



**REGIONE PUGLIA**  
**Assessorato allo Sviluppo Economico -**  
**Innovazione Tecnologica**  
*Settore Artigianato, PMI e Internazionalizzazione*

*in collaborazione con la*

*Cabina di Regia Regionale per l'Internazionalizzazione<sup>1</sup>*

**Programma di**  
**promozione dell'internazionalizzazione**  
**dei sistemi produttivi locali**

**2008**

***Dicembre 2007***

---

<sup>1</sup> La ***Cabina di regia regionale per l'Internazionalizzazione*** è costituita ai sensi e per gli effetti della deliberazione della Giunta Regionale n. 734 del 30/05/2006.

# INDICE

1.	INTRODUZIONE .....	3
2.	SCENARIO DI RIFERIMENTO .....	7
2.1	Il quadro macroeconomico internazionale.....	7
2.1.1	Le principali dinamiche di sviluppo per area geografica .....	8
2.1.2	Le principali dinamiche di sviluppo dell'economia italiana .....	12
2.2	L'apertura internazionale dell'economia regionale .....	14
3.	OBIETTIVI ED INDIRIZZI STRATEGICI .....	26
3.1	Gli obiettivi strategici .....	26
3.1.1	I risultati attesi.....	27
3.2	Le priorità geografiche.....	28
3.3	La valenza strategica degli interventi .....	31
3.3.1	Il "Progetto-Paese" .....	31
3.3.2	Il "Progetto Settore" .....	32
4.	INTERVENTI PER TIPOLOGIA DI AZIONE .....	34
4.1	Interventi nell'ambito della comunicazione .....	34
4.1.1	Comunicazione istituzionale .....	34
4.1.2	Comunicazione dei singoli eventi .....	36
4.2	Interventi nell'ambito degli eventi istituzionali.....	36
4.2.1	Eventi istituzionali e di promozione del "Sistema Puglia".....	36
4.2.2	Missioni Istituzionali all'estero.....	38
4.3	Interventi a sostegno della promozione dei sistemi produttivi territoriali.....	39
4.3.1	Eventi di promozione settoriale e partecipazione a fiere settoriali .....	39
4.3.2	Azioni di scouting e indagini di mercato.....	42
4.3.3	Seminari, Workshop e azioni di sensibilizzazione degli operatori locali.....	44
4.3.4	Missioni e sensibilizzazione di operatori esteri (incoming) .....	45
4.3.5	Sviluppo delle competenze.....	46
4.3.6	Servizi alle imprese .....	47
4.3.7	Attrazione degli investimenti esteri .....	48
4.3.8	Attivazione di desk all'estero .....	49
4.4	Assistenza tecnica alla programmazione delle azioni promozionali .....	50
	ALLEGATO 1 .....	52
	Schema di sintesi dei progetti di Intervento del Programma 2008 .....	52
	ALLEGATO 2 .....	79
	Schede di sintesi sui Paesi target del Programma 2008 .....	79

# 1. INTRODUZIONE

Il Programma di promozione dell'internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali declina gli indirizzi strategici e le priorità di intervento della politica di internazionalizzazione della Regione Puglia, tracciati dal Piano regionale per l'internazionalizzazione della Regione Puglia (PRINT Puglia 2006-2013)<sup>2</sup>, e si sviluppa attraverso una serie articolata di interventi ed iniziative di promozione economica, intesa a sostenere lo sviluppo dei processi di apertura internazionale dei principali settori dell'economia regionale.

Il programma per il 2008 si propone di implementare le scelte strategiche che contraddistinguono il nuovo approccio alla promozione dei processi regionali di internazionalizzazione prospettato nel documento strategico del PRINT Puglia, in parte sperimentato nel periodo 2006-7, sebbene viene redatto in un momento che vede l'avvicinarsi dell'avvio del prossimo periodo di programmazione dei fondi strutturali (2007-2013) che darà luogo a nuove politiche di intervento di sostegno allo sviluppo locale ed alla competitività delle imprese e dei sistemi produttivi pugliesi, specie nel contesto del mercato globale.

La predisposizione del programma promozionale per il 2008 prende le mosse da un'attenta analisi dell'attuale scenario di riferimento internazionale in cui si inserisce l'azione programmatica dell'Amministrazione regionale che porta alla luce, per i sistemi produttivi locali, numerose sfide e opportunità, al cospetto dei relativi vantaggi e svantaggi competitivi del "*Sistema Puglia*". Tenendo conto, quindi, delle performance e delle effettive potenzialità di internazionalizzazione espresse dall'economia regionale, nonché dell'esito delle iniziative promozionali svolte nel corso del 2006-7, il programma di intervento per il 2008 guarda verso una nuova prospettiva per gli interventi di promozione economica regionale, basata sull'intensificazione delle relazioni fra imprese ed istituzioni al fine di raggiungere una maggiore e più efficace presenza del "*Sistema Puglia*" sui principali mercati mondiali. Si tratta di una prospettiva cui l'attuale assetto politico della Regione Puglia, e nello specifico sia dell'Assessorato allo Sviluppo Economico e Innovazione Tecnologica, sia dell'Assessorato al Mediterraneo e degli altri Assessorati regionali preposti alla promozione economica, dà particolare impulso attraverso una maggiore e più incisiva partecipazione ai processi di collaborazione economica e di partenariato istituzionale in ambito internazionale.

Dinnanzi poi alla rapida evoluzione della struttura dell'economia mondiale, la sfida della programmazione delle attività di promozione dell'internazionalizzazione per il 2008 diventa quella di mettere in campo un modello di intervento in grado di:

- i. promuovere ed accompagnare adeguatamente i processi di sviluppo ed affermazione dell'immagine della Puglia e dei suoi sistemi produttivi e territoriali locali nei principali mercati internazionali;
- ii. consolidare e valorizzare gli accordi istituzionali con le Amministrazioni centrali, anche alla luce della nuova fase di collaborazione tra la Regione Puglia ed il Ministero del Commercio Internazionale che si è aperta con la sottoscrizione, in data 14 settembre 2007, del rinnovato Accordo Quadro di Programma in materia di

---

<sup>2</sup> Il documento finale di strategia regionale del Piano Regionale per l'Internazionalizzazione (PRINT Puglia 2006-2013) è stato approvato con la deliberazione della Giunta Regionale n. 1750 del 28/11/2006.

Internazionalizzazione<sup>3</sup>, incentrato sui diversi aspetti di comune interesse in tema di promozione e sostegno ai processi di internazionalizzazione, concorrenti verso l'obiettivo della crescita e competitività delle imprese italiane;

- iii. potenziare la collaborazione con i principali enti regionali e nazionali preposti alla promozione economica, specie in riferimento a:
- Unioncamere Puglia, con la quale la Regione Puglia, Assessorato allo Sviluppo Economico e Innovazione Tecnologica, ha recentemente sottoscritto una specifica convenzione<sup>4</sup> per lo sviluppo e la realizzazione di azioni congiunte, finalizzate alla promozione economica e ad ogni possibile forma di sostegno all'internazionalizzazione dei sistemi produttivi e territoriali locali della Puglia;
  - ICE – Istituto Nazionale per il Commercio Estero nell'ambito del suddetto Accordo Quadro di Programma corrente tra la Regione Puglia ed il Ministero del Commercio Internazionale;
  - Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa (ex-Sviluppo Italia) nell'ambito delle relative competenze specifiche nel campo dell'attrazione degli investimenti diretti esteri;
  - la rete delle Camere di Commercio Italiane all'Estero (C.C.I.E.), con specifico riferimento alle Camere attive nei Paesi "focus" del presente programma promozionale, quale, ad esempio, la Camera di Commercio Italiana per la Germania (C.C.I.G.) con cui la Regione Puglia, Assessorato allo Sviluppo Economico e Innovazione Tecnologica, ha sottoscritto in data 19 ottobre 2007 uno specifico Protocollo di Intesa<sup>5</sup>, finalizzato allo sviluppo ed alla realizzazione di iniziative congiunte di promozione economica e di sostegno ai processi di internazionalizzazione dei sistemi produttivi e territoriali della Puglia in Germania;
  - la rete consolare, degli Istituti di cultura italiana e degli Sportelli Italia all'estero;
- iv. rafforzare il raccordo con i principali attori del sistema economico pugliese (Associazioni datoriali e di categoria, sistema fieristico, sistema bancario, sistema della ricerca e sviluppo tecnologico, ecc.) al fine di condividere obiettivi e strategie di intervento e garantire una più ampia partecipazione del "Sistema Puglia" alle iniziative di promozione economica, nel comune interesse della proiezione internazionale della regione.

Tale sfida si inserisce, inoltre, in un contesto istituzionale in piena evoluzione che presenta nuove opportunità e nuovi ostacoli per le amministrazioni regionali in materia di competenze istituzionali nei rapporti con l'Unione Europea e con gli altri Paesi esteri. Nello specifico, la riforma del Titolo V della parte seconda della Costituzione Italiana, intervenuta nel 2001<sup>6</sup>, ed i successivi decreti attuativi, hanno inteso ampliare il principio di sussidiarietà a diverse materie della legislazione corrente, tra cui i rapporti internazionali ed il

---

<sup>3</sup> Lo schema di Accordo Quadro di Programma in materia di Internazionalizzazione tra la Regione Puglia ed il Ministero del Commercio Internazionale è stato approvato con la deliberazione della Giunta Regionale n. 1279 del 31/07/2007.

<sup>4</sup> Lo schema di Convenzione tra la Regione Puglia e la Unione Regionale delle Camere di Commercio della Puglia è stato approvato con la deliberazione della Giunta Regionale n. 1233 del 26/07/2007.

<sup>5</sup> Lo schema di Protocollo di Intesa tra la Regione Puglia e la Camera di Commercio Italiana per la Germania è stato approvato con la deliberazione della Giunta Regionale n. 977 del 26/06/2007.

<sup>6</sup> Il nuovo testo del Titolo V – parte seconda – della Costituzione è stato approvato in via definitiva dal Parlamento in data 8 marzo 2001 ed oggetto del referendum indetto ai sensi dell'art. 138 Cost. del 7 ottobre 2001.

commercio con l'estero, introducendo, tra l'altro, la possibilità per le Amministrazioni regionali di concludere accordi di partenariato e di cooperazione nei vari settori di interesse con Stati e con enti territoriali interni ad altri Stati.

In considerazione, quindi, della valenza strategica che assume il ruolo dell'Amministrazione regionale nella promozione degli scambi economici, delle opportunità di collaborazione e della competitività dell'economia regionale in ambito internazionale, il percorso di elaborazione e programmazione degli interventi promozionali da attuarsi nel prossimo periodo 2008 ha inteso percorrere i seguenti indirizzi prioritari:

- **garantire la coerenza con le politiche di sviluppo della competitività e dell'apertura internazionale dell'economia regionale**, a partire dagli obiettivi ed indirizzi dichiarati nel Programma Operativo Regionale Puglia 2000-2006<sup>7</sup>, rinnovati a seguito della revisione di metà percorso<sup>8</sup> con l'integrazione di nuove linee di intervento anche a favore della promozione dell'internazionalizzazione, e tenendo conto delle priorità di intervento enunciate nel nuovo Programma Operativo F.E.S.R. 2007-2013<sup>9</sup> e delle priorità strategiche dei Programmi Operativi di cooperazione territoriale europea 2007-2013, rispetto ai quali risulta eleggibile il territorio pugliese;
- **assicurare la coerenza con le politiche di promozione economica a livello nazionale**, a partire dalle Linee direttrici dell'Attività Promozionale 2008-2010, formulate dal Ministero del Commercio Internazionale (MCI), Direzione Generale per la Promozione degli scambi;
- **sostenere la promozione e l'accelerazione dei processi di internazionalizzazione a livello regionale**, attraverso l'accompagnamento dei sistemi produttivi locali nell'acquisizione di conoscenze, competenze ed esperienze fondamentali per inserirsi e radicarsi sui mercati internazionali;
- **rafforzare e valorizzare l'immagine del territorio e dei sistemi produttivi locali sui mercati esteri prioritari**, attraverso la realizzazione di una serie di azioni promozionali coordinate nelle aree geografiche "focus", ritenute prioritarie per lo sviluppo dell'apertura internazionale dell'economia regionale, in una logica di ottimizzazione delle risorse.

---

<sup>7</sup> Il POR Puglia 2000-2006 è stato approvato dalla Commissione europea con decisione C (2000) 2349 dell'8 agosto 2000; il Complemento di Programmazione del POR Puglia 2000-2006, è stato adottato dalla Giunta regionale con Deliberazione n. 1697 dell'11 dicembre 2000 e pubblicato nel B.U.R.P. n.30 del 16-02-01. Il contenuto del CdP è stato successivamente aggiornato in base agli adattamenti approvati dal Comitato di Sorveglianza del 26 settembre 2003 ed approvato con la Deliberazione della Giunta Regionale n. 51 del 10 febbraio 2004.

<sup>8</sup> A conclusione del processo di revisione di metà periodo del Programma Operativo Regionale 2000-2006 della Regione Puglia, la Commissione Europea ha adottato la decisione C(2004) n. 5449 del 20 dicembre 2004 recante l'approvazione del documento; la Giunta Regionale ha approvato il testo aggiornato del Programma Operativo Regionale 2000-2006 "Puglia" con la Deliberazione (D.G.R.) n. 81 del 15 febbraio 2005; la Giunta Regionale ha approvato il nuovo testo del Complemento di Programmazione POR Puglia 2000-2006, adeguato a seguito della revisione di metà periodo, con la Deliberazione (D.G.R.) n. 253 del 7 marzo 2005.

<sup>9</sup> Il Programma Operativo FESR 2007-2013 della Regione Puglia, redatto in conformità alla vigente legislazione comunitaria, nazionale e regionale, rappresenta il documento di attuazione del Documento Strategico Regionale della Puglia 2007-2013: il P.O. FESR 2007-2013 della Regione Puglia è stato approvato con deliberazione della Giunta Regionale n. 171 del 26 febbraio 2007 e quindi trasmesso alla Commissione Europea ai fini della relativa approvazione, mentre il Documento Strategico della Regione Puglia 2007-2013 è stato adottato dalla Giunta Regionale con deliberazione n. 1139 del 1 agosto 2006.

Infine, il coinvolgimento dei soggetti istituzionali e territoriali attraverso un intenso percorso di concertazione con l'Amministrazione regionale ha permesso di acquisire degli elementi indispensabili per l'identificazione dei contenuti del programma promozionale, nonché delle modalità di implementazione delle iniziative promozionali previste, specie in relazione a quanto concerne l'approccio al raccordo con il partenariato locale ed alla diffusione dei contenuti del programma presso le imprese pugliesi.

Il Programma di promozione dell'internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali per l'anno 2008 sintetizza questo approccio ed illustra, alla luce delle interpretazioni dello scenario macroeconomico di riferimento, gli obiettivi ed indirizzi di sviluppo della promozione economica regionale e, quindi, l'ipotesi dell'insieme di azioni e strumenti di intervento, strutturata per le seguenti tipologie di intervento:

1. iniziative di **comunicazione**;
2. **eventi istituzionali**;
3. **iniziative a sostegno della promozione dell'internazionalizzazione** dei sistemi produttivi regionali;
4. **assistenza tecnica** alla programmazione delle azioni promozionali.

## 2. SCENARIO DI RIFERIMENTO

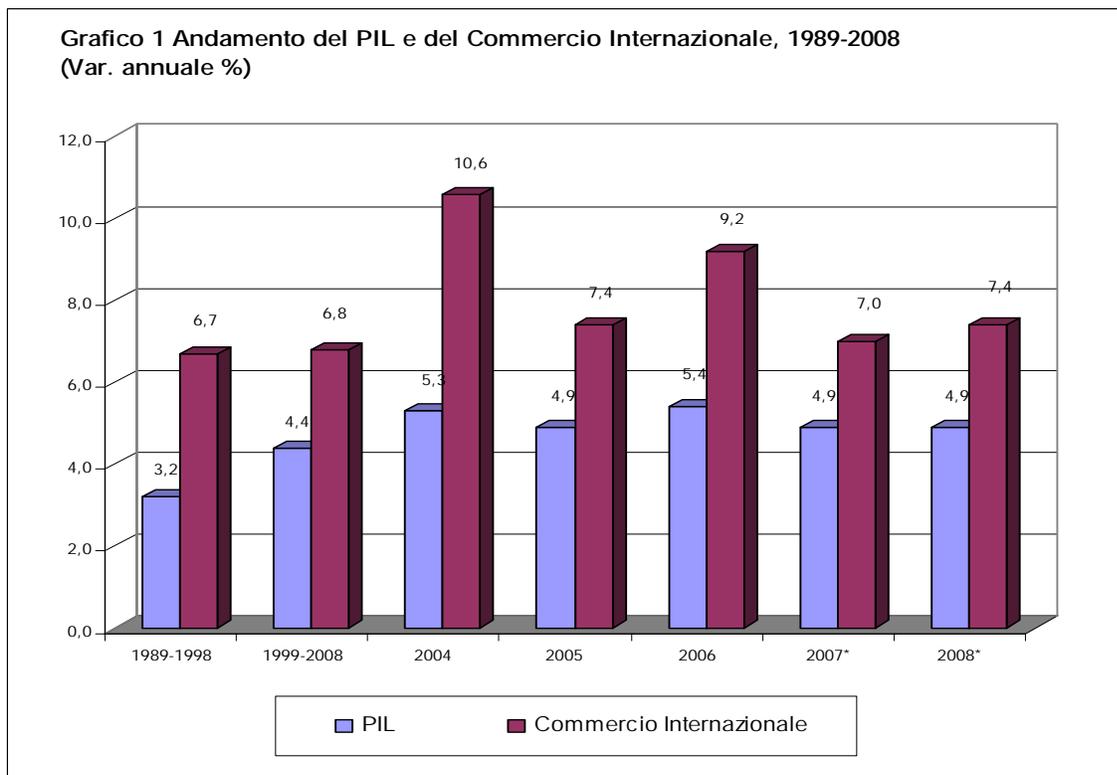
### 2.1 *Il quadro macroeconomico internazionale*

Nel corso del 2006 è proseguito il ciclo espansivo dell'economia mondiale, sospinto da elevati ritmi di crescita di quasi tutte le principali aree geografiche.

Il positivo andamento congiunturale si osserva soprattutto in relazione al tasso di incremento della produzione mondiale che, nel 2006, ha toccato un ritmo di sviluppo tra i più elevati degli ultimi 5 anni (+ 5,4%, stabilendosi su un valore complessivo di 66.229 miliardi di dollari, a parità di potere d'acquisto)<sup>10</sup>, nonostante le persistenti tensioni nel mercato del petrolio, il cui prezzo continua a salire.

Seguendo una tendenza di sviluppo analoga, anche il volume degli scambi internazionali di beni e servizi continua ad aumentare in maniera significativa (+9,2% nel 2006), ad ulteriore conferma della forte accelerazione in atto dei processi di integrazione dei mercati internazionali.

Le più recenti stime del Fondo Monetario Internazionale (FMI) indicano per il 2007-8, così come evidenziato nel grafico seguente, livelli di crescita del PIL mondiale leggermente inferiori a quelli raggiunti nel 2006, (+ 4,9% nel 2007 e nel 2008), accompagnati da un'ulteriore espansione del commercio internazionale (+7,0% nel 2007 e + 7,4% nel 2008), sebbene a ritmi meno sostenuti rispetto al 2006.



Fonte: dati FMI, aprile 2007.

(\*) Stime.

<sup>10</sup> Fonte: " *World Economic Outlook: Spillovers and cycles in the Global Economy*", Fondo Monetario Internazionale, aprile 2007.

Nel complesso, **le prospettive di sviluppo dell'economia mondiale appaiono favorevoli** ed, in assenza di forti shock nel mercato del petrolio, l'attesa ripresa degli investimenti a livello internazionale dovrebbe garantire ulteriori opportunità di crescita.

### 2.1.1 Le principali dinamiche di sviluppo per area geografica

All'interno del quadro complessivo di sviluppo dell'economia mondiale si scoprono crescenti divergenze per quanto concerne il relativo contributo delle diverse aree geografiche.

Queste tendenze contrastanti si riflettono innanzitutto nella classifica aggiornata delle principali economie in funzione delle rispettive capacità di sviluppo e presidio di quote della produzione e delle esportazioni mondiali, anche in relazione alla popolazione, così come illustra la seguente tabella.

Tabella 1 <i>Classifica delle principali economie in funzione delle rispettive quote di PIL, delle Esportazioni e della popolazione a livello mondiale, 2006</i> (Valori in %)			
Area Geografica	PIL	Esportazioni di beni e servizi	Popolazione
<i>Principali economie avanzate</i>			
Stati Uniti	19,7	9,8	4,7
Area dell'Euro	14,7	29,0	5,0
<i>Italia</i>	2,7	3,5	0,9
<i>Francia</i>	2,9	4,3	1,0
<i>Germania</i>	3,9	8,9	1,3
<i>Spagna</i>	1,8	2,2	0,7
Giappone	6,3	5,0	2,0
Regno Unito	3,2	4,6	0,9
Canada	1,7	3,1	0,5
<i>Principali economie emergenti</i>			
Cina	15,1	7,2	20,5
India	6,3	1,3	17,4
Brasile	2,6	1,1	2,9
Russia	2,6	2,3	2,2
Messico	1,8	1,8	1,6

*\*Area dell'Euro: Austria, Belgio, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Paesi Bassi, Portogallo, Spagna, Slovenia.*

*Fonte: dati FMI, aprile 2007.*

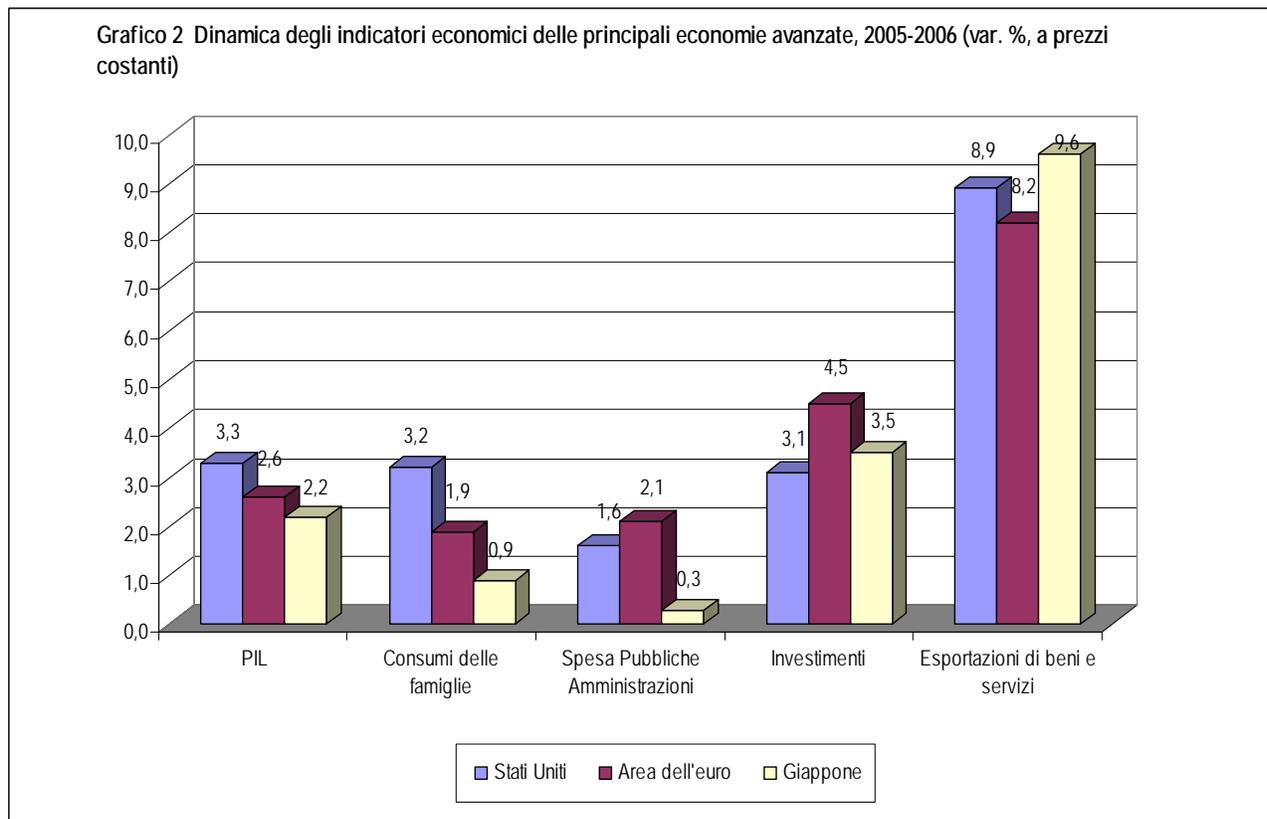
Sebbene tale classifica confermi il continuo predominio degli Stati Uniti in relazione alla relativa quota della produzione mondiale (19,7%), nonché la leadership dei Paesi dell'Area dell'Euro rispetto alla quota complessiva dei flussi esportativi mondiali (29%), mette in

evidenza il rapido avanzamento dei Paesi emergenti che, specie in alcuni casi, ottengono risultati in linea o superiori a quelli delle economie più avanzate. Si sottolinea, ad esempio, come Cina ed India abbiano contribuito insieme alla produzione mondiale nel 2006 per il 21,4%, con una relativa performance complessiva nettamente più elevata di quella dell'Area dell'Euro, superando anche i risultati degli Stati Uniti, a riprova dell'effetto moltiplicatore che il loro sviluppo economico può generare per il resto del mondo.

Dall'analisi delle dinamiche di sviluppo nelle diverse aree si rileva una tendenza alla crescita sempre più sbilanciata, laddove le economie emergenti dell'Asia si confermano, anche per il 2006, il motore dello sviluppo dell'economia mondiale, mentre il contributo delle principali economie avanzate mette in evidenza delle performance di tenore nettamente inferiore che tenderanno però a diventare più bilanciate, con l'espansione delle economie degli Stati Uniti, la zona dell'Euro ed il Giappone previste appena al di sopra del 2% nel 2007.

Sulla base degli indicatori congiunturali più recenti, in relazione alle tendenze espansionistiche delle principali economie avanzate, si evidenziano le seguenti tendenze di particolare rilievo:

- gli **Stati Uniti** stanno sperimentando livelli di crescita superiori alle previsioni, con un incremento della produzione interna pari al 3,3% nel 2006, grazie anche ai sostenuti livelli di investimenti produttivi e di esportazioni. Nello stesso tempo, le previsioni del FMI per il 2007-8 indicano uno sviluppo tendenziale del PIL di tenore nettamente inferiore rispetto a quanto sperimentato negli ultimi anni (+2,2% nel 2007 e +2,8% nel 2008), a causa del crescente peso del deficit pubblico e delle tensioni nel settore immobiliare, per via della crisi del mercato dei mutui "subprime", cui si associa anche il rallentamento dei consumi delle famiglie, dovuto in larga misura ai consistenti incrementi nel prezzo del petrolio;
- l'apporto all'espansione dell'economia mondiale dell'**Europa** rimane invece su livelli piuttosto modesti, tenuto conto che il PIL dei Paesi della zona dell'Euro è cresciuto complessivamente del 2,6% nel 2006, a conferma delle persistenti debolezze nelle relative performance esportative e nella domanda interna. Le previsioni del FMI per il prossimo futuro rimangono caute e segnalano livelli di crescita sostanzialmente contenuti (il PIL dovrebbe crescere del 2,3% nel 2007 e nel 2008), in attesa di verificare l'effettiva capacità dei Paesi coinvolti di attuare le riforme politiche e sociali, in linea con gli obiettivi dell'agenda di Lisbona, al fine di affrontare le problematiche derivanti dall'invecchiamento della popolazione e rivitalizzare la produttività ed il mercato del lavoro;
- l'**economia giapponese** ha dato ampia riprova di una ripresa ormai consolidata nel 2006, con un aumento costante della produzione interna (+2,2%), accompagnato dall'espansione degli investimenti interni (+3,5%) e da un forte incremento delle esportazioni (+9,6%). Le condizioni di vitalità dell'economia giapponese dovrebbero persistere anche nel 2007-8, soprattutto grazie ad un netto miglioramento della domanda interna (+2,1% previsto per il 2007 e +1,9% per il 2008).



