abbigliamento e articoli
per la casa, mimbreria



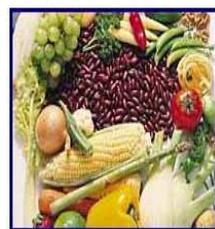
3. Al Sud: la diga di Yacyreta,
popoli dell'artigianato in lana, la
prossima “Venezia d' America” e
le rovine jesuitiche



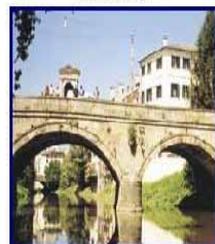
BENESSERE



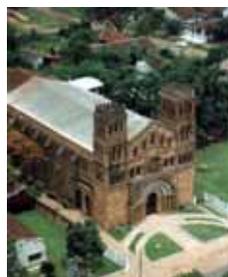
AGROALIMENTARE



TURISMO



4. Al Est: la zona commerciale per eccellenza, sede della idroelettrica piú grande del mondo e di numerosi rifugi biologici.



5. Il Centro: poli produttivi (legnami, tessuti artigianali, agricoltura) e agriturismo.



CÁMARA DE COMERCIO
ITALO-PARAGUAYA

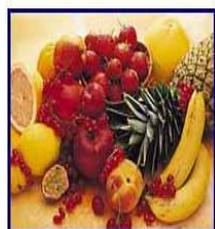


Camera di Commercio Italiana
nel Mercosud

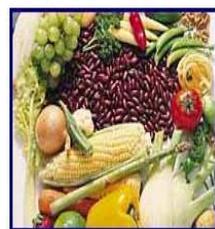
Progetto Demetra



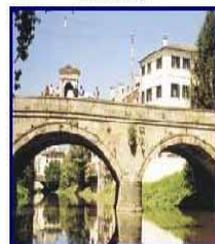
BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



6. Il Nord: agriturismo, zona agricola, città di pesca, sport acquatici, gastronomia a base di pesce, passeggiate in barca.

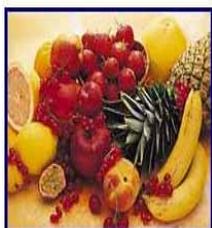


7. Il Chaco e il Pantanal: agreste e selvaggio, zona di produzione di latte e carne, sede del Transchaco Rally, gruppi silvicoli e indigeni transculturalizzati.

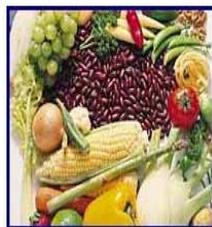




BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



Paraguay é un paese con una crescita turistica sostenuta e moderata, con la visita di circa 34.510 turisti all' anno, con un aumento del 10,36% all'anno.

Per quanto riguarda i dati statistici del flusso di turisti per paese, nel continente europeo Italia occupa il terzo posto per quanto riguarda la quantità di visitatori (2.980 italiani), notando una evidente differenza con i primi due paesi (Germania con 9324 e Spagna con 5300).

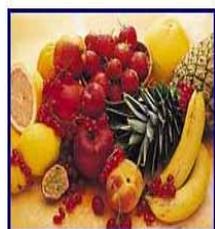


Se vediamo in funzione alle percentuali sulla quantità di turisti, l'Italia é sopra la media percentuale, occupando il posto numero 12 del totale mondiale.

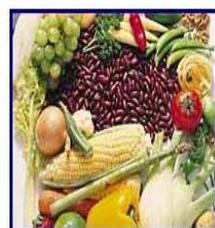
Statistiche sul Turismo in Paraguay - 2006



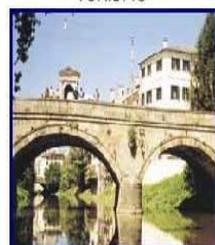
BENESSERE



AGROALIMENTARE



TURISMO



Continente	Paese	Cuantitá	%
Oceania		357	0,092%
Asia		8.098	2,085%
	Corea	3.410	0,878%
	Giappone	3.364	0,867%
Africa		374	0,096%
Europa		30.531	7,859%
	Germania	9.324	2,400%
	Spagna	5.300	1,364%
	Italia	2.980	0,767%
Caraibi		761	0,196%
Centro America		1158	0,298%
	Costarica	359	0,092%
	Belice	4	0,001%
Nord America		16388	4,219%
	EE.UU	13.262	3,414%
	Messico	1.415	0,364%
Sud America		330.798	85,155%
	Argentina	194.532	50,077%
	Brasile	98.480	25,351%
	Suriname	2	0,001%

Si sono presi in esame solamente alcuni paesi di ogni area, con l'obiettivo di mettere in risalto quelli con maggiore flusso turistico ed in alcuni casi quelli con la minore quantità.

SETTORE BENESSERE



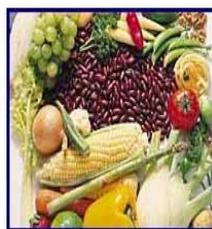
BENESSERE

Questo settore in Paraguay non é ancora molto sviluppato, basandosi principalmente in palestre e spa, seguiti da lontano dai centri di relax e gli sport di avventura.



AGROALIMENTARE

Ultimamente si stanno muovendo le cose anche se ancora molto lentamente per rivedere questa situazione portando avanti fiere del wellness con dei seminari a doc sui vari aspetti del settore.



TURISMO





Camera di Commercio Italiana
nella Repubblica Argentina



Camere di Commercio Italiane
nel Mercosud

Progetto Demetra

Promozione delle opportunità d'affari tra Italia e Mercosud, nei settori dell'Agroalimentare, del Benessere e del Turismo



Camera di Commercio Italiana nella Repubblica Argentina



Popolazione : 39 milioni

Superficie : 2.791.810 km²

Capitale : Buenos Aires

Divisione amministrativa : 23 province e 1 città autonoma (la capitale)

Principali Province: (popolazione in milioni di abitanti)

Buenos Aires (14,784) - Córdoba (3,283) - Santa Fe (3,199) - Mendoza (2,218)

Aspettativa di vita : 74 anni

Presidente : Cristina Kirchner

Gruppi etnici: l'85% della popolazione è di origine europea (in particolare italiana e spagnola).

Comunità italiana: 1,5 milioni di persone.

Moneta : Peso Argentino (\$)

3,10 \$ = 1 US\$

4.60 \$ = 1 €



EVOLUZIONE DEL PIL

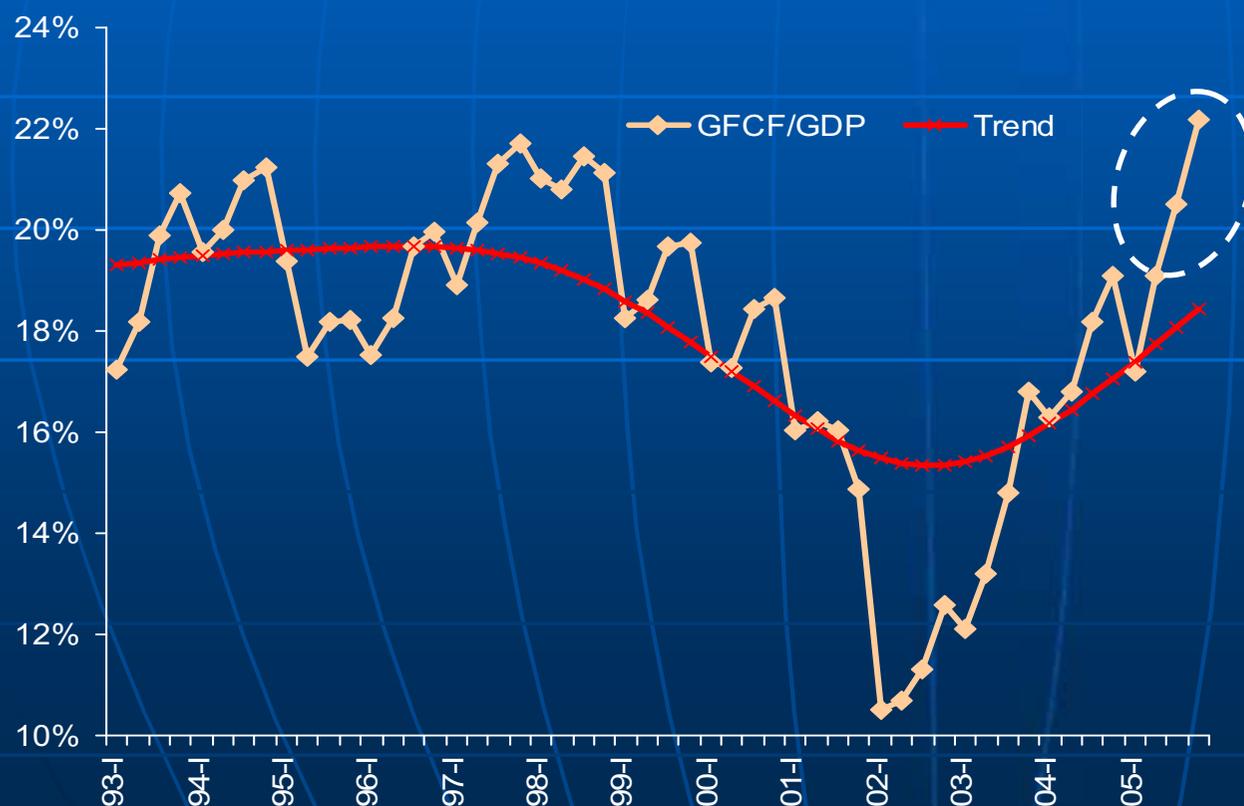


**Settori trainanti
l'economia:**

- Agrozootecnico,
- edilizio;
- industriale;
- turistico;
- minerario



Un altro fattore importante per la crescita del Paese è stata l'evoluzione degli investimenti



Il rapporto tra il GFCF (Investimento Fisso Lordo) e il GDP (PIL) è in crescita continua dal 2002.

Nel periodo luglio-settembre del 2005 questa quota ha superato la media del periodo 93-98, mostrando una forte tendenza positiva.

Gli investimenti sono stati del 21% del GDP (PIL) nel periodo aprile-giugno del 2006.



La bilancia commerciale (2007)



Principali partner commerciali:

Paesi Clienti:

Brasile, Cile, USA, Cina, Spagna, Paesi Bassi, Messico, Italia.

Paesi Fornitori:

Brasile, USA, Cina, Germania, Italia

Principali prodotti importati (in milioni di US\$):

beni strumentali 7.479 (23%), beni intermedi 11.191 (35%), combustibili e lubrificanti 2.221 (7%), parti e ricambi per beni strumentali 5.553 (17%), beni di consumo 3.601 (11%), Autoveicoli 1.997 (6%), altro 88.2.

Principali prodotti esportati (in milioni di US\$):

Materie prime: 9.182 (23%), Manifatture agrozootecniche 13.211 (34%), Manifatture industriali 12.132 (31%), Combustibili energia 4.777 (12%).



Commercio con Italia (2007)

SALDO COMMERCIALE:

315,4 milioni di U\$D

Principali voci dell'import italiano:

- SEMIOLEOSI (SEMI, PELLETS, OLIO)
- PESCE E SCAMPI CONGELATI
- FRUTTA FRESCA (PERE E MELE)
- PELLAME CONCIATO
- FAGIOLI
- LIMONI
- CARNE BOVINA

Principali voci dell'export italiano:

- PRODOTTI FARMACEUTICI;
- MACCHINE E PARTI PER L'IND AUTOMOTRICE
- MACCHINARI PER L'INDUSTRIA PETROLIFERA
- MACCHINARI PER IL PACKAGING
- OLII LUBRICANTI
- MACCHINARI PER L'INDUSTRIA DELLA PLASTICA



L'Argentina ha inoltre una solida base di fattori culturali competitivi per offrire al mondo una proposta differenziata

✓CONOSCENZE

Risorse umane qualificate

Alti livelli di educazione e formazione

Prestigiose Università

Centri di ricerca ad alta capacità

Alti livelli sanitari

✓NATURA

Abbondanza di terreno e risorse naturali

Importanti risorse minerarie e energetiche

Diversità di regioni, di topografie e di clima

✓CAPACITÀ

Capacità di apprendere, intraprendere ed innovare

Moderna infrastruttura

Materie prime agricole e industriali di livello mondiale

PANORAMA DEL SETTORE

Il turismo in Argentina rappresenta un settore in crescita:

- Ingresso: nel 2006 ha rappresentato il **7,41% del PIL**
- Creazione di impiego: **7,15% dell'impiego totale del Paese**

2008-2010 si prevede un incremento annuale del 5% di turisti

Argentina con 4.460.300 di turista ricevuti nel 2007 é il **secondo Paese piú visitato in Sud America**

PAESI DI ORIGINE dei Turisti:

31 % dall'Europa, 21 % da USA e Canada;
17 % dal resto dell'América

Tendenze:

- Aumento offerta prodotto tur. a partire dall'anno 2003
- Sviluppo di nuovi prodotti adeguati all'attuale turista
- Impegno a livello pubblico: Legge Nazionale sul turismo Nr. 25.997 conferma il turismo come attività di interesse nazionale, essenziale per lo sviluppo del Paese
- politiche di promozione turistica piú aggressive

	Arrivi internazionali (in migliaia di persone)	Ingressi Internazionali (mil. U\$S)*
2001	2620,4	2756
2002	2820	1715,9
2003	2995,3	2306,2
2004	3456,5	2662
2005	3895,4	3217
2006	4188,1	3873
2007	4460,3	4492,7
2008p	4683,3	5166,6
2009p	4917,5	5941,6
2010p	5163,4	6832,8

Fonte: OMT -Secreteria di Turismo e DNCI-Mecon



TANGO



CULTURA



CITTÁ CON STILE EUROPEO / QUARTIERI TIPICI





Mete principali del turismo internazionale

- **LITORALE** (Misiones, Corrientes, Entre Rios, Formosa, Chaco, Santa Fe) **LA TERRA DEI GRANDI FIUMI**
 - Cascate di Iguazù: 275 salti, 2,7 km di lunghezza caduta d a70m
- **NORTE** (Jujuy, Salta, Catamarca, Tucuman, Santiago del Estero) **IL RIFUGIO DELLE TRADIZIONI E DELL'ARTE PRECOLOMBIANO**
- **CUYO** (La Rioja, San Juan, Mendoza, San Luis) **DOVE NASCE IL VINO E ABITA IL SOLE**
- **CENTRO** (Buenos Aires, Cordoba) **DALLE MONTAGNE AL MARE: IL REGNO DEL GAUCHO**
- **PATAGONIA** (La Pampa, Neuquen, Rio Negro, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego) **TRA LE ANDE E L'ATLANTICO, LA MITICA PATAGONIA**
 - Balene e pinguini:Peninsula Valdes
 - La svizzera Argentina/Regione dei Laghi
 - I Ghiacciai: Parco Nacional de los Glaciares, una zona ad ovest di Santa Cruz dichiarata patrimonio naturale dell'umanità dall'UNESCO
 - A scalare le Ande: Il Cerro Torre e Fitz Roy, il più alto della Patagonia (3.375 m)
 - La Fine del Mondo: Ushuaia é la città più meridionale del mondo, a 3000 km da Buenos Aires

■ Turismo Rurale

L'Argentina ha più di 1000 stabilimenti zootecnici dedicati all'ecoturismo, tra i quali molti hanno più di 200 anni di storia, concentrati maggiormente nella provincia di Buenos Aires e nella Patagonia, dedicati al turismo rurale. E' possibile trovare degli stabilimenti la cui espansione va oltre i 200.000 ettari, come piccole imprese o fattorie con pochi ettari di estensione.

Passaggiate a cavallo

Salta: Sentieri del Cavallo Peruano di Passo

· La Strada del vino

Il vino argentino é tutt'oggi uno dei motivi più attraenti per i visitatori che arrivano dall'estero.
Centri vitivinicoli: Cuyo; Salta ;Catamarca: Neuquen e Rio Negro.

■ Turismo Avventura

L'Argentina offre molteplici possibilità per godersi il suo massimo patrimonio: la natura. Se si parla di opzioni per viaggiatori intrepidi ed avventurieri può offrire di tutto: Trekking, rafting, 4x4, scalate, cavalcate, (San Juan, Mendoza)

La Ruta 40

La Ruta Nacional 40 attraversa l'Argentina per 4700km da Jujuy fino a quasi la Tierra del Fuego.

Raggiunge fino a quasi 5000mt dal livello del mare

Tocca 13 grandi laghi

Accede a 20 Parchi Nazionali

Attraversa 18 importanti fiumi

· La Neve

I centri di sci dell'Argentina si trovano nell'area della Cordigliera delle Ande. I principali centri di sci sono a Mendoza , Neuquen, Rio Negro, Ushuaia.





✓ QUALITÀ ✓ CONTROSTAGIONE

- 1/3 del granaio del mondo: Provincia di Buenos Aires e Pampa principalmente
- Semioleosi: Buenos Aires (Cordoba e Santa Fe)
- Produzioni Organiche
 - ✓ Cereali Semioleosi: Bs As(59%), Salta (17%)
 - ✓ Ortaggi e Legumi: Salta (43%), Bs As (20%)
- La carne argentina
- Argentina I esportatore mondiale di limoni
- Gamberi e altro: Costa Atlantica (lunghezza 4.725Km)
- Vini di Montagna: Salta dove si elabora il tradizionale Torrontès di Cafayate e una varietà di vini rossi
- Nuove Frontiere: Vino (Neuquen), Olio di oliva (Sud Pcia di Buenos Aires)
- Mele e Pere: a Rio Negro e Neuquen si concentra 80% della produzione. 10 imprese elaborano succo di mele
- Argentina Il esportatore di mirtilli dell'emsifero meridionale: Patagonia. Il 90% della produzione viene esportata



Camera di Commercio Italiana
nella Repubblica Argentina

Turismo Salute

Un'alternativa differente per recuperare il benessere e la qualità di vita è approfittare del turismo Salute in Argentina. Il mare e le montagne sono fonti con alte proprietà curative che aiutano il riposo e il relax attraverso trattamenti con acque termali, talassoterapia, fangoterapia, terapie antristress e di bellezza.

In Argentina ci sono ben **32** centri di acque termali! 19 sono le provincie con possibilità di sviluppare il turismo termale e di talassoterapia.

- **Nord Argentino**

Rosario de la Frontera: a 180km a sud della città di Salta è situato un importante centro di acque termali.

Le Terme di Rio Hondo a Santiago del Estero.

- **Buenos Aires**

Ocean Spa, Irel, Mamantiales, Pedro Luro, Carhué, Los Gauchos, Termas Marinas

- **Relax nella Pampa**

Bernardo Larroudé, Guatraché.

- **L'energia del vulcano di Neuquen. (Copahue)**

Le acque termali acquisiscono proprietà dall'emanazione gassosa del vulcano. La diversità dei suoi fanghi, alghe e vapori fa di Copahue un centro termale con caratteristiche uniche.





- CENTRI ESTETICI

Oggi in Argentina ci sono più di 1000 Centri Estetici o Spa. Un 30% è di franchising. Alla Stesso tempo ci sono più di 5000 professionisti che lavorano in forma indipendente. Si stima che per il 2009 si apriranno altri 700 nuovi locali in tutto il paese.

- FITNESS

Esistono 4500 centri sportivi e circa 1.125.000 persone iscritte nelle palestre. Il settore tuttavia presenta ancora una forte espansione futura. Il 50 per cento delle palestre ha meno 5 anni di vita e un terzo è a Buenos Aires e d'intorni e la metà possiede 300 m2 di spazio per l'insatallazione delle proprie attrezzature.

Alcune Imprese Italiane presenti sul territorio:



The Wellness Company™



Camera di Commercio Italiana
nella Repubblica Argentina

CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA NELL R.A.

M. T. De Alvear 1364 11A
BUENOS AIRES

email: ccibaires@ccibaires.com.ar

tel: 0054 11 4816 5900

www.ccibaires.com.ar



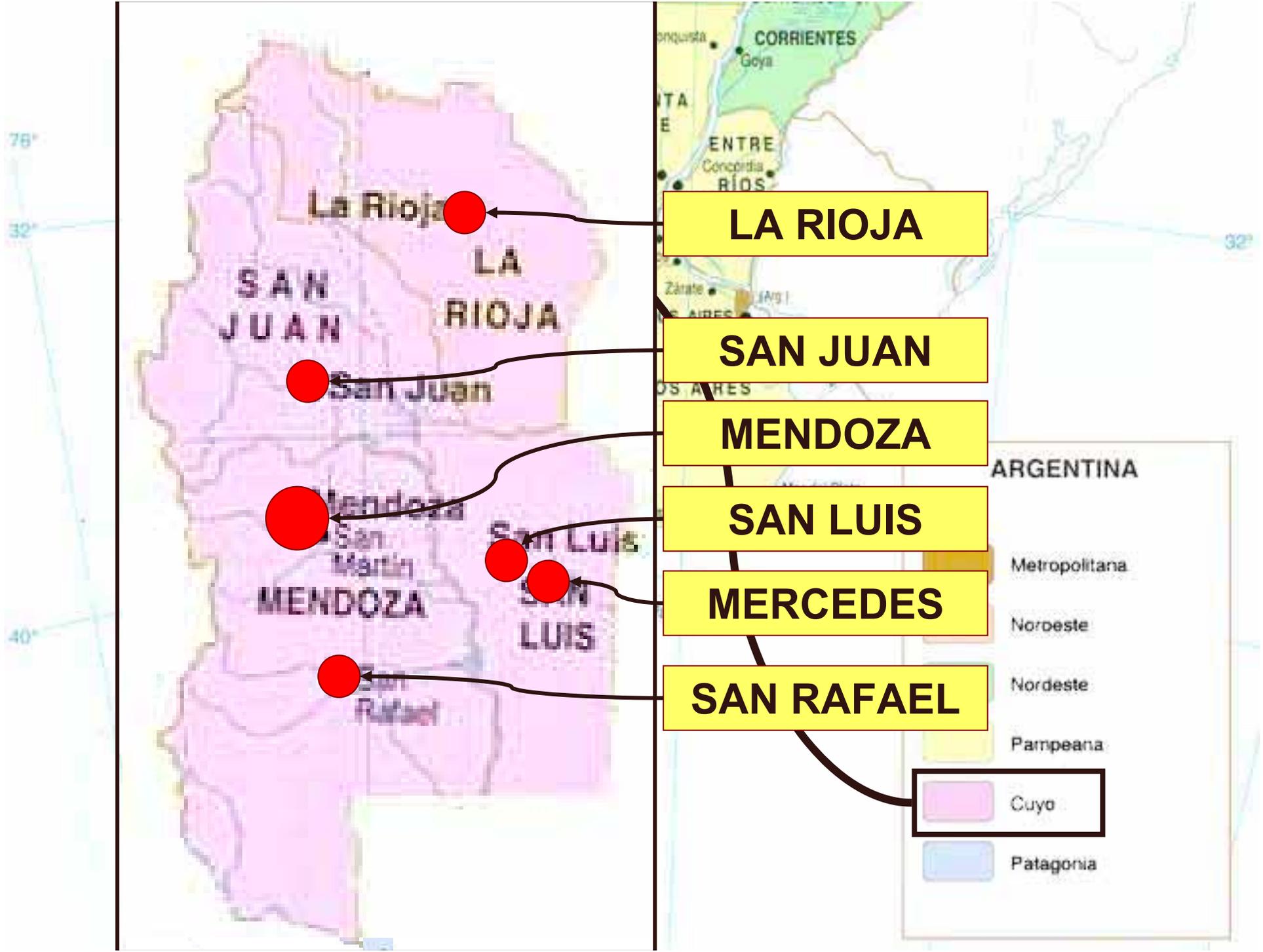
Camere di Commercio Italiane
nel MERCOSUD

Progetto Demetra

Dati Geografici

- La fascia ovest dell'Argentina si **estende per oltre 1.000 km** ai piedi dell'imponente cordigliera delle Ande, ed è chiamata "Regione del Cuyo".
- La regione di Cuyo ha una superficie complessiva di oltre **400.000 km²** ed è divisa amministrativamente in **quattro province**: Mendoza (148.827 km², 1.700.000 ab.), San Juan (89.651 km², 690.000 ab.), San Luis (76.748 km², 430.000 ab.) e La Rioja (89.680 km², 340.000 ab.).
- Le principali città di questa regione argentina sono la **Gran Mendoza** (940.000 ab.), **Gran San Juan** (470.000 ab.), **San Luis** (160.000 ab.), **La Rioja** (140.000 ab.), **San Rafael** (130.000 ab.), Villa Mercedes all'est della provincia di San Luis (100.000 ab.) e San Martín, anche nella provincia di Mendoza (90.000 ab.).





LA RIOJA

SAN JUAN

MENDOZA

SAN LUIS

MERCEDES

SAN RAFAEL

ARGENTINA

Metropolitana

Noroeste

Nordeste

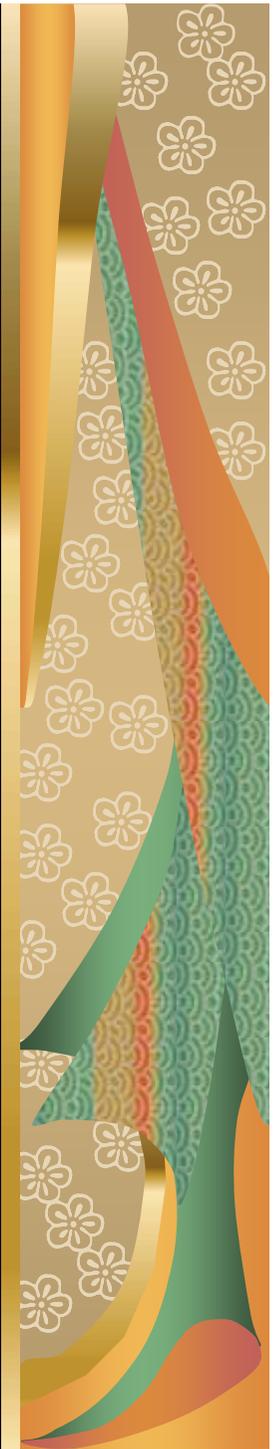
Pampeana

Cuyo

Patagonia

Aspetti Sociali

- **L'85% della popolazione è di origine europea** (principalmente italiana e spagnola). In particolare, nella provincia di Mendoza il **60% della popolazione è di origine italiana**. La lingua ufficiale è lo spagnolo (una grossa percentuale capisce, parla e/o scrive l'italiano). Il tasso di **analfabetismo è del 4,5%**, ed il **93% della popolazione è di religione cattolica**. **L'80% della popolazione vive in città**.



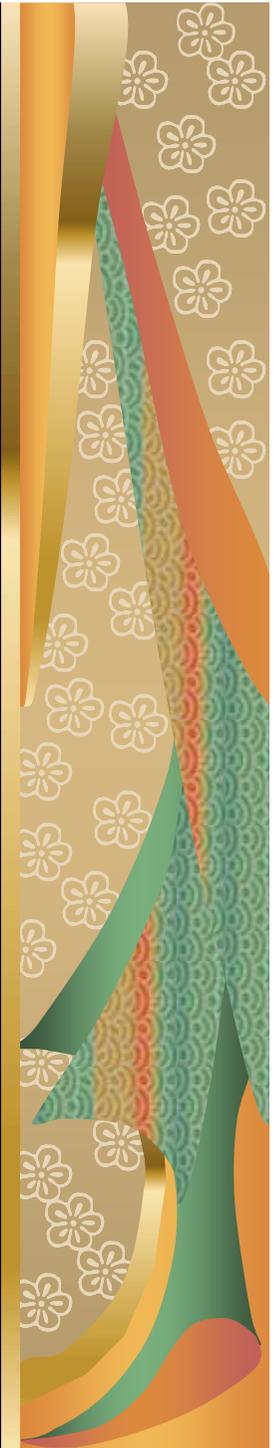
Aspetti Politici

- L'Argentina è una **Repubblica Federale** di tipo **presidenziale**.
- La Costituzione Nazionale prevede la classica divisione tripartita dei poteri: **esecutivo, legislativo e giudiziario**.
- Ogni provincia ha una **propria Costituzione, un Governatore**, un'Assemblea elettiva ed un potere giudiziario che fa capo ad una Corte Suprema Provinciale.



Aspetti Economici

- La moneta nazionale è il peso argentino, con un cambio valuta molto stabile **negli ultimi 6 anni** (1 dollaro è pari a 3 pesos e **un euro è pari a 4,60 pesos**).
- Le province di Mendoza e San Luis sono state le uniche due del Paese che hanno manifestato una buona **capacità di reazione alla storica crisi del 2001**, con bilanci sani. Mendoza è stata **l'unica provincia del Paese che non è arrivata al default** in quel periodo.
- Tale situazione, in aggiunta alla presenza di **settori di nicchia dinamici**, ha permesso, di preservare gli investimenti nel settore **vitivinicolo**, nell'industria **conserviera**, nella **mineraria** (specialmente nel campo della lavorazione di petrolio, metalli e pietre ornamentali).





EVOLUZIONE DEL PIL REGIONALE

VALORI IN DOLLARI x 1000

	2003	2004	2005
MENDOZA	8.773.925	10.034.803	10.814.016
SAN JUAN	2.845.597	3.254.530	3.507.248
SAN LUIS	2.371.330	2.712.108	2.922.706
LA RIOJA	1.707.357	1.952.717	2.104.348
TOTALE REGIONALE	15.698.209	17.954.158	19.348.318

Fonte: Elaborazione propria con dati statistici del DEIE
Direzione di Statistiche e Ricerche Economiche
Governo di Mendoza



Pil Regionale

I principali settori dell'economia regionale sono:

- **vitivinicoltura, industria conserviera e olivicoltura** (per salamoie e per olio vergine ed extra vergine) con nuove e qualificate piantagioni nelle quattro province (negli ultimi anni si **sono piantati** circa 20.000 ettari a La Rioja, 10.000 a San Juan, 4.000 a Mendoza e 1.000 a San Luis), **frutticoltura** (pesche, mele, pere, ciliege, uva, prugne, albicocche, mele cotogne, noci e mandorle),
- **orticoltura** (pomodori, aglio, patate, cipolle, scalogno, sedano, asparagi, spinaci), **allevamento** (con un grande sviluppo in due aree al sud di Mendoza ed una terza all'est di San Luis), **silvicoltura** (pioppo, eucalipto e salice),
- **metalmeccanico** (con la più **grande fabbrica** del Sud America, produttrice di turbine, gru per porti e containers, ponti gru, centrali termiche, idroelettriche, eoliche e nucleari),
- **petrolchimico** (con un importante centro a Mendoza produttore di polipropilene ed altri derivati del petrolio e del gas), **mineraria** (con grossi investimenti principalmente nell'estrazione di oro o rame dei quali si rileva il grosso cantiere di Veladero a San Juan),
- **turismo** (la crescita degli ultimi anni è stata esponenziale e la Regione riceve oltre 1.500.000 di turisti all'anno principalmente interessati al
- **turismo enologico, al turismo invernale e al turismo avventura**).



San Juan / San Luis

San Juan

La Provincia di San Juan rappresenta la seconda economia regionale ed ha due settori principali: **l'agroindustriale**, in cui le principali produzioni sono la **vitivinicoltura**, **l'olivicoltura**, **l'agricoltura intensiva** e **la silvicoltura**; ed il **minerario**, in cui le principali produzioni sono **l'oro**, **l'argento**, **lo zinco**, **il piombo**, **il rame**, **l'alluminio** e **la bentonite**.

San Luis

La Provincia di San Luis ha basato la sua crescita su una **politica di concertazione sociale**, conti fiscali contenuti ed importanti investimenti industriali, soprattutto nei settori della **ceramica**, delle **costruzioni prefabbricate** e del **tessile**. Importante, inoltre, è lo sviluppo, in termini sia intensivi che estensivi, **dell'agro-pastorizia** e l'estrazione **di marmo** e **granito** (con i principali giacimenti di onice del Paese) e **pietre decorative**.



