

# Brasile avanti tutta... Fino al 2016

Dopo i successi della Confederations Cup e della Giornata Mondiale della Gioventù, il Brasile è pronto ad accogliere al meglio i turisti che decideranno di assistere alla Coppa del Mondo 2014 e alle Olimpiadi di Rio 2016. Parola di Flavio Dino, presidente di Embratur che sottolinea l'incremento del 20%, nel 2012, degli eventi internazionali

➡ a cura di Tiziana Conte



Balli tradizionali durante le feste giunine nel nord est del Brasile

Flavio Dino, presidente Embratur



Il Brasile è in fermento per l'organizzazione dei Mondiali di Calcio del 2014 e per le Olimpiadi del 2016. «Lasciatevi trasportare dal nostro modo di vivere, partecipate ai grandi eventi e contribuite a questo momento magico che il Brasile sta vivendo». L'invito arriva da **Flavio Dino**, presidente di Embratur, con un video promozionale che l'ente del Turismo ha realizzato, quasi a rassicurare i più scettici dopo i numerosi articoli sulla stampa internazionale che sollevavano polemiche e dubbi su lavori, modi e tempi di attuazione delle opere previste per la Coppa del Mondo. «Il nostro Paese è pronto a ricevere gli stranieri che arriveranno, con o senza biglietto, sia per assistere ai match che per condividere il clima dei Mondiali e delle fan fest», afferma, facendo riferimento alle installazioni che consentiranno di proiettare le partite su maxi-teloni nelle principali aree pubbliche. «Ci aspettiamo 600 mila stranieri e saremo in grado di accoglierli con servizi di qualità», dice e gli vogliamo credere se si considera che il tota-

le degli investimenti destinati ad aeroporti, stadi e sicurezza, porti, telecomunicazioni e trasporto pubblico ammonta a 12,6 miliardi di dollari. Inoltre, il Presidente di Embratur ricorda che il suo Paese, negli ultimi due anni, ha fatto da perfetta cornice ad un ciclo di eventi di portata mondiale: la conferenza dell'Onu sullo sviluppo sostenibile, (Rio+20), che ha riunito oltre 100 rappresentanti di stato; le partite della Confederations Cup e la GMG che ha visto protagonista Papa Francesco. I ricavi diretti della Coppa del Mondo 2014 saranno superiori di 30 volte (400 milioni di euro) la spesa sostenuta dai turisti nella GMG che ha registrato 3,5 milioni di partecipanti alla Messa di chiusura, sulla spiaggia di Copacabana. Basti pensare che durante la Confederations Cup, nel mese di giugno, la spesa dei turisti – brasiliani e stranieri – è stata di 106 milioni di euro, mentre le delegazioni FIFA hanno speso circa 23 milioni di euro. Le 16 partite disputate in due settimane hanno generato 246 milioni di euro nel settore turistico. La maggior parte dei visitatori arrivati per l'occasione proveniva dal Brasile e dai paesi limitrofi. Restringendo il focus sull'Europa, l'8,5% dei tifosi è arrivato dall'Italia, il 4,3% dalla Francia, il 3,8% dalla Germania, il 3,5% dal Regno Unito e un ulteriore 0,4% dai Paesi Bassi. Per la maggior parte dei turisti si trattava della prima visita in Brasile, un'occasione per esplorare il Paese. Le mete più popolari sono state Rio de Janeiro e San Paolo. «L'introito economico della Coppa del Mondo supererà gli 11 miliardi di dollari e con le spese che i turisti locali e stranieri sosterranno durante i 30 giorni delle partite, l'economia brasiliana recupererà tutti gli investimenti

pubblici effettuati e che hanno generato migliaia di nuovi posti di lavoro», sottolinea Dino.

**Mice a +20% nuovo record 2012**

Si consolida la settima posizione del Brasile nel ranking del Mice stilato come ogni anno dall'Icea (International Congress & Convention Association). Nel 2012 la destinazione ha ospitato 360 manifestazioni internazionali: una crescita del 20% superiore a quelle di Italia, Francia, Germania e Gran Bretagna che lo ha collocato al quinto posto tra le nazioni con la maggiore crescita nell'ambito degli eventi internazionali nel 2012. Il sondaggio dell'Icca mostra la forte diversificazione delle sedi-eventi con incrementi maggiori in città meno frequentate dal circuito congressuale: Bento Gonçalves (150%), Belo Horizonte (117%), Foz do Iguaçu (100%), Buzios (80%) e Fortaleza (+60%). Ma forti incrementi sono stati registrati anche a Brasilia (69%), San Paolo (27%) e Rio de Janeiro (20%). È indubbio il vantaggio che ne hanno tratto le economie locali: «Ogni turista che partecipa ad un evento spende in media tre volte più di un turista leisure», sottolinea Dino. E «se da gennaio a luglio il numero dei passeggeri stranieri transitati negli otto principali aeroporti è aumentato del 27% e nel primo semestre del 2013 la spesa dei turisti stranieri è cresciuta del 9,6%, grazie agli eventi organizzati quest'anno l'afflusso di capitali ha toccato i 900 milioni di dollari a tutto vantaggio di piccoli imprenditori».