Fonte: elaborazioni su dati FMI, aprile 2007.

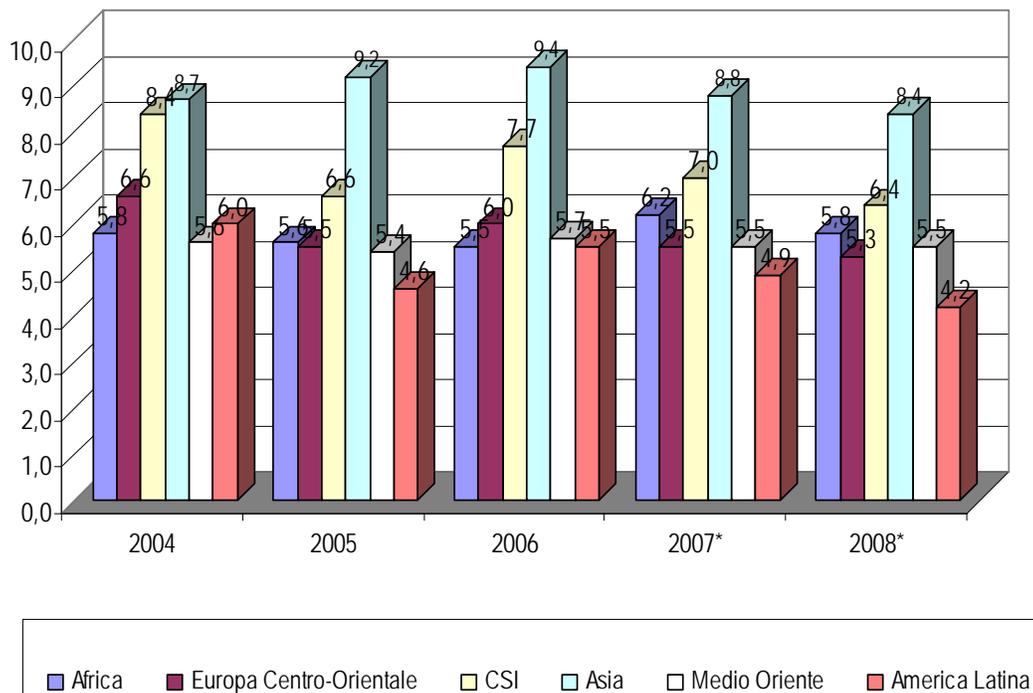
Per quanto concerne, invece, il contributo delle principali economie emergenti alla positiva congiuntura macroeconomica internazionale, i dati del FMI evidenziano le seguenti tendenze di maggiore interesse:

- nel contesto del positivo quadro economico internazionale, il tasso di sviluppo dei **Paesi emergenti dell'Asia** dovrebbe rimanere su livelli piuttosto sostenuti, grazie al significativo contributo della **Cina** (le previsioni relative all'andamento del PIL segnalano una crescita tendenziale del +10% nel 2007 e +9,5% nel 2008) e dell'**India** (+8,3% nel 2007 e +7,8% nel 2008);
- proseguirà anche nel 2007-8 l'espansione economica nei **Paesi dell'America Latina**, il cui PIL complessivo dovrebbe continuare a crescere tra il 4 e 5% annuo, grazie soprattutto ai fattori di domanda esterna che permettono di sfruttare al meglio le rispettive capacità esportative ed ad una serie di robuste politiche economiche;
- le tendenze di sviluppo dei **Paesi emergenti dell'Europa** appaiono consolidate, anche se le relative possibilità di espansione appaiono più moderate e continueranno ad essere notevolmente influenzate dall'effettiva capacità di ripresa della domanda nell'area dell'Euro;
- nell'area della Confederazione di Stati Indipendenti (**CSI**), che comprende la **Russia**, l'andamento positivo del PIL continua su livelli abbastanza sostenuti, sebbene con qualche segnale di rallentamento, per via degli elevati prezzi delle materie prime che continuano ad essere la fonte primaria di reddito per la maggior parte dei Paesi dell'Area. Le prospettive di sviluppo nei prossimi anni appaiono generalmente positive,

anche se dipenderanno largamente dalla relativa capacità di attrarre investimenti in settori diversi da quelli primari;

- benché persistano notevoli sfide per lo sviluppo economico dell'**Africa**, le recenti performance sono incoraggianti, con livelli di crescita del PIL costantemente al di sopra del 5% annuo: le relative opportunità di espansione dipenderanno in larga misura dalla capacità di assicurare la stabilità macroeconomica interna e le riforme strutturali necessari per competere meglio nei mercati export, nonché dal rispetto degli impegni assunti dalle economie avanzate per garantire assistenza finanziaria e sostenere lo sviluppo locale dei Paesi africani;
- nell'area del **Medio Oriente**, la crescita economica si mantiene su livelli sostenuti grazie al forte incremento nei redditi dalle esportazioni tra i Paesi esportatori di petrolio: le relative prospettive di sviluppo rimangono favorevoli, sebbene l'economia regionale continua a essere eccessivamente dipendente sul settore del petrolio per cui si evidenzia la necessità di attrarre maggiori investimenti in settori diversi al fine di bilanciare meglio le fonti di reddito e di crescita economica.

**Grafico 3 Andamento del PIL delle economie emergenti, 2004-2008\***  
(Var. annuale %)



Fonte: elaborazioni su dati FMI, aprile 2007.

## 2.1.2 Le principali dinamiche di sviluppo dell'economia italiana

Le difficoltà sperimentate dall'area dell'Euro nell'agganciare il ciclo espansivo dell'economia mondiale si riflettono nelle **dinamiche di sviluppo ancora moderato dell'economia italiana**, sebbene, il 2006 si è chiuso con dei risultati sostanzialmente al di sopra delle aspettative: la produzione interna lorda ha ripreso a crescere (+1,9%) dopo una fase di sostanziale ristagno, mentre è tornata la fiducia dei consumatori, portando a segno un incremento dei livelli di spesa (+ 1,3%), così come l'andamento degli investimenti interni è tornato in positivo (+2,3%) dopo la flessione del 2005.

Nel 2006, anche l'interscambio commerciale dell'Italia è cresciuto in tutte le aree del mondo, registrando complessivamente un incremento del 10,9% rispetto al 2005. In particolare, la tendenza positiva ha riguardato sia le importazioni di beni e servizi (+ 4,5% rispetto al 2005), sia le esportazioni che, in termini di volume, hanno segnato una sostanziale accelerazione (+5,3%) dopo che il 2005 si era chiuso con un risultato negativo.

Inoltre, nel 2006, **l'Italia ha iniziato ad accorciare il divario con gli altri principali Paesi europei rispetto ai quali aveva mostrato una dinamica e una velocità di sviluppo decisamente inferiori negli ultimi anni**: ad esempio, l'Italia si avvicina sempre di più alle performance della Francia che, nel 2006, ha sviluppato il 2,9% del PIL mondiale ed il 4,3% dei relativi flussi esportativi, mentre l'Italia ha generato rispettivamente il 2,7% ed il 3,5%; allo stesso tempo, l'Italia resta ancora lontano dalle posizioni dell'economia tedesca che detiene una quota del 3,9% del PIL mondiale e l'8,9% dell'export mondiale, secondo soltanto agli Stati Uniti in termini di capacità esportativa.

In questa fase congiunturale positiva si inserisce, tuttavia, l'ulteriore peggioramento della bilancia commerciale italiana che ha superato i 21 miliardi di Euro nel 2006 (+11 miliardi rispetto al 2005)<sup>11</sup>, prevalentemente a causa dell'ampliamento del deficit negli scambi con i Paesi extra-UE: dei 21 miliardi di Euro di deficit, più di 19 miliardi sono relativi agli scambi con i paesi non appartenenti all'Unione e riconducibili alle importazioni di materie prime e minerali energetici, provenienti soprattutto dal Nord Africa, dal Medio Oriente e dalla Russia. Su tale dinamica influiscono principalmente due fattori:

- i. l'aumento dei prezzi delle materie prime ed, in particolar modo, del petrolio;
- ii. la consistente crescita delle importazioni provenienti dai Paesi del Sud-Est asiatico.

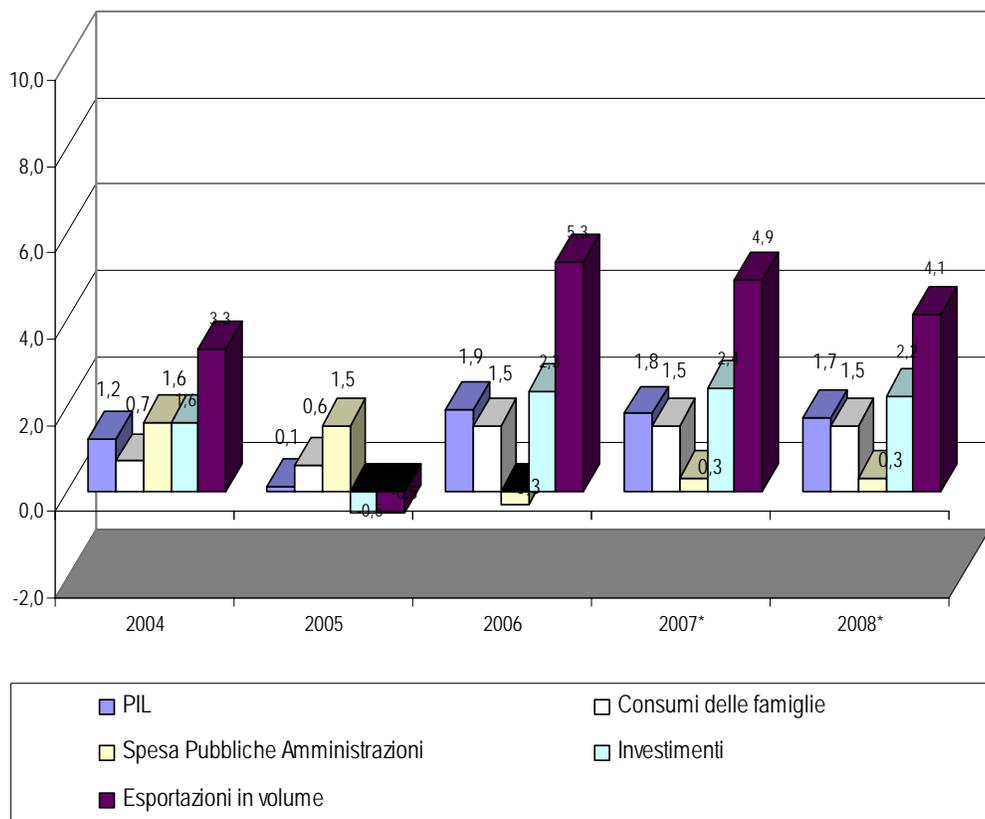
Le stime aggiornate del Fondo Monetario Internazionale<sup>12</sup> sull'evoluzione congiunturale dell'economia italiana rimangono abbastanza caute, sebbene rilevano alcuni segnali positivi ed indicano una tendenza sostanzialmente costante degli indicatori di performance per il 2007-8: l'andamento del PIL dovrebbe confermare l'andamento favorevole registrato negli ultimi anni (+1,8% nel 2007 e +1,7% nel 2008), mentre il ritmo dell'export dei prodotti "*Made in Italy*" dovrebbe registrare una lieve flessione rispetto ai livelli più sostenuti del 2006 (+4,9% nel 2007 e +4,1% nel 2008).

---

<sup>11</sup> Fonte: "Scambi con l'Estero", Ministero del Commercio Internazionale, Bollettino n. 2/2007.

<sup>12</sup> *Op. citata*, Fondo Monetario Internazionale, aprile 2007.

Grafico 4 Dinamica degli indicatori economici dell'Italia, 2004-2008\*  
(Var. annuale %, a prezzi costanti)



Fonte: elaborazioni su dati FMI, aprile 2007.

Sulle prospettive di un effettivo recupero dell'economia italiana nel conteso del mercato internazionale, sebbene permangano le forti preoccupazioni per gli effetti dell'affermazione di nuovi Paesi concorrenti e dell'apprezzamento dell'Euro, soprattutto nei confronti della valuta statunitense, inciderà in misura crescente la cosiddetta **"inefficienza dinamica" del modello di specializzazione produttiva in Italia** che esprime i propri vantaggi comparati a livello internazionale nei settori a crescita lenta e con scarsa capacità di adattamento ai mutamenti della domanda mondiale. Le analisi statistiche dell'ICE<sup>13</sup> in proposito dimostrano come la rigidità di questo modello potrebbe spiegare oltre il 70% della perdita di quota delle esportazioni italiane rispetto all'area dell'Euro nel periodo 1997-2005 (a prezzi costanti) e contribuirebbe alla graduale riduzione della competitività del sistema italiano in Europa ed a livello internazionale, specie in assenza di un sostanziale incremento degli investimenti nella ricerca e sviluppo tecnologico e nei settori produttivi più innovativi.

<sup>13</sup> Fonte: "L'Italia nell'economia internazionale. Sintesi del Rapporto ICE 2005-6", Istituto Nazionale per il Commercio Estero, giugno 2006.

## 2.2 L'apertura internazionale dell'economia regionale

Nel quadro dell'attuale ciclo espansivo dell'economia mondiale, nonostante le difficoltà competitive del "Sistema Italia", tengono le esportazioni italiane grazie al contributo positivo di quasi tutte le regioni, così come evidenzia la tabella seguente.

**Tabella 2**  
**Dinamica delle esportazioni delle regioni italiane (merci), 2002-2006**  
(Valori in milioni di Euro, variazioni e quote in %)

Area Geografica	Valori e variazioni					Quote				
	2002	2003	2004	2005	2006	2002	2003	2004	2005	2006
Italia Nord-Occidentale	109.531	101.131	114.535	122.059	132.479	40,7	41,6	40,3	40,7	40,5
	-3,5	0,5	4,0	6,6	8,5					
Italia Nord-Orientale	85.280	83.082	89.550	92.831	101.736	31,7	31,4	31,5	31,0	31,1
	0,8	-2,6	7,8	3,7	9,6					
Italia Centrale	44.555	42.449	44.592	45.252	51.318	16,6	16	15,7	15,1	15,7
	0,0	-4,7	5,0	1,5	13,4					
Mezzogiorno	28.823	28.076	30.265	33.767	36.048	10,7	10,6	10,6	11,3	11,0
	-3,0	-2,6	7,8	11,6	6,8					
- Abruzzo	5.501	5.387	6.063	6.306	6.652	2,0	2,0	2,1	2,1	2,0
	1,4	-2,1	12,5	4,0	5,5					
- Molise	550	522	535	607	612	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
	2,8	-5,1	2,4	13,6	0,8					
- Campania	8.025	7.003	7.250	7.579	8.330	3,0	2,6	2,5	2,5	2,5
	-5,0	-12,7	3,5	4,5	9,9					
- Puglia	5.839	5.738	6.420	6.781	6.671	2,2	2,2	2,3	2,3	2,0
	-6,3	-1,7	11,9	5,6	-1,6					
- Basilicata	1.522	1.526	1.265	1.100	1.707	0,6	0,6	0,4	0,4	0,5
	28,5	0,3	-17,1	-13,1	55,2					
- Calabria	291	318	351	319	326	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
	-1,8	9,3	10,3	-9,1	2,2					
- Sicilia	4.964	5.118	5.547	7.267	7.411	1,8	1,9	2,0	2,4	2,3
	-6,6	3,1	8,4	31,0	2,0					
- Sardegna	2.132	2.463	2.834	38.084.339	1.632	0,8	0,9	1,0	1,3	1,3
	-6,5	15,5	15,1	34,4	13,9					
ITALIA	269.064	264.616	284.413	299.923	326.992	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	-1,4	-1,7	7,5	5,5	9,0					

Fonte: elaborazioni MCI su dati ISTAT.

Nel 2006 tutte le ripartizioni territoriali italiane hanno aumentato le proprie esportazioni. In particolare, la crescita dell'export ha interessato con maggiore intensità la zona dell'Italia Centrale che ha visto aumentare le proprie vendite all'estero del 13,4%, oltre alle aree dell'Italia settentrionale.

Anche il Mezzogiorno ha portato a segno una crescita significativa dei flussi esportativi (+6,8% rispetto al 2005), proseguendo la tendenza positiva intrapresa nel 2004, a cui hanno contribuito tutte le regioni, ad esclusione della **Puglia che ha registrato un calo delle vendite estere rispetto al 2005 (-1,6%), rivelandosi l'unica regione italiana in controtendenza rispetto al nuovo slancio dell'export del "made in Italy"**. Particolarmente favorevoli, invece, sono risultate le performance registrate dalla Basilicata (+55,2%), il cui contributo alle esportazioni nazionali resta comunque solo dello 0,5%, dalla Sardegna (+13,9%) e dalla Campania (+9,9%).

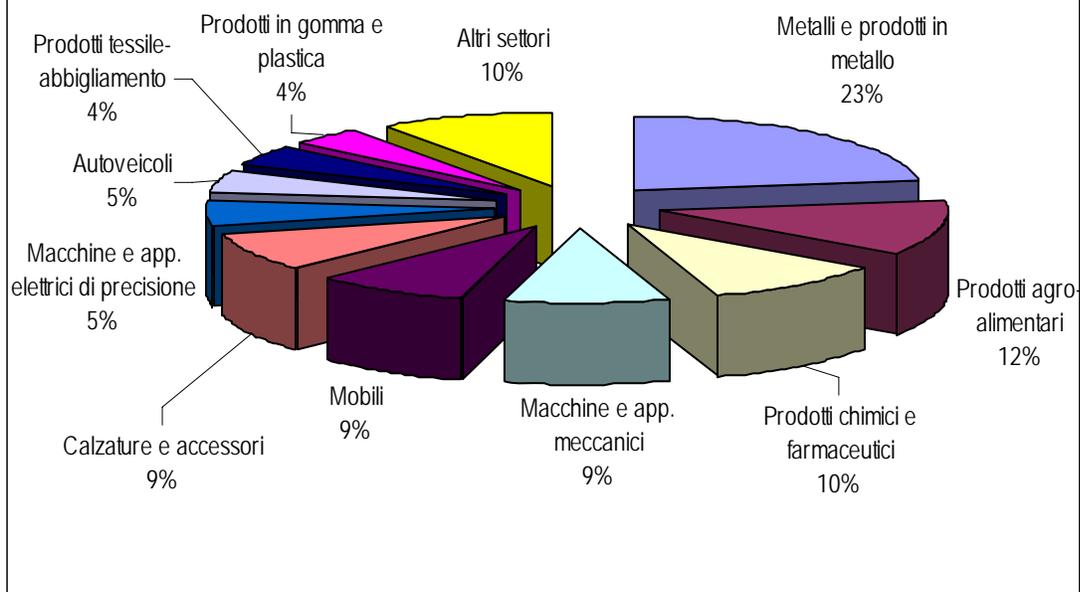
Nel 2006, dopo due anni di costante crescita delle esportazioni, come si è già accennato, **l'export pugliese ha invertito la rotta, raggiungendo un valore complessivo di 6.671 milioni di Euro, pari ad un decremento del 1,6% sul valore dell'anno precedente.**

In questo contesto, **l'economia pugliese ha ottenuto risultati che evidenziano ancora delle difficoltà sul fronte della vocazione estera.** Infatti, nonostante la presenza di un ampio ed articolato tessuto economico-produttivo a livello regionale, la Puglia stenta ad approfittare del rinforzato impulso esportativo del "made in Italy" ed ad espandere la propria quota dell'export nazionale, rimanendo su livelli notevolmente inferiori a quelli della maggior parte delle regioni centro-settentrionali: nel 2006, la Puglia si è collocata all'undicesimo posto nella graduatoria delle Regioni italiane in termini di quote dell'export italiano, ed al terzo posto tra le Regioni del Mezzogiorno, dopo la Campania e la Sicilia.

Sempre in riferimento al 2006, la composizione settoriale delle esportazioni pugliesi pone in evidenza il primato **dei settori dei beni intermedi e di trasformazione industriale**, con particolare riferimento al comparto dei metalli e prodotti in metalli che sviluppa una quota del 23% dell'export complessivo regionale, seguito dal settore dei prodotti agro-alimentari che ne raggiunge una quota del 12% e, quindi, al terzo posto, dal settore dei prodotti chimici e farmaceutici.

I settori tradizionali del "made in Italy" (sistema moda, sistema arredo-mobili e design) rappresentati in Puglia, ad eccezione dell'agroalimentare, raggiungono quote dell'export pugliese tendenzialmente al di sotto del 10%, mentre i principali comparti della meccanica (autoveicoli e componenti, macchine, apparecchi meccanici ed apparecchi elettrici) sviluppano complessivamente il 23% delle vendite all'estero della produzione pugliese.

**Grafico 5 Quote settoriali sulle esportazioni pugliesi, 2006 (quota % sul totale)**



Fonte: elaborazioni su dati MCI e ISTAT.

Alla contrazione del valore delle esportazioni regionali ha contribuito, in misura significativa, l'andamento dei principali settori produttivi esportatori della Puglia.

In tal senso, si segnala il **cedimento dell'export di metalli e prodotti in metalli** (-8,2%, all'interno del quale, il comparto specifico della siderurgia ha registrato un calo dell'export pari all'8,9%), il settore primario dell'export pugliese, la cui crescita nel biennio precedente aveva controbilanciato gli andamenti negativi dei settori tradizionali in cui la Puglia è maggiormente specializzata: al netto delle vendite all'estero di metalli e prodotti in metallo, l'andamento in regione delle esportazioni di prodotti manifatturieri rivelerebbe un incremento del 2,3% per il 2006 (contro il -2,6% nel 2005)<sup>14</sup>.

Nello stesso tempo, si rileva un significativo calo delle vendite all'estero dei **prodotti agricoli** nel corso del 2006 (-15,9%), nonché una contrazione complessiva delle vendite di prodotti agro-alimentari dell'allevamento e della pesca, pari al 9,6%.

Persiste, invece l'**andamento positivo del settore dei prodotti chimici e farmaceutici** che segna anche nel 2006 un forte incremento delle esportazioni (+37,9%, per un valore di circa 688 milioni di Euro), dopo l'exploit del 2005 (+19,4%).

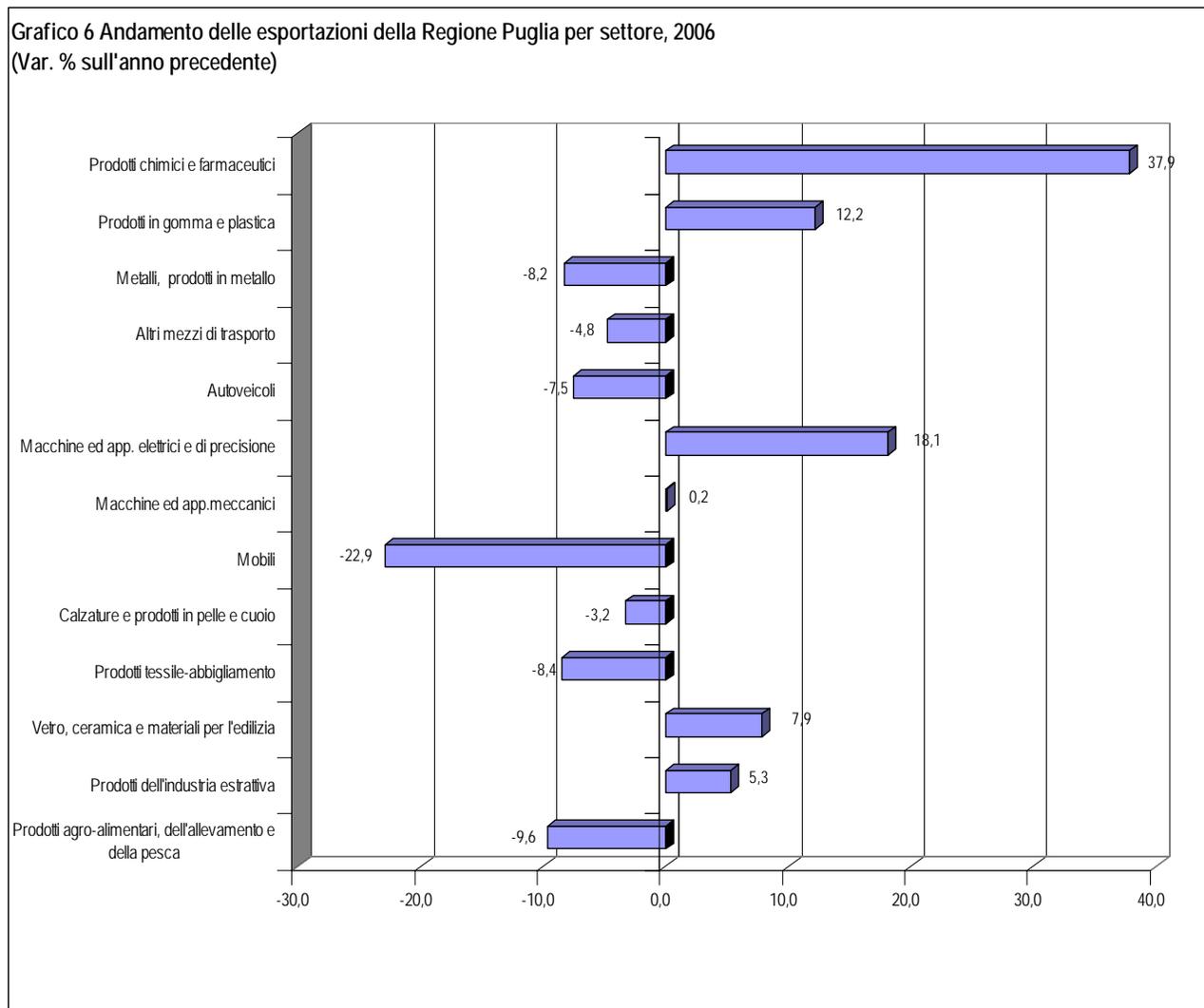
Gli stessi dati rivelano inoltre, il balzo in avanti dell'export delle macchine e apparecchi elettrici di precisione (+18,1), dei prodotti in gomma e plastica (+12,2%), così come le performance positive, sebbene relativamente più contenute, dei comparti del vetro, ceramica e materiali per l'edilizia (+7,9%) e dei prodotti dell'industria estrattiva (+ 5,3%).

Prosegue, invece, il **cedimento delle quote di esportazione delle imprese pugliesi attive nei settori tradizionali del "Made in Italy"** (sistema moda, sistema arredo-mobili e

<sup>14</sup> Fonte: "L'economia della Puglia nell'anno 2006", Banca d'Italia, 2007

design), che continuano a subire le forti pressioni competitive da parte dei Paesi asiatici, nonché a patire le inefficienze strutturali in relazione alla rispettiva capacità di adeguamento all'evoluzione della struttura della domanda mondiale.

A conferma delle difficoltà esportative dei settori tradizionali, si segnala che a partire dal 2004, le vendite all'estero di prodotti del sistema moda (tessile-abbigliamento e calzature) sono diminuite del 7,1% in media all'anno, contro un aumento dell'1,1% a livello nazionale, mentre nello stesso periodo, le esportazioni regionali di mobili sono diminuite mediamente del 14,4% all'anno<sup>15</sup> (-22,6% nel 2006).



Fonte: elaborazioni MCI su dati ISTAT.

Passando all'esame della distribuzione geografica del commercio estero della Puglia, si conferma **la concentrazione degli scambi in Europa e la bassa propensione alla diversificazione geografica, specie a favore delle aree emergenti, in netto contrasto con le relative tendenze in atto sul mercato globale.**

<sup>15</sup> Op. citata, Banca d'Italia, 2007.