La Rioja / Mendoza

La Rioja

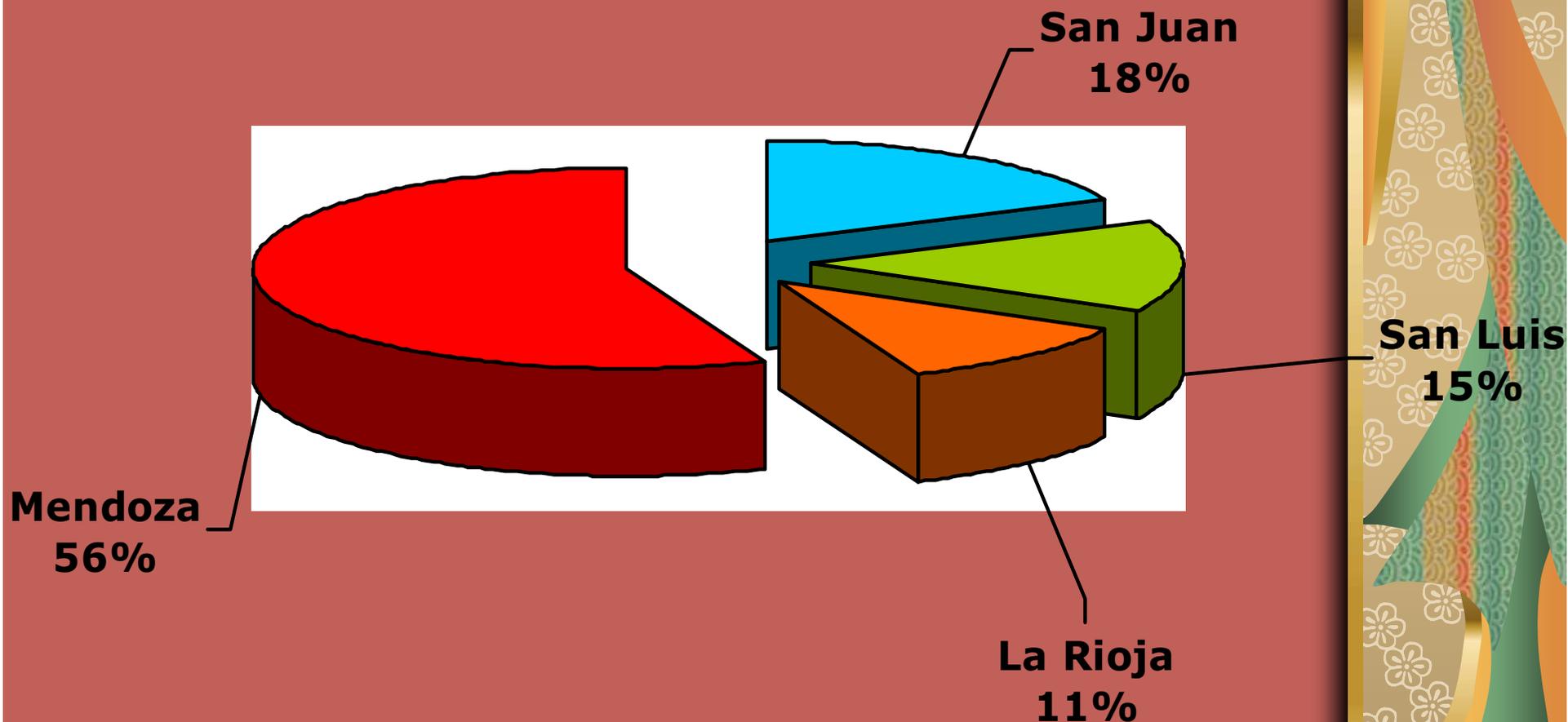
- Nella Provincia di La Rioja anche se la **vitivinicoltura e l'olivicoltura** presentano sostenuti tassi di crescita, la principale voce dell'economia locale è rappresentata **dall'industria mineraria**.
- Tale settore, ancora poco sfruttato, presenta notevoli risorse di **rame, tungsteno, ferro, argento, piombo, zinco, silicati di alluminio** e baritina. Il sottosectore rocce ha importanti giacimenti di granito della varietà "**nero riojano**" molto apprezzata in tutto il mondo.

Mendoza

- Le condizioni del territorio di **Mendoza**, la localizzazione, il clima e lo sviluppo sociale hanno trasformato questa provincia nella **principale economia regionale dell'Argentina Occidentale e la sua capitale nella metropoli** regionale, quale principale centro di servizi ed infrastrutture.



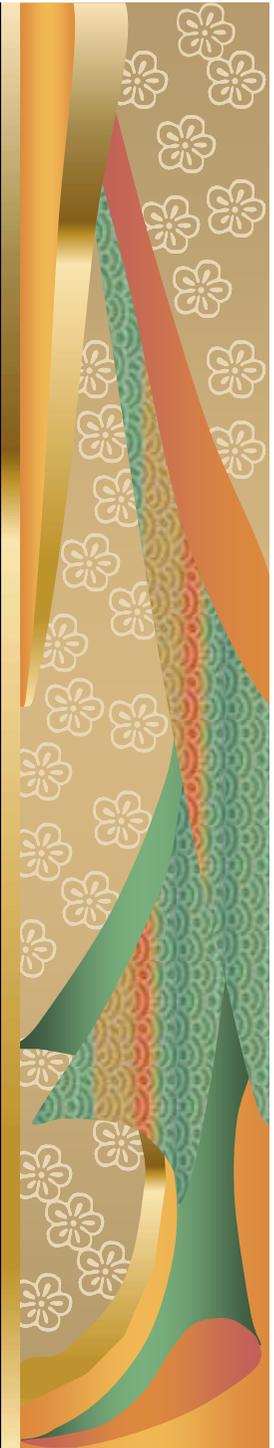
PARTECIPAZIONE NEL PIL REGIONALE



Fonte: Elaborazione propria con dati statistici del DEIE
Direzione di Statistiche e Ricerche Economiche
Governo di Mendoza

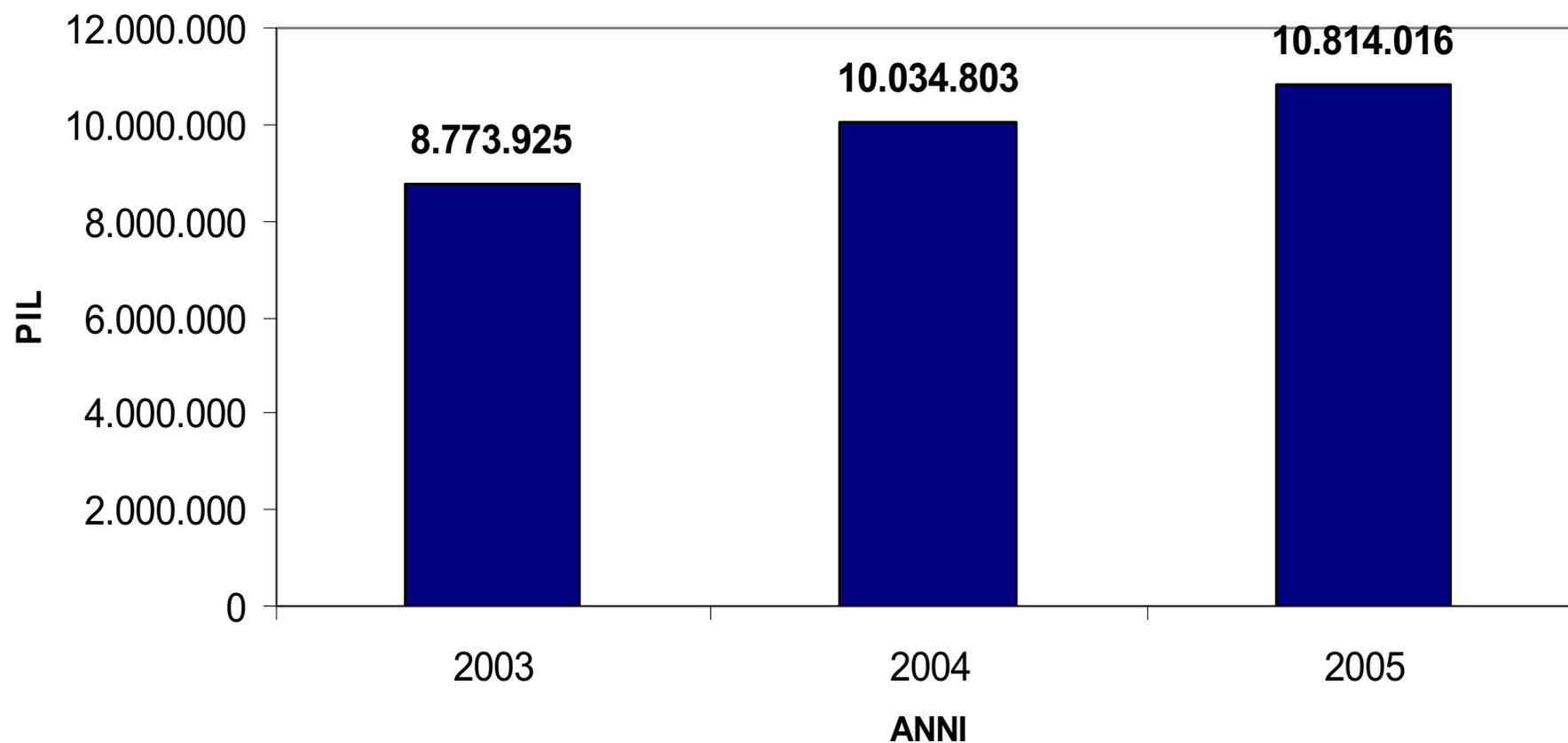
Evoluzione Pil Mendoza

- Come osservate nella diapositiva **il PIL di Mendoza è stato trainante del PIL regionale**. La città di Mendoza, inoltre, è il **più importante snodo commerciale** e logistico dell'Argentina Occidentale verso il Pacifico.
- Queste condizioni hanno fatto assumere a Mendoza una **grande autonomia negli interscambi culturali, turistici, tecnologici e commerciali con altri Paesi**, stringendo accordi diretti con Cile, Stati Uniti, Italia, Francia, Brasile e Bolivia, solo per menzionarne alcuni.
- **Mendoza è il primo esportatore regionale (circa 400 aziende esportatrici)** con una crescita negli ultimi 18 anni del 600% (da 110 milioni di euro nel 1989 a 750 milioni nel 2006).
- I principali mercati di destinazione sono: il Brasile (23 %), gli Stati Uniti, il Cile ed il Giappone. **L'Italia è il settimo Paese** di destinazione delle esportazioni regionali.



EVOLUZIONE DEL PIL DI MENDOZA

VALORE IN DOLLARI x 1.000



Fonte: Istituto di Sviluppo Industriale, Tecnologico e di Servizi -IDITS su base della
Direzione di Statistica e Informazioni Economiche – DEIE

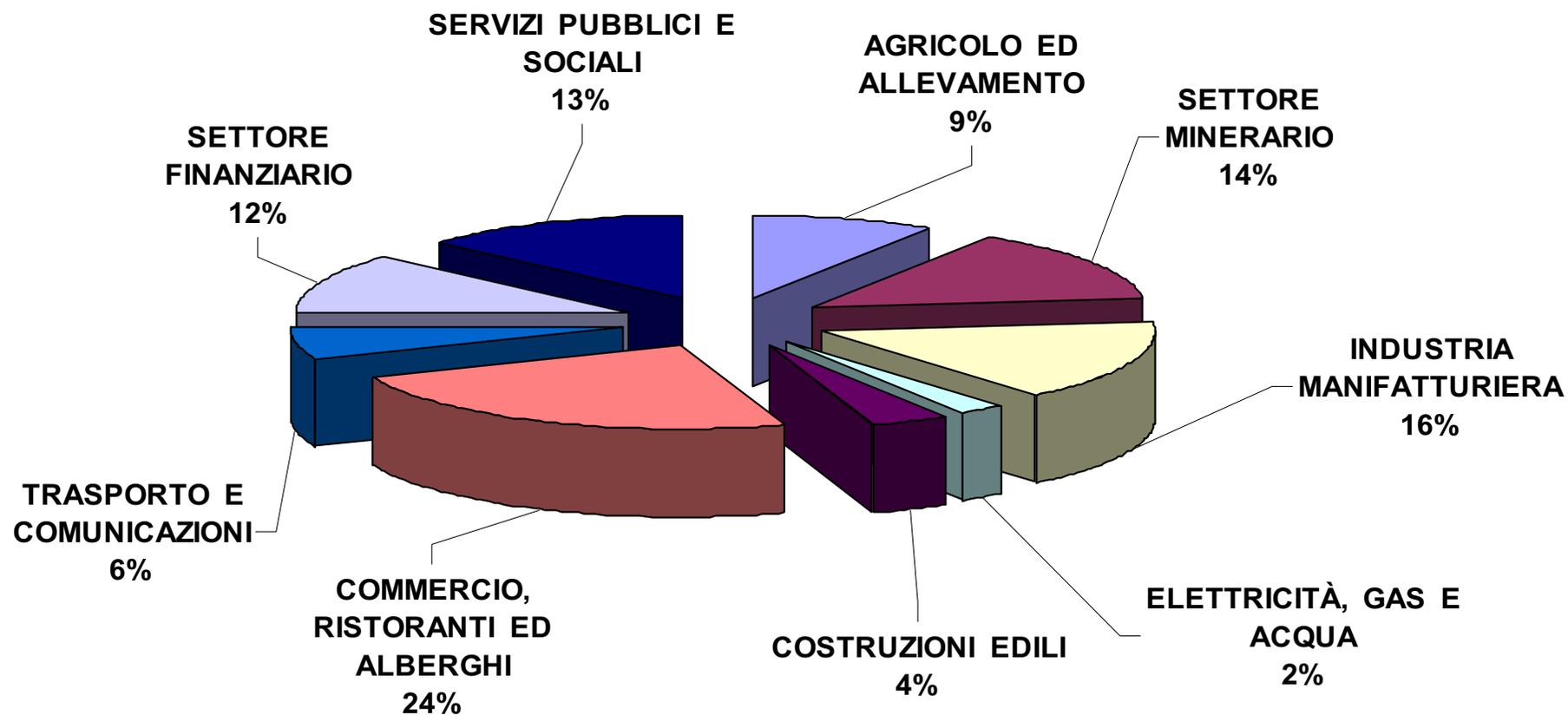
Attività Economiche Pil Mendoza

- Nell'analisi delle attività economiche che compongono il PIL di Mendoza si può visualizzare che **la principale voce è il settore “commercio, ristoranti ed alberghi” (24%)** proprio conseguenza dell'importante crescita **del turismo**.
- Altri due settori importanti sono la industria manifatturiera (16%) e il settore minerario (14%) con la grossa partecipazione dell'estrazione e dalla industrializzazione del petrolio e dei suoi derivati.



PARTECIPAZIONE DELLE ATTIVITÀ ECONOMICHE NEL PIL DI MENDOZA

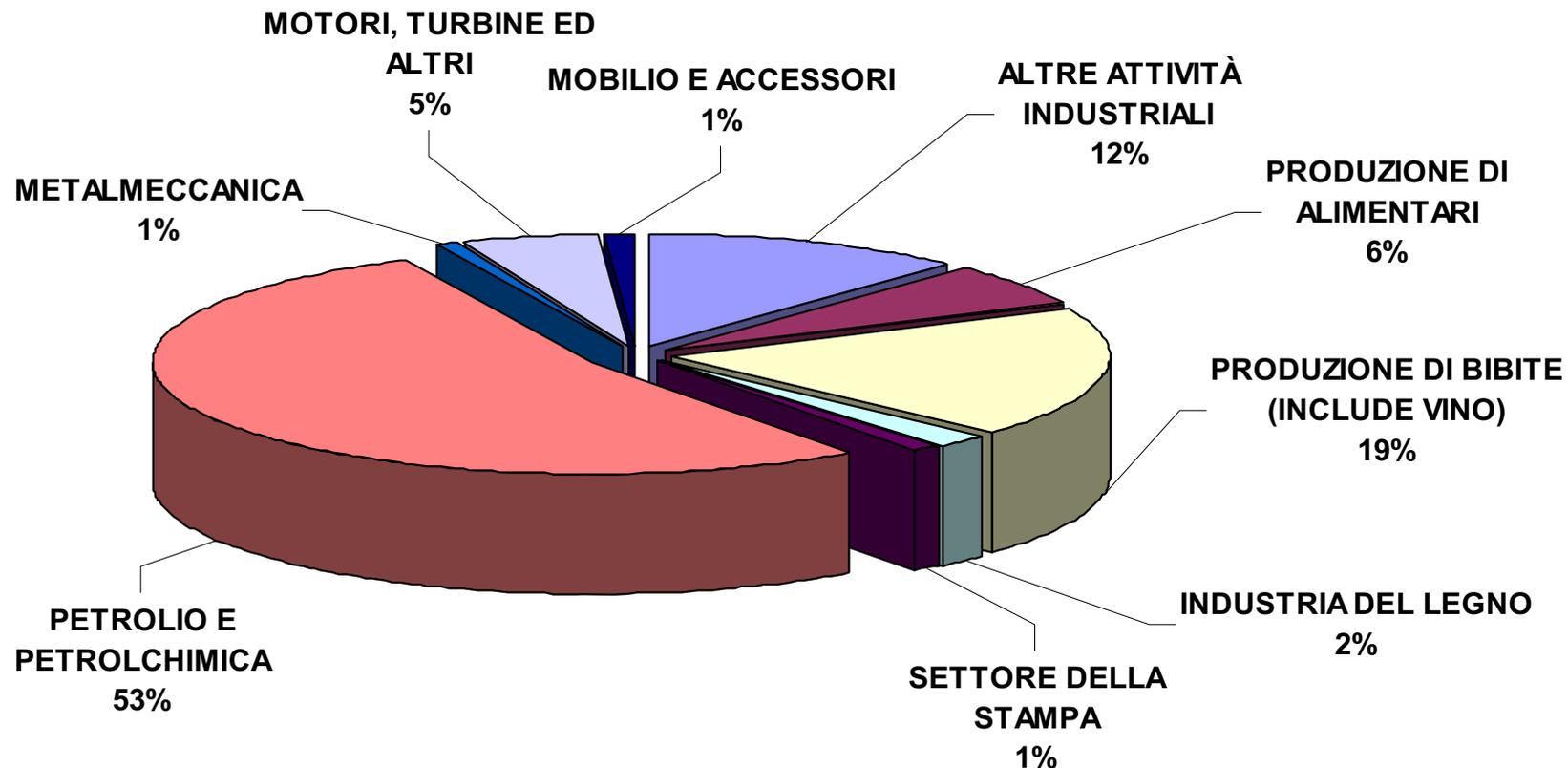
ANNO 2005



Fonte: Istituto di Sviluppo Industriale, Tecnologico e di Servizi -IDITS su base della
Direzione di Statistica e Informazioni Economiche – DEIE

PARTECIPAZIONE DELLE DIVERSE ATTIVITÀ NEL PIL INDUSTRIALE DI MENDOZA

ANNO 2005



Fonte: Istituto di Sviluppo Industriale, Tecnologico e di Servizi -IDITS su base della
Direzione di Statistica e Informazioni Economiche – DEIE

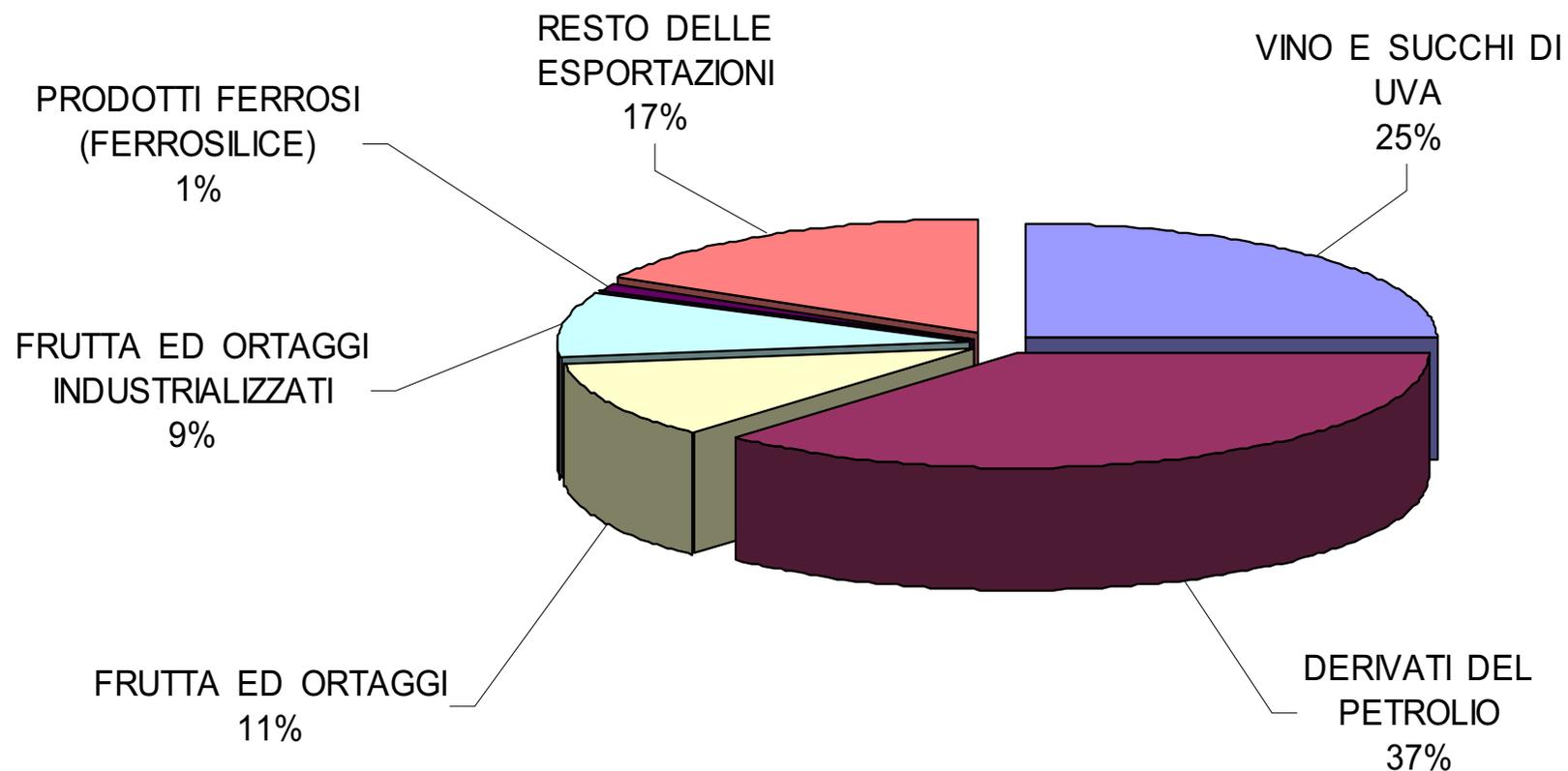
Principali Esportazioni di Mendoza

- **Il settore minerario è importante nei numeri delle esportazioni** della Provincia, come potete vedere nella diapositiva (ben il 37 % del totale)
- **L'agroalimentare è anche un settore base dell'economia locale**, non solo della Provincia di Mendoza, ma di tutta la Regione.
- **Rappresenta il 9 % del PIL ed un 6 % delle esportazioni** come avete potuto vedere nelle slides precedenti.



PRINCIPALI ESPORTAZIONI DI MENDOZA

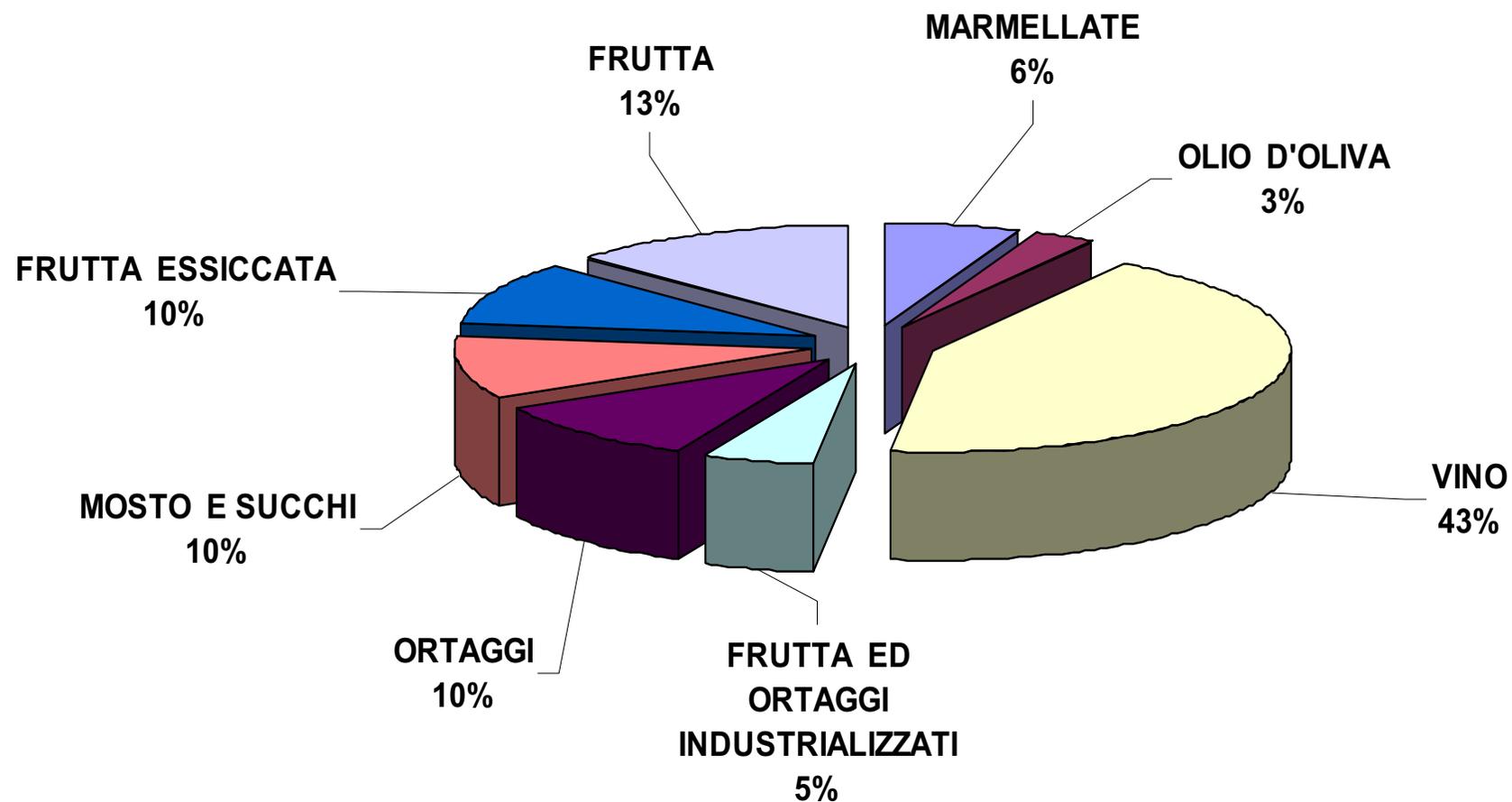
ANNO 2004



Fonte: Istituto di Sviluppo Industriale, Tecnologico e di Servizi -IDITS su base della Direzione di Statistica e Informazioni Economiche – DEIE

ESPORTAZIONI AGROALIMENTARIE DI MENDOZA

ANNO 2006



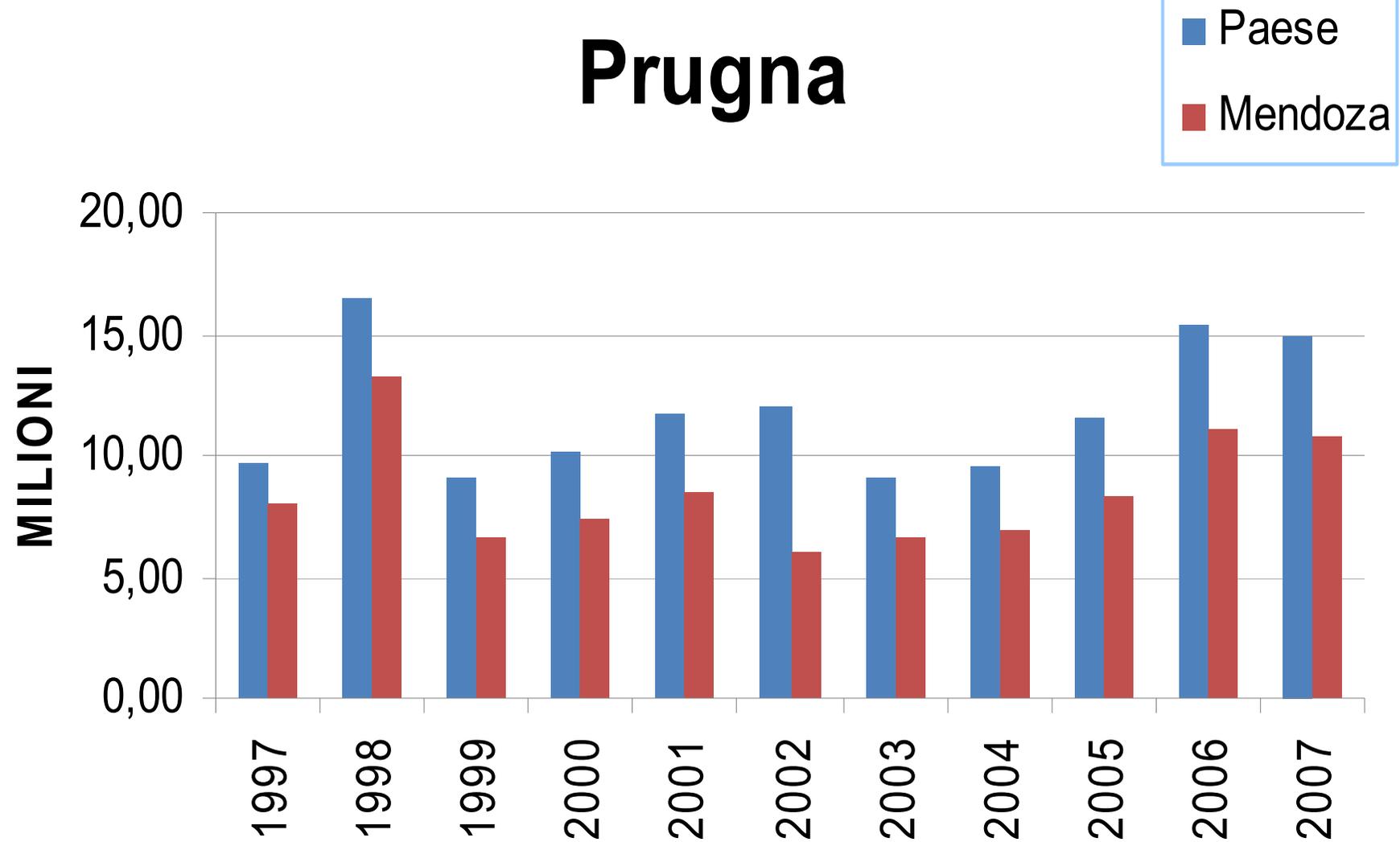
Fonte: Istituto di Sviluppo Industriale, Tecnologico e di Servizi -IDITS su base della Direzione di Statistica e Informazioni Economiche – DEIE

Esportazioni Agro Alimentari

 Nelle esportazioni agro alimentari il **primo è il settore enologico** (il 43 % del totale del comparto). Anche importante è il settore della **frutta** in quanto Mendoza è la principale produttrice di molti prodotti ortofrutticoli tipici della zona temperata (**prugne, pesche, ciliege, uva, albicocche, melo cotogne, noci, mandorle, pomodori, aglio, patate, cipolle, scalogno, sedano, asparagi, spinaci, ecc.**) come potete vedere nelle due seguenti slides riferite alle due prime qualità di frutta menzionate, in relazione a tutto il Paese.

