

# Scarpe carioca crescono

## I produttori brasiliani puntano sulla qualità per vendere in Usa e Ue

Antonio Dini  
SAN PAOLO

La scarpa del futuro è una morbida *sapathila*, prodotta dalla brasiliana Divalesi: costa il 15% in più dei modelli equivalenti, circa 42 euro, ma è a impatto zero; niente sostanze chimiche inquinanti nella concia del pellame e la gomma della suola è prodotta in modo naturale da fonti rinnovabili. Il segreto non

### IN PRIMA LINEA

Via Uno si appresta ad aprire negozi in 15 Paesi, mentre i sandali di Goóc si sono aggiudicati Pelé come testimonial

è tecnologico ma nel rispetto delle procedure: ogni parte non è solo eco, ma anche tracciabile e certificabile.

«Il nostro obiettivo è quello di far partire in tre aziende nello stato di Rio Grande do Sul la produzione delle scarpe con etichetta ecologica, aderenti alle norme più stringenti per l'area in cui esportiamo di più, quella europea» spiega Carmen Serrano, docente universi-

taria e ricercatrice del Senai, Servizio nazionale di ricerca per l'industria brasiliana. Fra le tre aziende, Divalesi è quella già pronta per la produzione: «È la nostra scommessa: noi ci siamo e ora aspettiamo il mercato. Ci vorrà qualche anno, ma quando la coscienza globale delle eco-scarpe arriverà, ci troverà pronti» spiega Orceni Bernardi, titolare di Divalesi, media impresa familiare che 18 anni fa aveva iniziato producendo 20 paia di scarpe al giorno e oggi è a quota 1.500.

La scarpa ecologica è una delle armi a medio termine che l'industria brasiliana schiera per uscire dalla crisi e rilanciare sui mercati di tutto il mondo. Il Brasile è il terzo produttore mondiale dopo Cina e India, nonché il primo esportatore con 65,8 milioni di scarpe vendute nel primo semestre del 2009 pari a circa 680 milioni di dollari, in calo del 26,5% per volume e del 28,5 per valore rispetto allo stesso periodo del 2008, ma in crescita del 6% negli ultimi tre mesi.

«La crisi comincia a rallentare e, nel calzaturiero, dopo il secondo semestre cominceranno i dati positivi, nonostante la

debolezza del dollaro; le nostre aziende devono essere pronte a ripartire» spiega Heitor Klein, direttore esecutivo di Abicalçados, l'associazione nazionale brasiliana dei produttori di scarpe, a San Paolo durante Francal, la più grande fiera calzaturiera in America latina.

Per uscire dalla crisi, da un lato si punta agli accordi con mercati "amici" come quello italiano e, dall'altro, sulla trasformazione da terzisti del mondo, in competizione con Cina e India, in produttori di scarpe firmate, di buona qualità e prezzi medio-bassi. «In Italia cerchiamo accordi per la licenza di marchi italiani in Brasile e la distribuzione in Brasile di scarpe italiane», sottolinea Klein, che con Abicalçados lavora alla tutela della produzione nazionale contro il dumping di aziende cinesi e vietnamite: entro un mese il Mercosur deciderà se agire per compensare con una misura anti-dumping i ribassi di quei Paesi, valutati a +400%.

«Questo è il momento per accelerare con la costruzione del nostro franchising mondiale» afferma Paulo Kjeling, direttore marketing di Via Uno, marchio del gruppo Bison che sta



### DIVALESI

Divalesi è una media impresa familiare che 18 anni fa aveva iniziato producendo 20 paia di scarpe al giorno e oggi è a quota 1.500. Ora è pronta a lanciare la scarpa ecologica: per 42 euro, venderà ballerine che hanno sostanze chimiche nel pellame e possiedono suole in gomma naturale prodotta con fonti rinnovabili. Ma Divalesi non è l'unico marchio verde del Brasile

#### Via Uno

La casa sta per lanciare la sua terza linea "eco"

#### Goóc

I suoi sandali sono realizzati con copertoni di auto usati

#### Melissa

Produce scarpe "trendy" in plastica ecologica

lanciando la sua terza linea "eco" e apre negozi in 15 Paesi. Gli fa eco Joao Gimenes, responsabile export del brand di lusso Dumond del colosso Paquetá: «Apriamo 50 negozi, 30 solo negli Emirati Arabi, e portiamo avanti 23 brand». Il carnet di aziende per cui Paquetá è terzista è infinito: Geox, Adidas, Clarks, Hugo Boss, Max Mara e decine di altre.