Nel corso del 2006, così come nel 2005, le esportazioni pugliesi si sono dirette prevalentemente verso i Paesi europei con la Francia in testa che si conferma il principale partner dopo anni di primato tedesco: il peggioramento delle esportazioni in molti settori economici pugliesi si riconduce, di fatto, alla recente crisi dell'economia tedesca, storicamente il primo mercato per l'export pugliese, che compra sempre meno prodotti "Made in Puglia", sebbene non abbandoni del tutto i rapporti commerciali con i produttori regionali.

Prosegue la dinamica negativa degli acquisti di merci pugliesi dagli Stati Uniti (-9,4% nel 2006 rispetto all'anno precedente) che riflette soprattutto gli effetti del rafforzamento dell'Euro sul Dollaro, mentre è da segnalare l'inserimento nella graduatoria dei principali partner dell'export pugliese della Cina, Paese verso il quale le esportazioni sono più che raddoppiate nel 2006 rispetto al 2005 (+103,8%), così come evidenzia la seguente tabella.

Tabella 3 <i>Graduatoria dei principali 10 Paesi partner della Puglia in base ai flussi di esportazioni, 2006</i> (Valori in milioni di Euro e variazioni in percentuale)					
Paese	2006	2005	2004	Var. % 2006/2005	Var. % 2005/2004
<b>Totale</b>	<b>6.671</b>	<b>6.780</b>	<b>6.420</b>	<b>-1,6</b>	<b>5,6</b>
Francia	839	907	805	-7,5	12,7
Germania	719	837	799	-14,1	4,8
Spagna	707	778	701	-9,2	11,0
Stati Uniti	471	520	660	-9,4	-21,2
Regno Unito	444	548	683	-19,1	-19,8
Paesi Bassi	351	291	164	20,8	77,4
Grecia	347	371	371	-6,7	0,0
Albania	238	220	205	7,8	7,3
Belgio	221	217	213	1,7	1,9
Cina	154	76	N.D.	103,8	N.D.

Fonte: elaborazioni MCI/ICE su dati ISTAT.

Mentre cala l'export pugliese, prosegue la tendenza all'aumento dei flussi di merci provenienti dall'estero (+6,9% nel 2006 rispetto all'anno precedente, per un valore complessivo di 7.446 milioni di Euro).

Risulta, inoltre, più variegata la graduatoria dei Paesi partner privilegiati dagli operatori pugliesi per le proprie importazioni, anche se primeggia il partner ormai consolidato della Germania e continuano ad incidere in maniera significativa i rapporti intracomunitari. Rispetto alla situazione del 2005, si inserisce in modo determinante nei flussi di provenienza extra-comunitaria il Brasile (+26,9%), mentre avanzano le posizioni della Cina (+28,3%) e dell'Australia (+12,7%).

Tabella 4 - *Graduatoria dei principali 10 Paesi partner della Puglia in base ai flussi di importazioni, 2006*  
(valori in milioni di Euro e variazioni in percentuale)

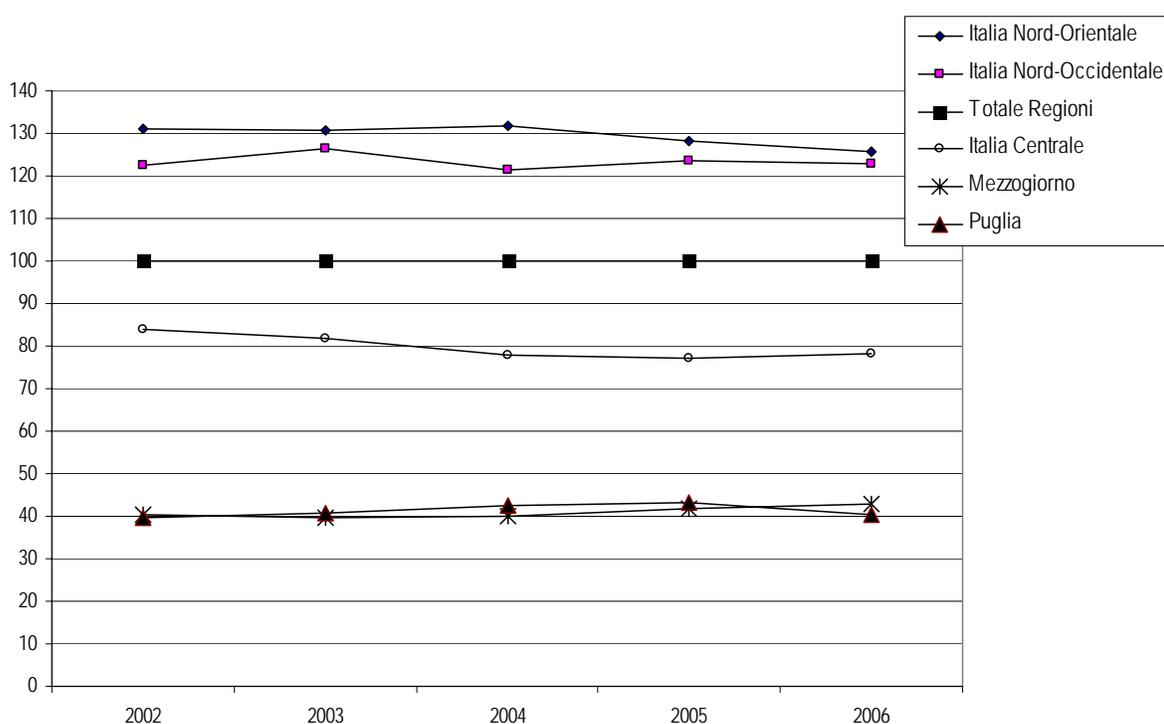
Paese	2006	2005	2004	Var. % 2006/2005	Var. % 2005/2004
<b>Totale</b>	<b>7.446</b>	<b>6.966</b>	<b>6.221</b>	<b>6,9</b>	<b>12,0</b>
Germania	780	795	722	-1,9	10,1
Brasile	589	464	383	26,9	21,1
Svizzera	572	372	284	53,9	31,0
Australia	385	341	252	12,7	35,3
Cina	376	293	270	28,3	8,5
Stati Uniti	368	289	300	27,2	-3,7
Francia	329	317	329	3,9	-3,6
Libia	264	247	170	6,8	45,3
Spagna	249	289	334	-13,7	-13,5
Sudafrica	245	245	240	-0,4	2,1

Fonte: elaborazioni MCI/ICE su dati ISTAT.

L'andamento negativo delle esportazioni della Puglia con il resto del mondo e il forte incremento delle importazioni dalle diverse regioni estere hanno determinato **un saldo negativo della bilancia commerciale pugliese**, raggiungendo un disavanzo di circa 775 milioni di Euro nel 2006. Tale situazione si riconduce, in parte, al significativo aumento dei prezzi delle materie prime e, quindi, del peso del valore delle relative importazioni.

In ogni caso, l'andamento complessivo degli scambi commerciali della Puglia denota come **l'economia regionale sia ancora relativamente poco aperta ai mercati internazionali**. Il grado di propensione all'esportazione si colloca su livelli ancora molto contenuti rispetto alla media nazionale: nel 2006, fatta 100 la media nazionale del rapporto tra esportazioni e PIL, si calcola che le relative performance regionali variano da un valore massimo di 135 in Lombardia ed in Friuli ad una punta minima del 6,5 in Calabria, mentre la Puglia si posiziona su un valore di circa 40,4.

Grafico 7 Dinamica del grado di propensione all'esportazione delle regioni italiane(\*), 2002-2006



(\*) Rapporto, a prezzi correnti, tra esportazione di merci e servizi (al netto dei trasporti) e PIL. Totale regioni = 100.

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT e SVIMEZ.

La scarsa integrazione dell'economia regionale nei diversi mercati internazionali condiziona negativamente il relativo potenziale di sviluppo complessivo. Il divario rispetto alle regioni del Centro-Nord, già molto evidente nella propensione alle esportazioni, si amplifica in riferimento alle attività internazionali delle imprese sotto il profilo delle partecipazioni estere.

In base ai più recenti dati disponibili sui flussi di investimenti diretti esteri che interessa l'Italia, **il contributo della Puglia alle partecipazioni estere detenute da imprese italiane si mantiene su livelli estremamente modesti** (0,6% delle partecipazioni effettuate da imprese italiane nel 2005)<sup>16</sup>, a riprova di una ridotta propensione degli imprenditori pugliesi ad effettuare degli investimenti diretti all'estero. Si rileva, inoltre, che la dimensione media delle imprese estere partecipate da investitori pugliesi appare relativamente più ridotta dei corrispondenti valori nazionali, sia in termini di redditività sia in termini di addetti (7,4 milioni di fatturato in media nel 2005 con circa 64 addetti ad impresa per le 101 imprese estere partecipate da investitori pugliesi contro il 16,3 milioni ed i 65 addetti dei rispettivi corrispondenti valori medi su scala nazionale). Allo stesso tempo, però, la Puglia si mantiene su valori superiori alla dimensione media degli investitori del Mezzogiorno (6,8 milioni di fatturato in media nel 2005 con soli 43 addetti ad impresa per le complessive 568 imprese estere partecipate da investitori meridionali).

<sup>16</sup> Fonte: elaborazioni ICE su dati Banca Dati REPRINT – Politecnico di Milano, 2006.

**Tabella 5**  
**Dinamica delle partecipazioni italiane in imprese estere, per regione di origine dell'impresa investitrice, 2004-2005**  
(No. di Imprese ed addetti in valori assoluti, Fatturato in milioni di Euro)

Area Geografica	2005			2004		
	No imprese	Addetti	Fatturato	No imprese	Addetti	Fatturato
Italia Nord-Occidentale	8.571	626.415	156.993	8.524	622.854	153.292
Italia Nord-Orientale	4.805	255.425	42.196	4.760	256.877	42.729
Italia Centrale	2.888	178.442	72.037	2.808	189.355	72.205
<b>Mezzogiorno</b>	<b>568</b>	<b>24.135</b>	<b>3.859</b>	<b>570</b>	<b>22.008</b>	<b>3.808</b>
Abruzzo	104	2.986	371	103	2.054	360
Molise	22	861	106	21	489	86
Campania	166	6.089	1.470	164	6.062	1.487
<b>Puglia</b>	<b>101</b>	<b>6.458</b>	<b>743</b>	<b>105</b>	<b>6.256</b>	<b>727</b>
Basilicata	10	221	21	10	222	21
Calabria	6	483	55	6	485	55
Sicilia	55	4.181	163	53	3.506	148
Sardegna	104	2.856	930	108	2.934	924
<b>Totale Italia</b>	<b>16.832</b>	<b>1.084.417</b>	<b>275.086</b>	<b>16.662</b>	<b>1.091.094</b>	<b>272.034</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT, 2006.

In riferimento alla capacità della Puglia di attrarre investimenti dall'estero, **la quota di aziende nella regione con proprietà estera risulta assai ridotta** rispetto alle partecipate estere complessivamente presenti in Italia (solo 47 delle circa 7.200 aziende attive in Italia con partecipazioni estere nel 2005 sono ubicate in Puglia, pari ad una relativa quota dello 0,7%).

**Tabella 6**  
**Dinamica della presenza in Italia di imprese a partecipazione estera, per regione della sede principale dell'impresa, 2004-2005**  
(No di Imprese ed addetti in valori assoluti, Fatturato in milioni di Euro)

Area Geografica	2005			2004		
	No imprese	Addetti	Fatturato	No imprese	Addetti	Fatturato
Italia Nord-Occidentale	4.595	593.423	234.610	4.551	602.939	227.105
Italia Nord-Orientale	1.266	133.877	49.571	1.250	135.944	45.843
Italia Centrale	949	131.612	79.116	938	128.411	73.406
<b>Mezzogiorno</b>	<b>371</b>	<b>61.663</b>	<b>18.970</b>	<b>347</b>	<b>60.071</b>	<b>18.031</b>
Abruzzo	67	20.249	6.320	68	19.712	6.167
Molise	11	480	87	10	479	82
Campania	118	14.152	4.139	112	13.766	3.953
<b>Puglia</b>	<b>47</b>	<b>7.314</b>	<b>2.285</b>	<b>40</b>	<b>7.247</b>	<b>1.992</b>
Basilicata	23	6.201	2.435	22	6.173	2.376
Calabria	15	1.117	165	14	1.114	156
Sicilia	54	5.387	1.269	47	4.857	1.184
Sardegna	36	6.763	2.271	34	6.723	2.121
<b>Totale Italia</b>	<b>7.181</b>	<b>920.575</b>	<b>382.267</b>	<b>7.086</b>	<b>927.365</b>	<b>364.384</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati REPRINT, 2006

Nello stesso tempo, la dinamica degli investimenti diretti in Italia nel periodo 2004-5 ha privilegiato soprattutto le regioni dell'Italia Nord-Occidentale, in cui si sono localizzate 44 dei 95 nuovi investimenti registrati e, nell'ambito del Mezzogiorno, la Puglia e la Sicilia dove si sono indirizzati 7 nuovi progetti di investimento in ciascuna delle due Regioni.

Si rileva, comunque, che la parte consistente degli investimenti esteri, in termini di valori dei flussi, si concentra nelle regioni del Centro Nord Italia: nel 2005, questa macro-area raccoglieva il 93% del valore degli investimenti diretti in Italia. Di molto inferiori, invece, le quote del Mezzogiorno, verso cui si è indirizzato appena lo 0,7% dei flussi di investimenti esteri ricevuti dal nostro Paese. In particolare, i dati evidenziano come la principale destinazione dei flussi di investimenti in entrata in Italia sia rappresentata dalla Lombardia che ha ricevuto quasi il 63% degli IDE cumulati dei due anni in esame, cui seguono Piemonte (12%), Lazio (5%) e Veneto (4,3%). Tra le regioni meridionali, al primo posto si colloca la Campania (0,2%), mentre risulta del tutto marginale il valore delle quote di investimenti attratte dalle altre regioni del Mezzogiorno.

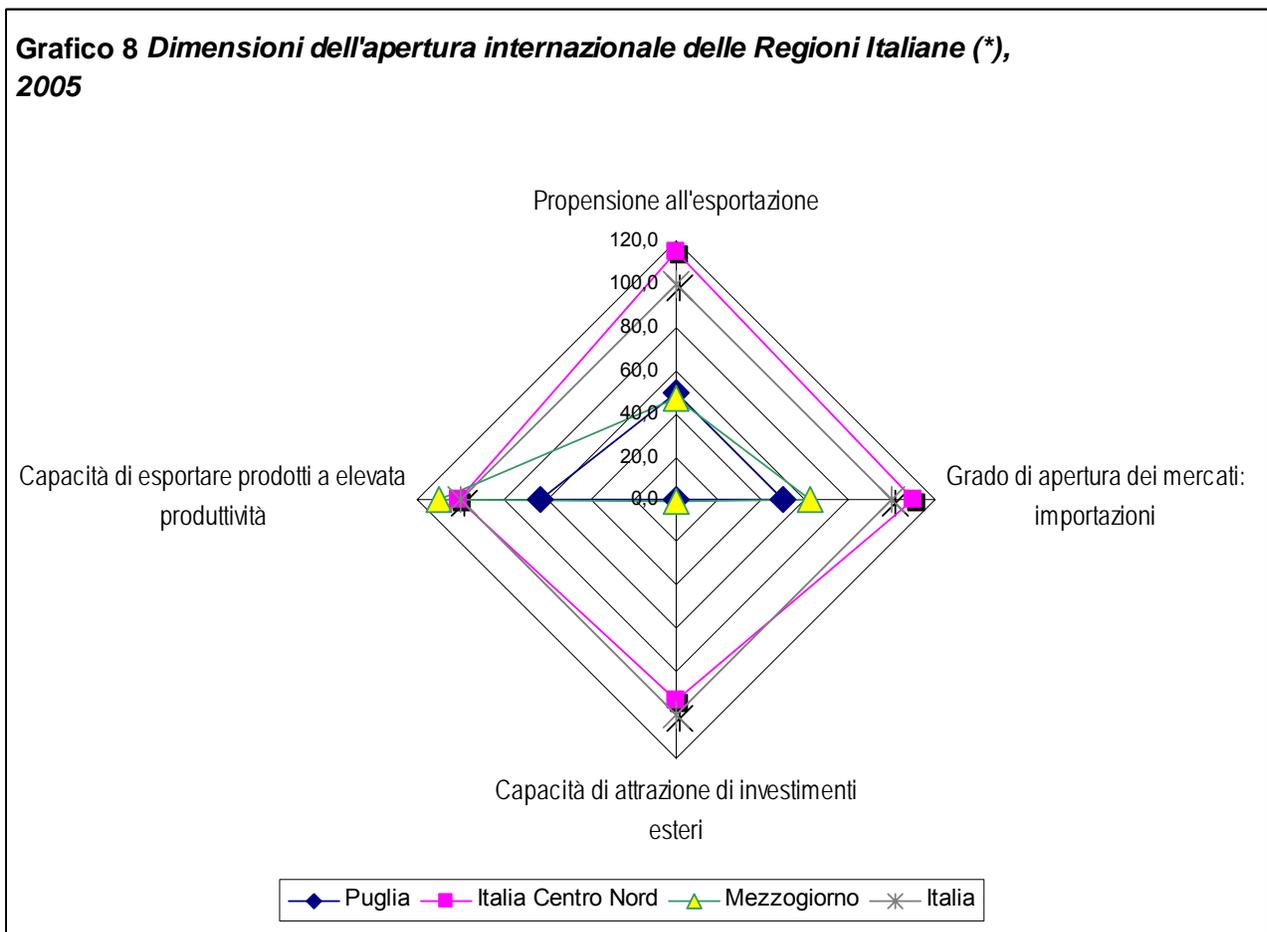
Regioni	Anno 2005			Anno 2004		
	Investimenti	Disinvestimenti	Saldo	Investimenti	Disinvestimenti	Saldo
Italia Centro Nord	126.213.805	117.949.009	8.264.796	96.851.532	87.830.019	9.021.513
Piemonte	18.856.070	12.352.072	6.503.998	9.459.840	8.169.338	1.290.502
Valle d'Aosta	3.835	555	3.280	5.355	1.134	4.221
Lombardia	84.986.699	85.863.470	-876.771	66.442.508	62.197.351	4.245.157
Trentino Alto Adige	200.837	29.895	170.942	313.581	74.863	238.718
Veneto	5.293.644	4.794.794	498.850	5.171.429	5.012.828	158.601
Friuli Venezia Giulia	119.177	10.754	108.423	36.799	33.150	3.649
Liguria	619.756	95.798	523.958	248.676	41.068	207.608
Emilia Romagna	3.004.748	2.593.662	411.086	3.349.662	2.995.592	354.070
Toscana	4.370.503	4.682.522	-312.019	5.389.443	5.405.902	-16.459
Umbria	1.182.322	1.035.275	147.047	1.451.474	1.138.840	312.634
Marche	62.310	10.093	52.217	153.183	10.717	142.466
Lazio	7.513.904	6.480.119	1.033.785	4.829.582	2.749.236	2.080.346
<b>Mezzogiorno</b>	<b>958.415</b>	<b>783.169</b>	<b>175.246</b>	<b>533.298</b>	<b>156.974</b>	<b>376.324</b>
Abruzzo	71.284	30.128	41.156	115.748	32.229	83.519
Molise	180.097	345.145	-165.048	17.860	52.933	-35.073
Campania	305.358	43.967	261.391	285.203	22.914	262.289
<b>Puglia</b>	<b>120.067</b>	<b>12.391</b>	<b>107.676</b>	<b>48.895</b>	<b>12.417</b>	<b>36.478</b>
Basilicata	188.778	309.996	-121.218	8.628	2.484	6.144
Calabria	8.969	7.754	1.215	11.351	6.552	4.799
Sardegna	29.320	6.770	22.550	18.322	3.395	14.927
Sicilia	54.542	27.018	27.524	27.291	24.050	3.241
Non Indicata	7.944.259	375.263	7.568.996	9.097.913	5.280.240	3.817.673
<b>Totale Italia</b>	<b>135.116.479</b>	<b>119.107.441</b>	<b>16.009.038</b>	<b>106.482.743</b>	<b>93.267.233</b>	<b>13.215.510</b>

(\*) I dati non comprendono le componenti degli investimenti diretti rappresentate dai crediti commerciali e dalle transazioni del settore bancario.

Fonte: Elaborazioni SVIMEZ su dati Ufficio Italiano Cambi

Nel loro insieme, il contenuto livello di apertura internazionale dell'economia pugliese e la scarsa partecipazione alle dinamiche degli investimenti esteri portano alla luce **un modello di internazionalizzazione regionale relativamente sottosviluppato che non risulta essere ancora in grado di tenere il passo con l'evoluzione del mercato mondiale.**

Come si è già accennato, tali difficoltà si riflettono nel crescente divario tra la Puglia e le regioni italiane in termini di relativa performance rispetto alle principali dimensioni dell'apertura internazionale, così come illustra il grafico seguente.



(\* Italia = base 100.

*Propensione all'esportazione: Rapporto, a prezzi correnti, tra valore delle esportazioni di merci e PIL.*

*Capacità di esportare prodotti a elevata produttività: Quota del valore delle esportazioni dei prodotti ad elevata crescita della domanda mondiale sul totale delle esportazioni.*

*Capacità di attrazione degli investimenti: Quota dei flussi di investimenti diretti esteri in Italia.*

*Grado di apertura dei mercati: Rapporto, a prezzi correnti, tra valore delle importazioni di merci e PIL.*

*Fonte: elaborazioni su dati ISTAT, ICE e SVIMEZ.*

In un contesto di forte accelerazione degli scambi internazionali, i dati relativi al commercio estero della Puglia negli ultimi anni, pur con qualche segnale positivo in termini di tendenza allo sviluppo, mettono in evidenza **una crescente diversificazione nelle relative performance settoriali**: in riferimento alle esportazioni, **crescono e si consolidano le quote dei settori dei beni intermedi e di trasformazione industriale**, i quali contano la presenza di imprese con dimensioni maggiori ed, in diversi casi, di capitali esterni o esteri, mentre **cedono il passo i sistemi produttivi locali concentrati nei comparti tradizionali** che sono ampiamente presenti su tutto il territorio regionale e rappresentati, in larga misura, da imprese di dimensioni minori.

Nello stesso tempo, **l'economia pugliese esprime ancora un numero relativamente ridotto di imprese multinazionali**, ovvero di imprese che hanno messo in atto processi non solo di esportazione, bensì di internazionalizzazione funzionali all'integrazione con partner esteri negli ambiti di specifico interesse (collaborazione industriale, collaborazione commerciale, trasferimento/acquisizione di brevetti e know-how, ecc.).

La relativa debolezza della posizione della Puglia nell'economia internazionale non si spiega soltanto in relazione ai fattori congiunturali di contesto che, per il combinarsi dell'apprezzamento dell'Euro e dei prezzi delle materie prime, hanno portato ad una perdita di competitività dell'offerta regionale a fronte di un sostanziale inasprimento delle condizioni di competizione a livello internazionale, specie nei settori tradizionali. Le principali barriere allo sviluppo dei processi di internazionalizzazione dell'economia regionale appaiono di natura strutturale, tra cui:

- **l'inefficienza dinamica del modello di specializzazione produttiva** che concentra i suoi vantaggi comparati nei settori tradizionali del "*made in Italy*", i quali non solo incontrano tassi di sviluppo della domanda mondiale relativamente più lenti, rispetto ai beni strumentali ed intermedi, ma affrontano una concorrenza sempre più forte ed agguerrita sul fronte delle politiche di prezzo da parte dei Paesi asiatici;
- **la vulnerabilità delle piccole e medie imprese** che tipicamente esprimono una modesta capacità di investimento in programmi adeguati di marketing e promozione internazionale per cui non riescono a presidiare autonomamente le fasi a valle dei processi produttivi (distribuzione e post-vendita) ed, il più delle volte, si affidano ad intermediari commerciali, i quali spesso dettano condizioni di vendita poco vantaggiose per i produttori;
- **l'evoluzione del sistema distributivo a livello internazionale** che, con l'inserimento delle multinazionali specializzate, privilegia in misura crescente strategie a basso costo e di standardizzazione della qualità dell'offerta;
- **la scarsa capacità del sistema economico regionale ad attrarre investimenti**, specie nei settori chiave ad alta intensità di contenuto tecnologico e know-how.

La sfida più rilevante per le imprese pugliesi si conferma, quindi, l'esigenza di **rafforzare e rinnovare i rispettivi fattori di competitività**, orientandosi verso settori più innovativi e/o mercati più dinamici.

In questa logica, ed al fine di **recuperare e mantenere le posizioni di mercato già acquisite e garantire una maggiore capacità di penetrazione e di presidio dei mercati emergenti**, è necessario percorrere un duplice vettore di sviluppo che associ l'innovazione dell'offerta produttiva alla costante ricerca di nuove opportunità di sviluppo ed integrazione sui mercati internazionali.

In tale contesto, la politica di promozione economica regionale può dare un importante contributo, soprattutto in termini di **rilancio dei processi di attrazione degli investimenti diretti esteri qualificati** e di sostegno ai processi **di riposizionamento e diffusione dell'immagine del territorio e dei sistemi produttivi locali nel mondo.**

### 3. OBIETTIVI ED INDIRIZZI STRATEGICI

Come si è già accennato, il Programma di promozione dell'internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali declina gli indirizzi strategici e le priorità di intervento della politica regionale di internazionalizzazione, delineati nel documento strategico del PRINT Puglia 2006-2013, approvato con la deliberazione della Giunta Regionale n. 1750 del 28/11/2006.

#### 3.1 *Gli obiettivi strategici*

Di fronte alle due grandi sfide poste dalla struttura emergente del mercato mondiale, rappresentate dalla crescente concorrenza asiatica e dall'esigenza di un forte rilancio della competitività dei sistemi produttivi e territoriali locali, la strategia promozionale si inserisce nel quadro complessivo degli interventi previsti dalla programmazione regionale, tesi a **favorire il riposizionamento competitivo e la riqualificazione del sistema economico regionale**.

Nello specifico, l'intervento promozionale intende rafforzare il ruolo e la partecipazione dell'Amministrazione regionale rispetto ai processi di promozione delle relazioni economiche internazionali in una logica di sostegno ai processi di sviluppo locale. Allo stesso tempo, incentiva le imprese a percorrere un nuovo modello di sviluppo che metta in stretto collegamento **le proprie attività di ricerca ed innovazione all'evoluzione delle prospettive di sviluppo sui mercati internazionali**, in modo da sottrarsi al persistente rischio di emarginazione nel nuovo contesto di competizione globale.

Sul fronte dell'impegno istituzionale, predisporre strumenti ed interventi di sostegno - promozionali, finanziari, informativi - intesi a **rafforzare la capacità di proiezione dell'immagine del "Sistema Puglia" sui mercati esteri e di inserimento dei sistemi produttivi e territoriali locali nei processi di internazionalizzazione** diventa un obiettivo prioritario per l'Amministrazione regionale che si deve correlare però al consolidamento della capacità degli attori istituzionali e degli operatori economici a livello regionale di coordinarsi per programmare interventi integrati e sostenibili in un'ottica di lungo periodo.

Sul versante delle imprese, invece, al fine di affrontare adeguatamente la sfida della globalizzazione, diventa necessario accrescere la capacità di innovazione, mettendo però le relative scelte di investimento in costante relazione all'identificazione ed alla conoscenza approfondita delle **opportunità e delle condizioni di accesso ai mercati internazionali**.