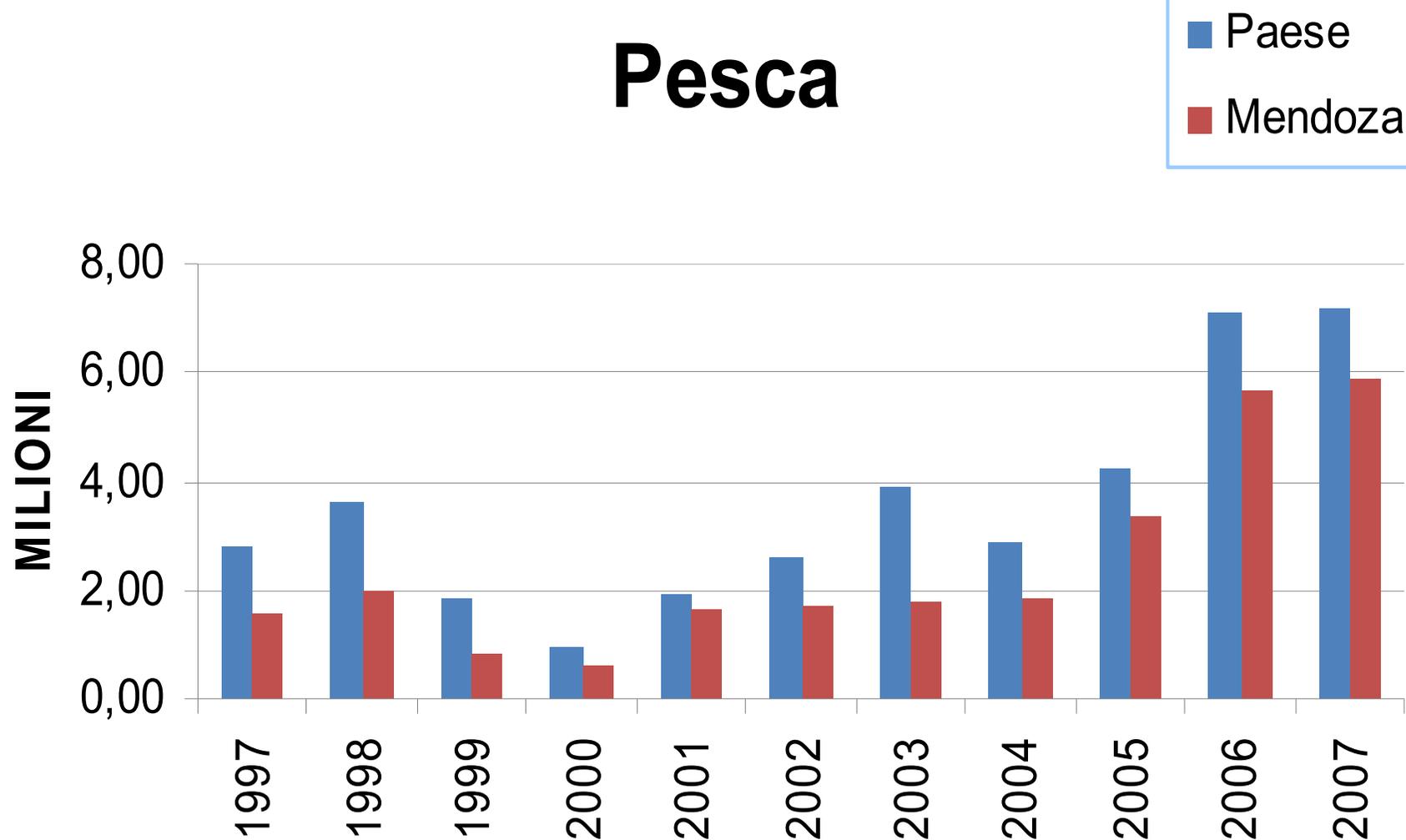


Prugna



Fonte: Istituto di Sviluppo Industriale, Tecnologico e di Servizi -IDITS su base della Direzione di Statistica e Infomazioni Economiche – DEIE

Pesca



Fonte: Istituto di Sviluppo Industriale, Tecnologico e di Servizi -IDITS su base della Direzione di Statistica e Infomazioni Economiche – DEIE

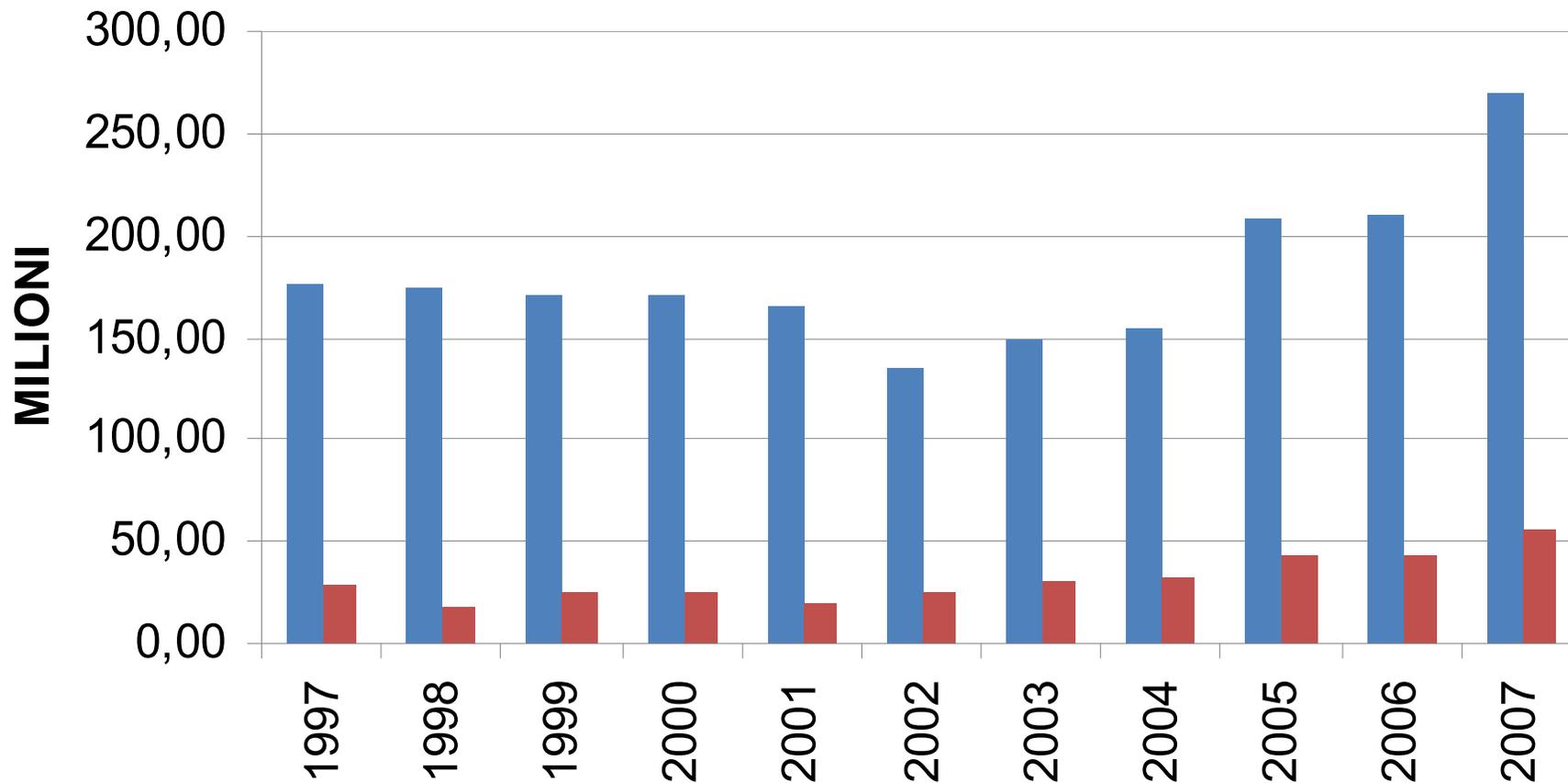
Altre Produzioni

- Ma Mendoza è anche importante produttrice di altre qualità di frutta come la **pera e la mela** (terzo produttore dopo Rio Negro e Neuquen) come vedete nelle diapositive seguenti



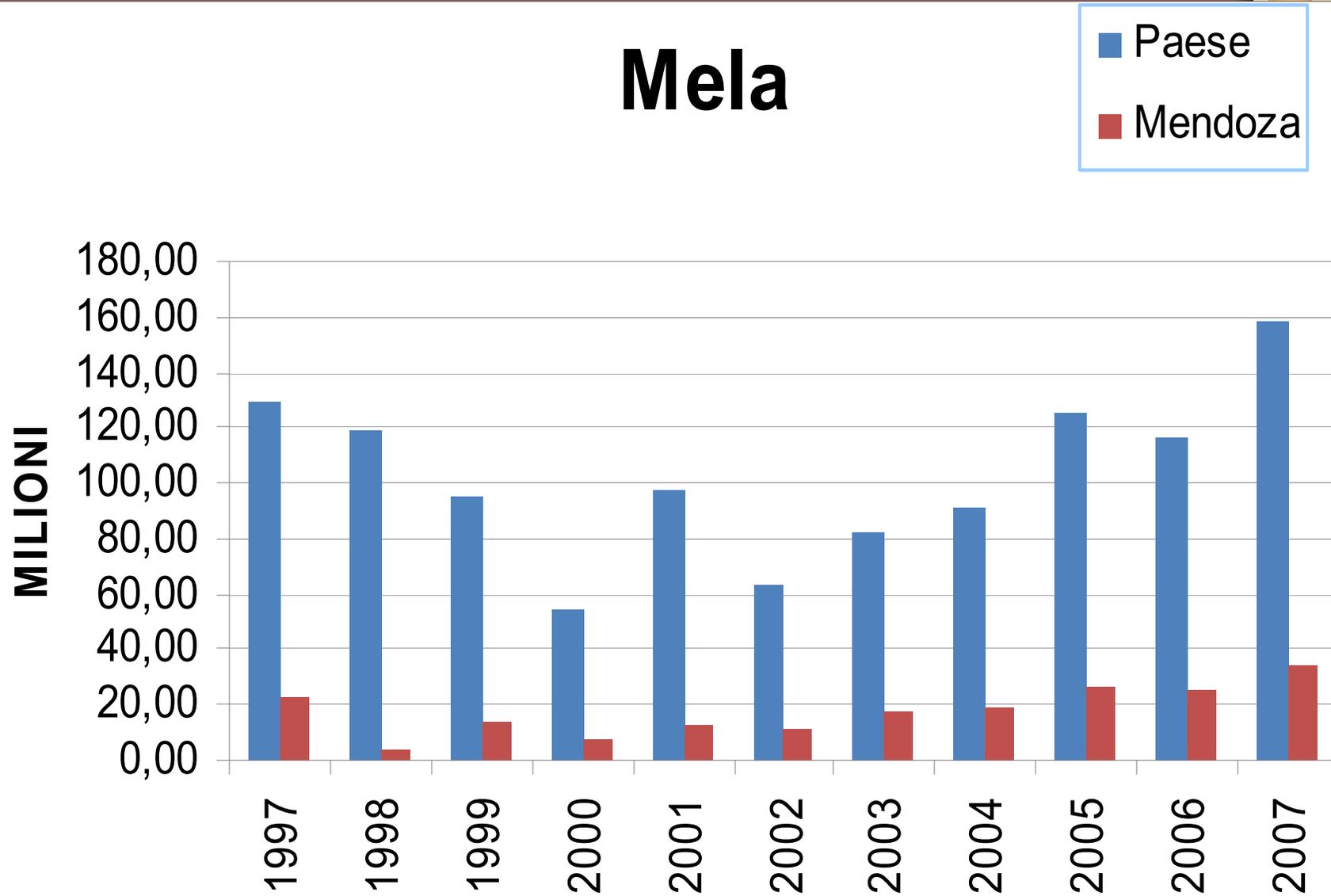
Pera

■ Paese
■ Mendoza



Fonte: Istituto di Sviluppo Industriale, Tecnologico e di Servizi -IDITS su base della Direzione di Statistica e Informazioni Economiche – DEIE

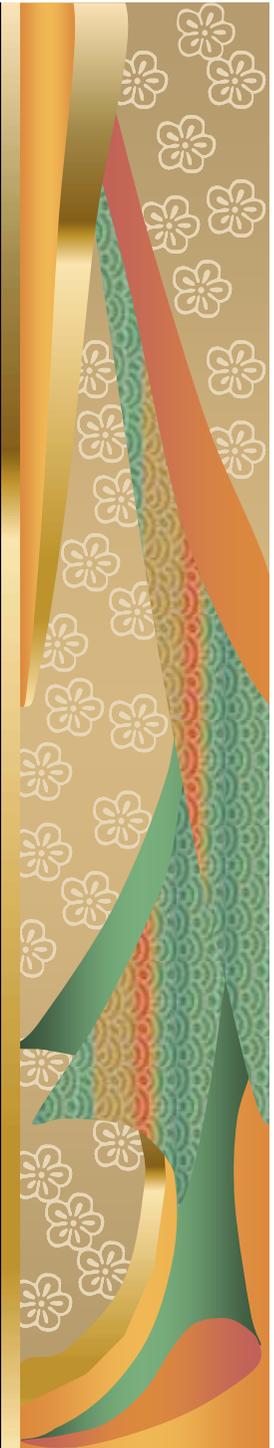
Mela



Fonte: Istituto di Sviluppo Industriale, Tecnologico e di Servizi -IDITS su base della Direzione di Statistica e Informazioni Economiche – DEIE

Metalmecanica/Petrolifera

- Molto sviluppato, come già detto, nell'area di Mendoza il settore metalmecanico (con la più grande fabbrica del Sud America, produttrice di turbine, gru per porti e containers, ponti gru, centrali termiche, idroelettriche, eoliche e nucleari) e quello petrolchimico, con un importante centro a Mendoza produttore di polipropilene ed altri derivati del petrolio e del gas.





Benessere

▪

 Nel settore del benessere la Regione vanta delle condizioni vantaggiose con una serie di **centri per la salute appoggiati** dalle fonti termali che sorgono nelle Ande





Agro Alimentare

- Nell'area di Mendoza, il settore agroalimentare, in particolare **vitivinicoltura e l'agricoltura intensiva** é costituito da **1.456 imprese**, delle quali **circa l'85% sono PMI**, con **oltre 23.000 persone occupate in forma diretta** e con un **valore di produzione di oltre 920 milioni di euro**. **Come potete facilmente verificare in media ogni impresa occupa circa 15 dipendenti**
Anche nelle altre province il settore ha uno sviluppo importante e presenta grandi potenzialità di crescita.
- Le condizioni del suolo e del clima hanno reso la Regione adatta alla **produzione di prodotti ortofrutticoli di ottima qualità**



Turismo Enologico

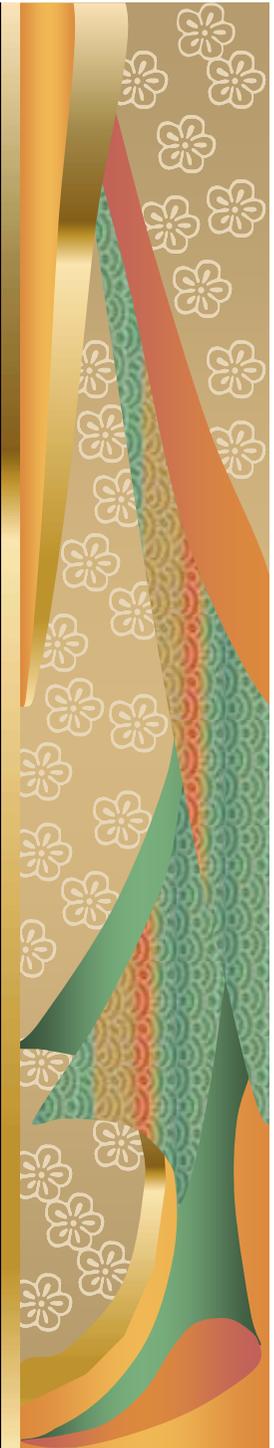
- Il settore del turismo è la **“stella” dei nuovi investimenti e dello sviluppo locale**. Il vantaggio di un di cambio valuta favorevole ha reso attrattiva tutta la Regione e con questo notevole aumento dei visitatori si sono rivalutate le potenzialità e le bellezze che rimanevano ancora nascoste.
- Il primo tra tutti il **turismo enologico** che attira oltre **1.000.000 di persone** all'anno, favorito dalle nuove cantine che hanno aspetto **quasi da museo** e sorprendono per tale motivo i turisti di ogni nazionalità. Tali Bodegas possiedono **estensioni inimmaginate di vigneti**, producono vini di ottima qualità che stanno conquistando il palato di tutto il mondo.





Turismo Invernale

 **Il turismo invernale**, con centri sciistici di primo livello, con **prezzi molto contenuti**, cosa che favorisce una crescente presenza di turismo europeo





Turismo Avventura

- Durante l'estate, è anche in aumento il **turismo andino (andinismo)**, nelle sue altissime montagne. Circa un centinaio di cime **che superano i 5.000 metri**, con il tetto dell'Aconcagua che sfiora i 7.000, e che ogni anno attira sempre di più gruppi di scalatori da ogni paese.
- Per terminare con il turismo parliamo del **turismo avventura**, "scoperto" negli ultimi dieci anni, che ha consentito di approfittare e godersi le bellezze naturali infinite di questa Regione.
- Rafting di tutti i livelli, **trekking, rappel (discesa sotto una cascata), semplici passeggiate nelle Ande** (facile quella fino ai 4.000 dell'Aconcagua), e **cavalcate per tutti i gusti** fanno di questa Regione una meta obbligata per l'amante della natura ed un luogo che, molto probabilmente, ricorderete per tutta la vita.







Camere di Commercio Italiane
nel MERCOSUD

Progetto Demetra



Cámara de Comercio Italiana de Rosario



Córdoba 1868 - P. 1 S2000AXD, TEL. +54 341 4266789, FAX: +54 341 4266789,
E-MAIL:info@italrosario.com, WEB: www.italrosario.com



CARTINA "REGIÓN LITORAL"



Camera di Commercio Italiana
nel Mercosud
Progetto Demetra
AFFIDAMENTO, BENESSERE & TURISMO
Nella Camera di Commercio Italiana nel Mercosud



Cámara de Comercio
Italiana de Rosario



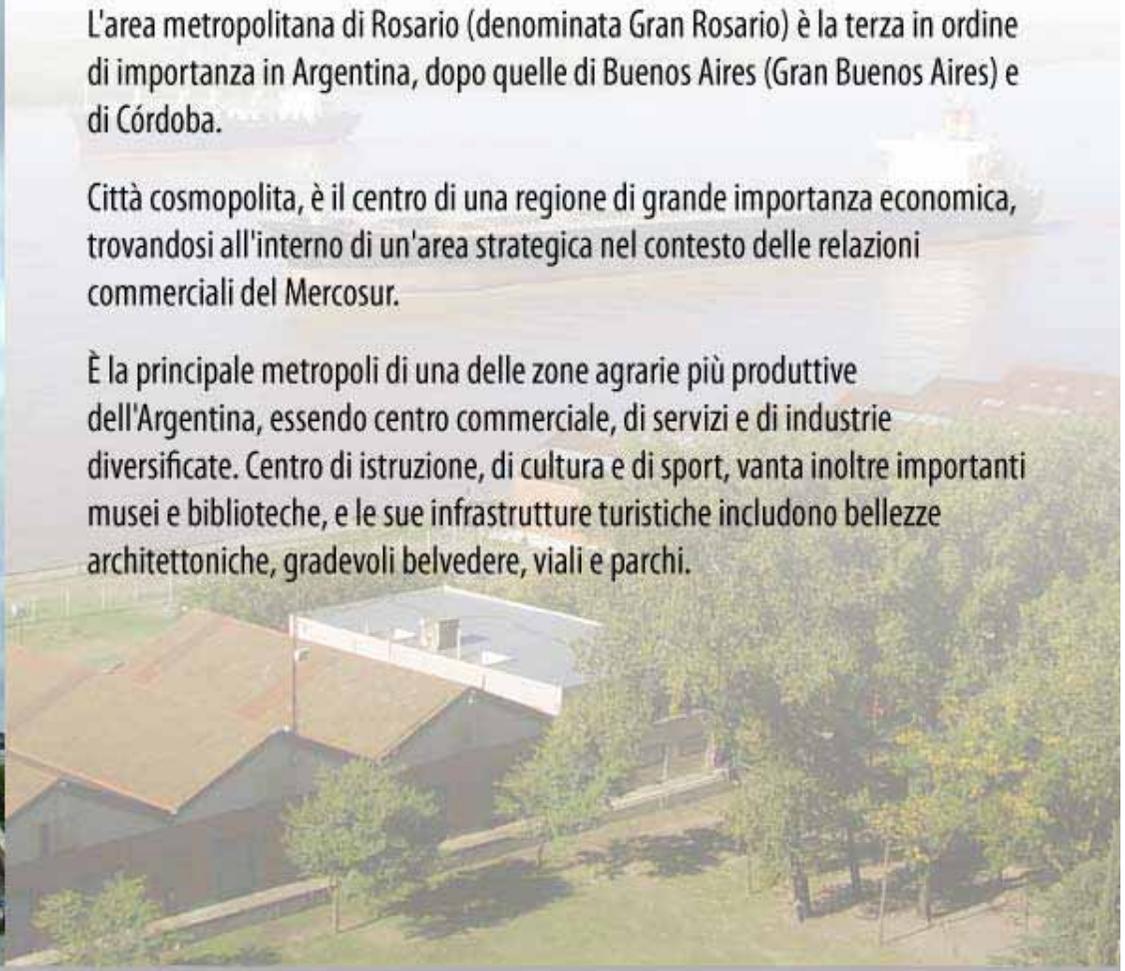
Rosario, è la città più grande e popolosa della Provincia argentina di Santa Fe.

È situata a circa 300 km a nord della capitale Buenos Aires, e il suo porto sulla sponda occidentale del fiume Paraná è fra i più importanti del paese.

L'area metropolitana di Rosario (denominata Gran Rosario) è la terza in ordine di importanza in Argentina, dopo quelle di Buenos Aires (Gran Buenos Aires) e di Córdoba.

Città cosmopolita, è il centro di una regione di grande importanza economica, trovandosi all'interno di un'area strategica nel contesto delle relazioni commerciali del Mercosur.

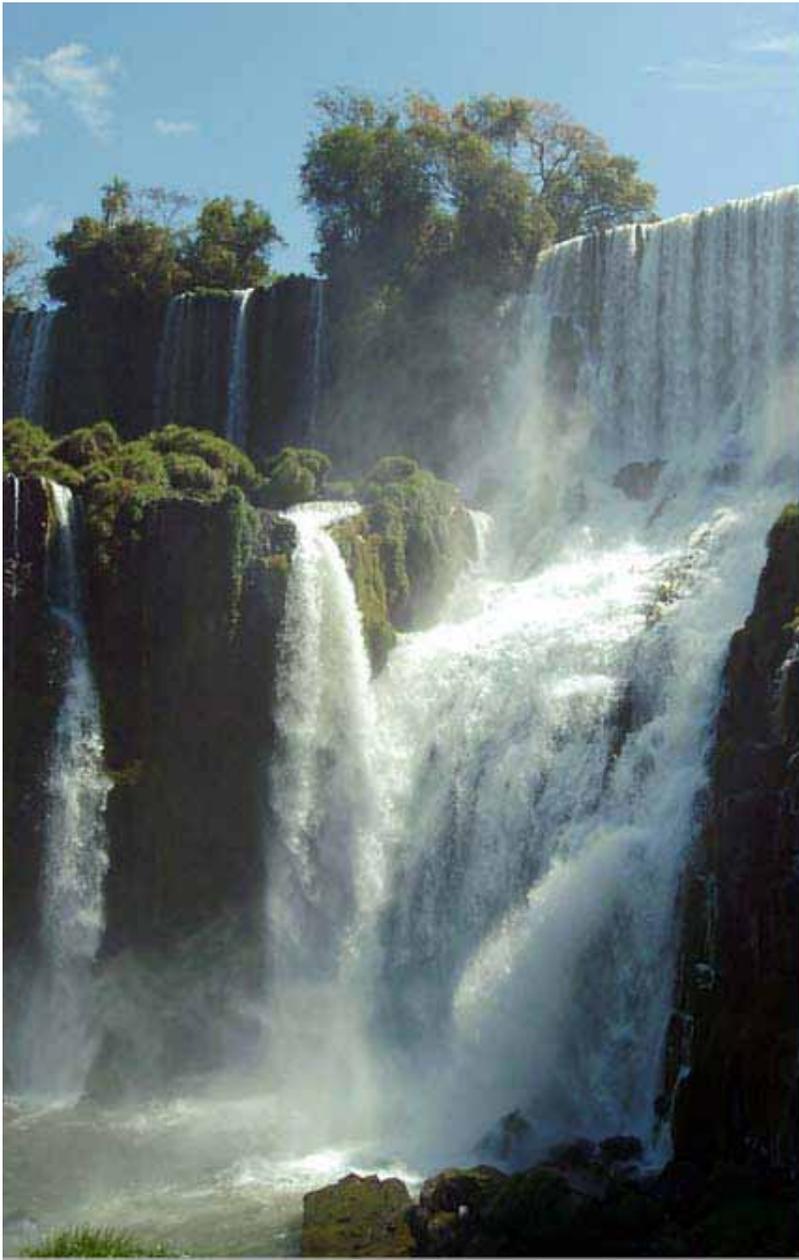
È la principale metropoli di una delle zone agrarie più produttive dell'Argentina, essendo centro commerciale, di servizi e di industrie diversificate. Centro di istruzione, di cultura e di sport, vanta inoltre importanti musei e biblioteche, e le sue infrastrutture turistiche includono bellezze architettoniche, gradevoli belvedere, viali e parchi.



Camera di Commercio Italiana
nel Mercosud
Progetto Demetra
AGRICOLTURA, BENESSERE & TURISMO
Nella Camera di Commercio Italiana nel Mercosud



Cámara de Comercio
Italiana de Rosario



IL SETTORE DEL TURISMO- BENESSERE

- L'industria turistica copre il 7,41% del PIL argentino, con grande volume di posti di lavoro.
- Nel 2005 l'Argentina è stata meta dello 0,482% del turismo mondiale, con 3.895.000 turisti, superando così destinazioni molto competitive come Porto Rico, Cile e Perú.
- Il settore è in continua crescita, tanto che se nel 2006 il budget statale destinato a questa industria era di 171 milioni di \$, nel 2007 è stato di 218 milioni.
- Per il 2020 si stima una ulteriore crescita con ottime prospettive di sviluppo del settore.
- L'industria del turismo rappresenta un fattore economico fondamentale, il 7% degli introiti economici del paese è rappresentato da questo settore.
- Di conseguenza risultano decisivi gli investimenti volti a migliorare l'offerta:
 - settore alberghiero
 - settore gastronomico
 - settore turistico in senso stretto (agenzie viaggi, enti di promozione e marketing del turismo argentino nei mercati mondiali)
 - trasporti



IL TURISMO- BENESSERE NELLA REGIONE DEL LITORALE

- La regione litorale è una delle zone più attrezzate turisticamente, anche grazie alla buona rete stradale che collega le province che la compongono: Santa Fe, Entre Ríos, Corrientes, Misiones, Chaco e Formosa.
- La regione offre interessanti città, culturalmente vive, come Rosario e Santa Fe, che sono attualmente in crescita e registrano grande vitalità nel settore alberghiero, ricettivo in genere, e nell'export (porti di fiume), con tassi di crescita elevati di anno in anno.
- Il litorale argentino offre anche turismo naturale con possibilità di vivere i fiumi (Río Paraná, Río Uruguay, Río Salado), visitare meraviglie naturali, come le Cascade dell'Iguazú nella provincia di Misiones, o il Parco del Palmar in quella di Entre Ríos, o effettuare escursioni a piedi o a cavallo nell'immensa pianura.



In particolare: turismo del benessere/alternativo

- La provincia di Santa Fe sta sviluppando varie attività di turismo alternativo: fattorie-studio, turismo rurale, possibilità di pernottamento e osservazione delle operazioni di semina, raccolta e cura della terra, allevamento degli animali, con degustazioni di prodotti tipici tradizionali.
- L'industria del turismo termale è un fenomeno relativamente nuovo che, in alcune province, presenta delle potenzialità di crescita molto interessanti.
- Nella provincia di Entre Ríos, lungo il Río Uruguay, sono numerose le sorgenti termali e alcune di esse non sono ancora sfruttate. È molto raro trovare acqua termale in pianura, e ancora di più vicino ad un fiume, perciò la provincia rappresenta una "curiosità geotermica".
- Le acque termali presentano proprietà antinfiammatorie, leggermente disinfettanti, ottime per la circolazione e per le malattie della pelle, ricche di minerali. Tra le località più note ricordiamo Villa Elisa, Concordia, Colón.
- La provincia di Corrientes offre una nuova proposta di turismo alternativo, quello della salute, utilizzando la medicina alternativa per trattamenti e cura del corpo, immersi nel verde che caratterizza questa regione.



- Tra le località più note ricordiamo Empedrado, Bella Vista, Ità Ibatè e Caà Catì, nelle quali è possibile associare, alle cure naturali, attività all'aria aperta come canottaggio, trekking, mountain bike, safari fotografici, birdwatching, gite a piedi e in bicicletta, caccia e pesca in fiumi e laghi, sport nautici.
- Formosa si caratterizza per flora e fauna molto varie, luogo ideale per la pratica della caccia e lo sviluppo di strutture e business ad essa relativi.
- Misiones offre al visitatore bellezze naturali di immenso valore (Cataratas del Iguazú), ma anche buone occasioni per il turismo d'avventura, culturale (tradizione guaraní), e grande varietà di vegetazione. In questa provincia è stato recentemente approvato un "Piano di investimento turistico" per analizzare e migliorare l'offerta e le possibilità di crescita del settore.
- La regione del Chaco presenta, oltre alla possibilità di dedicarsi al turismo-benessere nel Parque Nacional Chaco, sorgenti termali, in particolare nella località di Roque Sáenz Peña.

Fuente: <http://www.termasdeentrieros.com/mapatermas.html>



IL SETTORE AGROALIMENTARE NELLA REGIONE DEL LITORALE ARGENTINO

La Regione fornisce il 21% della produzione agropecuaria argentina ed occupa l'11% della superficie ad essa destinata.

AGRICOLTURA

a) Coltivazioni estensive

L'attività agricola ha subito un forte sviluppo nell'ultimo decennio incorporando ulteriori superfici da destinare al processo produttivo (il 66% in più). Questo miglioramento nell'agricoltura è dovuto all'aumento di superficie destinata alla produzione di soia (+464%), grano (+265%), girasole (+233%), mais (+40%), riso (+16%) e sorgo (+26%).

Inoltre la Provincia del Chaco è l'area centrale a livello nazionale per la produzione di cotone, che supera le 331 mila tonnellate.

La Provincia di Santa Fe rappresenta il 24% dell'area nazionale dedicata alla coltivazione di cereali e oleaginose, essendo la soia il prodotto principale (99% rispetto alla Provincia e 33% a livello nazionale). L'industria olearia produce il 70% dell'olio prodotto nel Paese, ricevendo materie prime anche dalle altre Province.

Santa Fe e Rosario esportano il 50% del grano dell'Argentina e vedono la presenza di 55 aziende per l'elaborazione di pasta fresca e secca.



Camera di Commercio Italiana
nel Mercosud
Progetto Demetra
AGRICOLTURA, BENESSERE & TURISMO
Nella Camera di Commercio Italiana nel Mercosud



Cámara de Comercio
Italiana de Rosario



b) Coltivazioni intensive

- La Regione é di somma importanza per la coltivazione del tabacco, concentrando il 44% della superficie nazionale destinata allo stesso. Il tabacco viene esportato grezzo.
- La coltivazione di erba mate e the si realizza quasi esclusivamente nelle Provincie di Misiones (89%) e Corrientes (11%). La produzione di the verde ha visto nell'ultima raccolta un incremento del 14%, raggiungendo 332 tonnellate. L'esportazione di the verde è cresciuta ininterrottamente negli ultimi anni.
- Più di 37 mila ettari sono dedicati alla coltivazione di frutta: il 90% della produzione è rappresentata dagli agrumi (arance, mandarini e limoni), ed il 6% dalla banana.
- La Regione é relativamente importante a livello nazionale per la coltivazione di ortaggi, in particolare: patata americana, melanzana, mais, mandioca, melone, peperone, anguria, zucchine e zucche.



APICOLTURA

È un settore di recente espansione, specie nella Provincia di Santa Fe, dove è concentrato il 6% della produzione nazionale. Tuttavia l'industria è composta da piccoli produttori, con scarsa incorporazione di tecnologia e poca evoluzione imprenditoriale.

Molto importante per il settore è la Provincia di Entre Ríos.

ATTIVITÀ FORESTALI

Il nordest argentino si distingue per il maggior sviluppo forestale di boschi coltivati con una partecipazione del 65% sul totale della superficie nazionale. Inoltre partecipa estensivamente con i boschi naturali: la Selva di Misiones e la Riserva del Chaco.

I prodotti derivati di maggior importanza per l'esportazione sono: legno, carbone vegetale e manufatti in legno, cellulosa, carta e cartone.

L'industria è composta in generale da PMI. La Provincia di Misiones è la seconda in importanza, dopo Buenos Aires, per la presenza di industrie della cellulosa.



ALLEVAMENTO

L'allevamento di carne bovina rappresenta il 77% dello stock nazionale, seguito da quello ovino (11%) e equino, caprino e suino (4% ciascuno).

La Provincia di Santa Fe é la terza, dopo Buenos Aires e Córdoba, per l'allevamento di bovini. Sul suo territorio si trovano i principali stabilimenti di macellazione e frigoriferi per l'esportazione e 20 delle aziende piú importanti per la produzione di derivati del latte.

MACCHINARI AGRICOLI

Il 40% dei trattori (825 unità) e il 50% delle mietitrebbie (265 unità) che si vendono nel paese, sono di aziende della Provincia di Santa Fe.

Nel sud della stessa si concentra il 50% delle aziende nazionali per un totale di 182.