Con boutique di design e pubblicità in tutto il mondo, il fenomeno della scarpa da donna Melissa, marchio del colosso Grendene, è stata definita la principale innovazione nel settore dopo le lussuose sneakers in pelle di Prada di 10 anni fa. Nel campo dell'eco c'è anche la regina delle infradito, cioè Havaianas, che ne produce 22 milioni l'anno. O, per finire, l'ultima arrivata dell'eco-sandalo: Goóc. Pelé come testimonial, infradito realizzati recuperando copertoni di auto (12 milioni in 5 anni) e primo posto al mondo, come spiega il responsabile Alejo Faria, per "sandalia reciclada e reciclável". E un obiettivo comune: conquistare il mondo tenendo pulito il Brasile.

antoniodini@me.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Fondi ai progetti idrici in Asia

I fondi di investimento Malaysian Investment Bank Group di Kuala Lumpur e Konzen Group di Singapore stanno per lanciare un fondo di 320 milioni di dollari destinato a finanziare una serie di progetti infrastrutturali nel settore idrico in Asia. Il fondo, a partecipazione paritaria fra i due gruppi finanziari, investirà in primo luogo in progetti in Cina, che nel solo settore dell'acqua, secondo fonti della Banca asiatica di sviluppo, ammontano a 140 miliardi di dollari.

Si amplia l'aeroporto internazionale Pulkovo-2 di San Pietroburgo. La gara d'appalto per i lavori di ampliamento dell'aeroporto Pulkovo-2 di San Pietroburgo è stata vinta da un consorzio di imprese composto dalla tedesca Fraport e dall'istituto bancario russo VTB Capital. I lavori, per cui è previsto un investimento di 1,3 miliardi di dollari, prevedono la costruzione di un nuovo terminal internazionale predisposto per un flusso di circa 7 milioni di passeggeri entro l'anno 2010, che entro il 2025 dovranno diventare 22 milioni. Il governatorato di San Pietroburgo prevede di terminare

la ricostruzione dell'aeroporto entro il 2013.

**Panama lancia la gara per la metropolitana.** La città di Panama si appresta a lanciare la gara per la realizzazione della metropolitana. La linea avrà una lunghezza complessiva di 16 chilometri e costerà 700 milioni di dollari. Si prevede che il tragitto partirà dalla località di San Isidro, nel municipio di San Miguelito alla periferia della città, per arrivare fino alla Piazza 5 maggio, ubicata nel centro storico della capitale. Attualmente il trasporto pubblico nella città viene assicurato dagli autobus, che però non riescono più a sostenere l'aumento della popolazione in seguito al crescente sviluppo urbanistico. La gara con licitazione pubblica verrà lanciata entro i primi cento giorni del nuovo governo panamense, insediato il 1° luglio 2009. Hanno già mo-

strato interesse al progetto imprese canadesi, tedesche, francesi, spagnole e giapponesi.

**La Slovacchia ora affida all'esterno la gestione degli uffici postali.** La compagnia postale nazionale slovacca Slovenska Posta, con l'intenzione di risparmiare sui costi di gestione, trasferirà le attività operative di 602 uffici postali ubicati nei comuni minori a una ditta partner. A tale scopo, Slovenska Posta ha già pubblicato una gara pubblica. Al momento, già 47 uffici postali sono gestiti in partnership.