In questo contesto, la strategia di promozione dell'internazionalizzazione che l'Amministrazione regionale intende perseguire, attraverso il presente programma di intervento, le seguenti direttrici di sviluppo:

1. **portare a sistema le iniziative e gli interventi promozionali** attivi sul territorio regionale attraverso un maggiore e più incisivo raccordo con i principali enti strumentali e territoriali preposti - l'ICE, l'Unioncamere, il sistema fieristico, i numerosi enti locali e così via - tenendo conto anche delle linee di indirizzo per l'attività promozionale nazionale formulate dal Ministero del Commercio Internazionale e delle indicazioni formulate nell'ambito dei tavoli Paese del Ministero degli Affari Esteri, al fine di sostenere un approccio coordinato e coerente nel

comune interesse della positiva proiezione dell'economia regionale sui mercati esteri;

2. **sostenere l'espansione dell'apertura internazionale dell'economia pugliese** attraverso iniziative a favore di una maggiore partecipazione delle imprese alle diverse forme di internazionalizzazione, basate non solo su logiche di tipo commerciale, bensì anche su rapporti di collaborazione, investimento ed integrazione in altri settori di interesse (accordi industriali, tecnologici, distributivi e così via);
3. **rafforzare il sistema di offerta di strumenti** informativi e servizi di sostegno ai processi di internazionalizzazione aziendale, oltre a facilitarne l'accesso;
4. **intensificare la partecipazione delle istituzioni regionali ai processi di partenariato e di cooperazione internazionale e territoriale europea** a favore dei processi di sviluppo economico;
5. **promuovere una maggiore apertura culturale ai processi di internazionalizzazione economica**, sia all'interno delle istituzioni regionali, sia presso gli attori dello sviluppo locale e gli operatori economici, attraverso la realizzazione di azioni di informazione e sensibilizzazione, la creazione di reti di collegamento, servizi e strumenti, finalizzati ad accrescere le conoscenze e competenze specifiche a supporto dei processi di sviluppo internazionale.

### 3.1.1 I risultati attesi

In funzione degli obiettivi ed indirizzi strategici enunciati, il programma di promozione dell'internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali tende ad incidere positivamente sulle seguenti dimensioni di sviluppo internazionale:

- le **performance regionali** in relazione alle variabili di **sviluppo dei processi di internazionalizzazione dell'economia regionale**, con particolare riferimento a:
  - o la capacità esportativa, attraverso una migliore penetrazione delle esportazioni pugliesi nei mercati emergenti ed il recupero delle quote di mercato nei mercati tradizionali di riferimento;
  - o l'apertura internazionale, attraverso lo sviluppo della capacità di importare e sviluppare partnership, specie nei settori più innovativi;
  - o la capacità di attrazione degli investimenti esteri in Puglia e la capacità degli imprenditori pugliesi di collocare investimenti all'estero;
- il **grado di diversificazione geografica** negli scambi commerciali e nei rapporti economici ed istituzionali con l'estero;
- il **grado di diffusione della conoscenza delle opportunità e condizioni di sviluppo** sui principali mercati esteri presso il sistema imprenditoriale regionale;
- i **livelli di accesso agli strumenti** regionali, nazionali e comunitari di sostegno ai processi di internazionalizzazione;
- il **grado di diffusione dell'immagine** del territorio regionale e dei sistemi produttivi locali sui principali mercati esteri;
- la definizione di **accordi di partenariato istituzionale** e di cooperazione economica e territoriale in ambito europeo ed internazionale.

### 3.2 Le priorità geografiche

Di fronte alla collocazione dell'economia regionale nel quadro dei nuovi assetti della geopolitica e produzione mondiale, e tenendo conto sia degli orientamenti espressi dai rappresentanti del partenariato istituzionale ed imprenditoriale regionale, specie in sede di discussione del PRINT Puglia 2006-2013, sia delle *Linee Diretrici dell'Attività Promozionale 2008-2010* del Ministero del Commercio Internazionale e delle indicazioni formulate nell'ambito dei tavoli Paese del Ministero degli Affari Esteri, sono state identificate le priorità geografiche sulle quali insisterà il programma promozionale per il 2008.

Tali priorità si rapportano specificatamente agli obiettivi promozionali da perseguire, anche in considerazione dello stadio di sviluppo dei rapporti istituzionali ed economici bilaterali nelle singole aree geografiche di riferimento e quindi del relativo potenziale di sviluppo e/o di consolidamento. Riflettono, inoltre, la necessità di garantire una linea di continuità strategica rispetto ai "focus" geografici avviati nel 2006-7, relativamente ai mercati-obiettivo considerati più promettenti per lo sviluppo internazionale dell'economia pugliese.

A prescindere dall'evidente interesse per tutte le aree geografiche "target" così individuate per il 2008, si rende opportuno differenziare il relativo livello di priorità assegnato e, di conseguenza, gli obiettivi promozionali specifici da perseguire, così come viene illustrato nella seguente tabella di sintesi.

Tabella 8 <i>Quadro sinottico delle aree geografiche prioritarie per il programma di promozione dell'internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali 2008 e degli obiettivi di promozione da perseguire</i>		
Area Geografica	Grado di priorità	Obiettivi delle iniziative promozionali regionali
Russia	Elevata	<b>Sviluppo e consolidamento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rafforzare e consolidare i rapporti istituzionali</li> <li>- Favorire opportunità di sviluppo e di collaborazione istituzionale ed economica</li> <li>- Favorire una maggiore conoscenza delle opportunità e condizioni di accesso al mercato russo per i principali sistemi produttivi locali</li> <li>- Diffondere l'immagine e la conoscenza del sistema imprenditoriale pugliese</li> </ul>
Nord America (Stati Uniti e Canada)	Elevata	<b>Sviluppo e consolidamento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costruire e rafforzare i rapporti istituzionali</li> <li>- Favorire opportunità di sviluppo e di penetrazione del mercato, anche al di fuori dei principali centri metropolitani di concentrazione economica e commerciale</li> <li>- Favorire una maggiore conoscenza delle opportunità e condizioni di accesso al mercato statunitense per i principali sistemi produttivi locali</li> <li>- Favorire i rapporti di collaborazione istituzionale ed economica</li> <li>- Rafforzare l'immagine e la conoscenza del sistema imprenditoriale pugliese</li> </ul>

Tabella 8

*Quadro sinottico delle aree geografiche prioritarie per il programma di promozione dell'internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali 2008 e degli obiettivi di promozione da perseguire*

Area Geografica	Grado di priorità	Obiettivi delle iniziative promozionali regionali
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'attrazione degli investimenti diretti in Puglia nei settori economici chiave</li> <li>- Rafforzare le opportunità di contatto e di collaborazione economica con le comunità di origini pugliesi residenti nell'area</li> </ul>
Bacino Mediterraneo	Elevata	<p><b>Sviluppo e prospezione:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costruire e consolidare i rapporti istituzionali</li> <li>- Favorire una maggiore conoscenza delle opportunità e condizioni di sviluppo nei vari mercati di riferimento</li> <li>- Favorire opportunità di sviluppo e di collaborazione</li> <li>- Diffondere l'immagine e la conoscenza del sistema imprenditoriale pugliese</li> </ul>
Area dei Balcani	Elevata	<p><b>Sviluppo e prospezione:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costruire e consolidare i rapporti istituzionali</li> <li>- Favorire una maggiore conoscenza delle opportunità e condizioni di sviluppo nei vari mercati di riferimento per i principali sistemi produttivi locali</li> <li>- Favorire opportunità di sviluppo e di collaborazione</li> <li>- Rafforzare l'immagine e la conoscenza del sistema imprenditoriale pugliese</li> </ul>
Australia	Media	<p><b>Sviluppo e consolidamento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rafforzare e consolidare i rapporti istituzionali</li> <li>- Favorire opportunità di sviluppo e di collaborazione istituzionale ed economica</li> <li>- Favorire una maggiore conoscenza delle opportunità e condizioni di accesso al mercato australiano per i principali sistemi produttivi locali</li> <li>- Diffondere l'immagine e la conoscenza del sistema imprenditoriale pugliese</li> </ul>
Centro-Sud America	Media	<p><b>Sviluppo selettivo e prospezione:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costruire i rapporti istituzionali ed economici in alcuni Paesi</li> <li>- Favorire la diffusione dell'immagine e della conoscenza del sistema imprenditoriale pugliese</li> <li>- Favorire una maggiore conoscenza delle opportunità e condizioni di sviluppo nei vari mercati di riferimento per i principali sistemi produttivi locali</li> <li>- Favorire opportunità di sviluppo e di collaborazione istituzionale ed economica</li> <li>- Rafforzare le opportunità di contatto e di collaborazione economica con le comunità di origini pugliesi residenti nell'area</li> </ul>

Tabella 8

*Quadro sinottico delle aree geografiche prioritarie per il programma di promozione dell'internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali 2008 e degli obiettivi di promozione da perseguire*

Area Geografica	Grado di priorità	Obiettivi delle iniziative promozionali regionali
Unione Europea	Media	<p><b>Sviluppo selettivo e consolidamento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rafforzare e consolidare i rapporti istituzionali</li> <li>- Favorire opportunità di sviluppo e di collaborazione istituzionale ed economica</li> <li>- Favorire opportunità di sviluppo, di recupero e di consolidamento delle quote di mercato</li> <li>- Diffondere una maggiore e migliore conoscenza dei vantaggi del "mercato unico" tra il sistema imprenditoriale pugliese</li> <li>- Favorire la promozione dei sistemi produttivi maggiormente vocati ai principali mercati "target" all'interno dell'UE</li> <li>- Rafforzare l'immagine e la conoscenza dei principali sistemi produttivi e territoriali pugliesi nei Paesi "focus"</li> <li>- Favorire opportunità di attrazione degli investimenti diretti in Puglia nei settori economici chiave</li> </ul>
Medio Oriente, Paesi del Golfo	Media	<p><b>Sviluppo selettivo e prospezione:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Favorire la diffusione dell'immagine e della conoscenza del sistema imprenditoriale pugliese</li> <li>- Favorire una maggiore conoscenza delle opportunità e condizioni di sviluppo nei vari mercati dell'area per i principali sistemi produttivi locali</li> <li>- Favorire opportunità di sviluppo e di collaborazione istituzionale ed economica</li> </ul>
Cina	Medio-bassa	<p><b>Sviluppo selettivo e prospezione :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Favorire una maggiore conoscenza delle opportunità e condizioni di sviluppo locale</li> <li>- Favorire la diffusione dell'immagine e della conoscenza del sistema imprenditoriale pugliese</li> <li>- Favorire una maggiore conoscenza delle opportunità e condizioni di sviluppo nel mercato cinese per i principali sistemi produttivi locali</li> <li>- Favorire opportunità di sviluppo e di collaborazione istituzionale ed economica</li> <li>- Favorire opportunità di attrazione degli investimenti diretti in Puglia</li> </ul>
India	Medio-bassa	<p><b>Prospezione e monitoraggio:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Favorire una maggiore conoscenza delle opportunità e condizioni di sviluppo locale</li> <li>- Monitorare opportunità di sviluppo e di collaborazione</li> <li>- Monitorare opportunità di rapporti istituzionali</li> </ul>

### 3.3 La valenza strategica degli interventi

Al fine di perseguire un approccio più incisivo nella promozione economica regionale, sia in relazione alle specificità dei sistemi produttivi locali da valorizzare, sia in riferimento alle priorità geografiche da perseguire, il programma promozionale per il 2008 intende mettere a punto e ottimizzare i due nuovi modelli di intervento in parte sperimentati nell'ultimo biennio:

- il "Progetto Paese";
- il "Progetto Settore".

Tali modelli esemplificano un nuovo approccio strategico alla promozione economico a livello regionale in quanto tendono a mettere a sistema e focalizzare i vari interventi promozionali previsti, riconducendoli verso obiettivi comuni in termini di Paese e/o settore "obiettivo".

#### 3.3.1 Il "Progetto-Paese"

I Progetti Paese attengono ad iniziative promozionali integrate, indirizzate verso aree geografiche considerate prioritarie in cui le opportunità di collaborazione economica risultano ampie, sebbene ancora sostanzialmente poco conosciute e/o sottosviluppate da parte del sistema economico regionale.

La logica dei Progetti Paese s'impenna sull'opportunità di promuovere e sostenere i processi di internazionalizzazione delle imprese pugliesi in relazione a determinate aree geografiche "target" attraverso un insieme di interventi sistematici e sostenuti nel tempo, inteso a:

- **valorizzare la presenza delle istituzioni ed imprese regionali** nelle occasioni di promozione del territorio e di interscambio settoriale;
- **intensificare il contributo dell'Amministrazione regionale agli accordi bilaterali istituzionali ed economici**, finalizzati a creare delle condizioni favorevoli di accesso ai mercati di riferimento per gli operatori economici regionali;
- **diffondere una maggiore conoscenza delle opportunità di sviluppo e delle condizioni di accesso ai mercati "obiettivo"** presso i sistemi produttivi locali;
- **facilitare l'accesso del sistema imprenditoriale regionale alle opportunità di collaborazione economica internazionale**, specie in un'ottica di rafforzamento della competitività di filiera;
- **favorire la promozione dell'immagine del territorio e dei sistemi produttivi locali** nelle aree geografiche di riferimento.

A tal fine, i Progetti Paese si articolano in diversi interventi promozionali da svilupparsi nel corso di una o più annualità, il cui punto cardine diventa l'organizzazione e la realizzazione di **missioni istituzionali economiche** nelle aree geografiche prioritarie individuate, finalizzate prevalentemente alla messa a punto di accordi di cooperazione e di ampie forme di partenariato nei vari settori di interesse istituzionale, economico, industriale e culturale. A queste missioni è prevista anche la partecipazione dei rappresentanti delle categorie socio-economiche, dei sistemi produttivi locali e del sistema della ricerca e

formazione universitaria, interessati ad allacciare rapporti di collaborazione con le rispettive controparti nel Paese prescelto.

In stretto collegamento alle missioni all'estero, si prevede la realizzazione di azioni di informazione e sensibilizzazione a favore degli operatori economici locali in merito alle opportunità e modalità di integrazione con i mercati esteri individuati, specie attraverso la diffusione di informazioni (*Dossier Paese*) e l'organizzazione di Seminari Paese.

Nell'ambito dei Progetti Paese si prevede inoltre, la messa a punto di un calendario di eventi ed iniziative mirate di promozione dei principali sistemi produttivi locali da realizzarsi nel Paese "*target*" di riferimento, anche in collaborazione con altri enti istituzionali e territoriali locali al fine di rafforzare il potenziale impatto in termini di promozione di un'immagine comune del "*Sistema Puglia*", nonché di ottimizzare le risorse destinatevi.

Nel corso dell'ultimo triennio, si è dato l'avvio alla sperimentazione dell'approccio del Progetto Paese a partire dalla realizzazione di missioni esplorative in Russia, negli Stati Uniti ed in alcuni Paesi dell'area balcanica.

Le aree geografiche prioritarie per il 2008 in cui si intende proseguire con la sperimentazione di questo modello di intervento sono:

- **Russia;**
- **Nord America: Stati Uniti e Canada;**
- **Area del Bacino Mediterraneo**, con particolare riferimento al Paese "*focus*", **Turchia ed Egitto;**
- **Area Balcanica**, con particolare riferimento ai Paesi "*focus*", **Albania, Macedonia, Montenegro e Serbia;**
- **Centro-Sud America**, con particolare riferimento al Paese "*focus*", **Argentina;**
- **Australia.**

A questi progetti di intervento mirati, si aggiungeranno anche alcuni "*Progetti Speciali*" indirizzati ad obiettivi specifici di monitoraggio, di sviluppo e/o di consolidamento delle relazioni istituzionali ed economiche al fine di creare un contesto più favorevole e ricettivo all'inserimento dei sistemi produttivi e territoriali locali, in relazione sia ad alcuni mercati "*maturi*", sia ad alcuni mercati "*emergenti*", e nello specifico:

- **Unione Europea**, ovvero "*Vecchia e Nuova Europa*", con particolare riferimento ai Paesi "*focus*", **Bulgaria, Germania e Gran Bretagna;**
- **Paesi del Golfo;**
- **Azerbaijan;**
- **Cina e India**, ovvero "*Cindia*".

### 3.3.2 Il "Progetto Settore"

Perseguendo la stessa logica di "*intervento organico*", i Progetti Settore sono finalizzati a **rafforzare l'immagine e la presenza dei sistemi produttivi locali sui mercati internazionali.**

Tali progetti, in stretto raccordo con le altre iniziative di promozione del territorio regionale e con particolare riferimento alle aree geografiche prioritarie identificate nell'ambito dei "*Progetti Paese*", prevedono la realizzazione di interventi ed iniziative per facilitare

l'accesso alle opportunità di collaborazione internazionale dei sistemi produttivi locali considerati strategici per lo sviluppo locale, soprattutto nel contesto della programmazione integrata.

A tal fine, i Progetti Settore si sviluppano attraverso una serie di azioni promozionali coordinate, anche a valenza pluriennale, tra cui la realizzazione di **azioni di scouting e missioni economiche esplorative, sia in uscita che in ingresso**, rispetto alle aree geografiche prioritarie individuate, finalizzate a verificare le opportunità di collaborazione economica esistenti.

È prevista, inoltre, l'opportunità di realizzare studi di fattibilità connessi con la predisposizione degli accordi di collaborazione da definirsi, così come azioni di sensibilizzazione e di diffusione di informazioni a favore degli operatori economici locali sulle opportunità e modalità di inserimento nei mercati esteri individuati.

Anche nel caso dei Progetti Settore, in via complementare alle missioni economiche, si intende promuovere un approccio sistemico nella definizione e condivisione di un calendario comune di eventi ed iniziative di promozione a favore dei settori produttivi regionali, organizzati dagli enti istituzionali e territoriali locali nelle specifiche aree geografiche di riferimento.

L'approccio del Progetto Settore sarà prioritariamente valorizzato nell'ambito dei Progetti Integrati Territoriali (PIT) e degli accordi di programma tra l'Amministrazione regionale e quella centrale per la promozione economica regionale, nonché delle intese correnti con altri enti regionali e nazionali preposti alla promozione economica.

Nel corso del 2006-7 gli Uffici Unici dei 10 PIT attivi in Puglia hanno ultimato le procedure di progettazione e di approvazione dei Progetti Settori da realizzarsi nel corso del 2007-8. In base allo stato di avanzamento dell'attuazione dei relativi progetti di intervento, i settori prioritari in cui i PIT stanno sperimentando l'approccio del Progetto Settore risultano essere:

- **ICT;**
- **Industria agro-alimentare;**
- **Logistica;**
- **Sistema arredo-mobile imbottito;**
- **Sistema moda (Tessile-abbigliamento-calzaturiero).**

Allo stesso tempo, nella definizione degli interventi delle iniziative promozionali a titolarità regionale, anche nell'ambito dei succitati accordi ed intese istituzionali, particolare attenzione verrà posta anche sulla promozione e la valorizzazione dell'immagine dei seguenti settori di specifico interesse per l'economia regionale:

- **Aerospazio;**
- **Energia rinnovabile;**
- **Materiali lapidei;**
- **Settore Meccanico: comparto meccatronica e comparto macchine e tecnologie per l'edilizia;**
- **Sistema arredo-mobile;**
- **Sistema moda (Tessile-Abbigliamento-Calzaturiero-Accessori-Gioelleria).**

## 4. INTERVENTI PER TIPOLOGIA DI AZIONE

In funzione degli indirizzi strategici sin qui formulati e tenendo conto delle indicazioni fornite sia dagli enti nazionali e territoriali preposti alla promozione internazionale, sia dai rappresentanti delle categorie imprenditoriali regionali, si è proceduto all'identificazione delle iniziative di promozione economica che, a titolarità regionale o con la compartecipazione dell'Amministrazione regionale, si inseriscono nel programma di intervento per il 2008.

In considerazione della molteplicità delle iniziative previste, esse verranno presentate qui di seguito per tipologia di intervento, raggruppate per le seguenti categorie:

1. Interventi nell'ambito della comunicazione;
2. Interventi nell'ambito degli eventi istituzionali;
3. Interventi a sostegno della promozione dei sistemi produttivi locali;
4. Interventi di supporto alla programmazione delle azioni promozionali.

### 4.1 *Interventi nell'ambito della comunicazione*

Nel quadro del programma di promozione economica, la comunicazione costituisce un elemento portante della relativa strategia di intervento in quanto investe trasversalmente tutte le iniziative previste, nell'intento di:

- da un lato, sostenere **la diffusione ed il rafforzamento dell'immagine del territorio pugliese** e dei relativi sistemi produttivi nel mondo;
- dall'altro lato, assicurare il **coinvolgimento e la partecipazione del sistema economico regionale** al programma stesso.

A tal fine, gli interventi nell'ambito della comunicazione devono fornire gli strumenti operativi da adoperarsi, di volta in volta, nell'ambito degli eventi ed iniziative previsti dal programma promozionale, a partire dagli strumenti di comunicazione istituzionale, in una logica di immagine coordinata.

Pertanto, gli interventi specifici di comunicazione devono essere trasformati da semplici strumenti al servizio della promozione dei singoli eventi in un **progetto organico di comunicazione** che, perseguendo gli stessi obiettivi e seguendo le stesse procedure, sia in grado di veicolare opportunamente sul territorio regionale la conoscenza dell'azione promozionale e sui Paesi esteri di riferimento la conoscenza della Puglia e dei suoi sistemi produttivi locali.

#### 4.1.1 **Comunicazione istituzionale**

Nel corso degli ultimi anni, gli interventi attuati nel campo della comunicazione istituzionale per quanto attiene ai programmi di promozione economica dell'Assessorato allo Sviluppo Economico e Innovazione Tecnologica, si sono sviluppati prioritariamente nei seguenti ambiti:

- con riferimento alla creazione di un'immagine coordinata, si è proceduto all'identificazione del logo ("*Obiettivo Mondo*") e della linea grafica coordinata da adottare in tutti gli strumenti ed ausili di comunicazione;
- in relazione alla predisposizione di strumenti e materiali promozionali istituzionali di base da utilizzare in tutti i momenti di promozione, si è proceduto alla realizzazione della brochure istituzionale e del video di promozione istituzionale, oltre alla realizzazione del dépliant di presentazione dei servizi dello SPRINT Puglia.

Nel 2008, si prevede la realizzazione dei seguenti interventi prioritari nell'ambito della comunicazione istituzionale:

- l'aggiornamento ed il **rinnovo dell'attuale immagine coordinata** ("*Obiettivo Mondo*") e, quindi, la predisposizione degli strumenti di comunicazione istituzionale aggiornati e la realizzazione di un programma di comunicazione istituzionale, finalizzata a presentare il programma promozionale regionale per il 2008 sul territorio regionale, in modo da assicurare l'interesse ed il massimo coinvolgimento degli operatori locali. Tale programma comprenderà prevedibilmente, fra l'altro, lo sviluppo di strumenti informativi, la realizzazione di incontri e/o workshop, lo sviluppo di rapporti con gli enti territoriali, la realizzazione di campagne sui media;
- la predisposizione e realizzazione di una specifica **campagna di comunicazione in Germania**, intesa a recuperare e valorizzare l'immagine del "*Sistema Puglia*" sul mercato tedesco ed a diffondere i servizi dei "*desk Puglia*" attivati a valere sul Protocollo di Intesa corrente tra la Regione Puglia e la Camera di Commercio Italiana per la Germania: tale campagna si intensificherà in corrispondenza delle specifiche iniziative di promozione settoriale in Germania programmate per il 2008, sia dall'Assessorato allo Sviluppo Economico e Innovazione Tecnologica (illustrate qui di seguito), sia dagli altri Assessorati regionali preposti alla promozione economica, tra cui si segnalano le iniziative promosse dall'Assessorato alle Risorse Agro-alimentari a favore della valorizzazione delle produzioni tipiche di eccellenze del settore agro-alimentare pugliese in occasione delle seguenti manifestazioni fieristiche:
  - Fruit Logistic, Berlino, 7 – 9 febbraio 2008;
  - Biofach, Norimberga, 21 – 24 febbraio 2008;
  - Prowein, Dusseldorf, 16 – 18 marzo 2008;
- la predisposizione e realizzazione di una **campagna di comunicazione** connessa specificatamente alle iniziative di **attrazione degli investimenti esteri** nei settori economici chiave che la Regione Puglia intende sperimentare in alcuni mercati "*focus*";
- la predisposizione e realizzazione di una **campagna di comunicazione** connessa con la promozione dello Sportello regionale per l'internazionalizzazione delle imprese della Puglia (**SPRINT Puglia**) e dei relativi servizi per le imprese in Puglia (vedasi il successivo par. 4.3.6);
- la partecipazione ad alcuni tra i più significativi **eventi di comunicazione istituzionale** in Italia, di particolare rilievo nazionale ed internazionale, in collaborazione con il Settore Comunicazione Istituzionale della Regione Puglia, al fine di confrontarsi e scambiarsi delle buone prassi ed esperienze di successo relative alle migliori soluzioni, modalità e tecnologie nel campo della comunicazione istituzionale e della promozione economica locale, con specifico riferimento ai seguenti appuntamenti:
  - Euro P.A., Rimini, 9 – 12 aprile 2008;

- Forum P.A., Roma, 12 – 15 maggio 2008;
- COM.PA, Bologna, 4 – 6 novembre 2008.

#### **4.1.2 Comunicazione dei singoli eventi**

Gli interventi di comunicazione a supporto degli specifici eventi promozionali previsti dal presente programma riguardano soprattutto:

- l'eventuale predisposizione di strumenti e materiali promozionali "*ad hoc*", prevedendo quantomeno l'opportuno adattamento degli strumenti istituzionali alla tipologia di evento e/o al mercato di destinazione;
- la predisposizione e realizzazione di interventi di comunicazione "*ad hoc*", intesi soprattutto ad informare gli operatori locali in merito alle iniziative promozionali della Regione Puglia e mantenere elevato l'interesse degli operatori stranieri rispetto all'opportunità di approfondire la conoscenza del territorio pugliese ed i contatti con le istituzioni e gli operatori economici locali.

Tali interventi si renderanno necessari soprattutto in occasione di tutti gli eventi e missioni a carattere istituzionale, mentre nell'ambito di iniziative ed eventi a sostegno della promozione dei sistemi produttivi locali, si valuterà, di volta in volta, le eventuali azioni specifiche di comunicazione da adoperarsi.

In ogni caso, particolare attenzione verrà posta alla diffusione delle notizie relative a tutti gli eventi tramite lo SPRINT Puglia ed i portali internet di servizi informativi ([www.regione.puglia.it](http://www.regione.puglia.it), [www.sistema.puglia.it](http://www.sistema.puglia.it) e [www.europuglia.it](http://www.europuglia.it)), gestiti dall'Amministrazione regionale.

## **4.2 Interventi nell'ambito degli eventi istituzionali**

Gli eventi istituzionali rappresentano un importante **vettore di promozione del profilo e dell'immagine del territorio regionale e delle punte di eccellenza dei relativi sistemi produttivi locali** per cui assumono una particolare valenza strategica nell'ambito del programma promozionale regionale.

Gli eventi inseriti nel programma per il 2008 si suddividono in due tipologie:

- Eventi istituzionali;
- Missioni istituzionali all'estero.

### **4.2.1 Eventi istituzionali e di promozione del "*Sistema Puglia*"**

In linea di principio generale, gli eventi istituzionali tendono a promuovere il sistema economico pugliese in tutte le sue forze, in occasione di manifestazioni commerciali e/o istituzionali di grande rilevanza, programmate a livello nazionale o internazionale.

Questi eventi saranno progettati "*ad hoc*", tipicamente in relazione alla partecipazione istituzionale regionale alle occasioni più significative per la promozione del "*Made in Italy*" in Italia e nel mondo che possano utilmente ospitare e veicolare azioni mirate di

comunicazione e promozione del territorio pugliese e dei principali comparti produttivi regionali.

Per la partecipazione a tali iniziative, si sperimenterà la messa a punto un nuovo format di **promozione del “Sistema Puglia”** che, partendo dalla rappresentazione e valorizzazione dei **punti di forza dei sistemi produttivi e territoriali pugliesi**, coinvolgerà, di volta in volta, l’Assessorato al Mediterraneo e/o gli altri Assessorati regionali preposti alla promozione economica, nonché gli altri enti istituzionali ed operatori economici regionali dei settori di riferimento per ciascuna manifestazione specifica. In tale ambito, particolare attenzione sarà posta, tramite l’intervento dello SPRINT Puglia sulla promozione della partecipazione diretta, ove possibile, delle imprese di eccellenza e del coinvolgimento dei consorzi di imprese, distretti e/o filiere produttivi, in grado di rappresentare e promuovere le eccellenze del “Sistema Puglia”.