Camera di Commercio Italiana
nel Mercosud
Progetto Demetra
AGRICOLTURA, BENESSERE & TURISMO
Nella Camera di Commercio Italiana nel Mercosud



Cámara de Comercio
Italiana de Rosario

CONTATTI



Cámara de Comercio
Italiana de Rosario

Córdoba 1868 – 1° piano

Tel. 0054 0341 4266789

www.italrosario.com

GUSTAVO MICATROTTA

SEGRETARIO GENERALE

gmicatrotta@italrosario.com



Agroalimentare



Turismo



Benessere



Progetto Demetra - Brasile - 2008



CAMERA ITALO-BRASILIANA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA E ARTIGIANATO DI MINAS GERAIS



CAMERA ITALO-BRASILIANA DI COMMERCIO
E INDUSTRIA DI RIO DE JANEIRO



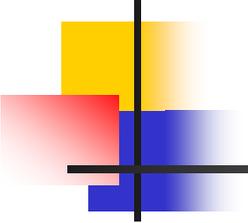
CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA
RIO GRANDE DO SUL-BRASILE



CAMERA ITALO-BRASILIANA DI
COMMERCIO E INDUSTRIADI SAN PAOLO



CAMERA ITALIANA DI COMMERCIO
E INDUSTRIA DI SANTA CATARINA

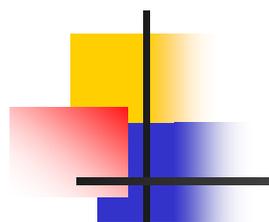


Brasile

- **Superficie:** 8.547.403 kmq;
- **Forma di Governo:** Repubblica Federativa;
- **Capitale:** Brasilia – Abitanti 2.400.000 (2006);
- **Popolazione** 187.274.483 (stima IBGE luglio 2008);
- **Oriundi Italiani:** 25.000.000;
- **Gruppi etnici:** Caucasici 54%, Mulatti e meticci 38%, Africani 6%, Asiatici, Amerindi e altri gruppi 2%



Dati economici dell'ultimo triennio

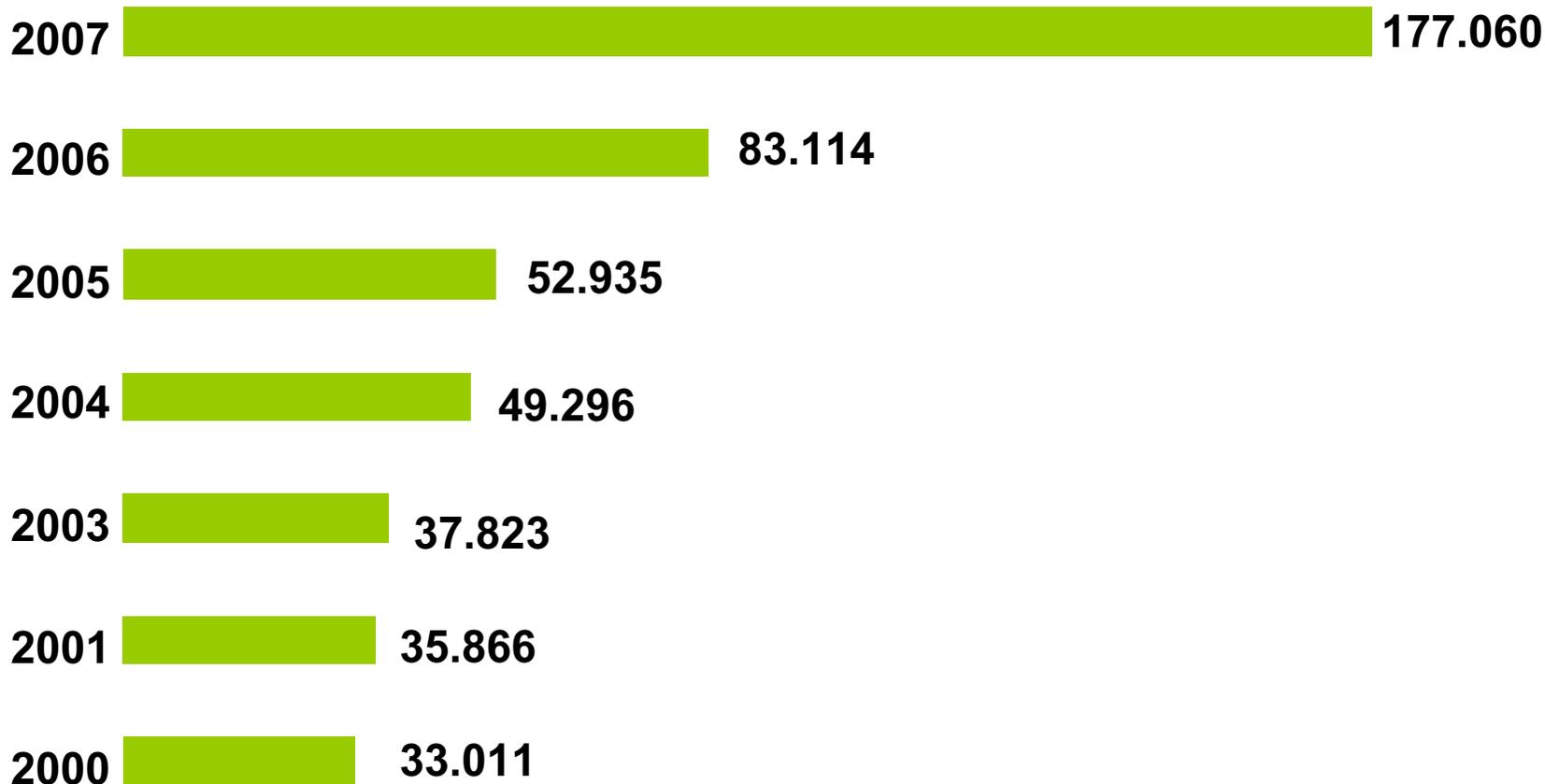


ANNO	2005	2006	2007
Variazione del PIL R\$ (%)	+ 3,2	+ 3,8	+ 5,4
PIL a prezzi correnti in mld USD	796,3	959,5	1.460
PIL pro capite in USD a prezzi correnti	4.307	5.131	8.600
Tasso di inflazione (%)	5,7	3,1	4,5
% debito esterno sul PIL	21,22	17,96	00,00

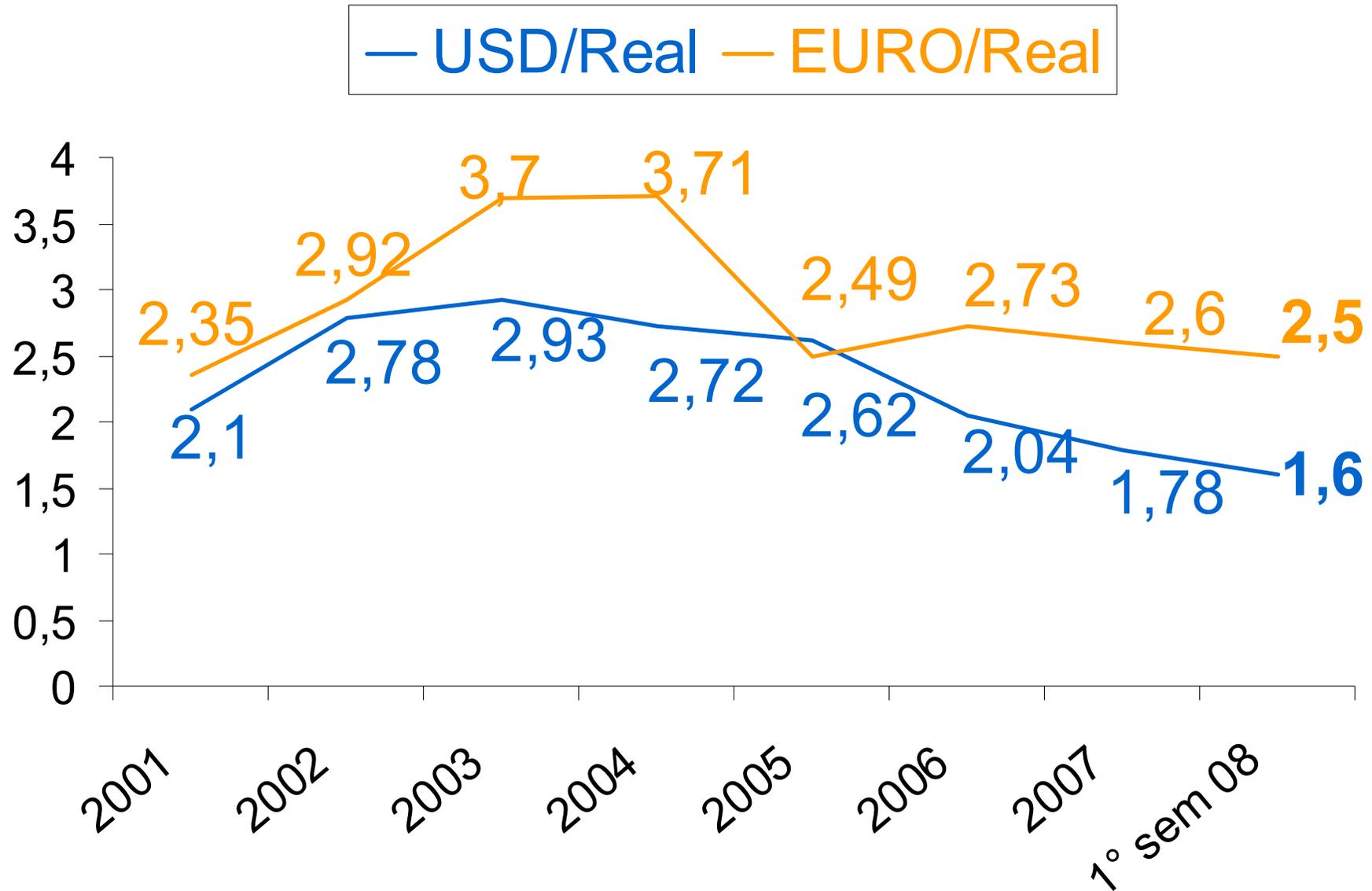
Crescita PIL 1° semestre 2008: + 5%
Tasso d'inflazione al 1° semestre 2008: 6,7

Riserve Internazionali 2000-2007 – in milioni di USD

Al 24 luglio 2008: USD milioni 202.185

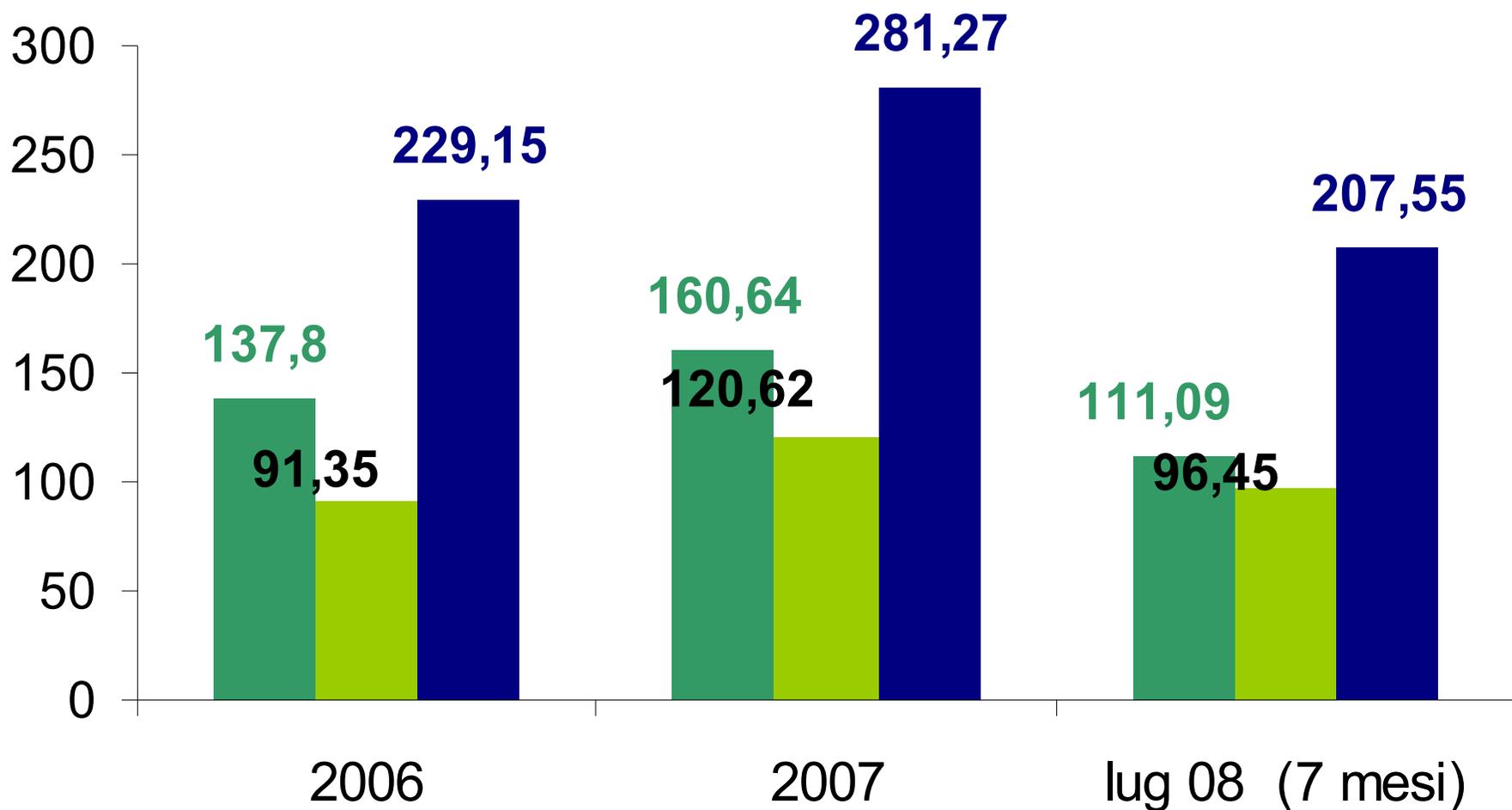


Variazione storica del tasso di cambio

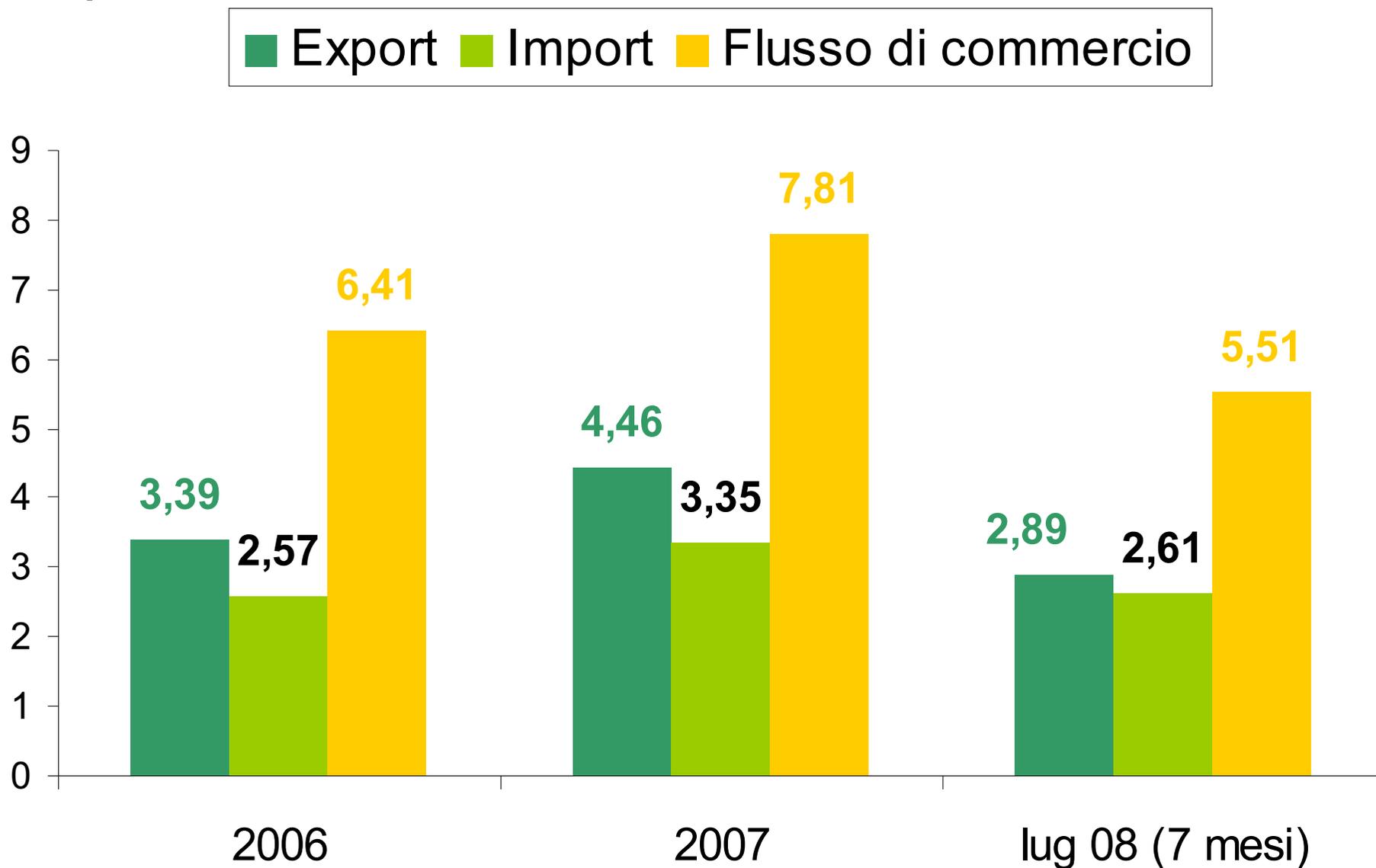


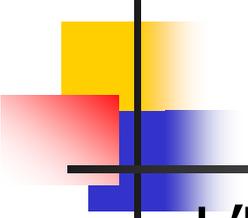
Bilancia commerciale in mld USD FOB:

■ Export ■ Import ■ Flusso di commercio



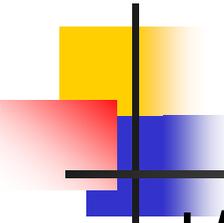
Bilancia commerciale Brasile-Italia in mld USD FOB:





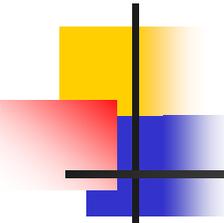
Export 2007:

- L'Unione Europea (come blocco) ha superato gli USA, partner tradizionale e detiene il primato dei mercati di destinazione, con il 25,2% del totale delle esportazioni brasiliane;
- 2007: aumento del 30,2% delle esportazioni verso la UE e del 24,1% verso il Mercosud;
- Il Brasile esporta principalmente materie prime verso l'Europa (45%), i mercati più ricettivi per i prodotti finiti sono Mercosud (93%) e USA (64%).
- Maggiori esportatori: San Paolo (32%), Minas Gerais (11,43%), Rio Grande do Sul (9,35%), Rio de Janeiro (8,91%).



Import 2007:

- L'acquisto di materie prime, assieme a prodotti semilavorati rappresenta il 49,3% del totale;
- I beni di capitale costituiscono il 20,8% del totale dell'import brasiliano;
- Netta crescita dell'import di prodotti finiti (beni di consumo) con + 34% nell'ultimo anno.
- I principali fornitori del Brasile sono: Stati Uniti, Cina, Argentina, Germania, Nigeria.



Principali prodotti scambiati tra Italia e Brasile:

- Il Brasile esporta verso l'Italia soprattutto caffè e soia in grani, minerali di ferro, pellami, carni bovine;
- Il Brasile importa dall'Italia principalmente macchinari, parti e accessori di veicoli automotori.
- L'Italia è al 7° posto nel ranking degli importatori di prodotti brasiliani, dopo Olanda e Germania in Europa, e al 10° in quello dei principali esportatori verso il Brasile, dopo Germania e Francia.

Settore Agro-alimentare

- Clima diversificato, piogge regolari, abbondante energia solare e quasi il **13% di tutta l'acqua dolce** disponibile sul pianeta;
- **388 milioni di ettari di terre coltivabili**, dei quali 90 milioni non sono ancora stati sfruttati;
- il Brasile sarà il maggior produttore mondiale di alimenti del prossimo decennio (UNCTAD).



Settore Agro-alimentare

- L'**export** dell'agribusiness da maggio '07 a '08: USD 27,2 mld, pari a **+25,3%: import + 40,4%**;
- Secondo il CEPEA*, nel 2007, il PIL dell'agribusiness è stato il **25,11%** del PIL totale (Agricoltura: 17,85%; Allevamento: 7,26%), con **642.634 milioni di reais**;
- Il PIL dell'agribusiness brasiliano è cresciuto di **+3,83%** nel primo quadrimestre 2008 e di **+ 7,89%** nel 2007;
- In 10 anni, il Brasile ha raddoppiato il fatturato con l'export di prodotti agricoli e dell'allevamento.

*Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada.



Settore Agro-alimentare – *Grani, latte e carne*

- **Cereali, leguminose e oleaginose:** entro il 2017 il Brasile deterrà 34% della produzione e 46,5% delle esportazioni mondiali;
- L'area coltivata a grani stimata per il 2008 (47 milioni ha.), crescerà +3,7% rispetto al 2007;
- Secondo Gazeta Mercantil, il Brasile sarà il maggior produttore di **latte** del mondo nel 2013 (+9,88% nel 2007); i prezzi del latte al produttore nel 2007 sono cresciuti di 38,8% (CEPEA).
- Produce circa **1,6 mld ton/anno di carni**;
- Esporta più di **4 mld USD/anno** di carne;
- Carne Bovina: maggior esportatore mondiale;
- Carne Suina: 4° produttore del mondo;
- Pollame: 3° produttore del mondo.





Settore Agro-alimentare – *Frutta e ortaggi*

- La frutticoltura è strategica per l'agribusiness brasiliano: il Brasile è il **3° produttore mondiale di frutta**;
- 3,4 milioni di ettari occupati;
- Potenziale produttivo per l'esportazione dovuto a clima favorevole, suolo fertile, abbondanza di manodopera, diversa stagionalità delle colture rispetto ad altri paesi;
- In tutto il paese vi sono **30 poli** di frutticoltura, sparsi da Nord a Sud;
- Colture rappresentative dell'export brasiliano: arancia, uva, ananas, banana, mela e melone;
- L'Europa è il principale mercato di destinazione, con il **70%** del volume dell'export (nuovi mercati: Canada, Russia, Cina, Emirati Arabi, est europeo).



Settore Agro-alimentare – *Biocombustibili e Macchine Agricole*

- La ANP stima che la produzione brasiliana di biodiesel sia di circa **176 milioni di litri all'anno**;
- Uno dei principali mercati legati all'agribusiness, è quello di **macchinari agricoli**; tra gennaio e novembre 2007, il settore ha presentato un'espansione del **48,8%** a fronte dell'anno anteriore;
- All'interno della federazione brasiliana, lo Stato di **San Paolo** costituisce il maggior mercato per le macchine agricole (36% delle vendite sul mercato interno). Seguono **RS** (13%), **MG** (12%), e **SC** (10%).
- Aumento della domanda di macchine agricole, (espansione della fascia di coltivazione della canna da zucchero).



*Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis.



Settore Agro-alimentare - *Prodotti Industriali*

- Nel 2007 l'export di prodotti alimentari industriali: **+17,5%**, totalizzando USD 26,6 mld;
- Performance dei principali prodotti nel 2007:
 - **carni** (+30,9%);
 - **preparati di prodotti ortofrutticoli** (+50,86%);
 - **latte e latticini, uova, miele** (+77,9%);
 - **prodotti della macinatura, malto e cereali** (+45,2%).
- Nel 2007 l'export dei **vini pregiati** è cresciuto del **68,23%** in quantità (dati Uvibra*);
- **Cachaça**: La filiera produttiva della cachaça artigianale sta investendo in qualità e tecnologia (Minas Gerais);
- Maggior produttore di cachaça industriale: San Paolo;

*União Brasileira de Vitivinicultura.





Settore Agroalimentare - *Tendenze*

- In sintesi: l'agribusiness è il **maggior business mondiale** e brasiliano;
- Il Paese investe molto in tecnologia;
- Investimenti continui migliorano la produttività dei campi;
- Condizioni naturali favorevoli;



Il **Sud** è leader (41% dell'export dell'agribusiness) ma le regioni **Centro-Ovest** (grani e carni) e **Nord** (legno, cellulosa e oleaginose) sono quelle che crescono a ritmo più rapido (+25% negli ultimi 8 anni)*.

*(dati CEPEA)

Turismo in Brasile

- Offre eccellente infrastruttura per il turismo;
- Riceve più di **5 milioni di turisti** stranieri all'anno;
- La maggior parte dei turisti sono argentini, nordamericani e portoghesi;
- Negli ultimi 10 anni, l'incremento degli introiti generati dal turismo nel mondo è stato di circa 45%; **in Brasile, del 76%.**



Rio de Janeiro

Turismo in Brasile

- “Lençóis Maranhenses”;
- 7.000 Km di costa;
- **Foresta Amazzonica**, la maggiore del pianeta;
- 250 mil Km² **Pantanal** – Patrimonio dell’Umanità;

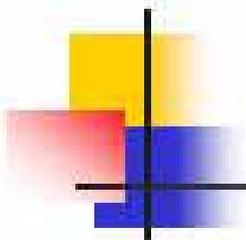


Lençóis Maranhenses



Foz do Iguaçu

- 44 **parchi** nazionali ;
- Foz do Iguaçu;
- La più ampia **biodiversità** del globo;
- Le maggiori **riserve di acqua dolce** del pianeta – il Bacino Amazzonico e l’Acquifero Guarani.



Minas Gerais

- Lo Stato è il quarto maggiore in estensione territoriale (586.528 km²) con 19 milioni di ab.;
- 56 Circuiti Turistici;
- Uno degli Stati più ricchi in **cultura** e **testimonianze storiche**;



Tiradentes



Paragliding

- **Turismo ecologico** (Parco Nazionale da "Serra do Cipó", Parque della "Serra da Canastra", Circuito dell'Oro);
- **Turismo rurale** (passeggiate a cavallo, visite a produttori di cachaça artigianale e al Museo della Cachaça, boutique di prodotti biologici presso le *fazendas*, show di musica popolare).

Rio de Janeiro

- 15 milioni di abitanti, è famoso in tutto il mondo per la sua **capitale**;
- L'industria del turismo a Rio de Janeiro è la più importante del Brasile;
- "Cidade do Samba";
- Infrastruttura per **congressi e eventi**;
- Il suo popolo è stato eletto "il più cordiale al mondo";



Bondinho – Pão de Açúcar

- spiagge;
- montagne;
- aree verdi;
- sport all'aria aperta;
- turismo di eventi;
- carnevale;



Cristo Redentor

- storia;
- cultura;
- bellezze naturali.

Rio Grande do Sul

- 10.978.587 abitanti (2006);
- Singularità e ricchezza della sua storia;
- 119 monumenti, musei, palazzi ed altri locali storici;
- Caratteristiche differenziate: il paesaggio della **Serra**, il **Pampa**, il **Litorale**, le località **idropiriche** e le **Missioni**;



*Parco Nazionale
Aparados da Serra*



Porto Alegre

- **ecoturismo** (Il Parco Nazionale *Aparados da Serra* e il *Parco Nazionale della Serra Geral*);
- **turismo rurale** (diverse modalità);
- **turismo equestre** (il miglior modo di conoscere il mondo del "gaucho");
- **turismo nautico** (uno dei poli per la pratica del turismo nautico).

Santa Catarina

- Lo Stato ha ricevuto 4,3 milioni di visitatori (2007/2008);
- **560 Km di fascia costiera**;
- **500 spiagge**, dalle più frequentate alle semi-desertiche;
- lo Stato offre una diversità sorprendente di attrazioni e prodotti turistici;

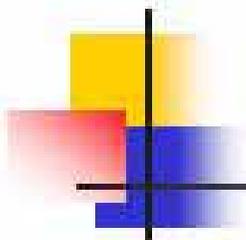


Florianópolis



Serra do Rio do Rastro

- **ecoturismo** (stato ricco in termini di natura e bellezze naturali);
- **eventi sportivi**;
- **turismo rurale** (sulla catena montuosa);
- **turismo del benessere** (acque termali).



São Paulo

- Lo stato più popoloso (più di 40 milioni di abitanti);
- La maggior **produzione economica** e parco **industriale** e di **servizi**;
- Offre intensa **vita culturale e artistica**;
- **45 mila eventi** l'anno;



Il centro della città.



Rapel

- **ecoturismo** (rapel, alpinismo, rafting);
- **turismo rurale** (storia preservata);
- **turismo del benessere** (balneari, parchi ecologici, acque medicinali);
- **turismo religioso** (Santuário della *Nossa Senhora Aparecida*);
- **turismo equestre** (regione ricca di tradizioni e attrazioni).

Benessere - Brasile

- L'“industria del benessere” include aziende che offrono la **qualità di vita come filosofia**, sia in prodotti, sia in servizi;
- Nuova industria in forte crescita in Brasile;
- La possibilità di eliminare o calmare lo stress, il “male della società moderna” fa crescere il mercato che comprende **spa, centri fitness e wellness, cliniche di rilassamento**;
- **Vantaggi competitivi** a livello internazionale: una chirurgia plastica al viso è, in media, 65% meno cara in Brasile che negli Stati Uniti; al naso, costa 50% in meno; al seno, 80% in meno.



Il Turismo della Salute

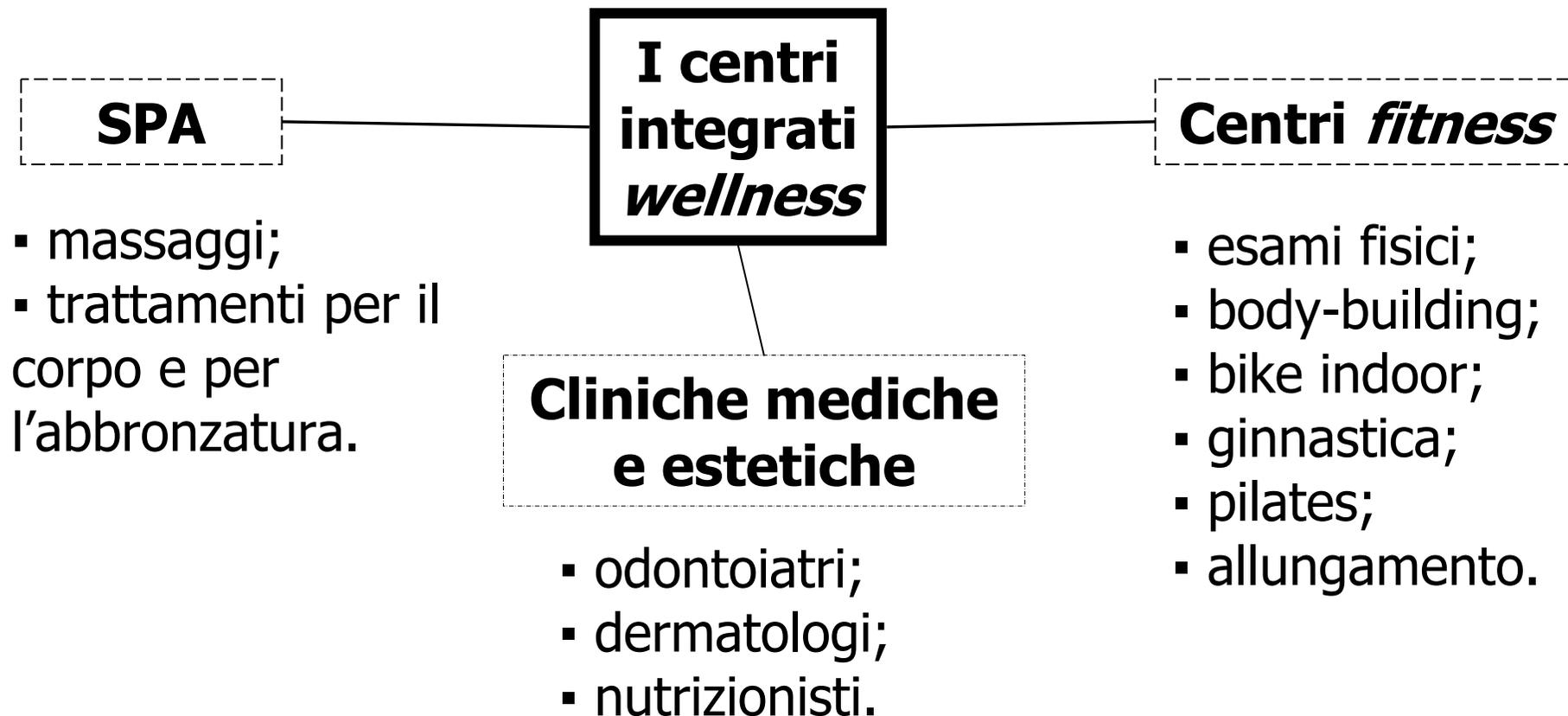
- Composto da due filoni: quello del **benessere** e quello **medicinale**;
- Ospedali di alta qualità (internazionale);
- Tecnologia all'avanguardia;
- *Equipes* mediche altamente qualificate;
- Città con eccellente infrastruttura;
- In Brasile, il flusso di turisti che arrivano per sottoporsi a trattamenti di salute ha cominciato a **crescere** dal 2003;
- Nel 2006, **più di 50 mila persone** da diverse parti del mondo sono venute in Brasile per trattamenti di salute;
- Possibilità di associare altre forme di turismo;
- Nel 2007, del totale dei pazienti, circa 10% veniva da altri paesi.





I centri integrati *Wellness*

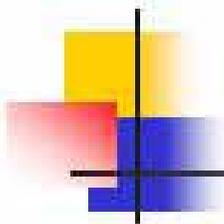
Il settore dei servizi per il benessere avanza e tende a integrare diverse modalità, creando i cosiddetti "centri benessere".



La medicina odontoiatrica

- Innumerevoli specialità odontoiatriche;
- Trattamenti personalizzati con l'uso di **tecnologie d'avanguardia**;
- Nuova tendenza in Brasile integrati ad altri servizi **estetici**;
- Pubblico internazionale;
- **Servizi di qualità internazionale**: pulizie, sbiancamenti, protesi, impianti, fisioterapia orale, capsule, corone in ceramica metal free, endodonzia, odontopediatria, impianti "Lumineers by Cerinate" meno invasivi, in ceramica pura;
- **Prezzi molto più accessibili** che in altri paesi del mondo (tra 800 e 2.000 RS per impianto; tra 1.000 e 1.500 RS per dente montato sull'impianto).