**L'Italia che piace**

Fra gli eventi più importanti per l'industria del turismo in Sud America c'è l'ABAV che si svolge in Brasile e, per la prima volta dopo le 59 edizioni di Rio de Janeiro, quest'anno si è tenuto a San Paolo. L'Agenzia-Enit, nell'area espositiva con Regione Campania, Toscana Promozione, Apt Emilia Romagna, Cortina d'Ampezzo, Comune di Genova, Ntv e Trnitalia, e 25 To ha presentato nuovi prodotti e servizi: i viaggi in treno, mezzo amato dai brasiliani per rapidi spostamenti attraverso l'Italia dei territori; il portale di Toscana Promozione in portoghese, il grande evento Expo Milano 2015, pacchetti per appassionati del golf, dello sci e del ciclo-



**Roma: a Piazza Navona il Brasile si promuove a passi di Bumba-Meu-Boia**

turismo, segmento in fase di crescita, come dimostra il tour di 100 appassionati brasiliani, organizzato dall'Enit e dall'Apt Emilia Romagna nel territorio emiliano romagnolo. L'offensiva promozionale dell'Agenzia-Enit è proseguita a novembre con l'evento "O Brasil decobre a Italia," organizzato in collaborazione con TTG Italia, a San Paolo, il 5 novembre, e al Festival di Gramado. Le azioni si intensificheranno nel biennio 2014-2015 con workshop, ed eventi in prossimità dei Mondiali di calcio del 2014. Nonostante la flessione economica le note positive restano invariate per il Brasile, che continua a crescere, «seppur lentamente rispetto agli anni di massima espansione», ricorda il direttore dell'Enit in America Latina, **Salvatore Costanzo**, precisando che «i programmi sociali hanno garantito anche alla classe media (cui appartiene il 53% dei brasiliani) una maggiore disponi-



**Salvatore Costanzo, direttore dell'Enit in America Latina**



WTM Márcio Favilla during the opening ceremony  
A destra, Gastão Vieira, ministro del Turismo del Paese verdeoro

bilità economica e di affacciarsi sul mercato turistico con un potenziale di 105,4 milioni di consumatori». A conferma, la spesa dei brasiliani per viaggi internazionali: US\$ 2,116 bilioni, nel primo quadrimestre di quest'anno (il miglior risultato dal 1969). «Con Marco Ferraz, presidente di Braztoa (Associazione brasiliana tour operator), abbiamo fondato un Club di Prodotto Italia per una programmazione di proposte inusuali, mirate al mercato brasiliano». Ma a sancire l'ingresso del Brasile nel gotha del turismo mondiale è stata la prima edizione del World Travel Market Latin America, che si è svolta ad aprile scorso, organizzata da Reed Travel Exhibitions a San Paolo in collaborazione, tra gli altri, con Embratur e Braztoa-Associação Brasileira das Operadoras de Turismo. Mille gli espositori e 250 i buyer. «Lo sviluppo del turismo è riconosciuto come priorità nazionale» aveva dichiarato nel corso dell'evento **Márcio Favilla**, direttore esecutivo dell'Omt sottolineando l'importanza di un settore che si è dimostrato da sempre, nel Paese, ottimo vetto-