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
ItalExpoArabia	Partecipazione fieristica Incontri b-to-b	Multisetoriale	Arabia Saudita (Riyadh)	10 – 15 febbraio	Ambasciata d’Italia a Riyadh
La Dolce Vita Show	Partecipazione fieristica Eventi promozionali settoriali Incontri b-to-b	Multisetoriale	Gran Bretagna (Londra)	13 – 16 marzo	
Mondo Italia	Partecipazione fieristica Eventi promozionali settoriali Incontri b-to-b	Multisetoriale	Germania (Stoccarda)	16 – 20 aprile	Camera di Commercio Italiana per la Germania
Fiera del Levante in Albania	Partecipazione fieristica Eventi promozionali Seminari Incontri b-to-b	Multisetoriale	Albania (Tirana)	maggio	Ente Fiera del Levante
Fiera Mediterre	Partecipazione fieristica Eventi promozionali Seminari Incontri istituzionali	Istituzionale	Italia (Bari)	7 – 11 maggio	Ente Fiera del Levante
Esposizione Internazionale di Saragozza	Evento Istituzionale	Istituzionale	Spagna (Saragozza)	14 giugno – 14 settembre	Ministero degli Affari Esteri
Esposizione “Casa Italia” in occasione delle Olimpiadi di Pechino	Eventi promozionali	Multisetoriale	Cina (Pechino)	agosto	
Fiera del Levante	Evento Istituzionale	Istituzionale	Italia (Bari)	13 – 21 settembre	Ente Fiera del Levante

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
Mostra itinerante "Bari Photocamera"	Evento promozionale Mostra itinerante di presentazione/promozione dell'economia locale	Multisetoriale	Italia (e/o Paesi esteri)	2008	Camera di Commercio di Bari Unioncamere

#### 4.2.2 Missioni Istituzionali all'estero

Le missioni istituzionali economiche sono azioni coordinate dall'Assessorato allo Sviluppo Economico, in stretto raccordo con la Cabina di regia regionale per l'Internazionalizzazione, prevalentemente nell'ambito dei Progetti Paese, che intendono costituire la necessaria premessa di apertura dei sistemi produttivi locali a nuovi mercati esteri, rispetto ai quali si rende opportuno l'intervento della "leva" della presenza istituzionale ai massimi livelli per stabilire nuovi collegamenti e rapporti di collaborazione a sostegno dei processi di internazionalizzazione in campo economico.

In linea generale, gli obiettivi prioritari di una missione istituzionale all'estero con finalità di promozione economica si esplicano su due ordini distinti:

- i. a livello istituzionale, la missione tende, da un lato, a verificare **le opportunità per la definizione di accordi di partenariato istituzionale**, finalizzati a sostenere i rapporti di collaborazione economica bilaterali, e, dall'altro lato, a sostenere la promozione dell'immagine e della conoscenza del territorio regionale in ambito internazionale;
- ii. a livello economico, la missione mira invece a fornire un opportuno **sostegno al sistema imprenditoriale regionale** nei rispettivi sforzi di esplorazione e di penetrazione di nuovi mercati esteri, attraverso una maggiore e migliore accesso alla conoscenza delle relative opportunità di integrazione.

Rispetto a questi obiettivi di ordine generale, ciascuna missione presenterà anche delle finalità specifiche, da ricercarsi nelle effettive opportunità per la promozione e lo sviluppo di rapporti d'affari e/o istituzionali nel mercato estero di interesse, condivisibili dal più ampio numero di operatori economici e istituzionali locali.

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
Progetto Paese: Argentina	Missione istituzionale economica	Istituzionale	Argentina	aprile/maggio	Consiglio Generale Pugliesi nel Mondo
Progetto Paese: Australia	Missione istituzionale economica	Istituzionale	Australia	febbraio	Governo del Sud Australia
Progetto Paese: Bacino Mediterraneo	Missione istituzionale economica	Istituzionale	Turchia	da definire	
			Egitto	da definire	

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
Progetto Paese: Balcani	Missione istituzionale economica	Istituzionale	Macedonia	da definire	
			Montenegro	da definire	
			Serbia	da definire	
Progetto Paese: Russia	Missione istituzionale economica	Istituzionale	Russia	da definire	
Progetto Paese: Nord America	Missione istituzionale economica	Istituzionale	USA (New York e/o Washington D.C.) e/o Canada (Montreal, Toronto e/o Vancouver)	da definire	Consiglio Generale Pugliesi nel Mondo
Progetto Speciale: Azerbaijan	Missione istituzionale economica	Istituzionale	Azerbaijan	da definire	

### **4.3 Interventi a sostegno della promozione dei sistemi produttivi territoriali**

#### **4.3.1 Eventi di promozione settoriale e partecipazione a fiere settoriali**

La partecipazione alle manifestazioni fieristiche rappresenta per le imprese pugliesi uno dei principali strumenti di marketing nei rispettivi programmi di espansione internazionale, in quanto costituisce un'opportunità importante di verifica del grado di ricettività del sistema di offerta aziendale da parte del mercato di riferimento.

Sebbene l'offerta di iniziative fieristiche a livello nazionale ed internazionale risulti molto ampia e diventi sempre più specializzata e diversificata, specie in relazione ai settori merceologici rappresentati, si evidenzia la presenza di alcune manifestazioni in grado di catalizzare maggiormente l'attenzione degli operatori internazionali proprio nei principali comparti produttivi più rappresentati in Puglia.

Al fine di **qualificare la partecipazione delle imprese pugliesi** a questa tipologia di manifestazione, dando **maggiore visibilità** alla loro presenza e promuovendo una **migliore conoscenza del sistema complessivo di offerta regionale**, si ritiene opportuno confermare la partecipazione istituzionale della Regione Puglia ad alcuni degli eventi fieristici settoriali di maggiore rilievo internazionale, **in Italia ed all'estero**, cui è prevista una significativa partecipazione di imprese pugliesi nei settori di riferimento. Oltre all'eventuale partecipazione istituzionale diretta alle manifestazioni fieristiche prescelte, si prevede anche la possibilità di organizzare specifici **eventi di promozione settoriale** da realizzarsi prevalentemente in concomitanza con le fiere prescelte, nonché interventi finalizzati all'organizzazione ed alla promozione di **incontri business-to-business** per gli operatori pugliesi interessati.

Tali iniziative si inseriranno soprattutto nella logica di “**Progetto Settore**” e pertanto si svilupperanno anche nell’ambito degli interventi promozionali a carico dei PIT, sebbene la Regione Puglia assicurerà la necessaria azione di coordinamento delle singole iniziative proposte al fine di promuovere una logica di intervento organico rispetto alla promozione dell’immagine della Puglia e dei settori prioritari, specie in relazione agli stessi Paesi “*focus*”.

Per quanto attiene alle iniziative a titolarità regionale, gli interventi di promozione settoriale si attiveranno anche nell’ambito delle intese operative in attuazione degli accordi di programma correnti con il Ministero del Commercio Internazionale.

Per ciascuno dei settori produttivi di riferimento, verrà messa a punto **uno specifico “format” di promozione settoriale** che verrà riproposto nell’ambito delle varie manifestazioni fieristiche e/o eventi settoriali cui assicurerà la partecipazione la Regione Puglia in affiancamento ed a sostegno delle imprese interessate.

Anche in questo ambito, tramite l’intervento dello SPRINT Puglia, particolare attenzione sarà posta sulla promozione della partecipazione e del coinvolgimento delle imprese e dei loro consorzi, dei distretti e/o filiere produttivi pugliesi, in grado di rappresentare al meglio le eccellenze dei rispettivi settori produttivi alle iniziative fieristiche e/o settoriali in calendario.

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
<i>Settore Agro-industria</i>					
Euro & Med Food	Partecipazione fieristica Eventi settoriali Incontri b-to-b	Agro-industria	Italia (Foggia)	27 – 30 marzo	Camera di Commercio di Foggia Unioncamere Ente Fiera di Foggia PIT 1, 2, 4, 5, 8
<i>Settore aerospazio</i>					
ILA, Berlin Air Show	Partecipazione fieristica Eventi settoriali	Aerospazio	Germania (Berlino)	27 maggio – 1 giugno	Camera di Commercio Italiana per la Germania
International Air Show	Partecipazione fieristica Eventi settoriali	Aerospazio	Gran Bretagna (Farnborough)	14 – 20 luglio	Regione Campania
Airtech – International Aerospace Supply Fair	Partecipazione fieristica Eventi settoriali	Aerospazio	Germania (Francoforte)	11 – 14 novembre	Camera di Commercio Italiana per la Germania
<i>Settore energia rinnovabile</i>					
Energy	Partecipazione fieristica Eventi settoriali Seminari tematici	Energie rinnovabili	Germania (Hannover)	21 – 25 aprile	Camera di Commercio Italiana per la Germania

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
Energia Mediterre	Partecipazione fieristica Eventi settoriali Seminari tematici	Energie rinnovabili	Italia (Foggia)	23 – 26 ottobre	Ente Fiera di Foggia
<b>Settore Materiali Lapidai</b>					
Mosbuild	Partecipazione fieristica Eventi settoriali Incontri b-to-b	Materiali lapidei Macchine e tecnologie per l'edilizia	Russia (Mosca)	1 – 4 aprile	
AIA 2008 National Convention and Design Exposition	Eventi settoriali Seminari tematici	Materiali Lapidai	USA (Boston)	15 – 17 maggio	ICE, Regione Toscana, Regione Liguria, Regione Sicilia, Regione Lazio, Regione Sardegna
Marmomacc	Partecipazione fieristica Eventi settoriali Seminari tematici	Materiali Lapidai	Italia (Verona)	2 – 5 ottobre	Ente Fiera di Verona
Stonexpo	Partecipazione fieristica Eventi settoriali Seminari tematici Incontri b-to-b	Materiali Lapidai	USA (Las Vegas)	16 – 18 ottobre	Ente Fiera di Verona
The Big 5	Partecipazione fieristica Eventi settoriali Incontri b-to-b	Materiali lapidei Macchine e tecnologie per l'edilizia Tecnologie per l'Ambiente	E.A.U. (Dubai)	23 – 27 novembre	
Mostra itinerante "Pietre di Puglia: territori, materiali, architetture"	Eventi settoriali Seminari tematici	Materiali lapidei	Italia Vari Paesi esteri	Da definire	
<b>Settore meccanico: comparto macchine e tecnologie per l'edilizia</b>					
Samoter	Partecipazione fieristica Eventi settoriali	Macchine e tecnologie per l'edilizia	Italia (Verona)	5 – 9 marzo	Ente Fiera di Verona
Samoter Tour	Eventi settoriali Incontri b-to-b	Macchine e tecnologie per l'edilizia	Turchia	Da definire	Ente Fiera di Verona
Mosbuild	Partecipazione fieristica Eventi settoriali Incontri b-to-b	Materiali lapidei Macchine e tecnologie per l'edilizia	Russia (Mosca)	1 – 4 aprile	

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
Edil Levante Costruire	Partecipazione fieristica Eventi settoriali Incontri b-to-b	Macchine e tecnologie per l'edilizia	Italia (Bari)	17 – 20 aprile	Ente Fiera del Levante
The Big 5	Partecipazione fieristica Eventi settoriali Incontri b-to-b	Materiali lapidei Macchine e tecnologie per l'edilizia Tecnologie per l'Ambiente	E.A.U. (Dubai)	23 – 27 novembre	
<i>Settore meccanico: comparto mecatronica</i>					
Z 2008 - Die Zuliefermesse <i>Salone della subfornitura</i>	Partecipazione fieristica Eventi settoriali Incontri b-to-b	Componenti mecatronica, attrezzature elettriche ed elettroniche	Germania (Lipsia)	26 – 29 febbraio	Camera di Commercio Italiana per la Germania
<i>Sistema arredo-mobile</i>					
High Point Market	Eventi settoriali Seminari tematici Incontri b-to-b	Mobile-arredo	USA (Highpoint, NC)	22 – 26 ottobre	
Mebel	Eventi settoriali Incontri b-to-b	Mobile-arredo	Russia (Mosca)	24 – 28 novembre	Unioncamere PIT 4
<i>Sistema moda</i>					
C.P.D. – Collection Première Dusseldorf	Eventi settoriali Incontri b-to-b	Abbigliamento	Germania (Dusseldorf)	10 – 12 febbraio	Unioncamere Camera di Commercio Italiana per la Germania
WSA Show	Eventi settoriali	Calzature	USA (Las Vegas)	28 – 30 luglio	PIT 9
C.P.M. - Collection Première Moscow	Eventi settoriali Incontri b-to-b	Abbigliamento	Russia (Mosca)	9 – 12 settembre	Unioncamere PIT 2, 5, 9

#### 4.3.2 Azioni di scouting e indagini di mercato

Le azioni di scouting si sviluppano attraverso delle indagini esplorative volte ad **individuare opportunità specifiche di collaborazione istituzionale e di inserimento dei sistemi produttivi locali** all'interno sia dei mercati tradizionali sia di quelli emergenti, al fine di individuare potenziali controparti istituzionali e potenziali partner d'affari, oltre ai settori produttivi regionali da valorizzare o rilanciare in determinate aree geografiche.

Nel quadro del programma promozionale regionale, tali azioni saranno particolarmente presenti nell'ambito dei Progetti Paese al fine di fornire indicazioni utili in relazione agli scenari che si stanno delineando per i principali settori di interesse istituzionale ed

economico e si svilupperanno in via propedeutica alla realizzazione delle missioni istituzionali economiche.

Verranno effettuate inoltre, delle azioni di scouting ed indagini mirate per alcuni comparti produttivi specifici al fine di delineare il potenziale sviluppo e le principali tendenze della domanda e della distribuzione di alcuni mercati esteri “target”, anche nell’ambito degli accordi di programma settoriali e/o regionali sottoscritti con il Ministero del Commercio Internazionale in materia di internazionalizzazione. Tali azioni risulteranno particolarmente importanti per l’organizzazione degli eventi di promozione settoriale e l’organizzazione di sessioni di incontri business-to-business per gli operatori pugliesi coinvolti nell’ambito delle varie manifestazioni fieristiche ed eventi settoriali.

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
Progetto Paese: Argentina	Azioni di scouting	Istituzionale Multisetoriale	Argentina	gennaio-aprile	Consiglio Generale Pugliesi nel Mondo
Progetto Paese: Bacino Mediterraneo	Azioni di scouting	Istituzionale Multisetoriale	Turchia, Egitto	da definire	
Progetto Paese: Balcani	Azioni di scouting	Istituzionale Multisetoriale	Macedonia, Montenegro, Serbia	da definire	
Progetto Paese: Russia	Azioni di scouting	Istituzionale Multisetoriale	Russia	da definire	
Progetto Paese: Nord America	Azioni di scouting	Istituzionale Multisetoriale	USA e Canada	da definire	Consiglio Generale Pugliesi nel Mondo
Progetto Settore: Aerospazio	Azioni di scouting	Aerospazio	Germania	gennaio–novembre	Camera di Commercio Italiana per la Germania
Progetto Settore: Energie rinnovabili	Azioni di scouting	Energie rinnovabili	Germania	gennaio–marzo	Camera di Commercio Italiana per la Germania
Progetto Settore: Materiali Lapidei	Studi ed indagini	Materiali lapidei	Russia, USA, E.A.U.	gennaio-ottobre	
Progetto Settore: Meccanico - comparto macchine e tecnologie per l'edilizia	Studi ed indagini	Macchine e tecnologie per l'edilizia	Russia, Turchia, E.A.U.	gennaio-ottobre	Ente Fiera di Verona
Progetto Settore: Meccanico – comparto mecatronica	Azioni di scouting	Meccatronica	Germania	gennaio	Camera di Commercio Italiana per la Germania
Progetto Settore: Sistema Arredo-mobile	Studi ed indagini	Arredo-Mobile	Russia	da definire	ICE
	Azioni di scouting	Arredo-Mobile	USA	gennaio-settembre	

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
Progetto Settore: Sistema moda	Studi ed indagini	Moda	Russia, USA, Europa Centro Orientale	da definire	ICE
	Azioni di scouting	Moda	Germania	gennaio-febbraio	Camera di Commercio Italiana per la Germania
Progetto Speciale: Vecchia e Nuova Europa	Azioni di scouting	Multisetoriale	Germania	gennaio-dicembre	Camera di Commercio Italiana per la Germania
		Multisetoriale	Gran Bretagna	gennaio-dicembre	
		Multisetoriale	Bulgaria	gennaio-dicembre	
Progetto Speciale: Paesi del Golfo	Azioni di scouting	Multisetoriale	Arabia Saudita E.A.U.	gennaio-dicembre	
Progetto Speciale: Azerbaijan	Azioni di scouting	Multisetoriale	Azerbaijan	gennaio-dicembre	
Progetto Speciale: Cindia	Azioni di scouting	Multisetoriale	Cina India	gennaio-dicembre	

#### 4.3.3 Seminari, Workshop e azioni di sensibilizzazione degli operatori locali

I seminari, i workshop e le azioni di sensibilizzazione degli operatori locali si configurano quali **momenti importanti di diffusione e condivisione di informazioni, conoscenze e know-how in relazione alle opportunità di internazionalizzazione**, nonché di confronto di esperienze dirette in merito alle problematiche specifiche connesse con l'accesso ai mercati esteri per i settori economici regionali interessati.

In quest'ottica, al fine di fornire agli operatori economici pugliesi una visione più ampia delle opportunità di sviluppo nelle aree geografiche prioritarie, si organizzeranno in Puglia alcuni **Seminari Paese** dedicati prevalentemente alla diffusione di informazioni dei risultati delle azioni di scouting e delle indagini effettuate nell'ambito del programma.

Inoltre, nel corso dell'anno e con particolare riferimento ai progetti di promozione settoriale, si organizzeranno alcuni workshop tecnici finalizzati ad affrontare, con taglio operativo e informativo, tematiche di specifico interesse emerse in relazione alle condizioni di collaborazione in determinate aree mercato e/o ai processi di internazionalizzazione.

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
Progetto Paese: Argentina	Seminario Paese	Multisetoriale	Argentina	febbraio/ marzo	
Progetto Paese: Australia	Workshop	Multisetoriale	Australia	da definire	

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
Progetto Paese: Bacino Mediterraneo	Seminario Paese	Multisetoriale	Turchia, Egitto	da definire	
Progetto Paese: Balcani	Seminario Paese	Multisetoriale	Macedonia, Montenegro, Serbia	da definire	
	Convegno	Trasporti ed infrastrutture	Paesi del Corridoio VIII	da definire	
	Seminario	Energia	Albania	da definire	
	Convegno	Sistemi energetici	Vari	da definire	
Progetto Paese: Russia	Seminario Paese	Multisetoriale	Russia	da definire	
Progetto Paese: Nord America	Seminario Paese	Multisetoriale	USA	da definire	
	Seminario Paese	Multisetoriale	Canada	da definire	
Progetto Settore: Sistema Arredo-mobile	Workshop	Arredo-Mobile	Russia	da definire	ICE
	Workshop	Arredo-Mobile	Germania	da definire	Camera di Commercio Italiana per la Germania
Progetto Settore: Sistema moda	Workshop	Moda	Russia, USA, Europa Centro Orientale	da definire	ICE
	Workshop	Moda	Germania	da definire	Camera di Commercio Italiana per la Germania
Progetto Speciale: Vecchia e Nuova Europa	Workshop	Settori vari	Germania	da definire	Camera di Commercio Italiana per la Germania
	Workshop	Settori vari	Gran Bretagna	da definire	
	Workshop	Settori vari	Bulgaria	da definire	
Progetto Speciale: Paesi del Golfo	Workshop	Settori vari	Arabia Saudita E.A.U.	da definire	
Progetto Speciale: Azerbaijan	Seminario Paese	Multisetoriale	Azerbaijan	da definire	
Progetto Speciale: <i>Cindia</i>	Workshop	Settori vai	Cina India	da definire	
Convegno internazionale sulla Logistica	Seminario Settore	Logistica	Vari	da definire	

#### 4.3.4 Missioni e sensibilizzazione di operatori esteri (incoming)

Le missioni di operatori esteri verso la Puglia costituiscono occasioni importanti per **far conoscere “da vicino” i punti di forza del territorio regionale e dei sistemi produttivi locali** al fine di diffondere e rafforzare la loro immagine all'estero.

Tali missioni verranno organizzate in raccordo con le altre iniziative promozionali previste, con particolare riferimento alle azioni di promozione settoriale programmate in relazione alle aree geografiche prioritarie di interesse.

Nel corso del 2006-7 potranno determinarsi, inoltre, delle opportuni di accoglienza di missioni istituzionali dall'estero, soprattutto a seguito delle missioni istituzionali all'estero nell'ambito dei Progetti Paese.

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
Progetto Speciale: Azerbaijan	Missione incoming	Istituzionale	Azerbaijan	da definire	
Progetto Settore: Sistema moda	Missione incoming	Moda	Russia, USA, Europa Centro Orientale	da definire	ICE PIT 2, 5, 9
Progetto Settore: Sistema Arredo-mobile	Missione incoming	Mobile imbottito	Russia	da definire	ICE PIT 4
Progetto Settore: Materiali lapidei	Missione incoming	Lapidei	Russia USA E.A.U.	da definire	
Workshop/meeting riservato ad imprenditori di origine pugliese	Workshop/ Missione incoming	Multisetoriale	Argentina Australia Canada USA	da definire	Consiglio Generale Pugliesi nel Mondo

#### 4.3.5 Sviluppo delle competenze

La difficoltà di accesso alle competenze tecniche e conoscenze specifiche richieste per presidiare le funzioni aziendali connesse con il monitoraggio, l'identificazione ed il perseguimento delle opportunità di internazionalizzazione costituisce una delle principali barriere all'apertura internazionale delle imprese regionali, specie di dimensioni minori.

Per questo ordine di motivi, si è inteso introdurre nel programma di promozione dell'internazionalizzazione delle iniziative specifiche indirizzate allo **sviluppo delle competenze professionali all'interno delle imprese locali** soprattutto nei settori quali la gestione dei processi di esportazioni e la pianificazione dei percorsi di internazionalizzazione.

Tali iniziative di formazione manageriale e/o di affiancamento alle imprese verranno realizzate nell'ambito di specifici accordi di programma settoriali e/o regionali sottoscritti con il Ministero del Commercio Internazionale, di sostegno alla promozione dell'internazionalizzazione delle imprese regionali.

Iniziativa	Tipologia di intervento	Settore	Paese	Periodo	Enti coinvolti
Progetto Settore: Sistema moda	Sviluppo competenze	Mobile imbottito	Vari	gennaio-giugno	ICE
Progetto Settore: Sistema Arredo-mobile	Sviluppo competenze	Moda	Vari	gennaio-giugno	ICE

#### 4.3.6 Servizi alle imprese

Nell'ambito della programmazione regionale, oltre a fornire ai sistemi produttivi locali la possibilità di beneficiare direttamente o indirettamente dalle iniziative di promozione economica, è contemplata anche l'opportunità di **facilitare l'accesso delle imprese regionali, specie di piccole e medie dimensioni, a strumenti informativi e servizi specializzati a sostegno dei processi aziendali di internazionalizzazione.**

In questo ambito, l'Assessorato allo Sviluppo Economico e Innovazione Tecnologica si sta adoperando per rafforzare le funzioni del **portale di servizi informativi integrati per le imprese, "www.sistema.puglia.it"**, al fine di fornire informazioni qualificate al sistema imprenditoriale regionale, anche in relazione alle dinamiche di innovazione e sviluppo internazionale.

Tale azione proseguirà nel 2008, anche attraverso l'ulteriore potenziamento dei servizi informativi specializzati sul portale, con particolare riferimento a:

- la disponibilità di incentivi e strumenti promozionali, finanziari e assicurativi, a livello regionale e nazionale;
- la promozione e la diffusione del calendario di incontri, eventi e workshop tematici programmati sul territorio regionale ed internazionale.

Inoltre, nell'ambito degli interventi regionali a favore della diffusione dei servizi alle imprese, l'Assessorato ha proceduto nel corso del 2006-7 al rilancio ed al rafforzamento delle attività dello **Sportello regionale per l'internazionalizzazione delle imprese della Puglia (SPRINT Puglia).**

Lo SPRINT Puglia, in base alla relativa intesa sottoscritta tra il Ministero del Commercio Internazionale (ex-Ministero delle Attività Produttive) e la Regione Puglia ed in linea con quanto previsto dalla Delibera CIPE n. 91 del 4 agosto 2000, persegue i seguenti obiettivi specifici:

- agevolare l'accesso degli operatori economici ai servizi promozionali, assicurativi e finanziari e agli strumenti internazionali, comunitari, nazionali e regionali disponibili, mediante una maggiore diffusione degli stessi sul territorio;
- fornire supporto per lo sviluppo di progetti di promozione dell'export e di internazionalizzazione, con particolare riguardo alle PMI, assicurando il coordinamento tra programmazione nazionale e regionale;
- prestare azione di supporto tecnico e di affiancamento alla Regione Puglia per la programmazione e l'attuazione degli interventi regionali finalizzati al sostegno dei percorsi di internazionalizzazione dei sistemi produttivi e territoriali locali.

A tal fine, così come sottoscritto nel relativo protocollo operativo per la costituzione dello SPRINT Puglia, il Ministero del Commercio Internazionale si impegna a garantire:

- il raccordo tra gli strumenti regionali e nazionali di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese;
- il corretto svolgimento delle attività svolte presso lo Sportello dagli Enti sottoposti a sua vigilanza.

Dal canto suo, la Regione Puglia, per il tramite dell'Assessorato allo Sviluppo Economico e Innovazione Tecnologica, competente in materia, garantisce il funzionamento e la direzione dello Sportello, impegnandosi ad assicurare:

- il raccordo istituzionale tra le attività dello Sportello e quelle realizzate a livello regionale e locale, direttamente o tramite altre strutture, che rientrino nel campo dell'internazionalizzazione o siano a queste collegate;
- l'erogazione dei servizi informativi, promozionali e di assistenza alle imprese, fatte salve le specifiche competenze di ciascun Ente.

Attualmente lo SPRINT Puglia garantisce l'erogazione dei servizi alle imprese attraverso lo sportello centrale, ubicato presso il padiglione della Regione Puglia all'interno del complesso fieristico della Fiera del Levante a Bari, cui si affiancherà, nel corso del 2008, una rete di sportelli provinciali al fine di assicurare una presenza capillare sul territorio regionale.

In questo ambito, la Regione Puglia propone di mettere a punto l'organizzazione e le funzioni dello SPRINT Puglia, oltre a prevedere, nel corso del 2008, la definizione e la realizzazione di una specifica **campagna di comunicazione** finalizzata alla maggiore diffusione dei relativi servizi presso le imprese pugliesi, tenendo conto dell'opportunità di assicurare l'opportuno raccordo con i servizi informativi gestiti dal portale ([www.sistema.puglia.it](http://www.sistema.puglia.it)).

Ai fini dell'implementazione del presente programma di promozione dell'internazionalizzazione, lo SPRINT Puglia si attiverà, inoltre, per:

- facilitare ed incrementare l'accesso delle imprese locali ai servizi promozionali, assicurativi e finanziari ed agli strumenti di intervento internazionali, comunitari, nazionali e regionali a disposizione del sistema economico-produttivo;
- rafforzare la diffusione di informazioni sulle opportunità di sviluppo e di collaborazione sui mercati esteri "obiettivo", nonché sulle relative problematiche di accesso, attraverso la collaborazione diretta nell'organizzazione e nella promozione degli eventi, seminari e workshop tematici programmati;
- fornire un supporto tecnico-operativo per promuovere ed organizzare la partecipazione delle P.M.I. e dei loro consorzi, dei rappresentanti delle filiere dei distretti produttivi locali, agli eventi promozionali in calendario, con particolare riferimento agli eventi di promozione settoriale all'estero ed alle missioni incoming;
- rafforzare e potenziare il raccordo tra l'Amministrazione regionale ed il partenariato istituzionale e socio-economico regionale, con particolare riferimento alle Associazioni datoriali e di categoria ed agli operatori economici ed istituzionali locali, soprattutto al fine di condividere gli obiettivi e le modalità di intervento proposti dal programma e, quindi, di assicurare una più ampia diffusione delle iniziative promozionali sul territorio, nonché di confrontarsi utilmente e frequentemente in riferimento al monitoraggio dei risultati ottenuti.