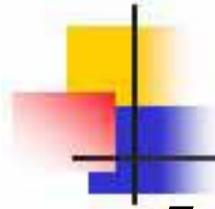




La chirurgia plastica

- Il prestigio della chirurgia plastica brasiliana è diffuso nel mondo;
- Le pratiche adottate in Brasile servono da esempio e ispirazione per specialisti rinomati anche in altri paesi;
- Il **costo ospedaliero** in Brasile è **inferiore** rispetto ad altri paesi: per un intervento di chirurgia plastica, varia tra i 2.000 e i 12.000 RS;
- È il **secondo paese** al mondo per numero di plastiche (dopo gli USA) con 612mila interventi estetici nel 2003;
- La Società Brasiliana di Chirurgia Plastica stima che il settore crescerà tra **20 e 30% all'anno**;
- Il flusso di **pazienti stranieri** cresce costantemente;
- Al 1° posto: liposuzioni, segue mastoplastica e plastica alle palpebre e all'addome.





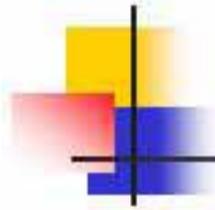
L'industria cosmetica e le cliniche

Industria Cosmetica

- Esportazioni nel 2006 hanno toccato i **500 milioni USD**;
- La crescita dell'industria negli ultimi cinque anni è stata del **145,45%**;
- Il mercato domestico è cresciuto del **26%** nel 2007;
- **Terzo** maggior mercato di prodotti cosmetici del mondo;
- Del mercato, **25%**=prodotti per capelli; **13%** profumi; **10%** prodotti da bagno; **9%** prodotti per la pelle; **6%** cosmetici.

Cliniche Estetiche

- Mercato estetico: tendenza del secolo;
- Le tariffe di una sessione possono variare in media fra i R\$ 30 e i R\$ 2.000, a seconda del tipo di trattamento;
- Le cliniche brasiliane sono fornite di **attrezzature nazionali e importate** all'avanguardia;
- A San Paolo: **+ di 50.000** saloni di bellezza e cliniche estetiche.



I centri *Fitness* e gli SPA

Centri Fitness

- Il Brasile è già il **maggior mercato** per le palestre e i *fitness center* dell'America Latina;
- L'**unico** paese al mondo in cui un professionista di quest'area, per poter lavorare in una palestra, deve avere necessariamente una **Laurea** in Educazione Fisica;
- Ad oggi, il paese investe **2,6 miliardi di reais** nel mercato del *wellness*.

SPA

- Il numero di unità in Brasile cresce 200%/anno (dati ABC – SPA);
- Si è verificato uno spostamento degli spa **verso le città** ("day-spa");
- Degli stabilimenti brasiliani, il **65%** è al Sud e al Sudest;
- Lo Spa è presente oggi in **tutti gli hotel** di categoria medio-alta;
- Costo medio di una notte: **179/1.100 RS** o di un day-spa: dai **100 ai 1.200 RS**.

Grazie per la vostra attenzione!

Coordinamento:

Settore di Studi & Ricerche

Camera di Commercio Italiana Rio Grande do Sul – Brasile

www.ccirs.com.br

con la collaborazione di:

Camera Di Commercio Italo-brasiliana Di Minas Gerais

www.italiabrasil.com.br

Camera Italo-brasiliana Di Commercio E Industria Di Rio De Janeiro

www.camaraitaliana.com.br

Camera Italo-brasiliana Di Commercio E Industria Di San Paolo

www.italcam.com.br

Camera Italiana Di Commercio E Industria Di Santa Catarina

www.camaraitalianasc.com.br



CAMERA ITALO-BRASILIANA DI COMMERCIO, CAMERA ITALO-BRASILIANA DI COMMERCIO
INDUSTRIA E ARTIGIANATO DI MINAS GERAIS E INDUSTRIA DI RIO DE JANEIRO



CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA
RIO GRANDE DO SUL-BRASILE



CAMERA ITALO-BRASILIANA DI
COMMERCIO E INDUSTRIA DI SAN PAOLO



CAMERA ITALIANA DI COMMERCIO
E INDUSTRIA DI SANTA CATARINA



Progetto Demetra - Brasile - 2008



CAMERA ITALO-BRASILIANA DI COMMERCIO, INDUSTRIA E ARTIGIANATO DI MINAS GERAIS



CAMERA ITALO-BRASILIANA DI COMMERCIO E INDUSTRIA DI RIO DE JANEIRO



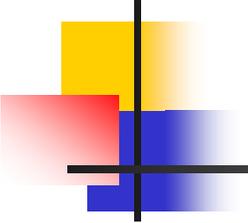
CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA RIO GRANDE DO SUL-BRASILE



CAMERA ITALO-BRASILIANA DI COMMERCIO E INDUSTRIA DI SAN PAOLO



CAMERA ITALIANA DI COMMERCIO E INDUSTRIA DI SANTA CATARINA

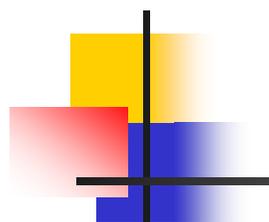


Brasile

- **Superficie:** 8.547.403 kmq;
- **Forma di Governo:** Repubblica Federativa;
- **Capitale:** Brasilia – Abitanti 2.400.000 (2006);
- **Popolazione** 187.274.483 (stima IBGE luglio 2008);
- **Oriundi Italiani:** 25.000.000;
- **Gruppi etnici:** Caucasici 54%, Mulatti e meticci 38%, Africani 6%, Asiatici, Amerindi e altri gruppi 2%



Dati economici dell'ultimo triennio

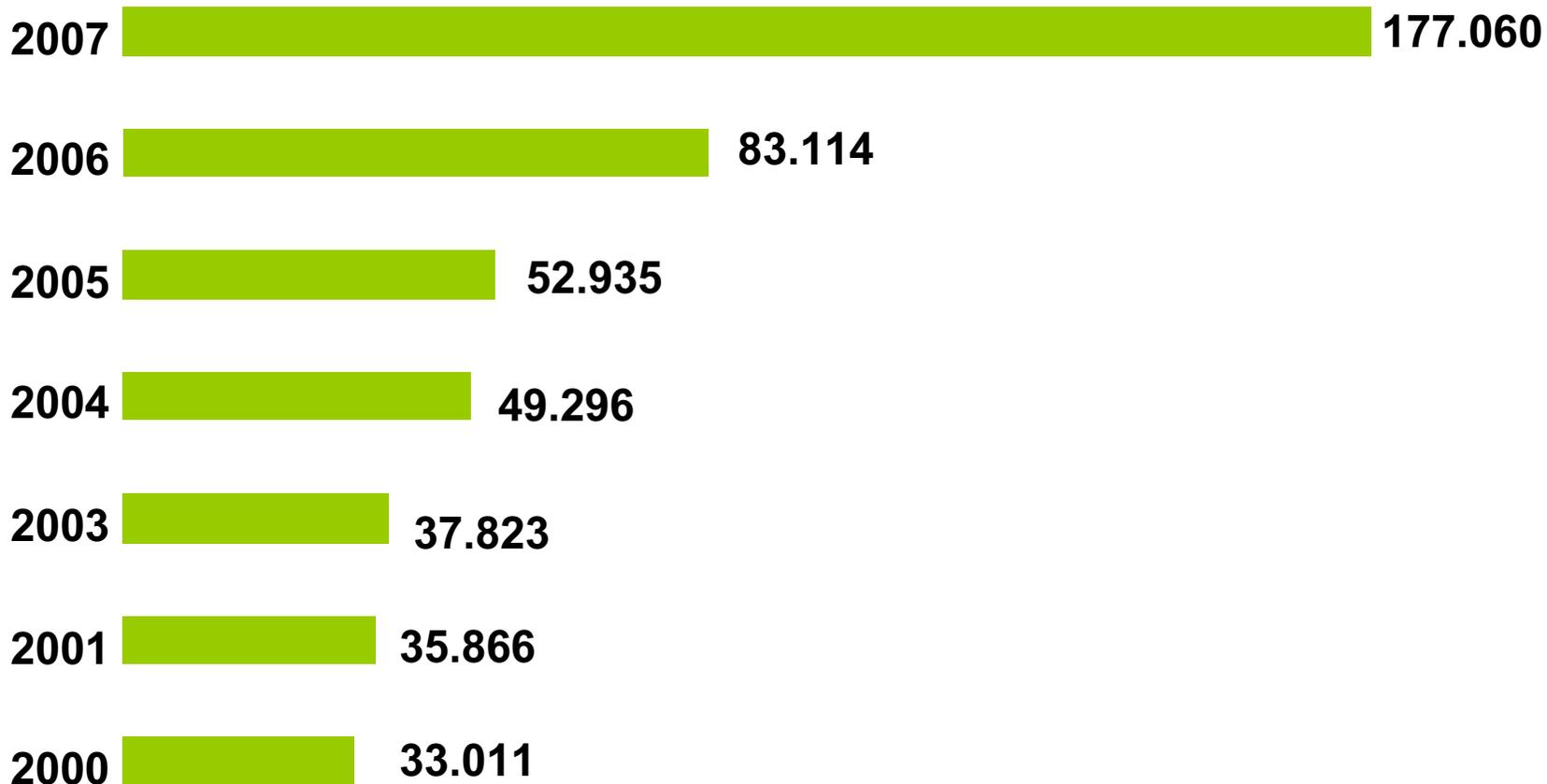


ANNO	2005	2006	2007
Variazione del PIL R\$ (%)	+ 3,2	+ 3,8	+ 5,4
PIL a prezzi correnti in mld USD	796,3	959,5	1.460
PIL pro capite in USD a prezzi correnti	4.307	5.131	8.600
Tasso di inflazione (%)	5,7	3,1	4,5
% debito esterno sul PIL	21,22	17,96	00,00

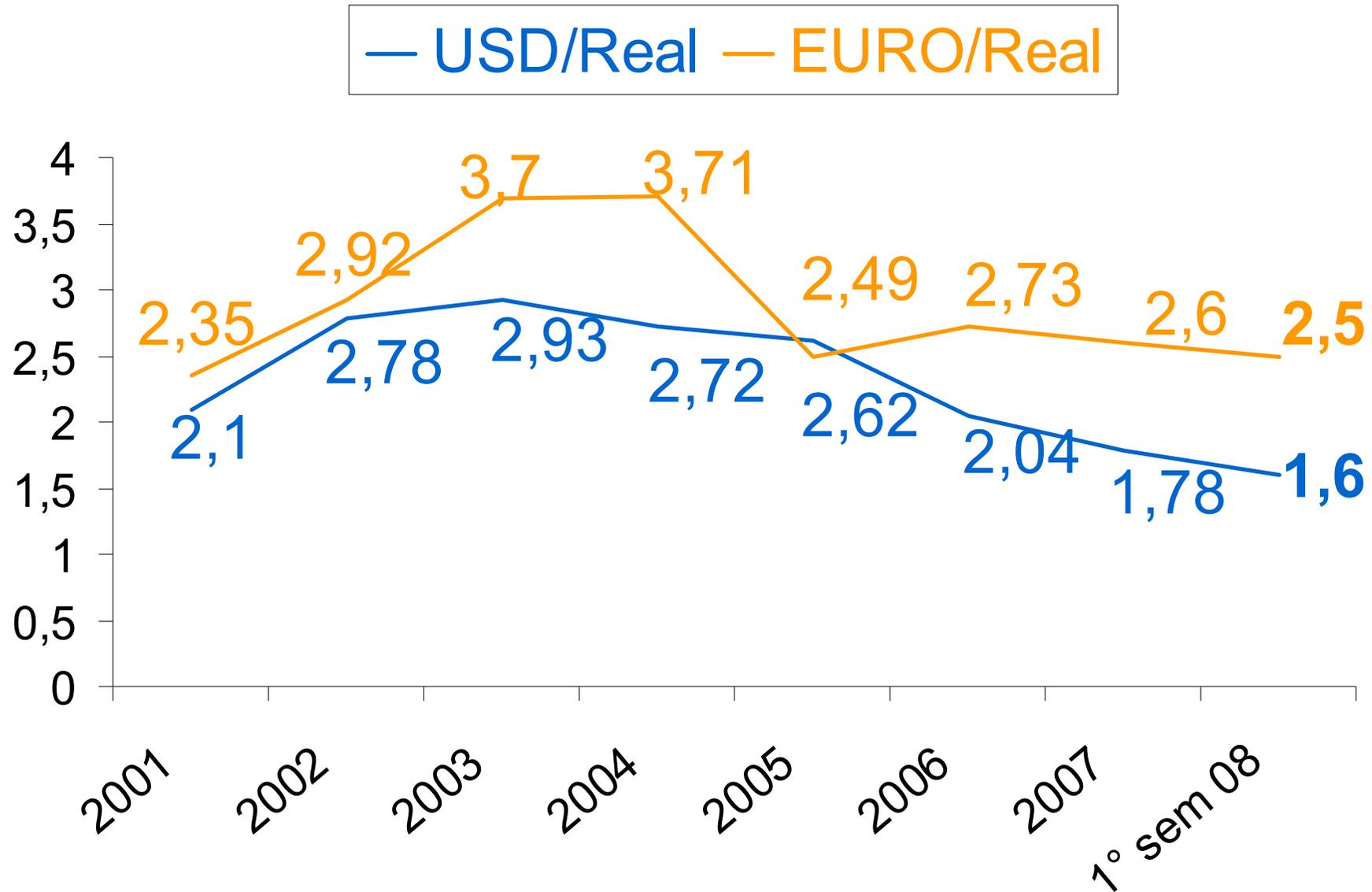
Crescita PIL 1° semestre 2008: + 5%
Tasso d'inflazione al 1° semestre 2008: 6,7

Riserve Internazionali 2000-2007 – in milioni di USD

Al 24 luglio 2008: USD milioni 202.185

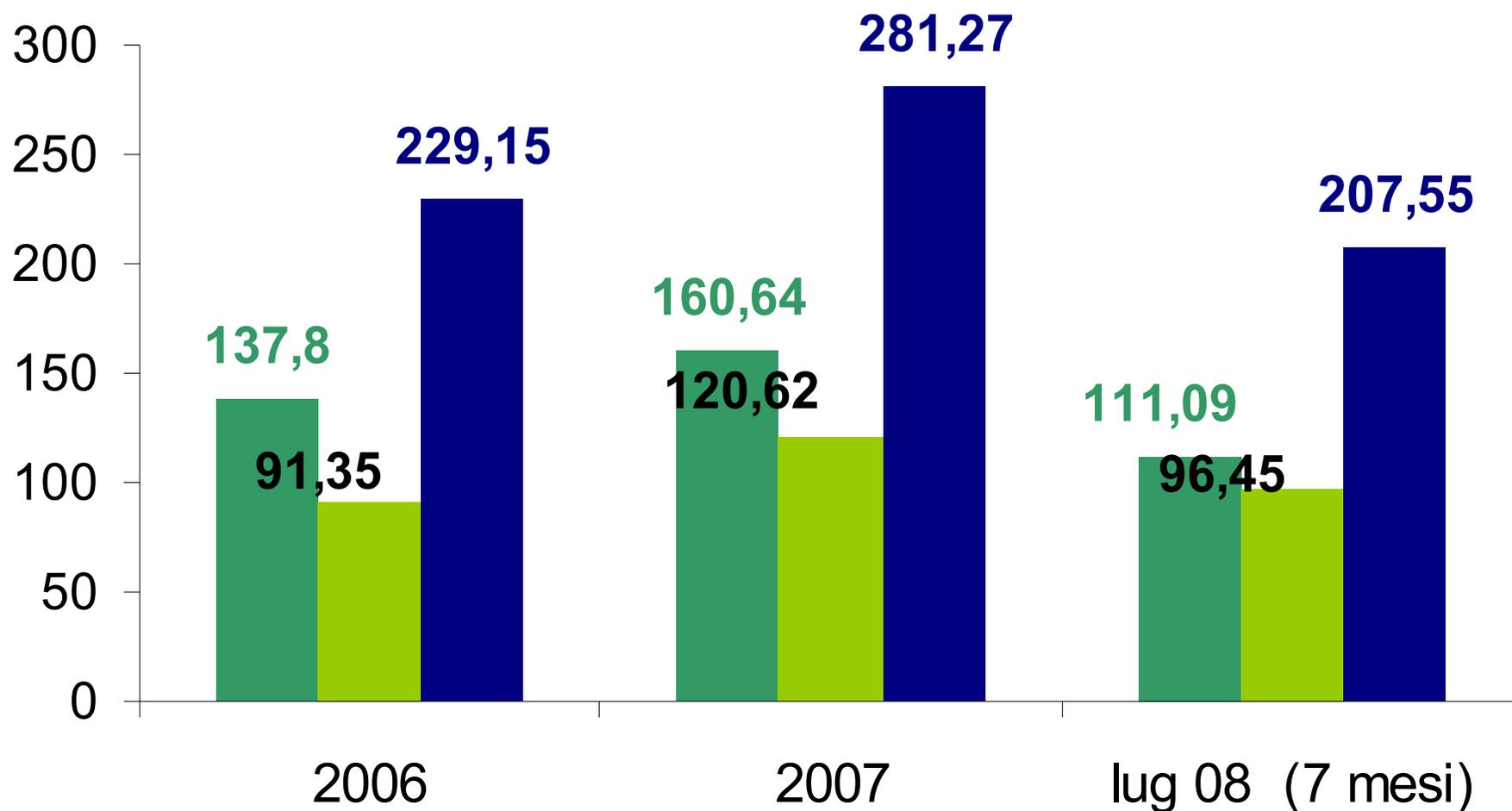


Variazione storica del tasso di cambio



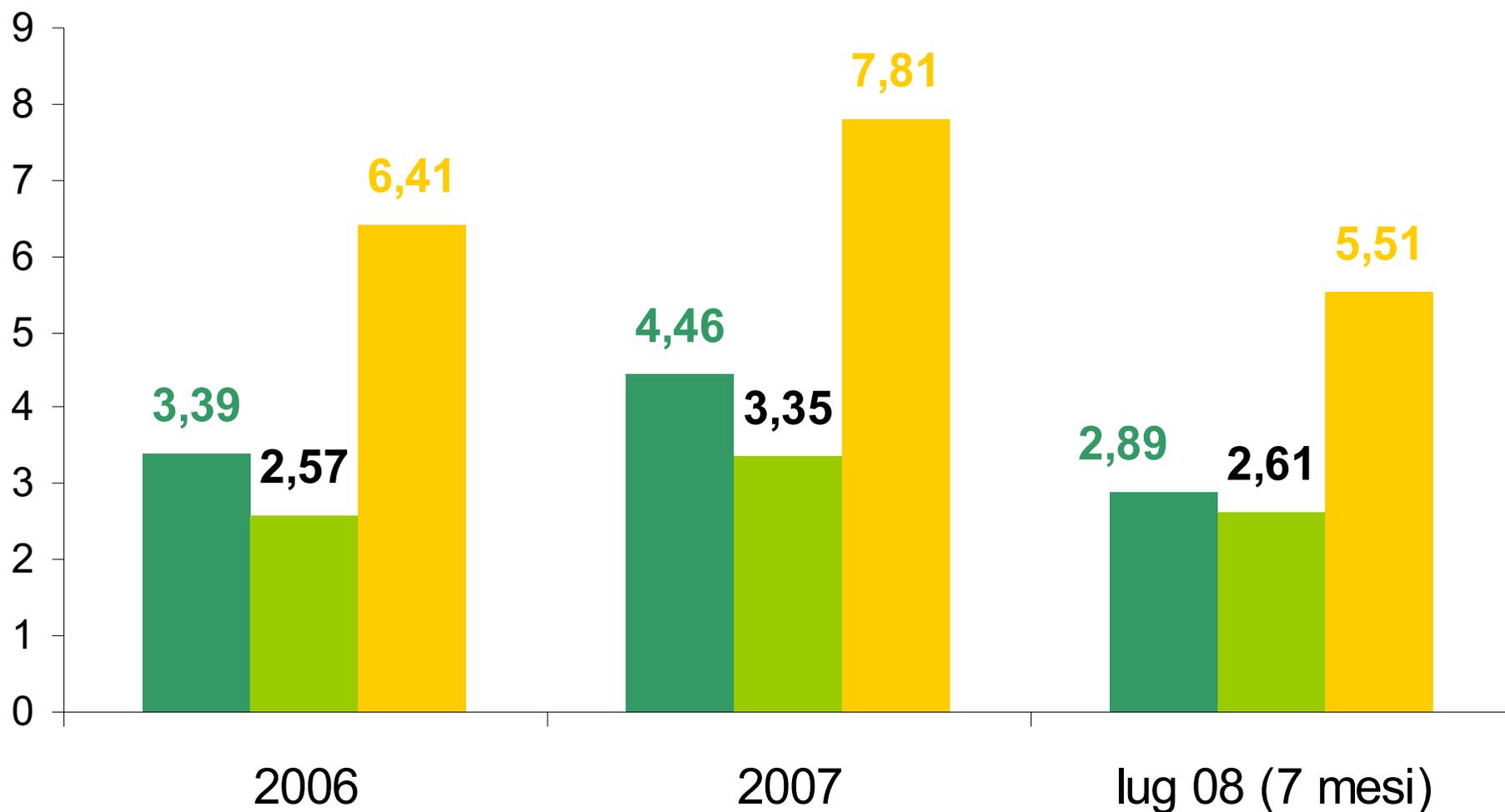
Bilancia commerciale in mld USD FOB:

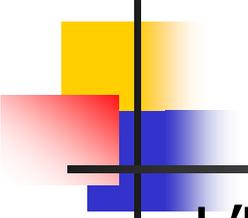
■ Export ■ Import ■ Flusso di commercio



Bilancia commerciale Brasile-Italia in mld USD FOB:

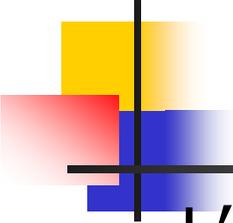
■ Export ■ Import ■ Flusso di commercio





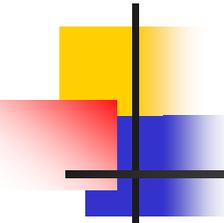
Export 2007:

- L'Unione Europea (come blocco) ha superato gli USA, partner tradizionale e detiene il primato dei mercati di destinazione, con il 25,2% del totale delle esportazioni brasiliane;
- 2007: aumento del 30,2% delle esportazioni verso la UE e del 24,1% verso il Mercosud;
- Il Brasile esporta principalmente materie prime verso l'Europa (45%), i mercati più ricettivi per i prodotti finiti sono Mercosud (93%) e USA (64%).
- Maggiori esportatori: San Paolo (32%), Minas Gerais (11,43%), Rio Grande do Sul (9,35%), Rio de Janeiro (8,91%).



Import 2007:

- L'acquisto di materie prime, assieme a prodotti semilavorati rappresenta il 49,3% del totale;
- I beni di capitale costituiscono il 20,8% del totale dell'import brasiliano;
- Netta crescita dell'import di prodotti finiti (beni di consumo) con + 34% nell'ultimo anno.
- I principali fornitori del Brasile sono: Stati Uniti, Cina, Argentina, Germania, Nigeria.



Principali prodotti scambiati tra Italia e Brasile:

- Il Brasile esporta verso l'Italia soprattutto caffè e soia in grani, minerali di ferro, pellami, carni bovine;
- Il Brasile importa dall'Italia principalmente macchinari, parti e accessori di veicoli automotori.
- L'Italia è al 7° posto nel ranking degli importatori di prodotti brasiliani, dopo Olanda e Germania in Europa, e al 10° in quello dei principali esportatori verso il Brasile, dopo Germania e Francia.

Turismo in Brasile

- Offre eccellente infrastruttura per il turismo;
- Riceve più di **5 milioni di turisti** stranieri all'anno;
- La maggior parte dei turisti sono argentini, nordamericani e portoghesi;
- Negli ultimi 10 anni, l'incremento degli introiti generati dal turismo nel mondo è stato di circa 45%; **in Brasile, del 76%.**



Rio de Janeiro

Turismo in Brasile

- “Lençóis Maranhenses”;
- 7.000 Km di costa;
- **Foresta Amazzonica**, la maggiore del pianeta;
- 250 mil Km² **Pantanal** – Patrimonio dell’Umanità;

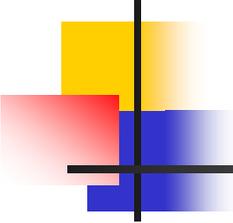


Lençóis Maranhenses



Foz do Iguaçu

- 44 **parchi** nazionali ;
- Foz do Iguaçu;
- La più ampia **biodiversità** del globo;
- Le maggiori **riserve di acqua dolce** del pianeta – il Bacino Amazzonico e l’Acquifero Guarani.



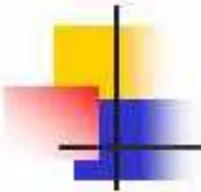
Nuovi tipi di turismo

- Il turismo di “sole e spiaggia” in Brasile è il più affermato e consolidato a livello internazionale;
- In Brasile esistono molti altri tipi di turismo ad oggi meno conosciuti all'estero e con grandi potenzialità, specialmente grazie all'enorme varietà di paesaggi e risorse naturali.

Ecoturismo

- L'**ecoturismo** è il turismo che mira all'**integrazione** dell'uomo con l'ambiente, in piena armonia.
- Si possono praticare diverse attività, sempre nel rispetto dell'ambiente umano, culturale e naturale;
- Tra queste, la pratica di **sport di avventura**, oltre all'osservazione degli aspetti ecologici delle diverse regioni.





Ecoturismo in Brasile

- Si può praticare in diverse regioni del paese (SP, RS, SC, MG, RJ offrono destinazioni) che soddisfano le necessità di ogni ecoturista;
- Dispone di professionisti qualificati e di tutte le attrezzature di sicurezza necessarie per realizzare le diverse attività;
- **Attività disponibili:** rafting; **tirolese**; scalate; trekking; percorsi; *free climbing*; canottaggio; immersioni; *mountain bike*; snorkeling; safari in veicoli 4x4, tra gli altri.



Ecoturismo - Tendenze

- Incremento del giro d'affari;
- Realizzazione di **eventi** in grado di aumentare lo scambio culturale e economico;
- **Clientela diversificata:** manager, studenti, giovani, pubblico GLS, coppie, famiglie, portatori di handicap, ecc.;
- Itinerari differenziati e specifici sul territorio nazionale.



Ecoturismo - Fiere

- **Adventure Sport Fair:** maggior fiera di sport e turismo di avventura dell'America Latina. Luogo: San Paolo
- **Adventure Travel World Summit South America:** è il maggior evento legato al mercato di avventura e natura del mondo. Nel 2008 a San Paolo.
- **Salone del Turismo – Roteiros Brasil:** evento che presenta il turismo brasiliano a chi vuole viaggiare o fare buoni affari.



Turismo Rurale

- Attività turistiche nel contesto rurale;
- **Contesto Rurale:** produzione territoriale di qualità, paesaggi, biodiversità, cultura e rispetto di un certo modo di vita, che si identifica con l'attività agricola, la logica familiare, la cultura comunitaria, i cicli della natura.
- Rispetto della **produzione agricola** e dell'**allevamento**;
- **Valore aggiunto** a prodotti e servizi;
- Riscatto e promozione del patrimonio culturale e naturale;



Turismo Rurale in Brasile

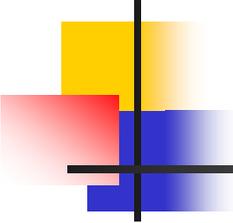
- Costituisce un aumento nel reddito di **piccole e medie proprietà rurali**;
- In crescita ad oggi nel Paese, spiccano gli Stati di SP, SC, RS, ES, GO, MT, MS e MG;
- 69% della manodopera impiegata è locale (familiare);
- **Principali attrazioni:** gastronomia tipica; sentieri ecologici; patrimonio storico e culturale; cavalcate; coltivazione e raccolta; difesa e valorizzazione di fauna e flora regionali, ecc.



Turismo Rurale – Tendenze

- La percentuale di crescita del turismo rurale è del **20% all'anno** in Brasile;
- Il Brasile è **terzo** per numero di stabilimenti e **secondo** per posti letto disponibili, in questo segmento;
- Programmi di **incentivo per lo sviluppo del Turismo Rurale**, dell'associativismo e per l'attrazione di operatori del settore professionisti, per ridurre la diffusa informalità;
- Aumento delle aree in cui si sviluppa questo segmento turistico.





Turismo Rurale - Fiere

- **FeiraTur – Fiera Nazionale di Turismo Rurale:** maggior evento del settore in Brasile e America Latina. Luogo: Campo Grande, Mato Grosso do Sul.
- **Expointer – esposizione internazionale di Animali, Macchinari, Componenti e Prodotti Agricoli:** uno dei più importanti eventi agricoli, dell'allevamento e di macchinari dell' America Latina. Luogo: Esteio – RS.



Turismo Equestre

- Legato al turismo rurale e all'Ecoturismo;
- Utilizza gli **animali come mezzo di trasporto** tra città, fattorie e altri luoghi;
- Usufruisce dell'infrastruttura delle *fazendas* (alloggio e alimentazione);
- Stimola la **cultura locale**;
- Propone viaggi organizzati di lunga durata, con animali di qualità e guide professioniste.



Turismo Equestre in Brasile

- Praticato in regioni di rara bellezza naturale, combina il piacere delle cavalcate con quello di godere di ambienti **incontaminati**;
- **13 i principali itinerari** sul territorio nazionale;
- Dotato di **infrastrutture** che vanno dai punti d'appoggio alle pensioni e hotel-fazenda per il pernottamento;
- Si avvale della terza maggior mandria del mondo, **5,9 milioni di animali**;
- Buoni prezzi;
- Attrezzature che garantiscono supporto e sicurezza;
- Professionisti qualificati.



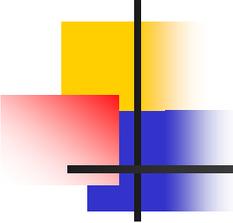
Turismo Equestre - Tendenze

- Prospettive di grande crescita del settore in Brasile :

- **clima favorevole;**
- **diversità** di ambienti naturali e culturali;
- **estensioni sconfinite;**
- il **terzo maggior patrimonio equino del mondo;**



- Aumento dell'**infrastruttura** in questo settore;
- Sviluppo sostenibile di questa attività su diverse aree del territorio brasiliano.



Turismo Equestre - Fiere

Incontro Internazionale di Horsemanship: evento importante per il turismo equestre in Brasile.
Dove: Sorocaba - SP

FeiraTur – Feira Nacional de Turismo Rural: maggior evento del settore in Brasile e America Latina. **Dove:** Campo Grande - Mato Grosso do Sul



Turismo Nautico

- Uso di imbarcazioni con la finalità di spostarsi per turismo;
- Attività che avvicina le **imbarcazioni sportive** e quelle specialmente dedicate al **turismo**;
- Coinvolge escursioni, uscite a pesca, ricerche, lezioni, regate, tra le altre attività.



Turismo Nautico in Brasile

- Uno dei **maggiori potenziali esistenti al mondo**;
- Il paese possiede una **costa immensa** e diversificata, enormi bacini idrografici e clima favorevole;
- Circa **300.000 imbarcazioni da diporto**;
- Mercato ancora ridotto;
- **Settore in crescita**;
- Crescita di industria e Moda Nautica.



Turismo Nautico - Tendenze

- Prospettive ottimistiche;
- **Investimenti stranieri;**
- Condizioni favorevoli dell'economia brasiliana;
- Aumento della divulgazione del turismo nautico;
- Crescita dell'Industria Nautica sostiene direttamente la crescita di questo settore turistico.

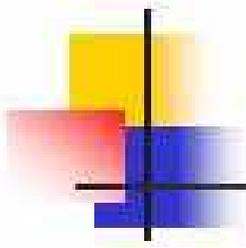


Turismo Nautico - Fiere

Boat Show: Palco dei principali lanci sul mercato del settore nautico brasiliano.

Dove: Rio de Janeiro - RJ





Minas Gerais

- Lo Stato è il quarto maggiore in estensione territoriale (586.528 km²) con 19 milioni di ab.;
- 56 Circuiti Turistici;
- Uno degli Stati più ricchi in **cultura** e **testimonianze storiche**;



Tiradentes



Paragliding

- **Turismo ecologico** (Parco Nazionale da "Serra do Cipó", Parque della "Serra da Canastra", Circuito dell'Oro);
- **Turismo rurale** (passeggiate a cavallo, visite a produttori di cachaça artigianale e al Museo della Cachaça, boutique di prodotti biologici presso le *fazendas*, show di musica popolare).