re di crescita. E gli fa eco **Andrew Fowles**, presidente di Reed Exhibitions: «La nuova fiera rappresenta un'opportunità enorme per tutta l'industria turistica della regione di cui il Brasile è la guida». Secondo i dati snocciolati da **Gastão Vieira**, ministro del Turismo: «Nell'ultimo anno 5,67 milioni di turisti stranieri, il 4,5% in più rispetto ai 12 mesi precedenti». Inoltre, dal 2003 sono stati investiti più di 11 miliardi di reais per il miglioramento delle infrastrutture. L'Agenzia-Enit – in Fiera con una decina di tour operator italiani per presentare prodotti turistici sviluppati nell'ambito dei segmenti religioso, del golf e culturale, e con otto consorzi per la Regione Veneto e To della Toscana – ha anche coordinato, nel nuovo ruolo di chairman dell'ETC Operations Group Brazil, la partecipazione della ETC (European Travel Commission) alla Fiera e organizzato due convegni: "Perceptions of Destination Europe in Brazil Challenges" e "Opportunities for destination Europe in the brazilian travel market". In quest'ultimo, il direttore dell'Enit dell'America Latina ha illustrato opportunità e sfide promosse dall'Europa per conquistare la leadership come destinazione preferita dal turista brasiliano. Durante il convegno è stato siglato un accordo tra la ETC e l'università UNIESP – per un corso di laurea sul Turismo finalizzato alla formazione di una expertise sull'area europea – che ha visto come testimone lo stesso Salvatore Costanzo ma nella sua carica di Chairman ETC Operations Group Brazil. Molti i Paesi presenti all'appuntamento di San Paolo. A fare la parte del leone, gli Stati Uniti (nel 2011 gli arrivi brasiliani negli Usa sono stati 1.51 milioni, +26% rispetto al 2010 e si prevede un +70% entro il 2016), e la Germania, partner ufficiale della manifestazione e primo mercato eu-



ropeo (700mila turisti brasiliani, con una crescita del 18%). L'Italia nel 2013 conta di ospitare un milione di arrivi dal Brasile, «attratti dall'arte, dalla cultura, dall'enogastronomia, ma anche dallo shopping e dalle dimore storiche», afferma Costanzo.

### Design nel pallone

In attesa dei Mondiali di calcio 11 designer italiani under 35, guidati da Francesca Molteni e Giulio Iacchetti, hanno rielaborato il Super Santos, mitico pallone da calcio degli anni Sessanta, in occasione della mostra "Design nel pallone", nell'ambito del Festival dell'Economia Creativa - ITALIA S/A che si è concluso a San Paolo. Il risultato? 11 opere che colgono l'essenza del progettare all'italiana e in grado di comunicare la personalità degli artisti Federico Angi, Paolo Cappello, Maddalena Casadei, Sara Ferrari, Chiara Moreschi, Brian Sironi, Alessandro Stabile, Vittorio Venezia, Giorgia Zanellato, Zaven, Matteo Zorzenoni. Il Brasile è un'opportunità di business da non perdere per il Made in Italy, sebbene sia un mercato difficile, con una competizione agguerrita da parte di produttori locali in molti dei settori in cui il Belpaese eccelle: moda, arredamento, alimentare. «Il made in Italy», commenta **Enrico Cietta**, senior partner di Diomedea, società che ha curato il progetto del Festival promosso da BRAZIL S/A, «è sempre meno percepito come avanguardia. È associato all'eleganza

ma non all'innovazione. Tuttavia siamo ancora in tempo a investire questa percezione attraverso il racconto di imprese non solo creative ma anche capaci di essere innovative nella creatività».

### A tutto Golf

In previsione delle Olimpiadi del 2016, dove il Golf entrerà a farne parte, Golfitaliano Brasile Olympics Game Cup promuoverà il Brasile attraverso le 12 tappe previste in 6 regioni Italiane. «La particolarità di questa competizione è negli eventi che organizzeremo ad ogni tappa, dedicati alla cultura, all'enogastronomia, a performance di capoeira e incontri con scrittori o poeti brasiliani», spiega **Donato Ala** direttore di Golfitaliano. «Le gare si disputeranno da maggio a settembre. Ad ogni gara nei golf club più esclusivi, 2 partecipanti vinceranno la finale che si disputerà in Brasile, nello stato di Bahia, a novembre 2014».

### Porto Maravilha si rifà il look

Tornerà al vecchio splendore, grazie alle Olimpiadi del 2016, Porto Maravilha di Rio de Janeiro. Una fase chiave del progetto di urbanizzazione del vecchio porto ha infatti preso il via agli inizi di novembre e stimolerà uno sviluppo socio-economico e immobiliare del quartiere. Il progetto, dal valore di 8 miliardi di real prevede, tra gli altri, la costruzione di uffici, appartamenti, 8mila camere d'albergo tra cui due da 500 stanze gestiti da Solace e un hotel a 5 stelle, (quest'ultimo entro il 2014) e strutture per il tempo libero. Si tratta di un progetto che rientra nell'ampio Piano di rivitalizzazione urbana centrale della città in vista delle Olimpiadi del 2016, anche se i lavori dovrebbero continuare dopo quella data per i successivi quindici anni. ■



**Enrico Cietta**, senior partner Diomedea ideatore del Festival dell'Economia Creativa.



**Donato Ala**, direttore di Golfitaliano