#### **4.3.7 Attrazione degli investimenti esteri**

L'approccio strategico promosso dal programma di promozione economica regionale intende contribuire alla **diffusione della conoscenza del sistema regionale, sia territoriale, sia settoriale e di filiera, sui principali mercati internazionali**, anche al fine di attrarre investimenti esteri in Puglia.

In tale contesto, si ritiene opportuno **perseguire una politica selettiva di attrazione degli investimenti esteri** che intende focalizzare le opportunità presenti nei settori strategie di

sviluppo dell'economia internazionale, con particolare riferimento ai settori ad elevato contenuto di innovazione e know-how (ad esempio, ICT, Meccanica-Aerospazio-Automotive, Biotecnologie, Logistica), con buona potenzialità di integrazione con il tessuto economico regionale, anche in un'ottica di sostenibilità ambientale.

Gli interventi finalizzati all'attrazione degli investimenti, nel 2008, saranno incentrati prevalentemente sulle seguenti attività:

- la messa a punto di un **modello di marketing territoriale regionale**, finalizzato alla promozione delle opportunità localizzative in Puglia, da **attivare in via sperimentale nel Paese "obiettivo" degli Stati Uniti d'America**, prioritariamente attraverso la realizzazione di un calendario di "**Regional Presentations**", ovvero seminari di presentazione della regione Puglia in alcuni dei più importanti centri economici del Paese con particolare riferimento ai settori chiave di maggiore interesse;
- la definizione di un **piano di comunicazione dei fattori di attrattività del sistema economico regionale** che preveda la predisposizione di strumenti ed iniziative promozionali indirizzati al mercato internazionale degli investimenti diretti esteri, quali, ad esempio, l'integrazione e la valorizzazione dei servizi informativi del portale regionale "www.sistema.puglia.it", la partecipazione e/o la realizzazione di workshop ed eventi, lo sviluppo dei rapporti con gli organismi internazionali, la realizzazione di campagne sui media;
- l'attivazione di un **servizio di prima assistenza indirizzato ai potenziali investitori e di accoglienza di delegazioni in entrata**.

Tali interventi potranno essere attivati anche in collaborazione con l'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa (ex-Sviluppo Italia), previa la definizione di uno specifico protocollo d'intesa, al fine di coordinarsi con le iniziative istituzionali di promozione ed attrazione degli investimenti diretti dall'estero verso l'Italia e le singole regioni italiane.

#### **4.3.8 Attivazione di desk all'estero**

I desk all'estero in rappresentanza delle funzioni di promozione economica delle amministrazioni regionali evidenziano già un certo grado di diffusione a livello internazionale. Tali desk svolgono tendenzialmente funzioni prettamente operative, in raccordo con le reti istituzionali italiane già rappresentate all'estero (Ambasciate italiane, ICE, Camere di Commercio all'estero, e così via), al fine di costituire **un punto di contatto e di riferimento per gli operatori istituzionali ed economici regionali** che intendono intraprendere e consolidare le proprie relazioni nei mercati esteri di riferimento.

Nel corso del 2007, in funzione del Protocollo di Intesa sottoscritto tra la Regione Puglia e la Camere di Commercio Italiana per la Germania (CCIG), si è attivata la prima esperienza di "Desk Puglia" all'estero, con l'istituzione di 3 desk presso le diverse sedi della CCIG in Germania, ovvero: Francoforte (sede centrale della CCIG), Berlino e Lipsia.

Nell'ambito del programma promozionale 2008, la Regione Puglia, Assessorato allo Sviluppo Economico e Innovazione Tecnologica, propone l'attivazione dei seguenti desk:

- **"desk Puglia" per la Bulgaria**, da attivarsi a Sofia, in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia a Sofia;

- **“desk Puglia” per la Gran Bretagna**, da realizzarsi prevedibilmente a Londra, anche al fine di coordinare le iniziative di promozione economica indirizzate a rilanciare le esportazioni pugliesi verso il mercato britannico;
- **“desk Puglia” per l’Australia**, da realizzarsi prevedibilmente ad Adelaide, anche al fine di portare avanti le iniziative di collaborazione istituzionale ed economica avviate e da avviarsi nell’ambito del Protocollo d’Intesa<sup>17</sup> sottoscritto in data 11 maggio 2007 tra la Regione Puglia ed il Governo del Sud Australia.

Inoltre, nell’ambito delle missioni istituzionali all’estero in programma, si prevede l’attivazione, di volta in volta, di segreterie organizzative temporanee *“in loco”* che forniranno un punto di contatto per tutti i partecipanti alla missione. In funzione dei risultati ottenuti e delle esigenze di rappresentanza che potranno determinarsi nel corso del programma, le attività di alcune segreterie organizzative potrebbero essere prolungate nella logica di attivazione di desk regionali all’estero, specie nell’ambito dei Progetti Paese.

In ogni caso, l’istituzione di “desk” o “antenne” regionali nelle aree geografiche prioritarie per le azioni promozionali regionali sarà contemplata solo previa la definizione di intese funzionali all’integrazione organizzativa, operativa e finanziaria con i soggetti rappresentativi delle istituzioni italiane già attivi nei Paesi interessati.

#### **4.4 Assistenza tecnica alla programmazione delle azioni promozionali**

Al fine di assicurare la corretta impostazione ed implementazione del programma di promozione economica a titolarità regionale si rende opportuno prevedere alcuni interventi di supporto tecnico alle funzioni di gestione del relativo ciclo di programmazione e monitoraggio.

Gli interventi di assistenza tecnica previsti in questo ambito saranno volti prevalentemente a:

- **impostare e realizzazione delle azioni di monitoraggio** dello stato di avanzamento delle iniziative promozionali in corso e di gestione dei dati sui risultati ottenuti, anche al fine di identificare tempestivamente eventuali esigenze di interventi correttivi e di rimodulazione degli obiettivi e tipologie di iniziativa previsti dal programma annuale;
- **rafforzare il sistema di raccordo tra l’Amministrazione regionale e gli operatori istituzionali ed economici nazionali e regionali**, sia nell’intento di garantire la più ampia diffusione e condivisione dei contenuti del programma promozionale sul territorio, sia al fine di acquisire indicazioni utili all’identificazione degli obiettivi e delle iniziative da inserire nella futura programmazione;
- **garantire il monitoraggio e l’aggiornamento del quadro informativo di riferimento** al fine di individuare i settori/mercati in cui intervenire e le tipologie di intervento promozionale da predisporre, anche in sinergia con altri attori istituzionali territoriali e/o nazionali, nell’ambito della formulazione della programmazione per la successiva annualità.

---

<sup>17</sup> Lo schema di Protocollo di Intesa tra la Regione Puglia ed il Governo dello Stato del Sud Australia è stato approvato con la deliberazione della Giunta Regionale n. 533 del 07/05/2007.

Tali interventi di supporto tecnico all'Assessorato allo Sviluppo Economico e Innovazione Tecnologica, saranno attivati nell'ambito del Piano di attività annuale concordato tra il Ministero del Commercio Internazionale (ex-Ministero delle Attività Produttive) e la Regione Puglia, a valere prevalentemente sulle risorse del Progetto Operativo, *"Italia Internazionale: sei regioni per cinque continenti"*, II° Stralcio – Misura 1.2 – PON ATAS 2000-2006, a titolarità MCI, finalizzato all'assistenza tecnica alle Regioni dell'Obiettivo 1 per azioni di internazionalizzazione a carattere *"produttivo-commerciale"* e quindi di internazionalizzazione delle imprese e dei sistemi produttivi locali.

In questo ambito, il MCI ha istituito una Task Force per l'Internazionalizzazione (TFI) che coordina gli interventi a livello locale. Inoltre, al fine di fornire assistenza continuativa all'Amministrazione regionale nell'espletamento delle funzioni legate alla programmazione ed al governo dei processi di internazionalizzazione dell'economia locale, specie in relazione al relativo impiego dei fondi strutturali (POR Puglia 2000-2006), il MCI ha costituito nell'ottobre 2003 il Presidio Puglia di Assistenza Tecnica per l'Internazionalizzazione (TFI-Presidio Puglia). In base quindi agli orientamenti condivisi tra i responsabili della TFI ed i referenti regionali, gli esperti della TFI-Presidio Puglia realizzeranno le suddette attività di assistenza tecnica, intese ad affiancare e sostenere le strutture interne dell'Amministrazione regionale nelle rispettive funzioni di programmazione, di implementazione e di monitoraggio delle azioni di promozione dell'internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali.

Nel corso del 2008, tale attività di assistenza tecnica si svilupperà in piena sinergia con l'Assessorato allo Sviluppo Economico e Innovazione Tecnologica, specie in relazione ai relativi fabbisogni di coordinamento e rafforzamento delle funzioni dello SPRINT Puglia, quale attore designato dall'Amministrazione regionale ad implementare le funzioni di raccordo con gli operatori locali in materia di identificazione e monitoraggio dell'andamento delle esigenze e promozione degli strumenti ed interventi nel campo dell'internazionalizzazione d'impresa.

# **ALLEGATO 1**

*Schema di sintesi dei progetti di Intervento del Programma 2008*

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
1.	Programma di comunicazione	Campagna comunicazione istituzionale		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposizione e realizzazione campagna di comunicazione istituzionale</li> <li>- Aggiornamento strumenti di comunicazione istituzionale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informare il territorio sulle iniziative programmate ed assicurare l'interesse ed il massimo coinvolgimento degli operatori locali</li> </ul>
		Comunicazione eventi		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposizione e realizzazione campagna di comunicazione "ad hoc" di supporto alla partecipazione ai singoli eventi promozionali</li> <li>- Predisposizione iniziative e strumenti di comunicazione di supporto alle azioni dei Progetti Paese/Progetti Settore</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aggiornare il territorio sulle singole iniziative programmate ed informare sui risultati ottenuti</li> <li>- Pubblicizzare le iniziative programmate nei mercati esteri di riferimento e stimolare l'interesse degli interlocutori privilegiati in funzione della tipologia di iniziativa</li> </ul>
		Campagna di comunicazione SPRINT Puglia		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposizione e realizzazione campagna di comunicazione SPRINT Puglia</li> <li>- Predisposizione strumenti di comunicazione specifici di supporto alla promozione sul territorio dello SPRINT Puglia</li> <li>- Organizzazione e realizzazione calendario seminari ed eventi promozionali, anche in collaborazione con i partner dello SPRINT Puglia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diffondere la conoscenza delle attività dello SPRINT Puglia</li> <li>- Stimolare un maggiore utilizzo dei servizi dello SPRINT Puglia</li> </ul>
		Campagna di comunicazione "Sistema Puglia" in Germania	Camera di Commercio Italiana per la Germania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposizione e realizzazione campagna di comunicazione finalizzata a recuperare e valorizzare l'immagine del "Sistema Puglia" e dei punti di forza dei sistemi produttivi e territoriali di eccellenza sul mercato tedesco</li> <li>- Predisposizione strumenti di comunicazione "ad hoc" di supporto alla diffusione dei servizi dei "desk Puglia"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Germania, soprattutto nei settori più innovativi</li> <li>- Informare e sensibilizzare gli operatori tedeschi in relazione alla partecipazione degli operatori istituzionali ed economici pugliesi alle manifestazioni settoriali, inserite in calendario per il 2008 dagli Assessorati regionali preposti alla promozione economica</li> <li>- Diffondere la conoscenza presso gli operatori pugliesi e tedeschi dei servizi di assistenza disponibili presso i "desk Puglia" in Germania, sia per gli operatori pugliesi che intendono rafforzare la propria presenza sul mercato tedesco, sia per gli operatori tedeschi che cercano partner in Puglia</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
		Campagna di comunicazione istituzionale attrazione degli investimenti	Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposizione e realizzazione campagna di comunicazione finalizzata all'attrazione degli investimenti esteri nei Paesi "target" (<i>Stati Uniti</i>)</li> <li>- Predisposizione strumenti di comunicazione "ad hoc" di supporto alle azioni di marketing territoriale e promozione degli investimenti esteri in Puglia</li> <li>- Attivazione di un servizio di prima assistenza indirizzato ai potenziali investitori e di accoglienza di delegazioni in entrata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pubblicizzare le opportunità di investimento in Puglia nei mercati esteri di riferimento e stimolare l'interesse degli interlocutori privilegiati</li> <li>- Assicurare i servizi di accoglienza ed assistenza diretta ai potenziali investitori</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale ad eventi di comunicazione istituzionale		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partecipazione istituzionale ai seguenti eventi di comunicazione istituzionale in Italia, di particolare rilievo nazionale ed internazionale: <ul style="list-style-type: none"> <li>o <i>Euro P.A.</i>, Rimini, 9 –12 aprile</li> <li>o <i>Forum P.A.</i>, Roma, 12 – 15 maggio</li> <li>o <i>COM.PA.</i>, Bologna, 4 – 6 novembre.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creare le basi per un proficuo scambio di buone prassi e di esperienze di successo relative alle migliori soluzioni, modalità e tecnologie nel campo della comunicazione istituzionale e della promozione economica regionale</li> </ul>

Progetto/iniziativa	Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
2. <b>Calendario Eventi Istituzionali di promozione del "Sistema Puglia"</b>	Partecipazione istituzionale a <b>ItalExpoArabia</b> Arabia Saudita (Riyadh) 10 – 15 febbraio	Ambasciata d'Italia a Riyadh	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del "Sistema Puglia"</li> <li>- Promozione e coordinamento partecipazione degli operatori pugliesi</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b per gli operatori pugliesi presenti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi nei mercati esteri di riferimento</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica nei mercati esteri di riferimento</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
	Partecipazione istituzionale a <b>La Dolce Vita Show</b> Gran Bretagna (Londra) 13 – 16 marzo		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del "Sistema Puglia"</li> <li>- Promozione e coordinamento partecipazione degli operatori pugliesi</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b per gli operatori pugliesi presenti</li> </ul>	
	Partecipazione istituzionale a <b>Mondo Italia</b> Germania (Stoccarda) 16 – 20 aprile	Camera di Commercio Italiana per la Germania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del "Sistema Puglia"</li> <li>- Promozione e coordinamento partecipazione degli operatori pugliesi</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b per gli operatori pugliesi presenti</li> </ul>	
	Partecipazione istituzionale a <b>Mediterre</b> Italia (Bari) 7 – 11 maggio	Ente Fiera del Levante	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del "Sistema Puglia"</li> <li>- Organizzazione seminari e workshop</li> </ul>	
	Partecipazione istituzionale alla <b>Esposizione Internazionale di Saragozza</b> Spagna (Saragozza) 14 giugno – 14 settembre	Ministero degli Affari Esteri	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del "Sistema Puglia"</li> <li>- Organizzazione seminari e workshop</li> <li>- Realizzazione eventi di promozione settoriale</li> </ul>	
	Partecipazione istituzionale alla <b>Esposizione "Casa Italia"</b> in occasione delle Olimpiadi di Pechino - Cina, agosto		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del "Sistema Puglia"</li> <li>- Organizzazione seminari e workshop</li> <li>- Realizzazione eventi di promozione settoriale</li> </ul>	
	Partecipazione istituzionale alla <b>Fiera del Levante</b> Italia (Bari) 13 – 21 settembre	Ente Fiera del Levante	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del "Sistema Puglia"</li> <li>- Organizzazione seminari e workshop</li> <li>- Organizzazione incontri istituzionali</li> </ul>	

Progetto/iniziativa	Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
	Partecipazione istituzionale a <b><i>Fiera del Levante in Albania</i></b> Albania (Tirana) maggio	Ente Fiera del Levante	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del "<i>Sistema Puglia</i>"</li> <li>- Organizzazione seminari e workshop</li> <li>- Realizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Promozione partecipazione degli operatori pugliesi</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b per gli operatori pugliesi presenti</li> </ul>	
	Mostra itinerante di presentazione/promozione dell'economia locale <b><i>"Bari Photocamera"</i></b>	Camera di Commercio di Bari Unioncamere	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione e realizzazione calendario mostra itinerante in Italia ed all'estero</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
3.	<b>Progetto Paese:</b> <i>Argentina</i>	Programma di promozione economica regionale	Consiglio Generale Pugliesi nel Mondo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione e condivisione settori prioritari di intervento</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Elaborazione programma di promozione economica regionale in Argentina</li> <li>- Organizzazione Seminario Paese in Puglia</li> <li>- Organizzazione missione istituzionale economica in Argentina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Argentina</li> <li>- Creare le basi per la definizione di accordi di partenariato e di collaborazione bilaterale, sia nei vari settori economici sia nel campo della ricerca e formazione</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica in Argentina</li> </ul>
		Workshop/meeting in Puglia riservato ad imprenditori di origine pugliese	Consiglio Generale Pugliesi nel Mondo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizzazione e realizzazione workshop e "study tour" in Puglia per imprenditori argentini di origine pugliese</li> <li>- Organizzazione e realizzazione calendario di incontri bilaterali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Far conoscere l'evoluzione dell'economia regionale</li> <li>- Creare le basi per lo sviluppo di progetti di collaborazione economica e/o investimento in Puglia</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
4.	<b>Progetto Paese:</b> <i>Australia</i>	Programma di promozione economica regionale	Governo del Sud Australia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione settori prioritari di intervento</li> <li>- Elaborazione programma di promozione economica regionale in Australia</li> <li>- Organizzazione missione istituzionale economica in Australia</li> <li>- Realizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione workshop in Puglia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Australia</li> <li>- Creare le basi per la definizione di accordi di partenariato e di collaborazione bilaterale, sia nei vari settori economici sia nel campo della ricerca e formazione</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica in Australia</li> </ul>
		Workshop/meeting in Puglia riservato ad imprenditori di origine pugliese	Consiglio Generale Pugliesi nel Mondo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizzazione e realizzazione workshop e "study tour" in Puglia per imprenditori australiani di origine pugliese</li> <li>- Organizzazione e realizzazione calendario di incontri bilaterali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Far conoscere l'evoluzione dell'economia regionale</li> <li>- Creare le basi per lo sviluppo di progetti di collaborazione economica e/o investimento in Puglia</li> </ul>
		Attivazione "desk Puglia" per l'Australia	Camera di Commercio Italiana ad Adelaide	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposizione iniziative e strumenti di comunicazione di supporto del desk</li> <li>- Inaugurazione desk</li> <li>- Implementazione programma di promozione economica regionale in Australia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costituire un punto di contatto e di riferimento per gli operatori istituzionali ed economici regionali che intendono intraprendere e consolidare le proprie relazioni in Australia</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
5.	<b>Progetto Paese:</b> <i>Bacino Mediterraneo</i>	Programma di promozione economica regionale in <b>Turchia</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione settori prioritari di intervento</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Elaborazione programma di promozione economica regionale in Turchia</li> <li>- Organizzazione Seminario Paese in Puglia</li> <li>- Organizzazione missione istituzionale economica in Turchia</li> <li>- Organizzazione e realizzazione "roadshow Puglia" per la presentazione e la promozione dei sistemi produttivi di eccellenza pugliesi agli operatori turchi attraverso un programma itinerante di incontri e workshop in Turchia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Turchia</li> <li>- Approfondire i contatti intrapresi nel corso delle precedenti visite istituzionali in Puglia ed attivare nuovi rapporti istituzionali in vista della predisposizione di accordi di collaborazione bilaterale, sia nei vari settori economici sia nel campo della ricerca e formazione</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica in Turchia</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale a Samoter Tour	Ente Fiera di Verona	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizzazione eventi di promozione settoriale a favore del comparto della Macchine e tecnologie per l'edilizia</li> <li>- Organizzazione Incontri b-to-b per gli operatori pugliesi interessati</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza del comparto pugliese di produttori di Macchine e tecnologie per l'edilizia</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Programma di cooperazione economica in <b>Egitto</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting e studi di fattibilità e specifici per l'identificazione di opportunità di internazionalizzazione per il sistema produttivo e logistico pugliese in Egitto.</li> <li>- Organizzazione seminari e workshop in Puglia</li> <li>- Organizzazione missione istituzionale economica</li> <li>- Promozione di programmi di gemellaggio tra comunità egiziane in Italia ed italiani in Egitto per l'avvio di processi di assistenza tecnica e sviluppo di progetti bilaterali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Egitto</li> <li>- Sviluppo di sinergie economiche tra i due paesi</li> <li>- Sviluppo di sistemi produttivi in Egitto per l'accesso diretto ai Paesi confinanti</li> <li>- Incremento della presenza del sistema economico pugliese in Egitto</li> <li>- Creare le basi per lo sviluppo di progetti di collaborazione nel settore logistico e del trasporto per distretti e/o filiere produttive e miglioramento della cooperazione tra operatori della logistica e dei trasporti</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
6.	<b>Progetto Paese: Balcani</b>	Programma di promozione economica regionale in <b>Macedonia, Montenegro e Serbia</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione settori prioritari di intervento</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Elaborazione programma di promozione economica regionale e calendario di missioni istituzionali economiche</li> <li>- Organizzazione e realizzazione "<i>Giornate della Puglia a Skopje</i>" missione istituzionale economica in Macedonia</li> <li>- Organizzazione e realizzazione missione istituzionale economica in Montenegro</li> <li>- Organizzazione e realizzazione "<i>Giornate della Puglia a Serbia</i>" missione istituzionale economica in Serbia</li> <li>- Organizzazione eventi specifici di promozione settoriale in Macedonia, Montenegro e Serbia</li> <li>- Organizzazione Seminari e workshop in Puglia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Macedonia, Montenegro e Serbia</li> <li>- Creare le basi per la definizione di accordi di partenariato e di collaborazione inter-istituzionale e/o inter-industriale bilaterali, sia nei vari settori economici sia nel campo della ricerca e formazione</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica nell'area balcanica</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale a <b>Fiera del Levante in Albania</b> Albania (Tirana) maggio	Ente Fiera del Levante	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del "<i>Sistema Puglia</i>"</li> <li>- Organizzazione seminari e workshop</li> <li>- Realizzazione eventi di promozione settoriali</li> <li>- Promozione partecipazione degli operatori pugliesi</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b per gli operatori pugliesi presenti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere la conoscenza dell'evoluzione del Sistema Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Albania</li> <li>- Creare le basi per la definizione di accordi di partenariato e di collaborazione inter-istituzionale e/o inter-industriale bilaterali, sia nei vari settori economici sia nel campo della ricerca e formazione</li> </ul>
		<i>Seminario sulla cooperazione nel settore energetico Puglia-Albania</i> <b>Albania</b> (Tirana)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizzazione seminario di presentazione dei progetti di cooperazione in corso e del nuovo programma energia nell'ambito del partenariato IPA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori albanesi e pugliesi delle iniziative di cooperazione</li> </ul>
		<i>Convegno Vertice di Ministri dei Trasporti e infrastrutture dei Paesi del Corridoio VIII</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizzazione convegno in Puglia di approfondimento e discussione sull'evoluzione dei trasporti ed infrastrutture dei Paesi del Corridoio VIII nell'ambito del quale si terrà la presentazione del volume sul progetto ferroviario e dei lavori conclusivi sui progetti stradali.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informare e sensibilizzare gli operatori istituzionali ed economici locali in merito all'evoluzione del settore dei trasporti e della logistica nei Paesi interessati dal Corridoio VIII</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
		<i>Convegno sui sistemi energetici nel Basso Adriatico</i>		- Organizzazione convegno in Puglia di presentazione dei progetti in corso di realizzazione dei corridoi energetici (gasdotto, oleodotti ed elettrodotti) nei Paesi del Basso Adriatico	- Informare e sensibilizzare gli operatori istituzionali ed economici locali in merito all'evoluzione del settore della distribuzione energetica nei Paesi del Basso Adriatico

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
7.	<b>Progetto Paese:</b> <i>Russia</i>	Programma di promozione economica regionale		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione e condivisione settori prioritari di intervento</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Elaborazione programma di promozione economica regionale in Russia</li> <li>- Organizzazione Seminario Paese in Puglia</li> <li>- Organizzazione missione istituzionale economica in Russia</li> <li>- Organizzazione workshop settoriali</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi, organizzazione di incontri b-to-b ed organizzazione di eventi di promozione settoriale in occasione delle seguenti manifestazioni: <ul style="list-style-type: none"> <li>o <i>Mosbuild</i>, Mosca, 1 – 4 aprile;</li> <li>o <i>C.P.M.</i>, Mosca, 9 – 12 settembre;</li> <li>o <i>Mebel</i>, Mosca, 24 – 28 novembre.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Russia</li> <li>- Approfondire i contatti intrapresi nel corso della precedente missione istituzionale a Mosca</li> <li>- Attivare nuovi rapporti istituzionali in vista della predisposizione di accordi di collaborazione bilaterale</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica in Russia</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
8.	Progetto Paese: <i>Nord America</i> <i>(Stati Uniti e Canada)</i>	Programma di promozione economica regionale		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione settori prioritari di intervento</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting mirate in alcuni Stati e/o Città di particolare interesse economico</li> <li>- Elaborazione programma di promozione economica regionale</li> <li>- Realizzazione missioni istituzionali economiche negli USA (New York e/o Washington D.C.) e Canada (Montreal, Toronto e/o Vancouver)</li> <li>- Organizzazione Seminario Paese in Puglia</li> <li>- Organizzazione workshop settoriali</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi, organizzazione di incontri b-to-b e/o organizzazione di eventi di promozione settoriale in occasione delle seguenti manifestazioni: <ul style="list-style-type: none"> <li>o <i>AIA 2008 National Convention and Design Exposition</i>, Boston, 15 – 17 maggio;</li> <li>o <i>WSA Show</i>, Las Vegas, 28 – 30 luglio;</li> <li>o <i>Stonexpo</i>, Las Vegas, 16 – 18 ottobre;</li> <li>o <i>High Point Market</i>, High Point, 22 – 26 ottobre.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in alcuni dei principali centri economici degli USA e del Canada</li> <li>- Approfondire i contatti intrapresi nel corso delle precedenti missioni istituzionali</li> <li>- Attivare nuovi rapporti istituzionali in vista della predisposizione di accordi di collaborazione bilaterale, sia nei vari settori economici sia nel campo della ricerca e formazione</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica negli USA ed in Canada</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Programma di marketing territoriale ai fini dell'attrazione degli investimenti	Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione settori strategici ai fini dell'attrazione degli investimenti in Puglia</li> <li>- Realizzazione azioni di "business scouting" negli USA e/o Canada.</li> <li>- Programmazione e realizzazione calendario di "regional presentations" negli USA.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pubblicizzare le opportunità di investimento in Puglia negli USA ed in Canada e stimolare l'interesse degli interlocutori privilegiati</li> <li>- Identificare opportunità di investimenti da indirizzare verso la Puglia</li> <li>- Sostenere progetti di investimenti in Puglia</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
		Workshop/meeting in Puglia riservato ad imprenditori di origine pugliese	Consiglio Generale Pugliesi nel Mondo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizzazione e realizzazione workshop e "study tour" in Puglia per imprenditori statunitensi e canadesi di origine pugliese</li> <li>- Organizzazione e realizzazione calendario di incontri bilaterali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Far conoscere l'evoluzione dell'economia regionale</li> <li>- Creare le basi per lo sviluppo di progetti di collaborazione economica e/o di investimento in Puglia</li> </ul>