Rio de Janeiro

- 15 milioni di abitanti, è famoso in tutto il mondo per la sua **capitale**;
- L'industria del turismo a Rio de Janeiro è la più importante del Brasile;
- "Cidade do Samba";
- Infrastruttura per **congressi e eventi**;
- Il suo popolo è stato eletto "il più cordiale al mondo";



Bondinho – Pão de Açúcar

- spiagge;
- montagne;
- aree verdi;
- sport all'aria aperta;
- turismo di eventi;
- carnevale;



Cristo Redentor

- storia;
- cultura;
- bellezze naturali.

Rio Grande do Sul

- 10.978.587 abitanti (2006);
- Singularità e ricchezza della sua storia;
- 119 monumenti, musei, palazzi ed altri locali storici;
- Caratteristiche differenziate: il paesaggio della **Serra**, il **Pampa**, il **Litorale**, le località **idropiriche** e le **Missioni**;



*Parco Nazionale
Aparados da Serra*



Porto Alegre

- **ecoturismo** (Il Parco Nazionale *Aparados da Serra* e il *Parco Nazionale della Serra Geral*);
- **turismo rurale** (diverse modalità);
- **turismo equestre** (il miglior modo di conoscere il mondo del "gaucho");
- **turismo nautico** (uno dei poli per la pratica del turismo nautico).

Santa Catarina

- Lo Stato ha ricevuto 4,3 milioni di visitatori (2007/2008);
- **560 Km di fascia costiera**;
- **500 spiagge**, dalle più frequentate alle semi-desertiche;
- lo Stato offre una diversità sorprendente di attrazioni e prodotti turistici;

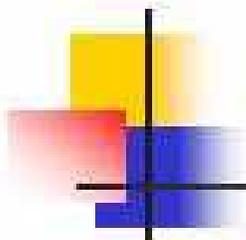


Florianópolis



Serra do Rio do Rastro

- **ecoturismo** (stato ricco in termini di natura e bellezze naturali);
- **eventi sportivi**;
- **turismo rurale** (sulla catena montuosa);
- **turismo del benessere** (acque termali).



São Paulo

- Lo stato più popoloso (più di 40 milioni di abitanti);
- La maggior **produzione economica** e parco **industriale** e di **servizi**;
- Offre intensa **vita culturale e artistica**;
- **45 mila eventi** l'anno;



Il centro della città.



Rapel

- **ecoturismo** (rapel, alpinismo, rafting);
- **turismo rurale** (storia preservata);
- **turismo del benessere** (balneari, parchi ecologici, acque medicinali);
- **turismo religioso** (Santuário della *Nossa Senhora Aparecida*);
- **turismo equestre** (regione ricca di tradizioni e attrazioni).

Grazie per la vostra attenzione!

Coordinamento:

Settore di Studi & Ricerche

Camera di Commercio Italiana Rio Grande do Sul – Brasile

www.ccirs.com.br

con la collaborazione di:

Camera Di Commercio Italo-brasiliana Di Minas Gerais

www.italiabrazil.com.br

Camera Italo-brasiliana Di Commercio E Industria Di Rio De Janeiro

www.camaraitaliana.com.br

Camera Italo-brasiliana Di Commercio E Industria Di San Paolo

www.italcam.com.br

Camera Italiana Di Commercio E Industria Di Santa Catarina

www.camaraitalianasc.com.br



CAMERA ITALO-BRASILIANA DI COMMERCIO, INDUSTRIA E ARTIGIANATO DI MINAS GERAIS



CAMERA ITALO-BRASILIANA DI COMMERCIO E INDUSTRIA DI RIO DE JANEIRO



CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA RIO GRANDE DO SUL-BRASILE



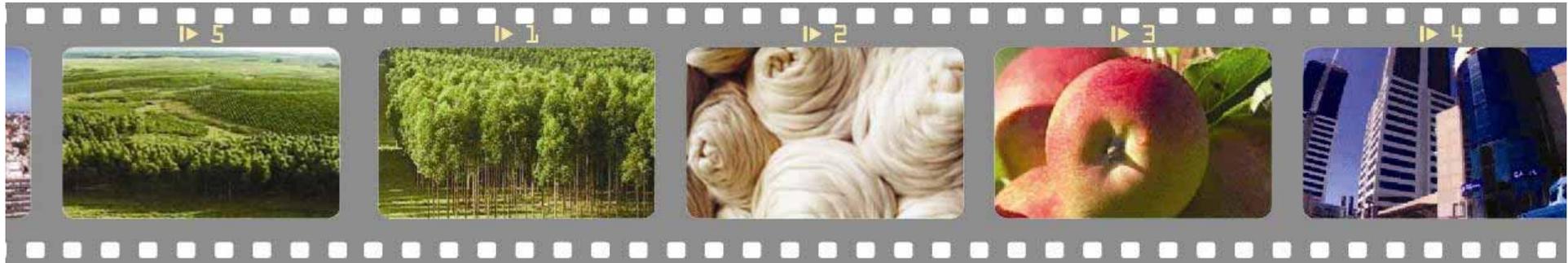
CAMERA ITALO-BRASILIANA DI COMMERCIO E INDUSTRIADI SAN PAOLO



CAMERA ITALIANA DI COMMERCIO E INDUSTRIA DI SANTA CATARINA



URUGUAY



PROGETTO DEMETRA

AGROALIMENTARE – TURISMO – BENESSERE



Camere di Commercio Italiane
nel Mercosud



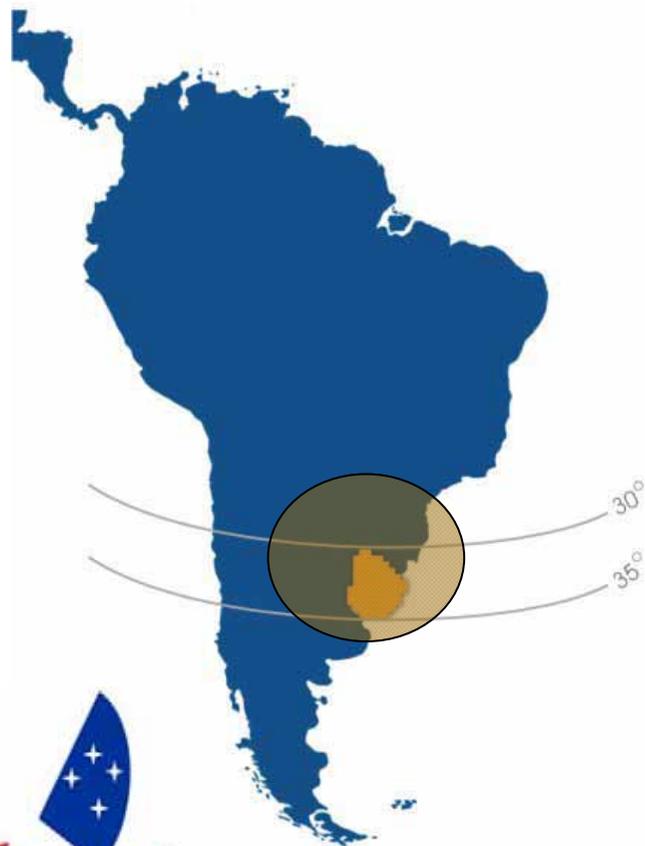


URUGUAY



Informazioni Generali

- Superficie 176.065 kmq
Popolazione 3.323.906
- Capitale: Montevideo
(1.326.000)
Lingua: spagnolo
- Moneta: Peso Uruguayo
 - Tasso di cambio: 31 pesos per 1 euro





Distanze da Montevideo alle principali città della zona (km.):

- Buenos Aires	570 (autostrada) 280 (strada e fiume) 190 (fiume)
- Rosario	840
- Santa Fè	880
- Còrdoba	1000
- Mendoza	1400
- San Pablo	1900
- Río de Janeiro	2400
- Porto Alegre	830
- Asunción	1400
- Santiago del Cile	1800

Trasporti Infrastruttura:



- L'Uruguay ha una predisposizione naturale per lo sviluppo del settore trasporti e comunicazioni:
- la sua posizione strategica, nel cuore del Mercosur, lo pone come un punto di snodo fondamentale per la regione, ed inoltre il suo porto di Nueva Palmira, situato all'estremità sud dell'idrovia Paraguay-Paraná, è uno punto privilegiato per l'ingresso e l'uscita di merci dal continente.
- Il Paese gode inoltre di buone infrastrutture per il trasporto terrestre, marittimo/fluviale e aereo

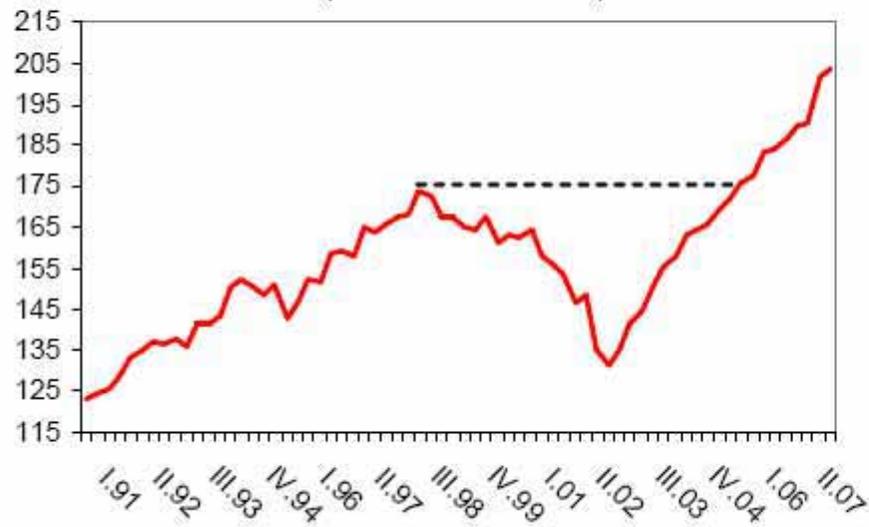


URUGUAY

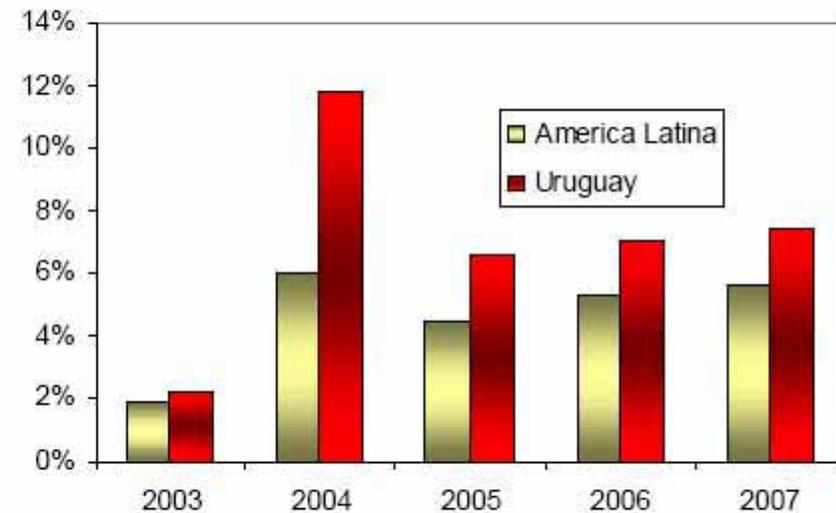


Prodotto Interno Lordo

Prodotto Interno Lordo
Indice del volume fisico trimestrale
("desestacionalizado")



Prodotto Interno Lordo America Latine e Uruguay
Variazione reale annuale



Fuente: Banca Centrale, Ministero Economia, CEPAL

COMMERCIO ESTERO DELL'URUGUAY

Anno 2007 Principali Paesi



Importazioni Uruguaiane



Esportazioni uruguaiane

Rank	PAESE DI COMPRA	CIF US\$	% sul totale
1	BRASILE	1.122.330.826	23,60
2	ARGENTINA	1.049.671.627	22,07
3	VENEZUELA	467.634.275	9,83
4	STATI UNITI	393.872.935	8,28
5	CINA	375.359.934	7,89
6	RUSSIA	133.780.967	2,81
7	GERMANIA	83.714.386	1,76
8	CILE	78.538.865	1,65
9	GUINEA	72.994.044	1,53
10	ITALIA	66.092.509	1,39
11	SPAGNA	60.154.290	1,26
12	IRAN	58.422.238	1,23
13	MESSICO	53.159.101	1,12
14	ZONA FRANCA MONTEVIDEO	48.743.102	1,02
15	FRANCIA	47.955.905	1,01

Totale Generale : 4.755.898.984

Rank	PAESE DESTINO	FOB US\$	% sul totale
1	BRASILE	749.693.536	16,52
2	STATI UNITI	491.654.766	10,83
3	ARGENTINA	383.556.543	8,45
4	ZONA FRANCA NUEVA PALMIRA	216.614.617	4,77
5	MESSICO	210.437.736	4,64
6	GERMANIA	206.788.756	4,56
7	CINA	161.910.081	3,57
8	SPAGNA	152.791.158	3,37
9	RUSSIA	118.783.051	2,62
10	REGNO UNITO	117.308.786	2,58
11	CILE	109.044.240	2,40
12	ITALIA	101.113.982	2,23
13	VENEZUELA	100.924.323	2,22
14	OLANDA	95.606.269	2,11
15	PARAGUAY	77.676.463	1,71

Totale Generale : 4.538.670.999



COMMERCIO ESTERO DELL'URUGUAY



INTERSCAMBIO URUGUAY – ITALIA ANNI 2000 AL 2007

Millioni di dollari

ANNI	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ESPORTAZIONI VERSO L'ITALIA	69.3	71.3	94.8	88.9	88.9	92.6	112.4	101.1
IMPORTAZIONI DALL'ITALIA	110	100.3	46.4	50.2	66.2	75.7	81.9	66.0
SALDO	-40.7	-29	48.4	38.7	22.7	16.9	30.5	35.1
INTERSCAMBIO	179.3	171.6	141.2	139.1	155.1	168.3	194.3	167.1



INTERSCAMBIO URUGUAY – ITALIA ANNO 2007



PRINCIPALI PRODOTTI IMPORTATI DALL'ITALIA (Per Capitolo)



CAPIT OLO	PRODOTTO	CIF US\$	%
<u>84</u>	Reattori nucleari, caldaie, macchine, apparecchi e congegni meccanici; parti di queste macchine o apparecchi	29.764.925	45,0 4
<u>85</u>	Macchine, apparecchi e materiale elettrico e loro parti; apparecchi per la registrazione o la riproduzione del suono, apparecchi per la registrazione o la riproduzione delle immagini e del suono per la televisione, e parti ed accessori di questi apparecchi	5.976.744	9,04
<u>90</u>	Strumenti ed apparecchi di ottica, per fotografia e per cinematografia; strumenti ed apparecchi medico-chirurgici; parti ed accessori di questi strumenti o apparecchi	3.397.815	5,14
<u>29</u>	Prodotti chimici organici	2.386.065	3,61
<u>73</u>	Lavori di ghisa, ferro o acciaio	1.852.656	2,80
<u>39</u>	materie plastiche e lavori di tali materie	1.830.776	2,77
<u>30</u>	prodotti farmaceutici	1.817.695	2,75
<u>24</u>	tabacchi e succedanei del tabacco lavorati	1.583.405	2,40
<u>94</u>	mobili; mobili medico-chirurgici; oggetti lettereschi e simili; apparecchi per l'illuminazione non nominati ne' compresi altrove;	1.486.140	2,25
<u>40</u>	gomma e lavori di gomma	1.379.042	2,0

INTERSCAMBIO URUGUAY – ITALIA ANNO 2007

PRINCIPALI PRODOTTI ESPORTATI VERSO L'ITALIA ANNO 2007 (Per Capitolo)



Capitolo	Prodotto	FOB US\$	%
<u>51</u>	LANA	28.422.684	28,11
<u>03</u>	PESCI E CROSTACEI, MOLLUSCHI E ALTRI INVERTEBRATI ACQUATICI	21.593.291	21,36
<u>02</u>	CARNE.	14.536.235	14,38
<u>16</u>	PREPARAZIONI DI CARNI, DI PESCI O DI CROSTACEI, ecc.	10.500.695	10,39
<u>05</u>	ALTRI PRODOTTI DI ORIGINE ANIMALE.	8.072.509	7,98
<u>08</u>	FRUTTA COMMESTIBILI; SCORZE DI AGRUMI O DI MELONI	5.657.923	5,60
<u>41</u>	PELLI (DIVERSE DA QUELLE PER PELLICCERIA) E CUOIO	2.665.733	2,64
<u>44</u>	LEGNO, CARBONE DI LEGNA E LAVORI DI LEGNO	2.579.722	2,55
<u>12</u>	SEMI E FRUTTI OLEOSI; SEMI, SEMENTI E FRUTTI DIVERSI; PIANTE INDUSTRIALI O MEDICINALI; PAGLIE E FORAGGI	1.178.129	1,17
<u>15</u>	GRASSI E OLI ANIMALI O VEGETALI; PRODOTTI DELLA LORO SCISSIONE; GRASSI ALIMENTARI LAVORATI; CERE DI ORIGINE ANIMALE O VEGETALE	1.041.971	1,03

PROGETTO DEMETRA



URUGUAY



AGROINDUSTRIA





Settore Agroindustriale



CARATTERISTICHE:

- NATURA MOLTO GENEROSA
- 1° AL MONDO PER LA SUPERFICIE PER CAPITA DEDICATA ALLA PRODUZIONE NATURALE
- ABBONDANZA DI RISORSE CHE CONSENTE LA PRODUZIONE IN MODO NATURALE
- QUALITÀ DELLE RISORSE UMANE DISPONIBILI
- INDUSTRIA SVILUPPATA IN UN PROCESSO DI MODERNIZZAZIONE
- L'INDUSTRIA CONSUMA IL 65% DELLA PRODUZIONE NATURALE
- L'INDUSTRIA AGROALIMENTARE HA DUPLICATO LA PRODUZIONE NEGLI ULTIMI DIECI ANNI
- PIU' DEL 75% DEL EXPORT DELL'URUGUAY CORRISPONDE A PRODOTTI AGRICOLI, DELL'ALLEVAMENTO E AI DERIVATI INDUSTRIALI





PRINCIPALI PRODOTTI



- CARNE
- LANA
- LATTE
- PELLI
- ORZO E MALTO
- OLEAGINOSE (SOIA E GIRASOLE)
- GRANI
- RISO
- AGRUMI
- FRUTTA
- ORTAGGI
- VINO
- LEGNO
- MIELE



Esportazioni Agroindustriali: evoluzioni recenti, stime per il 2007 e previsioni per il 2008

In milioni di dollari e in %

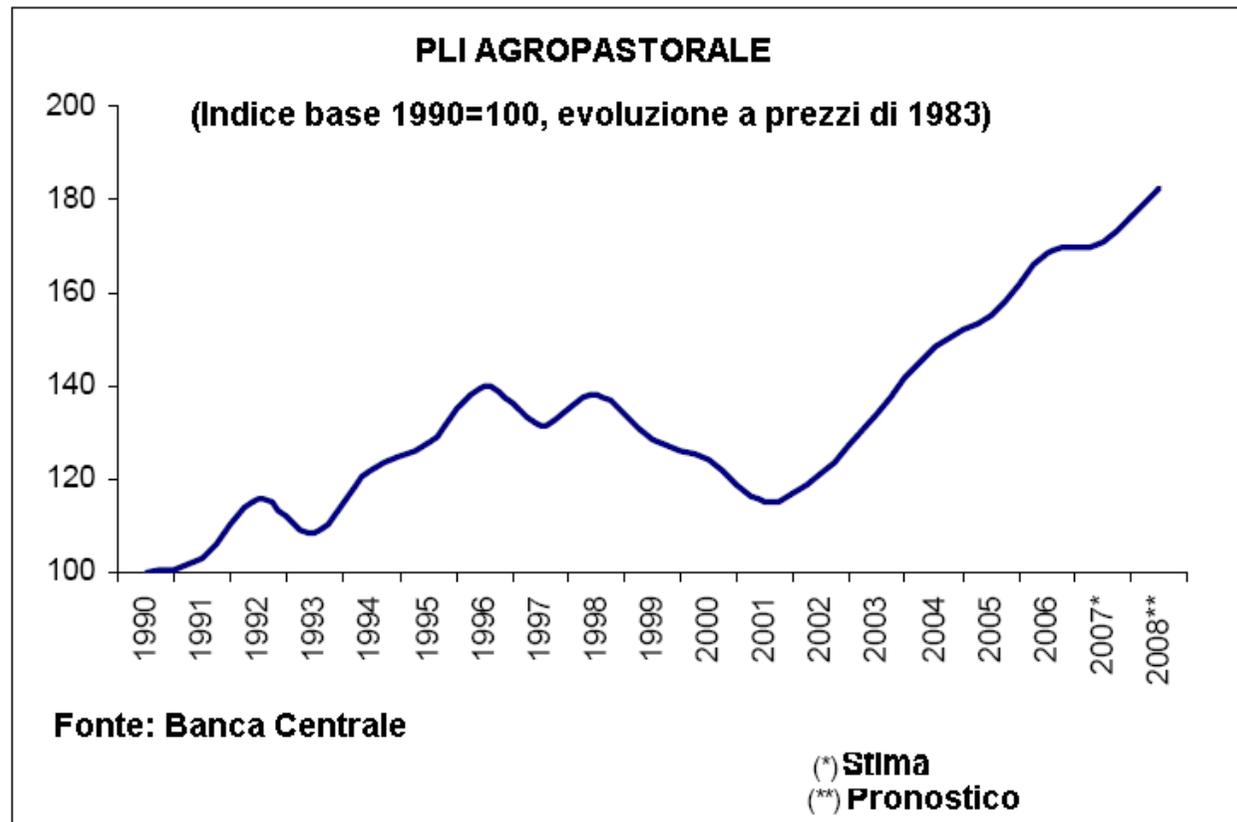
	2000	2005	2007 (*)	2007 / 2006	2008 (**)	2008 / 2007
(1) Carni	432,2	817,5	916,7	-11,6%	1.068,6	16,6%
(1a) Carne di mucca	363,9	756,4	840,0	-12,2%	990,0	17,9%
(1b) Carne di pecora	33,2	37,3	48,0	-2,0%	47,0	-2,1%
(1c) altre	35,1	23,8	28,7	-10,0%	31,6	10,0%
(2) Lana	129,0	130,6	196,0	20,5%	190,0	-3,1%
(3) Lattei	129,7	265,6	341,2	23,0%	464,0	36,0%
(4) Pelli conciate, cuoio e manifatture	264,8	283,4	321,0	5,0%	353,1	10,0%
(5) Orzo e malto	44,3	75,9	103,0	21,3%	96,0	-6,8%
(6) Oleaginose	0,5	134,8	216,6	44,6%	280,6	29,5%
(6a) Girasole	0,5	34,1	6,5	-44,1%	8,6	32,3%
(6b) Soia	0,0	100,7	210,1	52,1%	272,0	29,5%
(7) Grano e farina di grano	5,5	13,5	25,5	17,1%	86,8	240,4%
(8) Riso	164,9	199,8	251,3	15,0%	294,1	17,0%
(9) Agrumi	32,5	63,5	74,2	20,5%	73,6	-0,8%
(10) Frutta	3,4	6,7	7,0	13,9%	5,5	-21,4%
(11) Ortaggi freschi	0,1	0,9	1,0	0,2%	1,0	0,0%
(12) Vino	7,0	3,9	5,2	5,0%	5,5	5,6%
(13) Legno e manifatture	48,6	141,8	233,3	25,0%	268,3	15,0%
(14) Miele	2,9	10,9	22,5	29,3%	25,0	11,1%
Totale	1.265,4	2.149,0	2.714,5	7,0%	3.212,0	18,3%



AGROPASTORALE - PLI



Nel 2007 il PLI agropastorale è stato record (anche se c'è stata siccità).



Ha superato più del 20% della punta massima di attività del 1996.
Nel 2008 il PBI agropastorale continuerà a crescere (6,7% a seconda delle previsioni preliminari) grazie all'espansione della pastorizia e dell'agricoltura.



CARNE - Produzione

Carne di mucca ⁽¹⁾, según año agrícola.



Anno agrícola	Faena	Esportazioni en pie	Variaciones de existencias	PRODUZIONI
Miles de cabezas				
2002/03	1,837	11	415	2,263
2003/04	2,102	18	317	2,437
2004/05	2,329	6	26	2,361
2005/06	2,688	54	-259	2,484
2006/07	2,532	29	-112	2,449
2007/08 ⁽²⁾	2,298	85	404	2,787
Miles di tonnellate in piedi				
2002/03	836	2	83	921
2003/04	949	4	119	1,072
2004/05	1,043	2	15	1,060
2005/06	1,191	15	-100	1,106
2006/07	1,138	7	-40	1,105
2007/08 ⁽²⁾	1,035	23	73	1,131

Fuente: MGAP-OPYPA.

⁽¹⁾ La producción resulta de la suma de la faena, las exportaciones en pie y la variación de existencias

⁽²⁾ Información preliminar.



CARNE - Produzione



Cuadro 21. Producción de carne ovina ⁽¹⁾, según año agrícola.

Año agrícola	Faena	Exportaciones en pie	Variación de Existencias	PRODUCCION
Miles de cabezas				
2002/03	2,806	23	-875	1,954
2003/04	2,437	175	-584	2,028
2004/05	2,111	126	1,006	3,243
2005/06	2,556	150	475	3,181
2006/07	3,377	512	-644	3,245
2007/08 ⁽²⁾	3,055	400	-322	3,133
Miles de toneladas en pie				
2002/03	111	1	-31	81
2003/04	96	7	-22	81
2004/05	86	5	31	122
2005/06	103	5	15	123
2006/07	131	19	-23	127
2007/08 ⁽²⁾	119	15	-11	123

Fuente: MGAP-OPYPA.

⁽¹⁾ La producción resulta de la suma de la faena (comercial y predial),

las exportaciones en pie y la variación de existencias.

⁽²⁾ Información preliminar.



CARNE - Esportazine



Exportaciones de carne bovina, por año, según tipo de procesamiento (en toneladas peso carcasa).

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
TOTAL	272,496	169,076	258,646	318,461	404,310	478,699	477,739	385,371
Congelada	194,511	115,934	189,498	227,607	317,726	379,006	367,103	304,502
Enfriada	60,697	34,323	46,478	63,447	61,767	69,751	79,377	56,917
Elaborada y salada	17,288	18,819	22,670	27,407	24,817	29,942	31,259	23,952

Exportaciones de carne bovina, por año, según tipo de procesamiento (en miles de dólares).

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
TOTAL	369,090	217,007	269,472	379,480	623,597	765,391	961,043	823,444
Congelada	245,301	140,418	173,597	241,960	456,988	559,823	673,727	567,740
Enfriada	110,153	61,270	78,243	115,562	145,714	175,695	256,186	228,602
Elaborada y salada	13,636	15,319	17,632	21,958	20,895	29,873	31,130	27,102

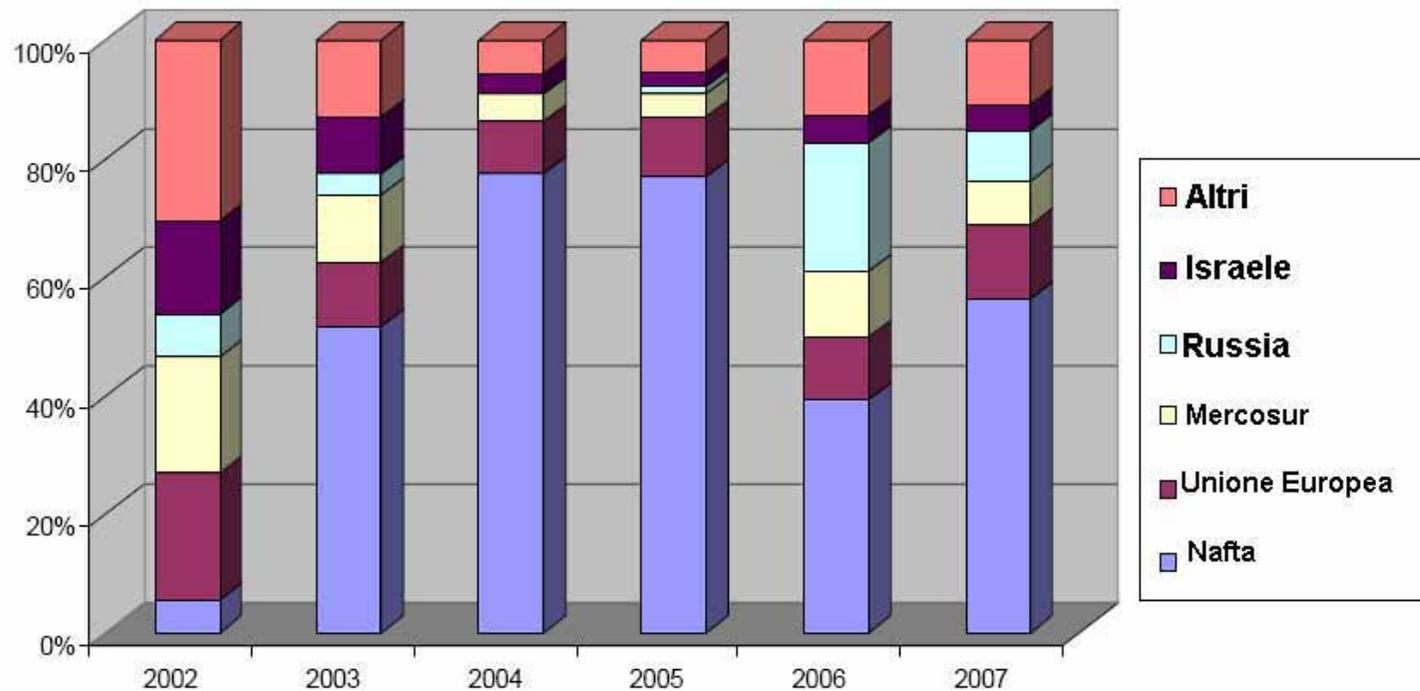
Fuente: INAC.



CARNE



STRUTTURE DELLE ESPORTAZIONI DELLA CARNE PER DESTINO





PRODUZIONE LANA



Producción de lana, por tipo, según año agrícola (en toneladas base sucia).

Año	Vellón	Barriga	Cordero	Otros ⁽¹⁾	Total esquilada	Lana en cueros	TOTAL
2000/01	45,149	5,728	1,359	1,007	53,243	2,320	55,563
2001/02	39,383	4,977	1,492	862	46,714	2,300	49,014
2002/03	33,372	4,263	973	768	39,376	1,928	41,304
2003/04	29,863	3,814	629	687	34,993	1,748	36,741
2004/05	30,807	3,935	591	709	36,042	1,759	37,801
2005/06	37,953	4,849	737	873	44,412	1,805	46,217
2006/07	38,254	4,886	939	880	44,959	2,242	47,201
2007/08	35,630	4,551	861	820	41,862	2,076	43,938

Fuente: SUL.

(1) Desoje
y pedazos.



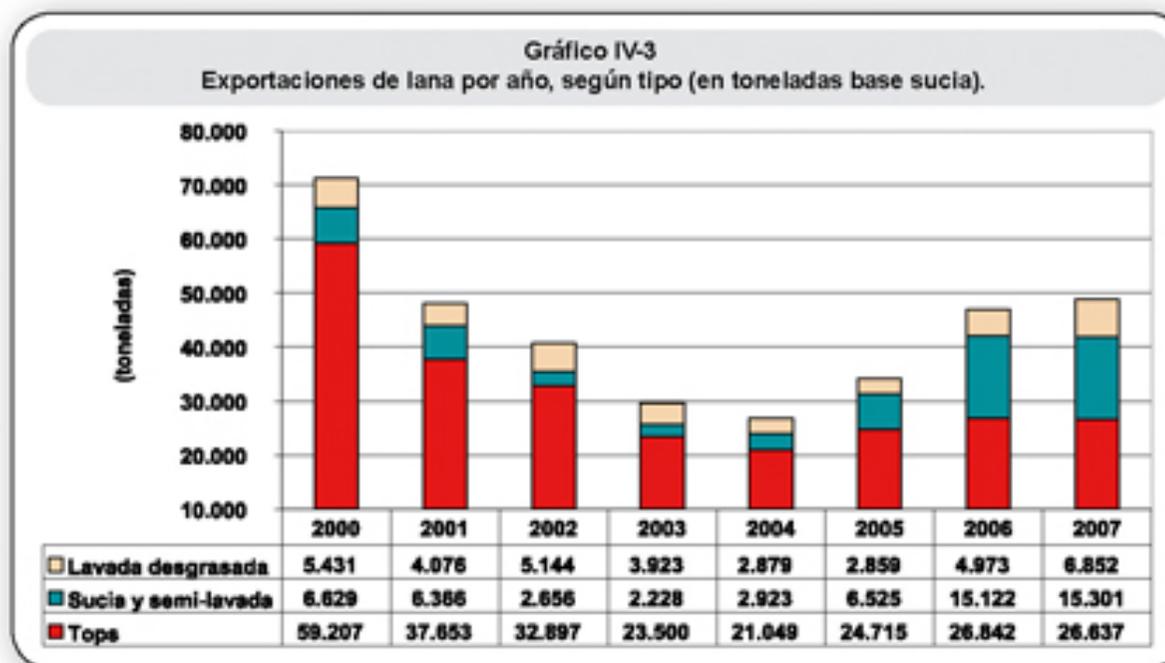
ESPORTAZINE LANA



Exportaciones de lana, por año, según categoría (en miles de dólares).