**La Grecia studia la ferrovia Atene-Mosca.** Il ministro dei Trasporti e delle telecomunicazioni greco Stylianidis ha reso noto che è intenzione del suo governo e di quello russo istituire un collegamento ferroviario diretto Atene-Mosca per la movimentazione delle merci, in considerazione degli aumentati scambi commerciali tra i due paesi. Intanto, a breve sarà bandita una gara per l'ammodernamento della linea ferroviaria Atene Salonicco, per permettere il trasporto di container in tempi ridotti rispetto agli attuali. Il costo dell'intervento è di circa 130 milioni di euro.

## A PANAMA

La città lancia la gara per realizzare la sua prima linea di metropolitana: sarà lunga 16 chilometri e costerà 700 milioni di dollari

## Vizi e virtù del diritto in Cina

Tra ritualismo e modernizzazione: è il sottotitolo del libro che ben sintetizza la difficoltà affrontate dall'Impero di mezzo sul fronte del diritto in Cina. Strada senza ritorno dopo l'apertura al mondo varata da Deng Xiaoping a fine anni 70 con la sua "politica delle porte aperte". Ma anche strada complessa là dove la tradizione confuciana (ordine senza uomini di legge) e un bimillenario uso repressivo della norma si devono confrontare con i processi di globalizzazione economico-finanziaria e i relativi standard giuridici di matrice perlopiù occidentale.

## Capitali esteri: strategie anticrisi

Meno investimenti *greenfield*, più movimenti attraverso le acquisizioni, peso crescente dei fondi sovrani ma anche più spazio alle spinte protezionistiche. È il bilancio 2009 sull'andamento degli investimenti internazionali tracciato dalla società di consulenza Oco Global, che ha appena presentato il rapporto intitolato «A New Investment Paradigm». Un'analisi di carattere qualitativo, che non manca di dare spazio alle strategie e alle azioni con cui stati, regioni e anche singole città cercano di limitare gli effetti della recessione e, al contempo, di sfruttare le opportunità derivanti da nuovi settori e mercati emergenti.



**Il diritto in Cina - Tra ritualismo e modernizzazione**

di Luigi Moccia  
 con Bolatti Boringhieri  
 Pag. 258  
 € 25 euro



**A New Investment Paradigm**  
 di Oco Global

www.ocoglobal.com/review  
 Per scaricare gratuitamente il rapporto 2009 dedicato all'andamento degli investimenti esteri nel mondo

**BUSINESS NEL MONDO**  
**MERCATI EMERGENTI**

**Il Brasile vuole trasformarsi da terzista del mondo, in competizione con Cina e India, a player di fascia alta**

**Saranno famosi**

**Dai Bric i brand globali del futuro**

La nuova Coca Cola, o il prossimo Starbucks, non nasceranno in Usa o Europa, ma in Asia, Medio Oriente e Sudamerica. Lo sostiene il Financial Times, che ieri ha pubblicato i risultati di uno studio commissionato alla Wolff Olins, la casa di consulenza creatrice del logo delle Olimpiadi di Londra 2012. Cinque i marchi individuati tra i cavalli di razza emergenti e destinati a diventare brand globali: la catena di caffè colombiana **Juan Valdez**, i succhi di frutta sauditi **Almarai**,

i cioccolatini libanesi **Patchi**, il produttore di vini cinese **ChangYu** e quello indiano di liquori **United Spirits**. Le aziende emergenti vedranno dunque crescere il proprio peso nella classifica dei grandi gruppi mondiali. L'emergere di nuovi marchi, a partire dai cinesi e dagli indiani (si veda il Sole 24 Ore del 23 giugno), sta scatenando anche gli appetiti dei big occidentali (Diageo, Coca Cola e Pepsi Cola), che mirano ad acquisirne alcuni per conquistarne i mercati.



Se arpe carioce crescono

HO SCELTO IL MIO MUFFO  
TRASPARENTE PER E FIDUCIA  
DIAS SALVATI A TACSI RISPOTTE  
QUEI CHE LA CONFERMA CAPO, CASA

CASA24