	Progetto/iniziativa	Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
9.	<b>Progetto Speciale: Vecchia e Nuova Europa</b> - Bulgaria	Programma di promozione economica in Bulgaria		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione settori prioritari di intervento</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Elaborazione programma di promozione economica regionale in Bulgaria</li> <li>- Organizzazione workshop settoriali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Bulgaria</li> <li>- Approfondire i contatti intrapresi nel corso delle precedenti missioni istituzionali</li> <li>- Consolidare rapporti istituzionali in vista della predisposizione di accordi di collaborazione bilaterale, sia nei vari settori economici sia nel campo della ricerca e formazione</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica in Bulgaria</li> </ul>
		Attivazione "desk Puglia" in Bulgaria	Ambasciata d'Italia a Sofia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposizione iniziative e strumenti di comunicazione di supporto del desk</li> <li>- Inaugurazione desk</li> <li>- Implementazione programma di promozione economica regionale in Bulgaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costituire un punto di contatto e di riferimento per gli operatori istituzionali ed economici regionali che intendono intraprendere e consolidare le proprie relazioni in Bulgaria</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
10.	<b>Progetto Speciale: Vecchia e Nuova Europa</b> - Germania	Programma di promozione economica in Germania	Camera di Commercio Italiana per la Germania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione settori prioritari di intervento</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Elaborazione programma di promozione economica regionale in Germania</li> <li>- Organizzazione seminario Paese e/o workshop settoriali in Puglia</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi, organizzazione di incontri b-to-b ed organizzazione di eventi di promozione settoriale in occasione delle seguenti manifestazioni:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o <i>C.P.D.</i>, Dusseldorf, 10 – 12 febbraio;</li> <li>o <i>Z 2008 – Die Zuliefermesse</i> (Salone della Subfornitura), Lipsia, 26 – 29 febbraio;</li> <li>o <i>Mondo Italia</i>, Stoccarda, 16 – 20 aprile;</li> <li>o <i>Energy</i>, Hannover, 21 – 25 aprile;</li> <li>o <i>ILA, Berlin Air Show</i>, Berlino, 27 maggio – 1 giugno;</li> <li>o <i>Airtech –International Aerospace Supply Fair</i>, Francoforte, 11 – 14 novembre.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Germania</li> <li>- Approfondire i contatti intrapresi nel corso delle precedenti missioni istituzionali</li> <li>- Consolidare rapporti istituzionali in vista della predisposizione di accordi di collaborazione bilaterale, sia nei vari settori economici sia nel campo della ricerca e formazione</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica in Germania\</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Campagna di comunicazione "Sistema Puglia" in Germania		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposizione e realizzazione campagna di comunicazione finalizzata a recuperare e valorizzare l'immagine del "Sistema Puglia" e dei punti di forza dei sistemi produttivi e territoriali di eccellenza sul mercato tedesco</li> <li>- Predisposizione strumenti di comunicazione "ad hoc" di supporto alla diffusione dei servizi dei "desk Puglia" attivi in Germania</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Germania, soprattutto nei settori più innovativi</li> <li>- Promuovere la presenza del "Sistema Puglia" ad eventi e manifestazioni programmati in Germania</li> <li>- Diffondere la conoscenza presso gli operatori pugliesi e tedeschi dei servizi di assistenza disponibili presso i "desk Puglia" in Germania, sia per gli operatori pugliesi che intendono rafforzare la propria presenza sul mercato tedesco, sia per gli operatori tedeschi che cercano partner in Puglia</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
11.	<b>Progetto Speciale: Vecchia e Nuova Europa</b> - Gran Bretagna	Programma di promozione economica in Gran Bretagna		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione settori prioritari di intervento</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Elaborazione programma di promozione economica regionale in Gran Bretagna</li> <li>- Organizzazione Seminario Paese in Puglia</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi, organizzazione di incontri b-to-b ed organizzazione di eventi di promozione settoriale in occasione delle seguenti manifestazioni:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o <i>La Dolce Vita Show</i>, Londra, 13 – 16 marzo;</li> <li>o <i>International Air Show</i>, Farnborough, 14 – 20 luglio.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Gran Bretagna</li> <li>- Creare le basi per la definizione di accordi di partenariato e di collaborazione inter-istituzionale e/o inter-industriale bilaterali, sia nei vari settori economici sia nel campo della ricerca e formazione</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica in Gran Bretagna</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Attivazione "desk Puglia" in Gran Bretagna		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposizione iniziative e strumenti di comunicazione di supporto del desk</li> <li>- Inaugurazione desk</li> <li>- Implementazione programma di promozione economica regionale in Gran Bretagna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costituire un punto di contatto e di riferimento per gli operatori istituzionali ed economici regionali che intendono intraprendere e consolidare le proprie relazioni in Gran Bretagna</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
12.	<b>Progetto Speciale:</b> <i>Paesi del Golfo</i>	Programma di promozione economica nei Paesi del Golfo		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione studi ed indagini sui settori prioritari di intervento</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Organizzazione workshop settoriali</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi, organizzazione di incontri b-to-b ed organizzazione di eventi di promozione settoriale in occasione delle seguenti manifestazioni: <ul style="list-style-type: none"> <li>o <i>Italexpo Arabia</i>, Riyadh, 10 – 15 febbraio;</li> <li>o <i>The Big Five</i>, Dubai, 23 – 27 novembre.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi nei Paesi target dell'Area del Golfo</li> <li>- Creare le basi per la definizione di accordi di partenariato e di collaborazione inter-istituzionale e/o inter-industriale bilaterali, sia nei vari settori economici sia nel campo della ricerca e formazione</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica nei Paesi target dell'Area del Golfo</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
13.	<b>Progetto Speciale:</b> <i>Azerbaijan</i>	Programma di cooperazione territoriale e di promozione economica in Azerbaijan		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione settori prioritari di intervento</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Organizzazione missione istituzionale incoming in Puglia</li> <li>- Organizzazione Seminario "<i>Giornata dell'Azerbaijan</i>" in Puglia ed organizzazione incontri b-to-b per delegazione di imprenditori dell'Azerbaijan</li> <li>- Organizzazione missione istituzionale economica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi in Azerbaijan</li> <li>- Creare le basi per la definizione di accordi di partenariato e di collaborazione inter-istituzionale e/o inter-industriale bilaterali, sia nei vari settori economici sia nel campo della ricerca e formazione</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica in Azerbaijan</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
14.	<b>Progetto Speciale: <i>Cindia</i></b>	Progetto di monitoraggio opportunità di collaborazione economica		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione settori prioritari di intervento</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting in Cina/India</li> <li>- Organizzazione seminari informativi e workshop settoriali sull'evoluzione delle condizioni di sviluppo e delle opportunità di collaborazione economica in Cina ed in India</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di sviluppo e collaborazione economica in Cina ed in India</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale alla Esposizione " <i>Casa Italia</i> " in occasione delle Olimpiadi di Pechino, Cina, agosto		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del "<i>Sistema Puglia</i>"</li> <li>- Organizzazione seminari e workshop</li> <li>- Realizzazione eventi di promozione settoriale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine e la conoscenza della Puglia e dei relativi sistemi produttivi di eccellenza in Cina</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
15.	<b>Valorizzazione delle filiere dell'agro-industria</b>	Partecipazione istituzionale a <i>Euro &amp; Med Food Italia</i> (Foggia) 27 – 30 marzo	Camera di Commercio di Foggia Unioncamere Ente Fiera di Foggia PIT 1, 2, 4, 5, 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del Sistema Agro-industriale pugliese</li> <li>- Promozione partecipazione degli operatori pugliesi</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b per gli operatori pugliesi presenti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine delle filiere dell'agro-industria in Puglia verso gli operatori esteri</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
16.	<b>Progetto settore: Aerospazio</b>	Partecipazione istituzionale a <b>ILA – Berlin Air Show</b> Germania (Berlino) 27 maggio – 1 giugno	Camera di Commercio Italiana per la Germania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri istituzionali e b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del settore aerospazio in Puglia</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere e valorizzare l'esperienza pugliese nel settore dell'aerospazio</li> <li>- Promuovere opportunità di attrazione degli investimenti esteri nel settore dell'aerospazio</li> <li>- Promuovere opportunità di collaborazione inter-istituzionale e/o inter-industriale bilaterali, anche nel campo della ricerca settoriale</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale a <b>International Air Show</b> Gran Bretagna (Farnborough) 14 – 20 luglio	Regione Campania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri istituzionali e b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del settore aerospazio in Puglia</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	
		Partecipazione istituzionale a <b>Airtech – International Aerospace Supply Fair</b> Germania (Francoforte) 11- 14 novembre	Camera di Commercio Italiana per la Germania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri istituzionali e b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del settore aerospazio in Puglia</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
17.	<b>Progetto Settore:</b> <i>Energie rinnovabili</i>	Partecipazione istituzionale a <b><i>Energy</i></b> Germania (Hannover) 21 – 25 aprile	Camera di Commercio Italiana per la Germania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri istituzionali e b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del settore delle energie rinnovabili in Puglia</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere e valorizzare l'esperienza pugliese nel settore delle energie rinnovabili</li> <li>- Promuovere opportunità di attrazione degli investimenti esteri nel settore delle energie rinnovabili</li> <li>- Promuovere opportunità di collaborazione inter-istituzionale e/o inter-industriale bilaterali, anche nel campo della ricerca settoriale</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale a <b><i>Energiea Mediterre</i></b> Italia (Foggia) 23 – 26 ottobre	Ente Fiera di Foggia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promozione della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri istituzionali e b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo dedicato alla promozione del settore delle energie rinnovabili in Puglia</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
18.	Progetto Settore: <i>Materiali Lapidei</i>	Partecipazione istituzionale a <b>AIA 2008 National Convention and Design Exposition</b> Boston (USA) 15 – 17 maggio	ICE, Regione Toscana, Regione Liguria, Regione Sicilia, Regione Lazio, Regione Sardegna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predisposizione e diffusione catalogo delle produzioni di eccellenza delle varie regioni italiane interessate</li> <li>- Partecipazione alla mostra d'immagine di promozione delle produzioni di eccellenza delle varie regioni italiane interessate</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine del comparto dei materiali lapidei in Puglia presso gli operatori esteri e nei Paesi target di riferimento</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi di settore in merito alle opportunità di internazionalizzazione nei vari Paesi target di riferimento</li> <li>- Informare e sensibilizzare gli operatori esteri in merito alla gamma di offerta pugliese di materiali lapidei e delle relative applicazioni nell'architettura, nelle costruzioni e nel design</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale a <b>Mosbuild</b> Mosca (Russia) 1 – 4 aprile		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo e/o organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	
		Partecipazione istituzionale a <b>Marmomacc</b> Verona 2 – 5 ottobre	Ente Fiera di Verona	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo e/o organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	
		Partecipazione istituzionale a <b>Stonexpo</b> Las Vegas (USA) 16 – 18 ottobre	Ente Fiera di Verona	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo e/o organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	
		Partecipazione istituzionale a <b>The Big Five</b> Dubai (E.A.U.) 23 – 27 novembre		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo e/o</li> </ul>	

Progetto/iniziativa	Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
			organizzazione eventi di promozione settoriale - Organizzazione seminari tematici	
	Mostra itinerante <i>"Pietre di Puglia: territori, materiali, architetture"</i>		- Definizione e realizzazione calendario mostra itinerante in Italia ed all'estero - Organizzazione seminari tematici	
	Missione incoming operatori esteri		- Organizzazione missione incoming di operatori esteri provenienti dagli USA, dalla Russia e dai Paesi del Golfo - Organizzazione seminari tematici - Organizzazione incontri b-to-b	

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
19.	<b>Progetto Settore:</b> <i>Meccanico – Comparto Macchine e tecnologie per l'edilizia</i>	Partecipazione istituzionale a <b>Samoter</b> Verona 5 – 9 marzo	Ente Fiera di Verona	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo e/o organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine del comparto delle macchine e tecnologie per l'edilizia in Puglia presso gli operatori esteri e nei Paesi target di riferimento</li> <li>- Promuovere opportunità di collaborazione inter-istituzionale e/o inter-industriale bilaterali, anche nel campo della ricerca settoriale</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi di settore in merito alle opportunità di internazionalizzazione</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale a <b>Samoter Tour</b> Turchia		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	
		Partecipazione istituzionale a <b>Mosbuild</b> Mosca (Russia) 1 – 4 aprile		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo e/o organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	
		Partecipazione istituzionale a <b>Edil Levante</b> Bari 17 – 20 aprile	Ente Fiera del Levante	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo e/o organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	
		Partecipazione istituzionale a <b>The Big Five</b> Dubai (E.A.U.) 23 – 27 novembre		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo e/o organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
20.	Progetto settore: <i>Meccanico – Comparto Meccatronica</i>	Partecipazione istituzionale a <i>Z 2008 - Die Zuliefermesse Salone della subfornitura</i> Lipsia (Germania) 26 – 29 febbraio	Camera di Commercio Italiana per la Germania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo e/o organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine del comparto della meccatronica pugliese in Germania</li> <li>- Promuovere opportunità di collaborazione inter-istituzionale e/o inter-industriale bilaterali, anche nel campo della ricerca settoriale</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di internazionalizzazione</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
21.	<b>Progetto Settore:</b> <i>Sistema arredo-mobile</i>	Progetto di promozione Settore mobile imbottito	ICE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione percorso di formazione/ accompagnamento per PMI pugliesi</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting, studi ed indagini di settore sul mercato russo</li> <li>- Realizzazione workshop tematici</li> <li>- Predisposizione e realizzazione programma di azioni promozionali in Russia</li> <li>- Organizzazione missione incoming di operatori di settore dalla Russia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sviluppare le competenze e conoscenze delle PMI del settore mobile imbottito necessarie per valutare e perseguire le opportunità di penetrazione e sviluppo sul mercato russo</li> <li>- Diffondere informazioni sulle opportunità di sviluppo sul mercato russo per il settore mobile imbottito</li> <li>- Promuovere e rafforzare l'immagine e la conoscenza del settore mobile imbottito pugliese in Russia</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale a <i>High Point Market</i> High Point (USA) 22 – 26 ottobre		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine del settore dell'arredo-mobile pugliese negli USA</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di affari e di collaborazione nel mercato statunitense</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale a <i>Mebel</i> Mosca (Russia) 24 – 28 novembre	Unioncamere PIT 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Allestimento spazio espositivo e/o organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine del settore dell'arredo-mobile pugliese in Russia</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di affari e di collaborazione nel mercato russo</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
22.	Progetto Settore: <i>Sistema moda</i>	Progetto di promozione Sistema moda	ICE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione percorso di formazione/ accompagnamento per PMI pugliesi</li> <li>- Realizzazione azioni di scouting, studi ed indagini di settore sui mercati della Russia, degli USA e dell'Europa Centro-orientale</li> <li>- Realizzazione workshop tematici</li> <li>- Predisposizione e realizzazione programma di azioni promozionali in Russia, negli USA e nell'Europa Centro-orientale</li> <li>- Organizzazione missione incoming di operatori di settore dalla Russia, dagli USA e dall'Europa Centro-orientale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sviluppare le competenze e conoscenze delle PMI del sistema moda necessarie per valutare e perseguire le opportunità di penetrazione e sviluppo nei mercati esteri di riferimento</li> <li>- Diffondere informazioni sulle opportunità di sviluppo sui mercati esteri di riferimento per il sistema moda pugliese</li> <li>- Promuovere e rafforzare l'immagine e la conoscenza del sistema moda pugliese nei mercati esteri di riferimento</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale a <i>C.P.D.</i> Dusseldorf (Germania) 10 – 12 febbraio	Unioncamere Camera di Commercio Italiana per la Germania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine del sistema moda pugliese in Germania</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di affari e di collaborazione nel mercato tedesco</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale a <i>WSA Show</i> Las Vegas (USA) 28 – 30 luglio		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine del settore calzaturiero pugliese negli USA</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di affari e di collaborazione nel mercato statunitense</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>
		Partecipazione istituzionale a <i>C.P.M.</i> Mosca (Russia) 9 – 12 settembre	Unioncamere PIT 2, 5, 9	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione azioni di scouting</li> <li>- Promozione e coordinamento della partecipazione di operatori pugliesi all'evento</li> <li>- Organizzazione incontri b-to-b</li> <li>- Organizzazione eventi di promozione settoriale</li> <li>- Organizzazione seminari tematici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine del sistema moda pugliese in Russia</li> <li>- Diffondere la conoscenza tra gli operatori pugliesi delle opportunità di affari e di collaborazione nel mercato russo</li> <li>- Assistere gli operatori pugliesi interessati nello sviluppo di contatti d'affari utili</li> </ul>

Progetto/iniziativa		Principali interventi previsti	Enti Coinvolti	Azioni	Risultati attesi
23.	<b>Valorizzazione del Sistema logistica pugliese</b>	Convegno internazionale sulla logistica, Bari		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizzazione convegno internazionale sulla logistica in Puglia</li> <li>- Organizzazione e realizzazione incontri bilaterali istituzionali e b-to-b</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere e rafforzare l'immagine e la conoscenza del sistema logistico pugliese</li> <li>- Creare le basi per lo sviluppo di relazioni ed attività di networking con gli operatori del settore logistico provenienti soprattutto dall'area del Mediterraneo e dei Balcani</li> <li>- Valorizzare il ruolo del sistema logistico pugliese anche in vista della costituzione dell'area di libero scambio nel Mediterraneo a partire dal 2010</li> </ul>

## **ALLEGATO 2**

### *Schede di sintesi sui Paesi target del Programma 2008*

1. Albania
2. Arabia Saudita
3. Argentina
4. Australia
5. Azerbaijan
6. Bulgaria
7. Canada
8. Cina
9. Egitto
10. Emirati Arabi Uniti
11. Germania
12. Gran Bretagna
13. India
14. Macedonia
15. Montenegro
16. Russia
17. Serbia
18. Stati Uniti d'America
19. Turchia

# Albania



## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	28.748 Km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Tirana (341.453 abitanti)
<b>Altre città principali</b>	Durres (113.465 ab.); Elbasan (85.798 ab.); Korca (58.911 ab.); Shkoder (85.789 ab.); Vlora (76.166 ab.)
<b>Popolazione</b>	3.069.000 (densità 107,3 ab. per Km <sup>2</sup> )
<b>Lingua</b>	Albanese
<b>Religione</b>	Musulmani sunniti (70%); Cristiano- ortodossi (18%); Cattolici (12%)
<b>Moneta</b>	La moneta ufficiale bulgara è il Nuovo Lek (ALL)

## Indicatori Macroeconomici

Negli ultimi anni l'Albania ha dimostrato una considerevole ripresa della sua economia, dopo la battuta d'arresto del 1997 causata dai disordini seguiti al crollo delle cosiddette "piramidali". Dal 2002 la crescita si è attestata su circa il 6% annuo con un leggero rallentamento nel 2005 (5,5%) di mezzo punto percentuale sulle previsioni causato dalla pesante crisi energetica che ha colpito il Paese nell'ultimo semestre dell'anno, dalla lunga situazione di conflittualità politica post-elettorale e dall'aumento del prezzo del petrolio. Nel 2006 l'economia albanese ha continuato ad essere caratterizzata da una generale crescita economica ad un tasso tuttavia più moderato soprattutto nell'ultimo periodo a causa della nuova pesante crisi energetica. Le stime previste sono di una crescita intorno al 5% sostenuta da una stabilità macroeconomica e dalle favorevoli condizioni monetarie. L'inflazione è rimasta stabile secondo i dati della Banca d'Albania, mentre, secondo i dati del FMI, è scesa al 2,4%.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003 - 2006

	2003	2004	2005	2006
<b>Tasso di cambio valuta locale in Euro*</b>	136,715	127,269	124,025	123,093
<b>Tasso di cambio valuta locale per dollaro USA</b>	121,87	102,78	99,870	97,960
<b>PIL in \$ a prezzi correnti (mln)</b>	5.715	7.590	8.142	9.062
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	6	5,9	5,5	5
<b>Origine del PIL (%)</b>				
<b>Agricoltura</b>				
<b>Industria</b>	18,4	19,13	18,9	18,8
<b>Servizi</b>	56,3	56,18	57,2	57,9
<b>Variazione della produzione industriale (%)</b>				
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>	1.850	2.441	2.600	2.880
<b>Tasso di inflazione (%)</b>	2,4	2,26	2,39	2,37
<b>Tasso di disoccupazione (%)</b>	15,03	14,4	14,2	
<b>Rapporto debito pubblico/PIL (%)</b>	60,59	55,56	56,9	55,9
<b>Destinazione del PIL (%)</b>				
<b>Consumi privati</b>	89,99	88,65	90,9	91
<b>Consumi pubblici</b>	9,61	9,35	9,2	9,4
<b>Investimenti</b>	25,01	23,69	24,3	24,3

Fonte: Economist Intelligence Unit – Bureau Van Dijk

## Rapporti commerciali

Nel 2006, il commercio estero albanese ha avuto un incremento del 15,6% raggiungendo 3.023 milioni di Euro. In particolare le importazioni sono aumentate del 15,2% e le esportazioni del 17,5% rispetto al 2005. Il deficit commerciale ha raggiunto 1.777 milioni di Euro con un incremento del 14,4% rispetto al 2005. Le importazioni hanno riguardato soprattutto macchinari ed attrezzature (20% del totale); alimentari e bevande (17,9%), materiali edili (16%) tessili e calzature (11,7%). Circa la composizione delle esportazioni, al primo posto ci sono tessili e calzature (lavorazioni à façon) con il 54,7%, seguiti da materiali da costruzione e metalli (16,7%) e da alimentari, bevande e tabacco (7,9%). I principali partner commerciali dell'Albania sono: Italia, Grecia, Turchia, Germania, Cina e Macedonia. Anche a seguito di recenti Accordi per la creazione di un'area di libero scambio sono in netto aumento le percentuali di interscambio con i partners balcanici, in particolare Bulgaria, Romania, Croazia; in forte crescita anche il commercio con la Russia e l'Ucraina.

### Andamento dei Flussi Import/export Albania, 2003 – 2006 (valori in milioni di Euro)

	2003	2004	2005	2006	Var. %
<b>Import Totale Cif</b>	1.638	1.830	2.083	2.400	15,2%%
<b>Export Totale Fob</b>	395	485	530	623	17,5%%
<b>Saldo</b>	-1.243	-1.345	-1.553	-1.777	15,4%%

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con l'Italia

L'Italia rappresenta il principale partner commerciale dell'Albania, con una quota di circa il 37% dell'intero commercio estero albanese. Nel 2006 le importazioni albanesi dall'Italia sono aumentate del 9,3%, mentre le esportazioni sono aumentate del 18,2%, ma la quota delle importazioni rispetto al totale è diminuita dal 29,31% al 28%, mentre la quota delle esportazioni si è mantenuta sostanzialmente sullo stesso livello del 2005, registrando un lieve aumento percentuale (dal 72,4% al 72,6%). I principali prodotti esportati verso l'Italia sono: abbigliamento e calzature (lavorazioni à façon), semilavorati in legno, tabacco, minerali, pelle, piante medicinali, cemento. Le importazioni dall'Italia riguardano invece macchinari industriali, attrezzature elettriche, prodotti alimentari, carburanti, abbigliamento, calzature, prodotti farmaceutici.

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Albania, 2003-2006 (valori in migliaia di Euro)</b>						
	2003	2004	2005	2006		
<b>Esportazioni</b>	553.377	583.381	610.760	676.118		
<b>Importazioni</b>	297.888	339.347	352.968	414.052		
<b>Interscambio totale</b>	851.265	922.728	963.728	1.090.170		

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e l'Albania appaiono già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato 406 mln di Euro**, a fronte di un trend del relativo export pugliese in crescita (+7,8% rispetto al 2005). Nello stesso tempo, gli spazi di espansione per gli scambi, sia in ambito commerciale sia e soprattutto negli altri settori di collaborazione, risultano ampi.

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – Albania, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)</b>								
	Esportazioni			Importazioni			Saldi	
	2005	2006	Var.%	2005	2006	Var.%	2005	2006
Bari	115.569	116.003	0,38	65.377	72.967	11,61	50.191	43.036
Brindisi	8.147	17.600	116,02	711	749	5,39	7.436	16.851
Foggia	2.645	3.578	35,25	1.021	380	-62,75	1.624	3.197
Lecce	90.678	96.499	6,42	82.762	93.023	12,4	7.916	3.476
Taranto	3.366	3.911	16,18	1.180	1.519	28,64	2.186	2.392
<b>Puglia</b>	<b>220.405</b>	<b>237.589</b>	<b>7,8</b>	<b>151.052</b>	<b>168.638</b>	<b>11,64</b>	<b>69.353</b>	<b>68.951</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Prospettive future di investimento

I settori che offrono in Albania le maggiori opportunità di collaborazione commerciale, produttiva e d'investimento (in base ai recenti studi effettuati dall'ICE) risultano essere:

<b>Settori dell'economia con le migliori prospettive di sviluppo</b>	
<b>Macchine ed apparecchi meccanici</b>	Il settore ha registrato nel 2005 un valore import dal mondo pari a 225,95 mln di dollari, dei quali il 39,79% - 89,9 mln di dollari è stato fornito dall'Italia.
<b>Macchine elettriche ed apparecchiature elettriche e di precisione</b>	Secondo i dati ONU Comtrade, le importazioni dell'Albania dal mondo hanno registrato in questo settore 267 mln di dollari USA mentre dall'Italia USD 67,67 mln, pari al 25,34%.
<b>Prodotti alimentari, bevande e tabacco</b>	Le importazioni per il 2006 si presentano in valori assoluti come di seguito elencati, secondo i dati delle dogane albanesi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tabacco e prodotti alternativi del tabacco fabbricato, pari a 60,1 milioni di dollari import,</li> <li>• Bevande, liquori e aceti, pari a 44,3 milioni di dollari import,</li> <li>• Cereali, farina, amido, latte e derivati, pari a 36,1 milioni di dollari import,</li> <li>• Zucchero e confetti, pari a 33,8 milioni di dollari import</li> </ul>
<b>Metallo e prodotti in metallo</b>	I sottosettori più dinamici nel 2006, secondo le dogane albanesi, sono: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferro ed acciaio, pari a 158 milioni di dollari import</li> <li>• Articoli in ferro od acciaio, ammontando a 80 milioni di dollari import</li> <li>• Alluminio ed accessori, pari a 58,7 milioni di dollari import</li> </ul>
<b>Prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura e della pesca</b>	Le importazioni dal mondo, secondo ONU Comtrade, per l'anno 2005 sono pari a USD 142,58 mln per questo comparto, mentre le importazioni dall'Italia nello stesso periodo sono state pari a USD 20,15 mln, pari a una quota del 14,13% rispetto agli altri paesi concorrenti.

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT



# Arabia Saudita

## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	2.248.000 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Riyadh 2,776 milioni di abitanti
<b>Altre città principali</b>	Mecca (966.000 ab.); Jeddah (2 milioni ab.); Medina (608.000 ab.)
<b>Popolazione</b>	21.607.000 (densità 10 ab /km <sup>2</sup> )
<b>Lingua</b>	Arabo
<b>Religione</b>	Musulmani Sunniti (93,3%), Musulmani Sciiti (3,3%), Cristiani (3%)
<b>Moneta</b>	Saudi Riyal (SAR)

## Indicatori Macroeconomici

Il **petrolio** rappresenta il motore dell'economia dell'Arabia Saudita, con una dotazione di circa un quarto delle riserve mondiali di greggio (stimate ad oltre 260 miliardi di barili) e con una capacità estrattiva giornaliera di circa 9 milioni di barili. L'Arabia Saudita è anche ricca (quarto Paese al Mondo dopo Russia, Iran e Qatar), di ingenti riserve di **gas naturale** (stimate a 6.650 Bcm), con una crescita significativa nell'esplorazione e produzione, anche se per produzione effettiva si posiziona al decimo posto, nella classifica dei principali produttori mondiali di gas. I proventi petroliferi rappresentano circa il 90% delle entrate governative e l'80% dei guadagni da esportazione. Nel 2006 hanno contribuito per il 55% alla formazione del PIL. Pur se il petrolio svolge un ruolo determinante, nella crescita dell'economia del Paese, la variabile prezzo e la condizione di essere una risorsa non rinnovabile (anche se la durata delle riserve saudite di petrolio è stimata ad oltre 100 anni) rappresentano, al tempo stesso, un fattore di relativa instabilità e potenziale "debolezza".