Categoría	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
TOTAL	128,953	146,077	151,508	138,503	117,650	130,558	162,593	198,491
Tops	111,003	125,892	131,532	120,415	101,437	106,628	114,753	136,405
Sucia y semi-lavada	11,270	11,170	6,911	7,094	8,452	15,201	33,465	41,244
Lavada desgrasada	6,680	9,015	13,065	10,994	7,761	8,729	14,376	20,841

Fuente: BCU.





AGRUMI



Producción de fruta cítrica, por año, según especie (en toneladas).

Especie	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
TOTAL	216,846	342,594	235,531	248,690	242,177	326,040	277,533	346,238
Naranja	109,156	189,007	115,769	131,578	124,091	176,501	138,279	186,272
Mandarina	65,185	97,000	74,503	74,711	77,303	94,423	88,246	117,672
Limón	35,496	46,447	38,519	36,701	33,470	46,009	42,864	37,689
Pomelo	6,999	10,063	6,725	5,700	7,313	9,107	8,144	4,605
Otros	10	77	15	0	0	0	0	0

Fuente: MGAP-C.Hon.del Plan Citrícola (2000 a 2004); MGAP-DIEA, Encuestas Citrícolas (2005 a 2007).



AGRUMI



Producción de fruta cítrica, por año, según destino (en toneladas).

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
TOTAL	216,847	342,594	235,531	248,690	242,177	326,220	277,533	346,238
Exportación en fresco	73,546	98,008	86,821	117,931	129,439	158,481	137,106	145,695
Mercado interno y pérdidas	114,142	157,123	85,737	98,691	68,640	103,234	73,942	107,614
Industria	29,159	87,463	62,973	32,068	44,098	64,505	66,485	92,929

Fuente: MGAP-DIEA, en base a información de DGSSAA y DIEA-Encuesta Cítrica "Primavera 2007".



AGRUMI



Esportazioni

Il valore stimato delle esportazioni di frutta fresca è di 74,2 milioni di dollari (12 milioni di dollari più che nel 2006) con un prezzo FOB promedio di US\$ 504 per tonnellata (US\$ 446 nel 2006).

Esportazioni di agrumi in volume e valore nel 2007

	Migliaia di Ton	%	Migliaia di U\$S	%
Totale	147,2	100	74,2	100
Arance	85,8	58	37,2	50
Mandarini	46,4	32	30,7	41
Limoni	13,8	9	5,9	8
Pompelmi	1,2	1	0,4	1

L'83% delle esportazioni hanno avuto come destino l'Unione Europea e un 7% Russia



AGRUMI



Esportazioni di agrumi per specie, verso l'Unione Europea, in migliaia di tonnellate
(al 30 novembre 2007)

PAESE	Limoni	Mandarini	Arance	Pompelmi	TOTALE	%
UNIONE EUROPEA						
Olanda	1.607,1	13.377,1	29.862,9	223,0	45.075,5	30,94
Regno Unito	2.158,5	15.701,0	14.108,1	342,1	32.309,6	22,18
Spagna	768,6	1.090,2	14.636,5	33,8	16.528,9	11,34
Portogallo	803,7	1.852,9	7.412,2	-	10.068,8	6,91
Italia	2.009,9	1.078,5	5.951,0	-	9.039,4	6,20
Belgio	1.060,6	268,0	1.562,5	223,4	3.114,4	2,14
Grecia	872,0	22,7	456,0	-	1.350,6	0,93
Irlanda	-	912,7	142,5	-	1.055,2	0,72
Polonia	279,9	24,0	339,3	-	643,2	0,44
Francia	18,2	189,1	339,8	-	547,0	0,38
Svezia	-	409,7	99,2	-	508,9	0,35
Germania	174,7	34,8	114,3	-	323,8	0,22
Lituania	-	146,1	49,0	-	195,1	0,13
Romania	-	-	160,3	-	160,3	0,11
Rep Slovacca	11,1	33,3	12,0	-	56,3	0,04
Finlandia	-	47,5	-	-	47,5	0,03
Danimarca	-	46,0	-	-	46,0	0,03
Noruega	-	-	43,4	-	43,4	0,03
Svizzera	-	-	-	-	-	0,00
Totale UE	9.764,2	35.233,3	75.288,9	822,2	121.114,0	83,13



AGRUMI



Industria

Al momento di realizzare questo rapporto non si dispone dell'informazione sulla frutta elaborata nell'anno 2007 per cui si presentano i dati del 2006, per poter dare un'idea dell'importanza di questo imprendimento

Frutta industrializzata e volume di sottoprodotti ottenuti, secondo specie (anno 2006)

SPECIE	Frutta pocsessata Migliaia di Ton	Succhi concentrati Migliaia di Ton	Olii (ton)	Pellets (ton)
Totale	66,5	5,2	168,1	1450
Aranci	28,2	2,2	69,8	
Mandarini	20,1	1,7	13,9	1450
Limoni	13,2	1,1	79,8	
Pompelmi	5,0	0,2	4,6	

Fonte: Elaborato da OPYPA basato sull'informazione fornita

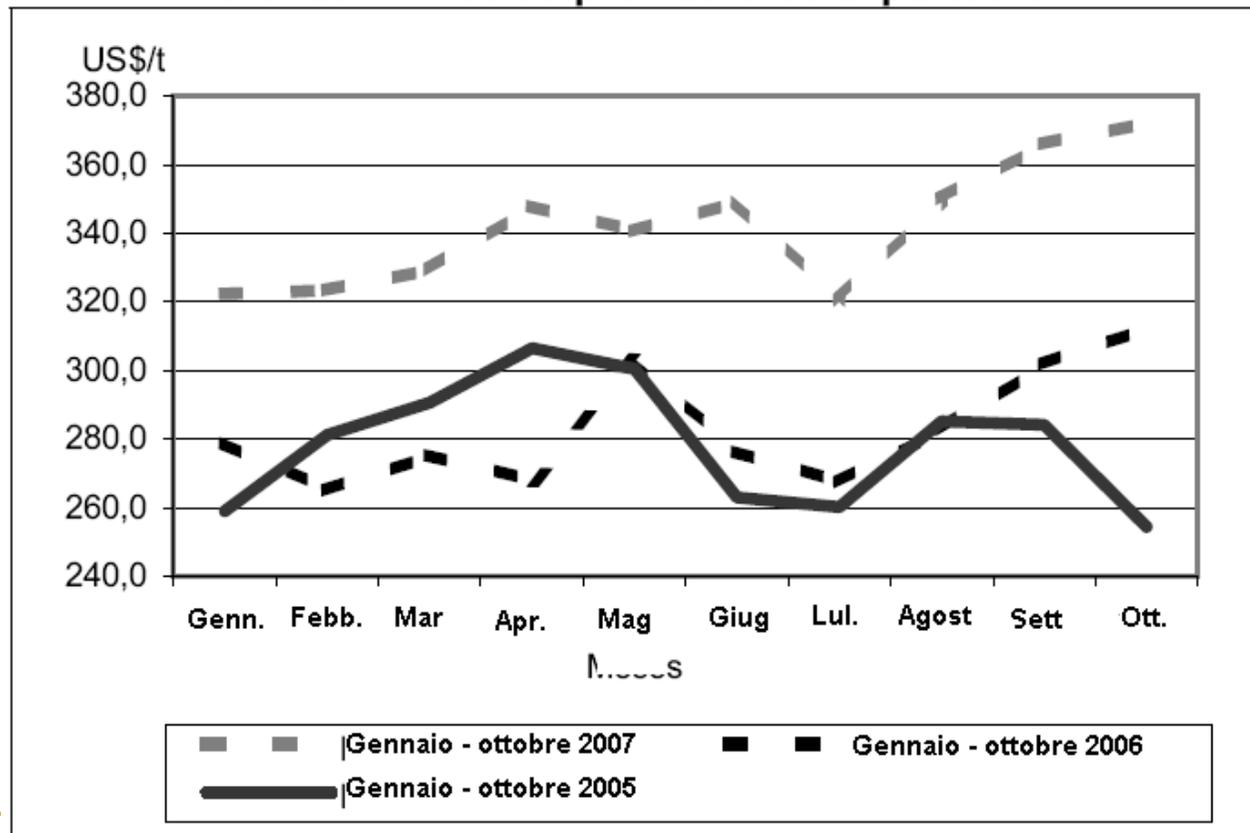


RISO



- Le esportazioni di riso nell'anno 2007 continuano ad avere Brasile come il destino principale, anche se si può notare un aumento importante di paesi integranti dell'Unione Europea: Spagna, Germania, Regno Unito e Portogallo.
- Il prezzo per tonnellata esportata nel 2007 ha avuto un aumento del 15%

Prezzo promedio esportazione



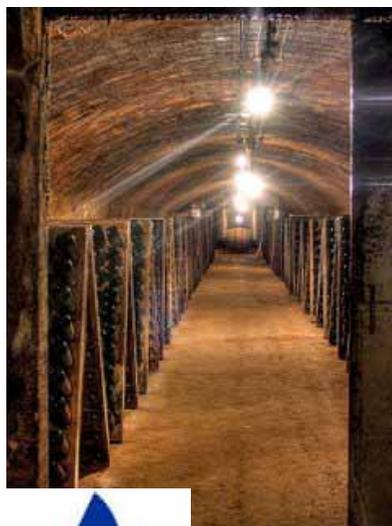
FONTE: Urunet



PRODUZIONE RISO



Región	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08
TOTAL NACIONAL					
Area (en ha)	186,465	184,023	177,292	145,375	168,337
Producción (en ton)	1,262,597	1,214,490	1,292,411	1,145,654	1,329,955
Rendimiento (kg/ha sembrada)	6,771	6,600	7,290	7,881	7,901
Norte y Litoral Oeste					
Area (en ha)	42,324	40,346	38,562	28,710	36,629
Producción (en ton)	327,956	279,309	304,846	237,207	304,819
Rendimiento (en kg/ha sembrada)	7,749	6,845	7,905	8,262	8,322
Centro					
Area (en ha)	22,769	15,677	19,446	10,621	18,874
Producción (en ton)	141,383	98,483	132,902	85,867	144,137
Rendimiento (en kg/ha sembrada)	6,209	6,282	6,834	8,045	7,637
Este					
Area (en ha)	121,372	127,540	119,284	106,044	112,834
Producción (en ton)	793,258	650,450	854,663	822,580	881,000
Rendimiento (en kg/ha sembrada)	6,536	6,706	7,165	7,757	7,808



VINO

Uruguay deve ringraziare la qualità, l'eccellenza e la tradizione dei suoi vini pregiati ad una posizione geografica favorevole.

Situato fra i paralleli 30 e 35 dell'emisfero sud, possiede insieme a Argentina e Chile (paesi vicini), Sudafrica e Australia (paesi lontani) una delle migliori zone al mondo adatte alla coltivazione di vigneti.

Il territorio dell'Uruguay è caratterizzato per avere un clima adeguato, con inverni freddi ed estate calde, una notevole influenza marina nella zona sud, nel Rio de la Plata e l'Oceano Atlantico e sudovest del paese. Uniti tutti questi fattori fa sì che la maturazione dell'uva sia ideale.

In tutte le nove zone viticole del nostro paese, il suolo prende diverse sfumature. suoli rustici e sassosi che permettono un buon drenaggio a suoli più profondi, più fini e più leggeri.

Il Tannat, è diventato il piede di vite tradizionale dell'Uruguay, un'acclimatazione perfetta suolo-clima che ha creato attraverso gli anni un segno caratteristico della nostra identità ed è il nostro miglior ambasciatore a livello mondiale.





VINO



Síntesis del settore - Periodo 1997 - 2007

ANNI	SETTORE VITICOLA			
	DEC.	Kilogrammi	CEPAS	SUP.
	JURADA			(Há)
1997	3.052	134.834.251	34.545.714	9.362
1998	2.920	112.363.373	34.328.533	9.183
1999	2.825	133.510.242	32.956.126	9.304
2000	2.711	120.169.024	31.852.558	9.146
2001	2.654	113.374.130	31.275.324	9.065
2002	2.550	93.828.498	30.534.805	9.142
2003	2.418	108.164.599	29.727.320	8.803
2004	2.389	147.056.881	29.275.742	8.583
2005	2.333	124.274.367	29.503.639	8.484
2006	2.272	130.243.873	29.939.427	8.576
2007	2.234	133.008.515	30.032.706	8.652

ANNI	SETTORE INDUSTRIALE		
	UVA	VINO	
	VINIFICATA	ELABORATO	ELAB.
	(Kilogrammi)	(Litri)	
1997	132.060.600	102.844.621	337
1998	111.836.292	87.112.674	320
1999	130.150.563	101.974.263	318
2000	116.195.908	90.411.984	313
2001	109.822.519	87.310.564	299
2002	90.432.511	71.433.713	278
2003	105.419.495	83.919.212	272
2004	143.293.896	112.558.950	279
2005	119.598.863	89.200.978	275
2006	126.039.025	93.851.127	272
2007	128.817.180	94.040.997	268

FONTE Istituto Nazionale di Vitivinicultura (I.NA.VI.) dell'anno anno 1989

Negli ultimi anni dove c'è lo 0 (zero) è per che non c'è informazione



VINO - Mercato



ANNI	CONSUMO INTERNO			ESPORTAZIONI
	V I N O (Valori di Vendita)			
	Nazionale	Importato	Totale	
1992	82.386.278	2.012.708	84.398.986	115.435
1993	86.223.857	2.062.247	88.286.104	76.617
1994	96.437.609	2.286.112	98.723.721	169.694
1995	89.319.277	5.473.483	94.792.760	219.018
1996	88.383.561	7.903.866	96.287.427	564.020
1997	89.273.050	8.908.854	98.181.904	1.065.740
1998	91.665.747	8.582.307	100.248.054	1.106.762
1999	94.052.132	7.019.893	101.072.025	3.005.489
2000	92.614.581	7.642.716	100.257.297	3.208.597
2001	91.295.377	7.079.478	98.374.855	2.590.043
2002	86.578.252	3.194.153	89.772.405	2.226.387
2003	75.968.122	4.627.521	80.595.643	1.762.656
2004	81.779.895	2.972.477	84.752.372	1.215.284
2005	84.330.258	2.535.292	86.865.550	1.459.500
2006	83.833.355	2.294.156	86.127.511	3.590.785
2007	83.210.422	2.082.521	85.292.943	9.897.073



FORESTAZIONE



Questo settore stà vedendo uno sviluppo importante grazie alla legge 15.939, che ha permesso dichiarare patrimonio boschivo ad alcune zone territoriali, determinandole come priorità boschiva su tutto il territorio nazionale dove la forestazione può avere maggior possibilità di sviluppo ricevendo così gli stimoli promozionali della legge.

La Legge “Forestal 15.939” e i suoi decreti regolamentari stabiliscono che per avere questi benefici le piantagioni boschive dovranno contare con un progetto approvato dalla “Dirección General Forestal” (direzione generale per la forestazione)

Speci che hanno priorità per la forestazione:

Fino al 16 giugno 2006, la struttura legale aveva stabilito come specie di priorità per la forestazione le seguenti:

Eucalyptus grandis, Eucalyptus saligna, Eucalyptus globulus ssp. globulus, Eucalyptus globulus ssp. maidenii

Pinus elliottii, Pinus taeda, Pinus pinaster

Populus deltoides e ibrido 63/51

Salix alba var coerulea e ibridi 131/24 y 131/27

Dopo questa data si stabilisce che una piantagione boschiva sarà classificata a seconda del rendimento, fra le altre cose è importante la “predisposizione che sviluppano per la produzione di materia legnosa o residui di legno, avendone l’uso un’interesse a livello nazionale, per cui saranno scelte le speci che dimostrino tecnicamente essere adatte a tali effetti”

FORESTAZIONE Superficie Totale di Boschi secondo un rilevamento satellitare

DIPARTAMENTO	Pino	E.grandis	E.globulus	Altri eucalyptus	Boschi Naturali**	Parchi	TOTALE
ARTIGAS	141	922	-	1.842	44.530	-	47.435
CANELONES	14.407	5.413	7.051	4.289	7.426	688	42.592
CERRO LARGO	5.023	15.673	23.928	7.090	63.215	-	114.929
COLONIA	1.779	3.054	7.849	2.890	17.514	-	33.581
DURAZNO	6.247	13.583	21.464	5.811	19.840	-	66.945
FLORES	-	299	559	1.707	7.943	-	10.508
FLORIDA	55	1.048	40.766	4.875	20.513	-	67.257
LAVALLEJA	318	1.508	64.881	5.963	59.008	1.342	133.020
MALDONADO	7.810	1.995	28.750	2.519	27.320	1.411	70.950
MONTEVIDEO	18	-	2	984	999	830	2.833
PAYSANDÚ	31.928	42.144	25.432	10.423	66.296	474	176.697
RÍO NEGRO	13.216	52.777	25.450	9.668	43.748	-	144.859
RIVERA	128.781	52.522	481	6.068	63.129	-	250.981
ROCHA	12.021	1.559	33.372	3.989	38.842	3.752	94.692
SALTO	40	490	-	4.297	51.617	-	56.444
SAN JOSÉ	1.839	1.241	2.862	2.899	16.066	-	27.617
SORIANO	2.554	6.721	17.569	2.138	34.838	1.133	64.953
TACUAREMBÓ	48.391	16.134	59.313	8.197	121.885	381	254.301
TREINTA Y TRES	-	465	8.659	4.511	47.429	-	61.064
TOTALE	274.568	217.548	368.388	90.160	752.158	10.011	1.721.65

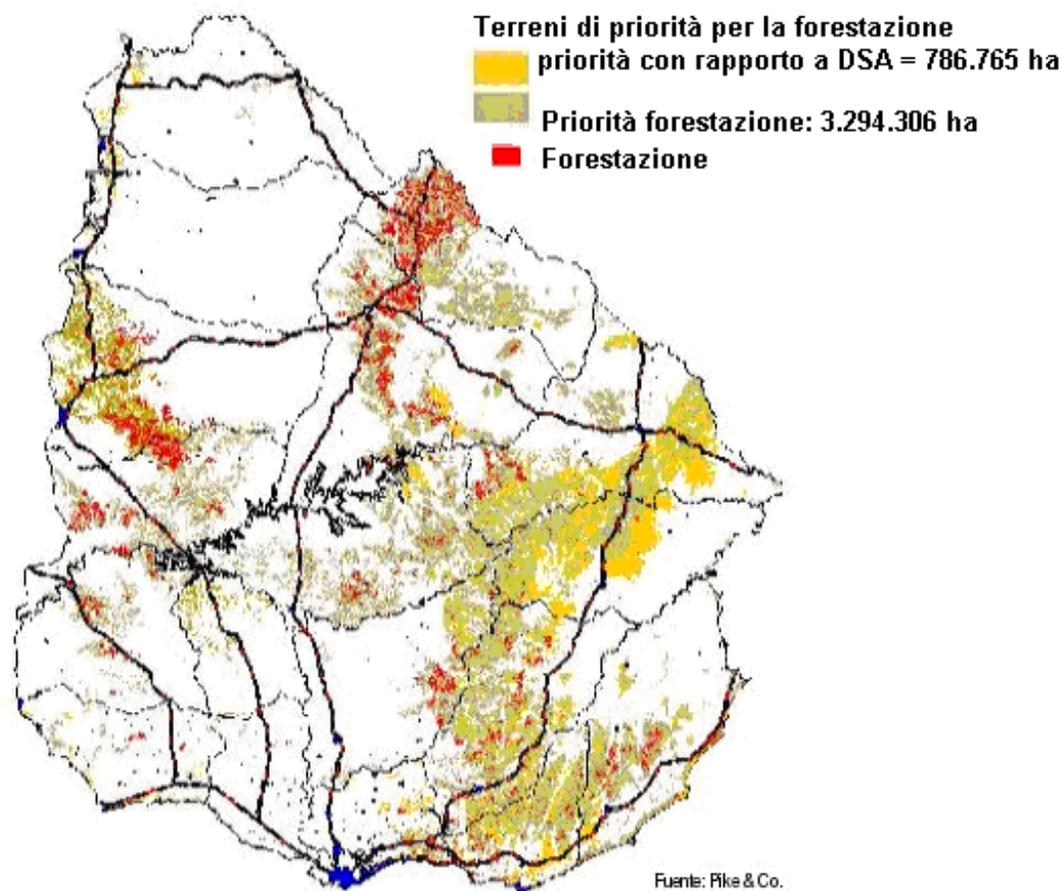
FORESTAZIONE

La maggior concentrazione di aree boschive è a Rivera, Tacuarembó, Paysandú, Río Negro e Lavalleja.

Le speci più utilizzate sono *Eucalyptus grandis*, *Eucalyptus globulus ssp. globulus*, *Eucalyptus globulus ssp. maidenii*, *Pinus elliotti* e *Pinus taeda*.

Negli ultimi anni c'è stato un cambiamento nella tendenza delle speci piantate, dove si vede un'aumento nella produzione di boschi di pini. Questo è dovuto fondamentalmente all'aumento degli investimenti che hanno come obiettivo principale la produzione di legno solido (madera sólida).

A sua volta, è cresciuto in modo significativo lo sfruttamento boschivo, passando da 178 nel Censimento Agricolo del 1990 a 1.186 secondo dati forniti dalla "Dirección General Forestal" (2006), con un incremento di un 660% in 16 anni.



FORESTAZIONE - Industria



Oggi giorno l'offerta e la richiesta di legno comincia a far vedere nuove caratteristiche. Il fattore principale di cambio nei livelli di raccolta è stato il forte incremento nell'esportazioni, che all'origine era fondamentalmente di legno "rolliza" (rotondo), dopo ha incorporato i "chips" per polpa e attualmente stà cominciando ad avere importanza il legno segato e il "tableros contrachapados" (compensato). Per quel che riguarda il consumo lordo di legno, qualche anno fa era di 1.600.000 m³, ed è aumentato considerevolmente arrivando nel 2005 a quasi 2.000.000 m³.

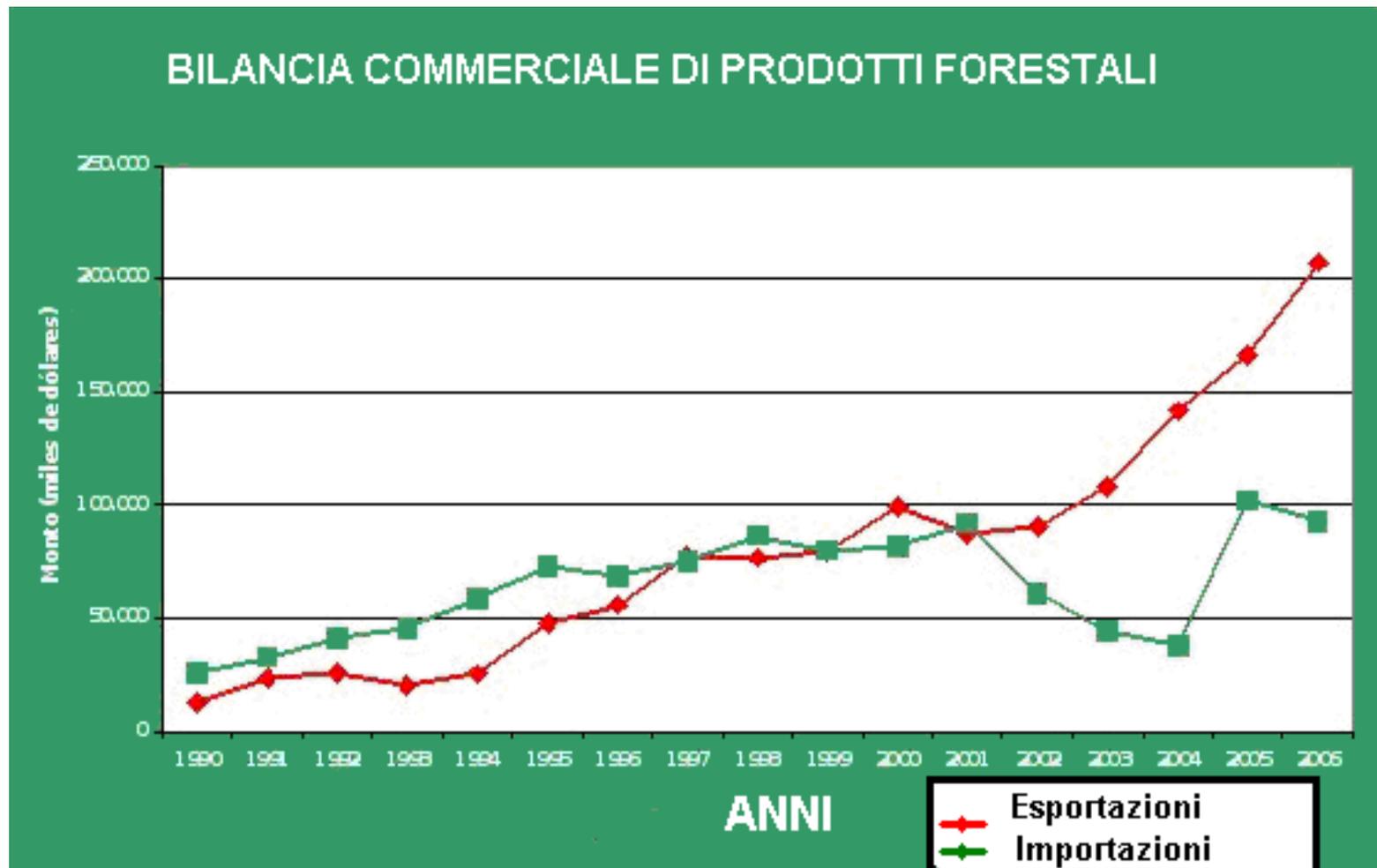
Allo stesso tempo che si stà verificando una forestazione di rilievo, anche si sviluppano varie attività industriali verso l'elaborazione e l'esportazione di prodotti e sottoprodotti del legno.

Prodotti derivati dal legno

Le aziende del settore della forestazione che hanno cominciato a lavorare in queste tappe di elaborazione e commercializzazione di questi prodotti assieme alle tradizionali fabbriche di carta e prodotti del legno, hanno creato una crescente via d'esportazione.



FORESTAZIONE

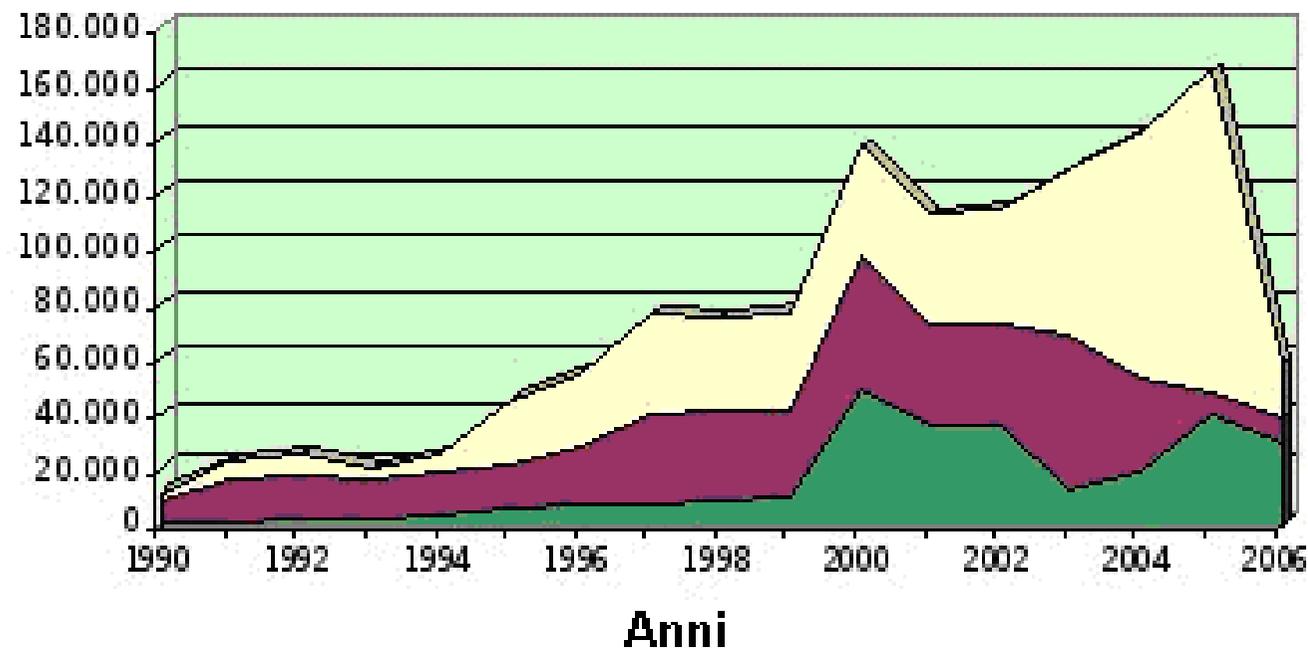




FORESTAZIONE



- Esportazioni Uruguaiane di legno per **polpa**, legno segato e cartone



■ Legno segato ■ Cartone ■ Polpa

PROGETTO DEMETRA



URUGUAY



BENESSERE





BENESSERE - Qualità di Vita



- Essente dalle epidemie edisastri naturali.
- Tasso di Mortalità Infantile basso 4.4% in 3 anni – 10.5/1.000
- Senza conflitti razziali ne religiosi.
- FreedomHouse classifica Uruguay con un punteggio massimo nel suo ranking sulla libertà individuale ai livelli dei Paesi scandinavi, e Giappone. (2006)(www.freedomhouse.org)
- Numerose scuole bilingue.
- Scuole con programmi di studi validi in altri Paesi come: EEUU, Francia, Germania, Italia, Regno Unito, Israele, ecc.
- Alti standard di qualità in sistemi di salute: 365 medici per 100,000 abitanti (Svizzera: 361)*
- La legge finanziaria 2008 prevede una spesa in sanità pari a 4,5% del PIL
- Uruguay: Paese Libero dal Fumo di Tabacco – 6° al Mondo, 1° in Sudamerica
- Numerosi e vasti spazi verdi a Montevideo, campi da golf, SPAs e 20 chilometri di passeggiata costiera.

(*) Fuente: Human Development Report (UN) http://hdr.undp.org/hdr2006/pdfs/report/HDR_2006_Tables.pdf

BENESSERE - Terme

- **L'URUGUAY ha sviluppato un sistema termale molto avanzato**
- **Acque a temperature dai 25^a a 40^a**
- **Nella zona nord ovest si trovano 6 grosse strutture ricettive che offrono trattamenti e cure a base alle acque termali**
- **In queste strutture operano parecchie cliniche specializzate, alcune rinomate a livello internazionale**
- **Capacità di alloggio di 5.000 persone**



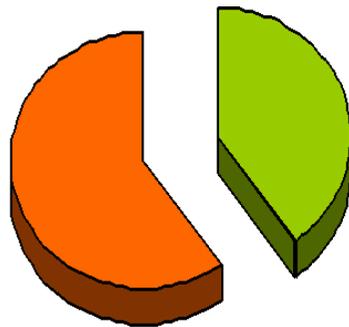
BENESSERE – Attività fisica degli uruguaiani



ANNO 2005

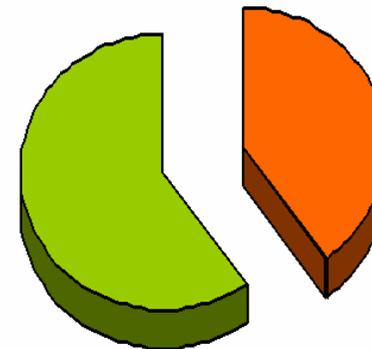
ANNO 2007

**60.3 %
Sedentari**



**39.7 %
Fisicamente
Attivi**

**60 %
Attivi**



**40 %
Fisicamente
Sedentari**

Fonte: Ministero del deporte

BENESSERE

IMPORTAZIONI

Oggetti ed attrezzi per l'educazione fisica, la ginnastica o l'atletica

ANNO	DOLLARI
2002	457.986
2003	342.177
2004	835.896
2005	1.222.488
2006	1.653.644
2007	2.522.551
2008 a giugno	1.925.466

ANNO 2008 a giugno	
PAESE	% SUL TOTALE IMPORTATO
CINA	42.78
STATI UNITI	28.33
BRASILE	25.16
ARGENTINA	1.62
TAIWAN	0.88
REGNO UNITO	0.62
COREA DEL SUD	0.17
PANAMA	0.15
CANADA	0.11
ITALIA	0.05
HONG KONG	0.04
INDIA	0.03
AUSTRIA	0.02
SPAGÑA	0.02

BENESSERE - CENTRI STETICI



- Gli istituti di estetica sono un'alternativa, più cara, delle palestre, promettono però risultati più efficaci. .
- L'alta stagione in questi istituti e da settembre a dicembre e la quantità più importante di clienti si osserva ad ottobre.
- Le donne superano ampiamente gli uomini, le statistiche mostrano un 90% in più, anche se nel 2007 è aumentato notevolmente il pubblico maschile, continuando la tendenza di anni precedenti

- Un trattamento per ottenere una buona forma in questo periodo di 3 o 4 mesi può costare dai 200 ai 2.500 dollari.
- Ci sono due alte stagioni per l'abbronzatura. Una è prima dell'estate (ottobre-dicembre), l'altra appena finita l'estate (marzo-aprile),

Fonte: Settimanale Cronicas

PROGETTO DEMETRA



URUGUAY

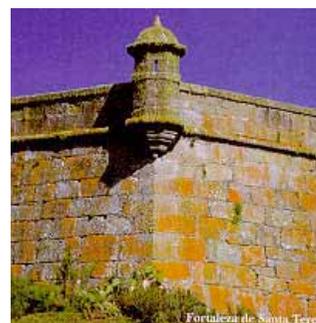
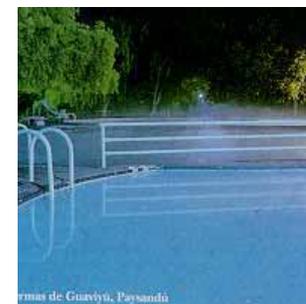
TURISMO



PRODOTTI TURISTICI



- Sole e Spiagge
- Turismo Termale
- Turismo Rurale ed Ecologico
- Turismo per Eventi e Convenzioni
- Turismo Storico - Culturale





TURISMO



- Come destino turistico l'Uruguay ha acquisito un gran valore a livello internazionale negli ultimi anni. Questa crescita è dovuta a un'offerta turistica differenziata, alla sicurezza, alla stabilità e alle persone (il capitale più importante).
- Gli uruguaiani, sebbene preoccupati per le proprie tradizioni e rispettosi delle risorse naturali e culturali, sono allo stesso tempo aperti, affettuosi e ospitali con i visitatori. Con l'obiettivo di sviluppare l'industria turistica, si è scelto un modello che unisce lo stile di vita uruguayano, con le loro capacità e risorse, dove il segreto sta nella sostenibilità dell'industria a medio e lungo termine.
- L'Uruguay ha avuto la capacità di unire il classico turismo d'estate con un'offerta accessibile per tutto l'anno nel resto del territorio.
- I destini naturali sono stati migliorati e ora si promuove lo sviluppo di nuove aree turistiche in tutto il paese aprendosi nuove opportunità di investimento.



TURISMO

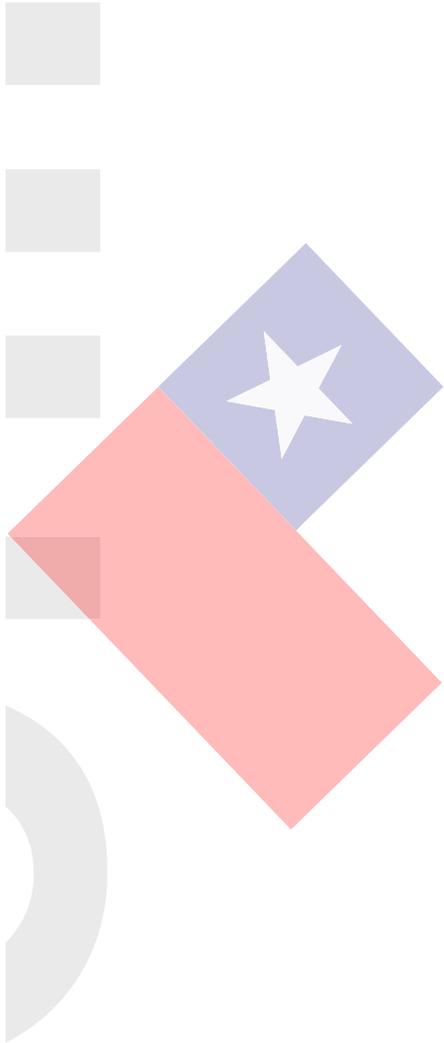
- Mare – Punta del Este
- Turismo d'affari, approfittando della posizione strategica e l'infrastruttura che permette organizzare congressi, seminari e incontri d'affari, principalmente a Montevideo e P.del Este
- Turismo Termale, con più di 5000 posti letto
- Turismo ecologico, le “estancias turísticas”, che permettono sviluppare tutte le attività del “gaucho” e della gente di campagna, passeggiate a cavallo, caccia e pesca controllate, canottaggio, ecc.;
- Turismo sportivo, include discipline come il rugby (uno de più importanti tornei Seven-a-Side nel mondo si realizza da vari, anni a gennaio, a Punta del Este) o il golf .



TURISMO



- **CRESCITA COSTANTE DEL SETTORE**
- **GLI INTROITI DEL COMPARTO TURISTICO AMMONTANO A U\$S 800: PARI A CIRCA IL 4% DEL PIL**
- **NEL 1988 GLI INTROITI ERANO DI u\$S 200: CHE RAPPRESENTAVANO IL 2.4% DEL PIL**
- **L'INGRESSO DI TURISTI AL 2007 È STATO DI 1:8, DI CUI IL 38% HA SCELTO IL TURISMO DI SOLE E SPIAGGIA, L'11% IL TURISMO TERMALE, IL 38% HA PREFERITO LA CAPITALE MONTEVIDEO**
- **NEGLI ULTIMI ANNI È CRESCIUTO IN FORMA IMPORTANTE IL TURISMO DI CROCIERA, ARRIVANDO A MONTEVIDEO CIRCA 200 NAVI NELLA STAGIONE ESTIVA**



Progetto Demetra – Cile Ottobre 2008





Temario

- Dati generali
- Contesto macroeconomico
- Interscambio Commerciale 2007
- Politica commerciale
- Settore agroalimentare
- Settore turismo
- Settore benessere
- Conclusioni



Dati Generali

- Popolazione: **16. 598.074 (luglio 2007), con una densità di 20 ab./km².**
- Superficie: **756.626 km² (a cui si aggiungono 1.250.000 km² di territorio antartico).**
- Capitale: **Santiago del Cile (6.676.745 ab.).**
- Moneta: **Peso cileno. 1EURO = 750 CLP ca.**
- Lingua: **Spagnolo.**
- Suddivisione amministrativa: **14 regioni, più il distretto metropolitano di Santiago.**
- Comunità Italiana: **100.000 di origine italiana (di cui 42.000 con passaporto).**



Temario

- Dati generali ✓
- Contesto macroeconomico
- Interscambio Commerciale 2007
- Politica commerciale
- Settore Agroalimentare
- Settore Turismo
- Settore Benessere
- Conclusioni

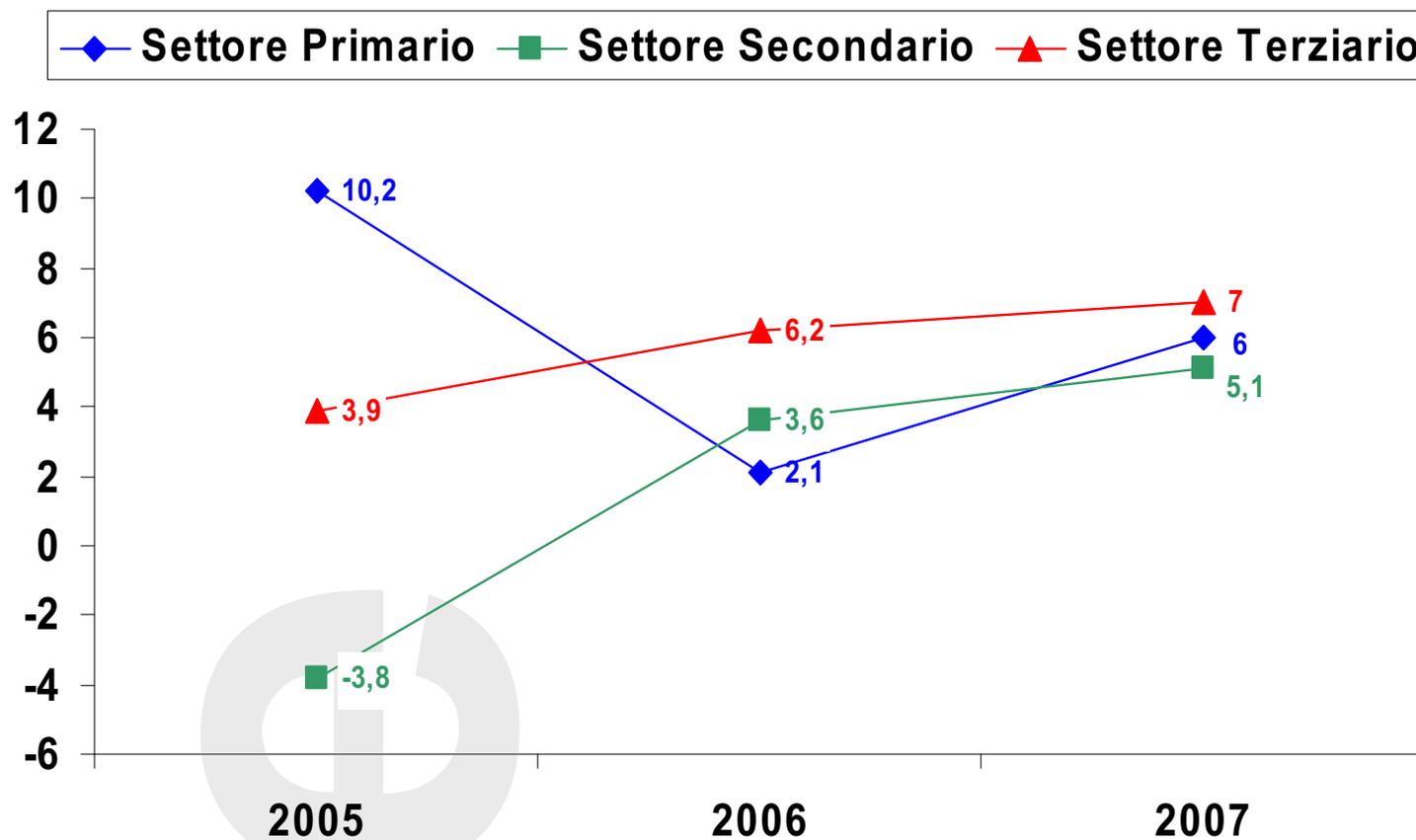


Tabella dati macroeconomici

INDICE	2005	2006	2007
Reddito pro-capite (€)	5.798	6.125	6.545
Tasso di inflazione	3%	2,6%	7,8%
Tasso di disoccupazione	8,1%	7,8%	7,0%
Tasso di variazione del PIL	6,3%	4,2%	5,4%
Totale export (ml €)	31.926	45.035	48.058
Totale import (ml €)	24.669	27.461	29.014
Saldo bilancia commerciale (ml €)	7.256	17.574	19.044
Investimenti esteri verso il paese (ml €)	4.030	3.675	11.177
Investimenti del paese all'estero (ml €)	3.088	5.238	3.431

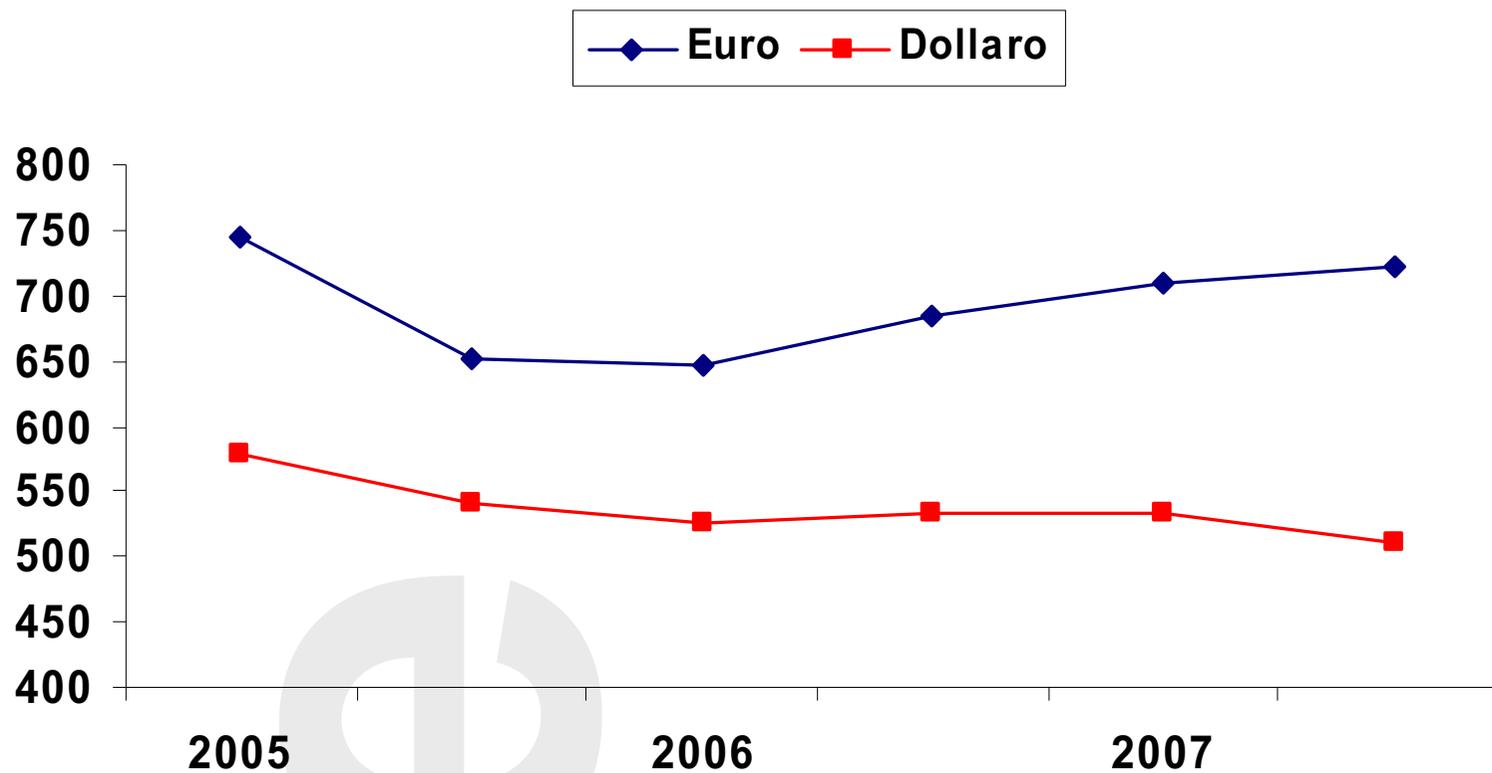


Variazione del PIL (%)





Dinamica del tasso di cambio





Il Cile come piattaforma per gli affari

Principali caratteristiche del paese

- **Istituzioni solide**
- **Sistema finanziario sviluppato, liquido e flessibile**
- **Centro di snodo ed integrazione regionale**
- **Servizi di qualità mondiale**
- **Sistema distributivo sviluppato**
- **Alta qualificazione del settore dei servizi**



Il Cile, paese piattaforma...



- **Sottoscritti più di 18 accordi commerciali con circa 54 paesi del mondo.**
- **Accesso privilegiato alle economie che rappresentano più del 80% del PIL mondiale (America del Nord, Unione Europea, Cina, Giappone, Corea del Sud, principali paesi dell'America Latina, ecc.)**

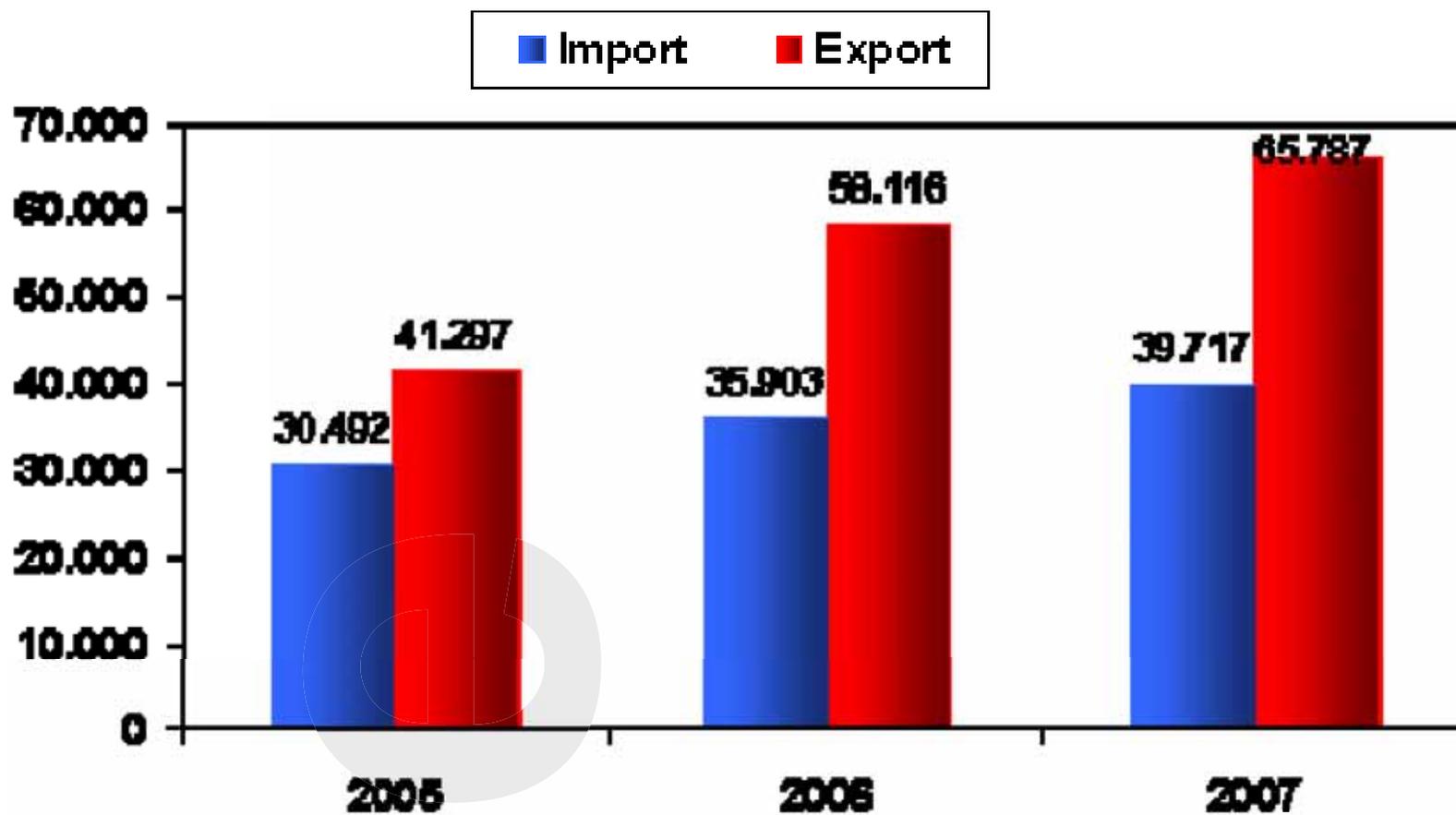


Temario

- Dati generali ✓
- Contesto macroeconomico ✓
- Interscambio Commerciale 2007
- Politica commerciale
- Settore Agroalimentare
- Settore Turismo
- Settore Benessere
- Conclusioni



Interscambio commerciale CILE - MONDO (ml. USD FOB)





Interscambio Commerciale 2007

I. Rapporto Cile – Mondo

- **Totale Export: USD 65.787 milioni**
- **Totale Import: USD 39.717 milioni**
- **Saldo bilancia commerciale: USD 26.070 milioni**



Esportazioni

Principali destinazioni delle esportazioni cilene (%):

1. Cina:	15,13	4. Olanda:	5,94
2. U.S.A.:	12,80	5. Corea del Sud:	5,85
3. Giappone:	10,78	6. Italia:	5,25

Principali prodotti esportati (%):

1. Catodi di rame:	29,76
2. Minerali di rame:	20,48
3. Rame per la raffinazione:	4,41
3. Concentrati di molibdeno:	4,69
4. Cellulosa:	3,28
5. Prodotti della pesca:	1,33



Importazioni

Principali paesi d'origine delle importazioni (%):

1. U.S.A.:	25,38	4.Svizzera:	7,06
2. Brasile:	8,74	5.Cina:	4,99
3. Argentina:	8,33	6.Germania:	3,62

L'Italia si posiziona al 16esimo posto, con l'1,56%

Principali prodotti importati (%):

1. Olio combustibile distillato:	8,23
2. Olio crudo di petrolio:	11,81
3. Concentrato di molibdeno:	2,16
4. Automobili:	2,04
5. Telefoni cellulari:	1,71
6. Benzina per veicoli:	1,19



Interscambio commerciale CILE – ITALIA (ml. USD FOB)





Interscambio Commerciale 2007

II. Rapporto Cile - Italia

- **Totale Export: USD 3.454 milioni**
- **Totale Import: USD 687 milioni**
- **Saldo bilancia commerciale: USD 2.767 milioni**



Esportazioni

Principali prodotti esportati (%):

1. Catodi di rame:	80,04	
2. Cellulosa:	8,12	
3. Rame e prodotti derivati:	3,22	
4. Concentrati di molibdeno:	1,77	
5. Kiwi:	0,66	



Importazioni

Principali prodotti importati (%):

- 1. Macchine laminatoie a caldo:**
5,76
- 2. Medicinali per uso umano:** **2,32**
- 3. Trattori agricoli:** **2,11**
- 4. Pompe centrifughe:** **1,65**
- 5. Macchinari per incartare ed impacchettare:**
1,60



Temario

- Dati generali ✓
- Contesto macroeconomico ✓
- Interscambio Commerciale 2007 ✓
- Politica commerciale
- Settore Agroalimentare
- Settore Turismo
- Settore Benessere
- Conclusioni



Politica commerciale

- **Economia aperta**
- **Dazio doganale basso ed uniforme del 6%**
- **Normativa sanitaria severa per l'importazione della carne, dei prodotti lattiero caseari, degli animali vivi e dei prodotti di origine vegetale**
- **Certificazione specifica per lo sdoganamento di bevande alcoliche, medicinali, tabacco, armi ed esplosivi.**



Politica commerciale...



Da quando è entrato in vigore l'Accordo di libero scambio con la UE (febbraio 2003) una parte importante dei prodotti commercializzati hanno visto l'azzeramento immediato del dazio doganale (es. macchine utensili).



Temario

- Dati generali ✓
- Contesto macroeconomico ✓
- Interscambio Commerciale 2007 ✓
- Politica commerciale ✓
- Settore Agroalimentare
- Settore Turismo
- Settore Benessere
- Conclusioni



Il settore agroalimentare



- **Il Cile fa parte di una delle cinque zone al mondo definite con clima mediterraneo.**
- **Questo fatto e le condizioni fito e zoosanitarie del paese garantiscono la produzione di alimenti salutari (crescente preferenza mondiale per questo tipo di alimentazione).**
- **Il Cile si trova attualmente al 20esimo posto nel ranking dei paesi esportatori di prodotti alimentari. Si prevede che per il 2010 scalerá almeno 10 posizioni di tale classifica.**
- **A livello interno, il settore alimentare rappresenta il secondo settore piú importante come apporto al PIL.**
- **Esportazioni cilene di prodotti alimentari: nel 2007 hanno totalizzato i USD 3.160 milioni (+14,12% rispetto al 2006).**



Il settore agroalimentare



- **Principali mercati di destinazione: U.S.A, Unione Europea, Canada, Messico, Corea del Sud e Cina.**
- **Principali prodotti o industrie leader: vitivinicola; salmone; frutta, ortaggi e conserve.**
- **Buone prospettive per l'industria degli alimenti preparati:**
 - aumento della popolazione urbana;
 - aumento numero delle donne impiegate.





Il settore agroalimentare



- **Esportazioni di frutta fresca:**
 - **2,3 milioni di casse (+55% stagione 2005/2006);**
 - **prodotti leader: mele, ciliegie e prugne.**
- **Importante sviluppo dell'industria delle conserve di frutta e ortaggi negli ultimi 10 anni.**
- **In virtù dei molteplici accordi di libero scambio sottoscritti si evidenziano prospettive di espansione dei prodotti alimentari elaborati, particolarmente le esportazioni con la UE, Stati Uniti, Corea e paesi dell'EFTA.**





Macchine per l'industria alimentare

L'Italia è al secondo posto tra i paesi fornitori di macchine per l'industria alimentare, con una quota del **25%** sul totale di mercato.

Concorrenti:

U.S.A: 29%

Spagna: 23%

Argentina: 10%



Temario

- Dati generali ✓
- Contesto macroeconomico ✓
- Interscambio Commerciale 2007 ✓
- Politica commerciale ✓
- Settore Agroalimentare ✓
- Settore Turismo
- Settore Benessere
- Conclusioni



Il Settore del Turismo



- **Il Cile si posiziona al 45esimo posto a livello mondiale in quanto a competitività turistica, secondo dati del 2007 forniti dall'Organizzazione Mondiale per il Turismo (OMT).**
- **Il paese vanta un alto livello di sicurezza e servizi di pubblica sicurezza affidabili.**
- **Le infrastrutture che riguardano i trasporti sono relativamente sviluppate, con una buona rete autostradale e portuaria.**
- **La diversità geografica del territorio del Cile origina una gran varietà di scenari naturali che si snodano lungo i suoi 4.200 km di longitudine.**



Settore del Turismo...



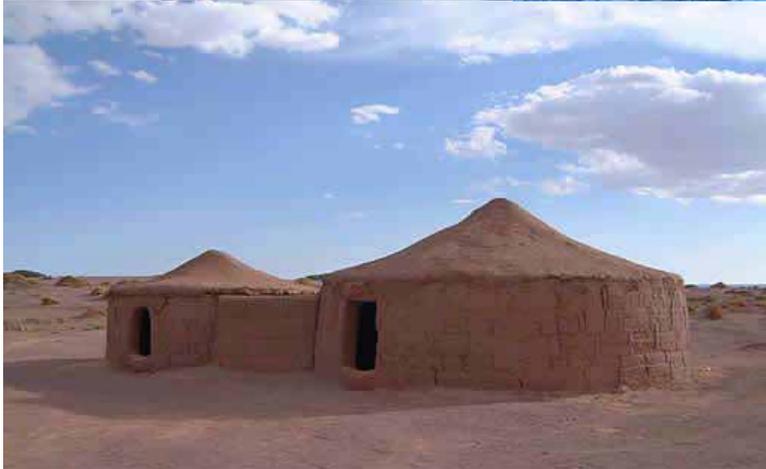
Zona Nord:

- **Dominata dal deserto di Atacama, considerato il luogo piú arido del mondo.**
- **Lungo la costa: spiagge accessibili durante tutto l'anno, grazie alla temperatura dell'acqua, sempre gradevole.**





Paesaggi del Nord...





Settore del Turismo...



Zona Centrale:

- **Clima temperato: estati secche ed inverni piovosi.**
- **Principali centri abitati (zona con maggiore densità della popolazione).**
- **Facilità d'accesso ai numerosi stabilimenti sciistici ed alle infrastrutture del turismo balneare.**





Paesaggi del Centro...





Settore del Turismo...



Zona Sud:

- **Clima umido, caratterizzato da grandi boschi ancora vergini, fauna autoctona, vulcani, parchi naturali, fiumi e laghi.**
- **Turismo d'avventura.**





Paesaggi del Sud...





Le isole del Cile:

- **Siti archeologici d'interesse mondiale.**
- **Flora e fauna caratteristici.**
- **Le principali: Isola di Pasqua, Isola di Chiloé e Arcipelago Juan Fernández.**





Alcune cifre del 2007:

- **109.309 turisti europei (5% in piú del 2006)**
 - **19,1% dalla Germania;**
 - **17,5% dall'Inghilterra;**
 - **13,2% dalla Francia;**
 - **12,7% dalla Spagna;**
 - **6,7% dall'Italia.**
- **76.808 turisti nordamericani (- 2,3%);**
- **39.849 di turisti brasiliani (+ 11,7%);**
- **270.744 di turisti argentini (+ 19,5%).**



Entrate derivanti dal turismo internazionale 2007: US\$ 195,8 milioni

- **US\$ 48,5 milioni dai turisti europei;**
- **US\$ 53,2 milioni da Stati Uniti, Canada e Messico;**
- **US\$ 27,1 milioni dai turisti brasiliani;**
- **US\$ 67 milioni dal turismo argentino.**





Settore del Turismo



- **Il Cile, oltre a contare con una splendida varietà di paesaggi e di contrasti (dal deserto del nord ai maestosi ghiacciai del sud, dagli imponenti ed attivi vulcani ai laghi e fiumi che si estendono nel sud del paese) gode di moderne infrastrutture turistiche lungo tutto il paese.**
- **Piú di 3.507 stabilimenti turistici (a dicembre 2006).**



Temario

- Dati generali ✓
- Contesto macroeconomico ✓
- Interscambio Commerciale 2007 ✓
- Politica commerciale ✓
- Settore Agroalimentare ✓
- Settore Turismo ✓
- Settore Benessere
- Conclusioni



Il Settore del Benessere



- **Il mercato del fitness e del wellness ha iniziato a svilupparsi da un decennio circa).**
- **A tale sviluppo hanno contribuito:**
 - **Il crescente culto alla bellezza;**
 - **Lo stile di vita delle grandi metropoli;**
 - **Il crescente problema dell'obesità.**
- **Tutto ciò ha creato una crescita della domanda nei confronti dei servizi associati al benessere fisico, aumentando di conseguenza l'offerta dei centri specializzati.**





Il Settore del Benessere



Parte importante del circuito del benessere cileno é rappresentata dai numerosi e sofisticati centri termali presenti in tutto il paese.





Il Settore del Benessere

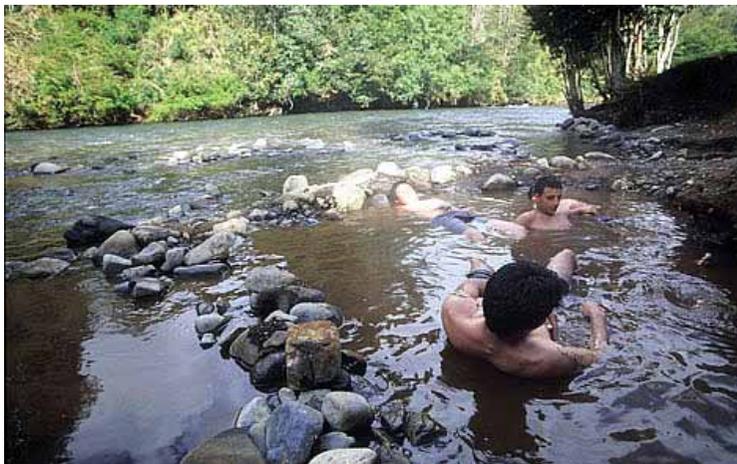


- **Negli ultimi anni sono sorti nuovi centri benessere, sia a Santiago che in zone fuori città e vicino alla natura, collegando in tal modo il benessere ed il relax al distacco dalla quotidianità.**
- **Tra i piú importanti SPA spiccano: Termas Puyehue Hotel & Spa Termal, Villarica Park Lake Hotel, Bow SPA, Termas de Coñaripe.**





Alcune terme del Sud





Il Settore del Benessere



- **In tutto il paese esistono moderne palestre e Fitness Club:**
 - **superficie media 2.000 – 3.000 metri quadri;**
 - **molteplicità di opzioni di condizionamento fisico;**
 - **incorporano le ultime novità in materia di wellness: piscine, idromassaggi, bagno turco, saune, trattamenti corporali e facciali, yoga, pilates, spinning, body pump e cardio step, tra gli altri servizi.**
- **Vari di questi centri incorporano i benefici dell'acqua nei diversi trattamenti. Avviene anche il processo contrario: centri acquatici che incorporano prestazioni proprie delle palestre.**



Conclusioni



- ❖ **Nonostante l'incertezza che caratterizza i mercati internazionali e che, tra le altre cose, si riflette in imprevedibili fluttuazioni del tasso di cambio, le esportazioni dei prodotti alimentari cileni continuano ad aumentare, con particolare riferimento ai prodotti elaborati. Cresce dunque la necessità, da una parte, di rifornire il ciclo produttivo di macchinari, tecnologia e conoscenze e, dall'altra, di migliorare i canali distributivi e gli aspetti legati alla logistica. L'Italia, che già vanta una posizione privilegiata in tale settore, ha la possibilità di inserirsi favorevolmente in tali dinamiche di crescita.**
- ❖ **Il costante incremento nel numero dei visitatori in Cile apre interessanti spazi per la promozione del paese come meta turistica. Le necessità di sofisticare l'offerta dei servizi settoriali dischiude opportunità d'investimento, associazione e trasferimento di conoscenze.**
- ❖ **Quanto evidenziato nel contesto del settore turistico si amplifica nel settore del benessere, che presenta da un decennio a questa parte vertiginosi tassi di sviluppo.**



Temario

- Dati generali ✓
- Contesto macroeconomico ✓
- Interscambio Commerciale 2007 ✓
- Politica commerciale ✓
- Settore Agroalimentare ✓
- Settore Turismo ✓
- Settore Benessere ✓
- Conclusioni ✓



Contatto:

Camera di Commercio Italiana del Cile
Marco Leone – Segretario Generale
mleone@ideasa.cl
www.camit.cl