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006
<b>PIL in \$ a prezzi correnti (mln)</b>	214.573	250.339	309.772	347.397
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	7,66	5,27	6,6	4,2
<b>Origine del PIL (%)</b>				
<b>Agricoltura</b>	-	-	-	-
<b>Industria</b>	53,64	56,68	62,98	63,6
<b>Servizi</b>	42,43	39,42	33,74	33,3
<b>Variazione della produzione industriale (%)</b>	13,4	6,6	6,2	0,2
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>	9.197	10.453	12.594	13.752
<b>Tasso di inflazione (%)</b>	0,61	0,3	0,4	2,3
<b>Tasso di disoccupazione (%)</b>				
<b>Rapporto debito pubblico/PIL (%)</b>	87,4	69,45	43,7	32,4
<b>Destinazione del PIL (%)</b>				
<b>Consumi privati</b>	33,55	30,44	26,3	27,1
<b>Consumi pubblici</b>	24,63	23,63	23,1	24,8
<b>Investimenti</b>	18,41	16,66	15	15,9

Fonte: *Economist Intelligence Unit – Bureau Van Dijk*

## Rapporti commerciali

Continua l'andamento crescente sia del PIL sia dell'interscambio con il resto del mondo: si conferma così anche per il semestre considerato il discreto grado di apertura dell'economia saudita al commercio internazionale, per un rapporto tra i due fattori vicino al 65%. Nell'analisi di tale dato va ovviamente considerato che la quasi totalità del valore dell'export saudita è rappresentata da petrolio e derivati. Secondo i dati di fonte SAMA (Saudi Arabian Monetary Agency), la bilancia commerciale saudita nel 2006 aveva registrato un surplus di 143 miliardi di US\$, mantenendo l'andamento positivo che ha avuto negli ultimi 6 anni.

### Andamento dei Flussi Import/export Arabia Saudita, 2003-2006 (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2003	2004	2005	2006	Var.%
<b>Esportazioni di beni</b>	93.244	125.998	174.635	207.783	
<b>Importazioni di beni</b>	33.868	41.050	51.327	64.159	143.625
<b>Esportazioni di servizi</b>	5.713	5.852	5.916	6.271	
<b>Importazioni di servizi</b>	20.857	25.696	27.947	30.742	-24.471

Fonte: *Elaborazioni su dati Economist Intelligence Unit - Bureau Van Dijk*

## Interscambio con l'Italia

Come si evince dai dati sopra riportati, il 2006 denota finalmente una ripresa sostanziosa del nostro export verso il Regno pari a € 1.807.128. Tale dato è tanto più confortante se paragonato all'andamento degli anni precedenti, in cui le contrazioni erano state negative. Per effetto sia di tale aumento delle nostre esportazioni ma anche dell'aumento in valore – considerato l'andamento del pezzo del petrolio – delle esportazioni saudite verso l'Italia (petrolio e derivati, +42,7% in valore), nel periodo considerato anche il totale dell'interscambio italo-saudita è continuato a crescere vigorosamente. A causa dell'andamento al rialzo dei prezzi del petrolio, il nostro deficit commerciale raggiunge per la prima volta i 2 miliardi di Euro. Dal punto di vista settoriale, le esportazioni italiane verso l'Arabia Saudita si concentrano in 5 comparti principali:

- Macchine ed apparecchi meccanici, elettrodomestici (circa il 35% del totale del nostro export);
- Prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali (circa 11%)
- Prodotti della metallurgia, strutture ed utensili metallici (10%)
- Prodotti dell'ICT, elettronica, strumenti di precisione (9%)
- Vetro, ceramica, materiali non metallici per edilizia (8,2%).

Nell'ultimo periodo statisticamente rilevato, hanno registrato una crescita quasi tutti i comparti di forza sopra indicati:

- Macchine ed apparecchi meccanici/elettrodomestici: +56%
- Prodotti della metallurgia, strutture ed utensili metallici: + 28%
- Prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali: +6.6%
- Prodotti dell'ICT, elettronica, strumenti di precisione: +5%

In termini percentuali, il rialzo più forte è stato invece dei

- Prodotti delle miniere e delle cave, grezzi: +110,62%

### Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia - Arabia Saudita, 2003-2006 (valori in migliaia di Euro)

	2003	2004	2005	2006	
<b>Esportazioni</b>	1.597.531	1.473.015	1.800.433	2.428.776	
<b>Importazioni</b>	2.202.325	2.933.243	4.237.904	4.235.904	
<b>Interscambio</b>	3.799.856	4.406.258	6.038.337	6.664.680	

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e l'Arabia Saudita appaiano già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato i 16 mln di Euro**, dovuto ad un trend del relativo export pugliese pressoché invariato rispetto al 2005).

### Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia - Arabia Saudita (valori in migliaia di Euro)

	Esportazioni		Var. %	Importazioni		Var. %	Saldi	
	2005	2006		2005	2006		2005	2006
Bari	8.199	10.560	28,79	493	673	36,42	7.706	9.887
Brindisi	2.960	2.478	-16,29	3.787	260	-93,12	-827	2.217
Foggia	683	266	-61,02	55	64	15,77	628	202
Lecce	1.626	1.810	11,32	96	45	-52,78	1.530	1.765
Taranto	1.861	209	-88,77	5	4	-12,59	1.857	205
<b>Puglia</b>	<b>15.330</b>	<b>15.323</b>	<b>-0,04</b>	<b>4.436</b>	<b>1.047</b>	<b>-76,4</b>	<b>10.893</b>	<b>14.276</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Prospettive future di investimento

I settori che offrono in Arabia Saudita le maggiori opportunità di collaborazione commerciale, produttiva e d'investimento (in base ai recenti studi effettuati dall'ICE) sono riassunti nella seguente tabella.

### Settori dell'economia con le migliori prospettive di sviluppo

<b>Macchine ed apparecchi meccanici</b>	- macchine per l'agricoltura e la silvicoltura
	- macchine per impieghi speciali
	- macchine per uso domestico
<b>Prodotti chimici e fibre sintetiche artificiali</b>	- saponi e detersivi, prodotti per la pulizia e la lucidatura, profumi

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT



# Argentina

## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	2.737.000 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Buenos Aires (16,6 milioni di abitanti)
<b>Altre città principali</b>	Cordoba (3,1 mil di ab), Santa Fe (3 mil di ab), Mendoza (1,6 mil ab), Tucuman (1,3 mil ab)
<b>Popolazione</b>	39.000.000 di abitanti
<b>Lingua</b>	La lingua ufficiale per l'intero territorio è lo Spagnolo.
<b>Moneta</b>	L'unità monetaria locale è il Peso suddiviso in Centavos

## Indicatori Macroeconomici

Il bilancio dell'economia argentina mostra, alla fine del 2006, un risultato nettamente positivo. I principali indicatori confermano, alla chiusura dell'anno, la forte ripresa dell'economia locale con significativi aumenti della produzione, degli investimenti e dei livelli di interscambio commerciale. La crescita del PIL, durante il 2006, è stata dell'8,5%, e costituisce il quarto anno consecutivo di crescita con valori superiori all'8%. Anche il PIL industriale mostra un consistente aumento: 8,3%, sostenuto principalmente dall'evoluzione positiva del settore della costruzione edile e della produzione di autoveicoli. In particolare, la produzione e le vendite locali di quest'ultimo settore hanno raggiunto livelli simili ai valori marcati negli anni considerati record in Argentina. Altri settori che hanno contribuito significativamente alla buona performance dell'economia argentina, sono stati il settore agricolo, spinto dalle favorevoli condizioni offerte dal mercato internazionale ed il settore del turismo che si è confermato come uno dei principali motori dello sviluppo.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006
<b>PIL in \$ a prezzi correnti (mln)</b>	129.596	153.130	183.196	214.259
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	8,84	9,03	9,18	8,46
<b>Origine del PIL (%)</b>				
<i>Agricoltura</i>	-	-	-	-
<i>Industria</i>	34,9	35,79	35,83	35,89
<i>Servizi</i>	54,06	53,74	54,71	55,62
<b>Variazione della produzione industriale (%)</b>	16,15	10,73	8,01	8,35
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>	3.422	4.006	4.747	5.498
<b>Tasso di inflazione (%)</b>	13,44	4,42	9,64	10,9
<b>Tasso di disoccupazione (%)</b>	17,25	13,63	11,58	10,18
<b>Rapporto debito pubblico/PIL (%)</b>	138,27	126,45	72,83	64
<b>Destinazione del PIL (%)</b>				
<i>Consumi privati</i>	63,2	62,82	61,34	59,01
<i>Consumi pubblici</i>	11,44	11,13	11,91	12,41
<i>Investimenti</i>	15,14	19,17	21,46	23,46

Fonte: Economist Intelligence Unit – Bureau Van Dijk

## Rapporti commerciali

Il commercio estero argentino ha fatto registrare, durante il 2006, esportazioni verso il resto del mondo per un valore di 46,6 miliardi di dollari. Tale cifra rappresenta un aumento del 15% rispetto al 2005. Le importazioni argentine hanno raggiunto nello stesso periodo un valore di 34,2 miliardi di dollari, rappresentando tale valore un aumento del 19% rispetto al 2005. Il saldo dell'interscambio commerciale continua ad essere ampiamente positivo (12,4 miliardi di dollari), con un aumento del 8% rispetto a quello registrato nel 2005 (11,4 miliardi di dollari).

### Andamento dei Flussi Import/export Argentina, 2003-2006 (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2003	2004	2005	2006
<b>Esportazioni di beni</b>	29.939	34.576	40.352	46.569
<i>in % del PIL</i>	23,10	22,58	22,03	21,73
<b>Variazione annua %</b>	16,72	15,49	34,78	34,69
<b>Importazioni di beni</b>	13.134	21.312	27.303	32.593
<i>in % del PIL</i>	10,13	13,92	14,9	15,21
<b>Variazione annua %</b>	55,01	62,27	107,88	52,93
<b>Saldo Bilancia Commerciale</b>	16.805	13.264	13.049	13.976
<b>Esportazioni di servizi</b>	4.427	5.188	6.252	7.360
<i>in % del PIL</i>	3,42	3,39	3,41	3,44
<b>Variazione annua %</b>	27,98	17,19	41,22	41,87

<i>Importazioni di servizi</i>		5.713	6.634	7.613	8.417
	<i>in % del PIL</i>	4,41	4,33	4,16	3,93
<i>Variatione annua %</i>		14,76	16,12	33,26	26,88
<i>Saldo Bilancia dei servizi</i>		-1.286	-1.446	-1.361	-1.057,00

Fonte: Economist Intelligence Unit – Bureau Van Dijk

### Interscambio con l'Italia

L'interscambio bilaterale italo-argentino evidenzia un costante aumento, tendenza che si è mantenuta negli ultimi anni. Il valore delle esportazioni argentine verso l'Italia nel 2006 è stato pari a 1.095,8 milioni di dollari (+11,4% circa rispetto ai 983,5 milioni di dollari esportati verso l'Italia nel 2005). Le esportazioni italiane in Argentina, nel 2006, hanno raggiunto i 908,1 milioni di dollari, con un aumento del 21,4% rispetto ai 747,9 milioni esportati nel 2005. La cifra conferma la tendenza di un sostenuto recupero degli acquisti dei prodotti italiani, anche se è ancora lontana dagli 1,7 miliardi registrati nel 1997, vale a dire nel periodo pre-crisi. Da un interscambio commerciale sostanzialmente in equilibrio nel 2001 si è passati ad un saldo negativo per l'Italia, che continua ancora nel 2006 con -187,7 milioni di dollari (in miglioramento rispetto ai -235,5 milioni di dollari nel 2005).

#### Andamento dell'Interscambio commerciale Italia – Argentina, 2003-2006 (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2003	2004	2005	2006	
<i>Esportazioni Argentine</i>	933,3	948,6	983,5	1.095,8	
<i>Importazioni Argentine</i>	439,9	623,4	747,9	908,1	
<i>Saldo per l'Italia</i>	-493,4	-325,2	-235,6	-187,7	

Fonte: INDEC

### Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e l'Argentina appaiono già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, il **valore complessivo dell'interscambio ha superato 45 mln di Euro**, a fronte di un trend del relativo export pugliese in leggero calo (-9% rispetto al 2005).

#### Andamento dell'Interscambio commerciale Puglia – Argentina, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)

	Esportazioni			Importazioni			Saldi		Saldi normalizzati (%)	
	2005	2006	Var.%	2005	2006	Var.%	2005	2006	2005	2006
<b>Bari</b>	2.330	1.563	-32,92	36.703	41.291	12,5	-34.373	-39.728	-88,06	-92,71
<b>Brindisi</b>	42	251	500,58	5.231	1.532	-70,7	-5.190	-1.281	-98,42	-71,86
<b>Foggia</b>	0	75	.	147	123	-16,2	-147	-48	-100	-24,47
<b>Lecce</b>	26	306	1.062,75	96	155	61,25	-70	151	-56,94	32,85
<b>Taranto</b>	83	62	-25,27	561	531	-5,39	-477	-468	-74,1	-78,97
<b>Puglia</b>	<b>2.481</b>	<b>2.257</b>	<b>-9,05</b>	<b>42.738</b>	<b>43.631</b>	<b>2,09</b>	<b>-40.257</b>	<b>-41.374</b>	<b>-89,03</b>	<b>-90,16</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

### Prospettive future di investimento

In base all'analisi effettuata nella sezione precedente, nella quale si sono esaminate le relazioni commerciali dell'Argentina a livello mondiale, l'orientamento geografico e settoriale e, in modo particolare, l'interscambio con l'Italia, si sono evidenziati alcuni settori che possiamo definire interessanti per l'export del nostro Paese. Si tratta dei comparti il cui comportamento delle importazioni dall'Italia rispetto all'import dal mondo evidenzino uno spazio tuttavia non totalmente sfruttato che potrebbe essere coperto dall'offerta italiana. Inoltre la scelta dei settori a seguito menzionati come interessanti è stata realizzata in base ad altri fattori come ad esempio: il peso che gli stessi rivestono sull'import complessivo argentino, la dinamica evidenziata dalla domanda argentina e l'andamento dalla quota di mercato italiana in relazione a quelle dei principali Paesi fornitori del Argentina. Il risultato della verifica realizzata ha portato ad individuare i seguenti settori:

- **Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali:** prodotti farmaceutici e prodotti chimici e botanici per usi medicinali; altri prodotti chimici; prodotti chimici di base.
- **Macchine ed apparecchi meccanici:** macchine per l'agricoltura e silvicoltura; macchine ed apparecchi per produzione ed utilizzo dell'energia meccanica, esclusi i motori; macchine per impieghi speciali.
- **Macchine elettriche ed apparecchiature elettriche e di precisione:** strumenti di navigazione, misurazione e controllo, non per processi industriali.
- **Prodotti in gomma e materie plastiche:** articoli in gomma; articoli in materie plastiche.
- **Autoveicoli:** parti ed accessori per autoveicoli e loro motori

# Australia



## Informazioni Generali

Superficie	7.682.400 km <sup>2</sup>
Popolazione	20.605.500 ab
Capitale	Canberra (325.000 ab)
Altre città principali	Sydney (4.256.000 ab.); Melbourne (3.636.000 ab.), Brisbane (1.817.000 ab.), Perth (1.478.000 ab.), Adelaide (1.129.000 ab.)
Lingua	Inglese
Moneta	L'unità monetaria è il Dollaro Australiano (AUD)

## Indicatori Macroeconomici

Paese continente di immense risorse naturali, scarsa popolazione, altissima stabilità politica e strutture sociali ed economiche all'avanguardia, l'Australia, secondo la Banca Mondiale, è la tredicesima economia mondiale, con 712 miliardi di dollari americani di PIL nel 2005 aumentato a 754 nel 2006 (pari al 2,66% in più rispetto all'anno precedente) e un tenore di vita tra i più elevati al mondo (32.220 dollari americani il reddito pro capite). Come accade per la maggior parte dei paesi sviluppati, il terziario genera la percentuale più rilevante del PIL, 70%, seguito dall'industria (26,2%), dal settore minerario (4,9%) e dal settore agricolo (4%).

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006	
Tasso di cambio valuta locale per \$ USA		1,54	1,36	1,31	1,33
PIL in \$ a prezzi correnti (mln.)	524.885	638.357	712.270	754.492	
Variazione annuale del PIL reale (%)	3,06	3,68	2,76	2,66	
Origine del PIL (%)					
Agricoltura	3,52	4,13	4	4	
Industria	27,03	26,42	26,44	26,24	
Servizi	69,46	69,45	69,59	70,14	
Variazione della produzione industriale (%)	0,2	0,20	1,11	0,10	
PIL pro capite in \$ a prezzi correnti	26.371	31.680	34.950	36.630	
Variazione annuale prezzi al consumo (%)	2,77	2,34	2,67	3,54	
Tasso di disoccupazione (%)	6,07	5,53	5,10	4,88	
Rapporto debito pubblico/PIL (%)	18,73	17,33	16,82	14,92	
Destinazione del PIL (%)					
Consumi privati	58,68	58,59	57,14	56,29	
Consumi pubblici	18	17,99	18,13	18,32	
Investimenti	25,21	25,41	26,19	26,65	

Fonte: Elaborazioni ICE su dati EIU – Bureau Van Dijk

## Rapporti commerciali

La bilancia commerciale australiana risulta storicamente deficitaria, effetto in buona misura della struttura "coloniale" del commercio estero del paese, che vende principalmente materie prime minerarie, risorse energetiche e prodotti agricoli ed importa macchinari e beni di consumo. Inoltre, la bilancia dei conti correnti soffre di un deficit cronico ancora maggiore a causa dei dividendi ed interessi versati all'estero.

### Andamento dei Flussi Import/export Australia (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2003	2004	2005	2006
Esportazioni di beni in (FOB.)	70.517	87.162	107.011	117.205
in % del PIL	13,43	13,65	15,02	15,53
Variazione annua %	8,47	23,6	22,77	34,47
Prezzo medio delle esportazioni (var. %)	14,11	14,08	12,7	12,9
Esportazioni in volume (var. %)	3,97	8,92	1,5	4
Importazioni di beni (FOB)	85.862	105.231	120.384	127.302
in % del PIL	16,36	16,48	16,9	16,87
Variazione annua %	21,74	22,56	14,4	20,97
Prezzo medio delle importazioni (var. %)	10,97	12,57	4,5	10,1
Importazioni in volume (var. annua %)	8,02	8,56	9,2	5
Saldo bilancia commerciale	-15.344	-18.069	-13.372	-10.097
Esportazione di servizi	23.748	28.485	31.047	33.313
in % del PIL	4,52	4,46	4,36	4,42
Variazione annua %	21,19	19,95	8,99	16,95
Importazioni di servizi	21.940	27.943	30.504	33.250
in % del PIL	4,18	4,38	4,28	4,41
Variazione annua %	19,32	27,36	9,17	18,99
Saldo bilancia dei servizi	1.808	542	543	64

Fonte: elaborazioni ICE su dati su dati EIU – Bureau Van Dijk

## Interscambio con l'Italia

L'Italia non risulta tra i principali partner commerciali europei pur registrando notevoli volumi di scambio con l'Australia. Negli anni, la bilancia commerciale italiana nei confronti dell'Australia ha tendenzialmente registrato saldi positivi, in crescita fino al 2004; da allora il surplus commerciale è apparso stazionario, con il valore delle esportazioni e delle importazioni rimasto sostanzialmente invariato tra il 2005 e il 2006.

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Australia, 2003-2006 (valori in migliaia di Euro)</b>						
		2003	2004	2005	2006	
Esportazioni		2.293.552	2.536.465	2.506.430	2.539.379	
	Variaz. annua %	2,79	10,59	-1,18	1,31	
	% su export tot. Italia	0,80	0,84	0,84	0,77	
Importazioni		1.094.251	1.088.048	1.158.159	1.252.994	
	Variaz. annua %	-16,42	-0,57	6,44	6,50	
	% su import tot. Italia	0,38	0,35	0,35	0,36	
Interscambio totale		3.387.803	3.624.513	3.664.589	3.792.373	
SalDI		1.199.301	1.448.417	1.348.271	1.286.385	

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con la Puglia

L'interscambio commerciale tra la Puglia e l'Australia appare sufficientemente consolidato, se si considera che nel 2006 il valore complessivo dell'interscambio ha superato 400 milioni di Euro, a fronte però di un trend del relativo export pugliese in lieve calo (-4% rispetto al 2005). Nello stesso tempo, i dati relativi all'andamento complessivo dei rapporti commerciali della Puglia con l'Australia, sempre riferiti allo stesso periodo del 2005-6, evidenziano un trend al peggioramento del saldo commerciale per via delle crescenti importazioni dall'Australia (+12,73%). Rispetto al totale italiano le esportazioni pugliesi hanno contribuito per un valore percentuale del 1,4% e le importazioni per il 30,7% sul totale.

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – Australia, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)</b>										
	Esportazioni			Importazioni			SalDI		SalDI normalizzati (%)	
	2005	2006	Var.%	2005	2006	Var.%	2005	2006	2005	2006
Bari	31.458	28.662	-8,89	42.745	39.370	-7,9	-11.287	-10.708	-15,21	-15,74
Brindisi	1.069	1.375	28,58	11	27	147,5	1.058	1.347	97,96	96,12
Foggia	1.776	2.806	57,99	18	128	597,5	1.757	2.678	97,96	91,29
Lecce	1.658	1.525	-8,01	260	121	-53,5	1.398	1.405	72,91	85,34
Taranto	284	430	51,29	298.245	345.090	15,71	-297.961	-344.660	-99,81	-99,75
<b>Puglia</b>	<b>36.246</b>	<b>34.797</b>	<b>-4</b>	<b>341.279</b>	<b>384.735</b>	<b>12,73</b>	<b>-305.034</b>	<b>-349.938</b>	<b>-80,8</b>	<b>-83,41</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Prospettive future di investimento

L'Australia, nonostante le dimensioni ridotte del mercato (20 milioni di abitanti), rappresenta un partner di primo piano per l'Italia: si tratta infatti del terzo paese di destinazione delle merci italiane nella regione dell'Asia-Oceania, dopo Cina (incluso Hong Kong) e Giappone. A livello globale, l'Australia rappresenta il sesto paese di destinazione fuori dall'Unione Europea. In particolare per quanto riguarda la Puglia, grazie alla forte espansione economica dell'Australia e alla crescita dei consumi privati, ci sono ottime prospettive non solo di aumentare le esportazioni verso questo Paese, ma anche di stringere alleanze e concludere accordi con imprese australiane, anche al fine di acquisire o scambiare know-how e competenze specifiche.

I settori che offrono in Australia le maggiori opportunità di collaborazione commerciale, produttiva e d'investimento (in base al Rapporto-Paese Congiunto ICE MAE, 2006) risultano essere:

- Medicinali e prodotti farmaceutici (inclusi i farmaceutici veterinari);
- Materiali di costruzione;
- Macchinari e attrezzature mediche e dentistiche;
- Macchinari ed attrezzature per l'agricoltura;
- Tecnologie e servizi ambientali;
- Attrezzature per l'irrigazione;
- Tecnologie per la produzione di energia alternativa;
- Biotecnologie.

Rispetto a queste prospettive e dinanzi agli ampi spazi di espansione per gli scambi, sia in ambito commerciale sia e soprattutto negli altri settori di collaborazione, si ritiene che il sistema economico pugliese possa muoversi in questi ed altri settori prioritari di intervento e diventare un interlocutore importante nei processi di sviluppo e collaborazione economica con l'Australia.



# Azerbaijan

## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	86.600 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Baku 1.855.000 di abitanti
<b>Altre città principali</b>	Ganja (304.000 ab.); Sumqayıt (290.000 ab.)
<b>Popolazione</b>	21.607.000 (densità 10 ab /km <sup>2</sup> )
<b>Lingua</b>	La lingua ufficiale è l'azeri
<b>Religione</b>	Sciiti musulmani (70%)
<b>Moneta</b>	L'unità monetaria dell'Azerbaijan è il Manat

## Indicatori Macroeconomici

L'economia è basata sull'industria petrolifera, già avviata nella metà dell' 800, e del gas. Numerose sono le multinazionali attive nella perforazione *on-shore* e *off-shore* che contribuiscono per il 70 % alla formazione del PIL. Nel 2004, il PIL è diminuito del 10,2% ammontando a 8,5 miliardi USD (nel 2003 era di 7,12 miliardi USD). Il primo motivo che non ha permesso la crescita del PIL è da ricondurre al rallentato sviluppo del settore industriale, nel cui ambito la produzione è aumentata solo del 5,7%, mentre nel 2003 del 6,1%. I settori che hanno registrato un trend positivo sono stati quello della produzione del gas, del petrolio, della raffinazione del petrolio, dell'industria edilizia e di quella chimica. Tale andamento positivo è stato seguito anche dal settore dei servizi collettivi, dove si è registrato un aumento del 7,1%. Invece, per quanto riguarda la metallurgia, si è verificata una flessione del 2,2%. **Nel 2005**, il PIL è cresciuto del 26,4%, totalizzando 12,5 miliardi USD. **Nel 2006** il PIL ha raggiunto 7,8 miliardi USD. Le voci che hanno concorso alla sua formazione sono state le seguenti: produzione industriale (4,40 miliardi USD), pari al 56,1%; produzione agricola (277,80 milioni USD), corrispondente al 3,6%; il settore delle costruzioni (701,09 milioni USD), pari all'8,9% e il settore dei servizi con circa 1,86 miliardi USD pari al 24,1%. Il deflatore del PIL (l'indice aggregato del prezzo di tutti i beni e di tutti i servizi) ha raggiunto il 99,9% al 1 luglio 2006 rispetto al 109,3% dello stesso mese del 2005. Nel primo semestre del 2006, il PIL pro capite è stato di 943,9 USD a cui è corrisposto un aumento del 34,7% rispetto a gennaio-giugno 2005. Il 68,6% del PIL pro capite è da ricondurre alla produzione di beni e servizi che ha raggiunto 6,48 miliardi USD, il 41,1% in più rispetto al periodo gennaio-giugno dell'anno 2005.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006 <sup>18</sup>
<b>PIL in \$ a prezzi correnti (mln)</b>	7.124,2	8.528	12.500,63	7.800
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	11,2	10,2	26,4	34,7
<b>Investimenti fissi lordi (%)</b>	46,5	36,1	99,02	2.498
<b>Produzione industriale (variazione %)</b>	6,1	5,7	33,5	41,1
<b>Tasso di inflazione (variazione %)</b>	2,2	6,7	9,6	6,5

Fonti: *Economist Intelligence Unit – Bureau Van Dijk*

## Rapporti commerciali

Il grado di aperture del Paese al commercio internazionale è molto forte: Le limitate dimensioni demografiche e geografiche, pur in presenza di una relativamente ampia gamma di risorse, determinano una strutturale e notevole apertura del Paese al commercio internazionale, che è destinata ad accentuarsi con il progressivo aumento della crescita delle esportazioni di petrolio e in prospettiva di gas, che permetteranno di finanziare una forte espansione della domanda interna. In altre parole, l'aumento dell'esportazioni di petrolio consentirà un aumento del reddito pro-capite e della domanda di beni stranieri. Una ulteriore spinta all'apertura al commercio internazionale di questo Paese si avrà quando saranno introdotte le necessarie riforme per avvicinare il Paese all'Organizzazione Mondiale del Commercio. Bisogna comunque sottolineare che la struttura del commercio estero dell'Azerbaijan è destinata a rimanere quella attuale: le esportazioni continueranno ad essere di petrolio, di gas o di derivati di queste materie prime; le importazioni saranno sempre più di beni strumentali e beni di consumo.

### Andamento dei Flussi Import/export Azerbaijan, 2003-2006 ((valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2003	2004	2005	2006 <sup>19</sup>
<b>Esportazioni</b>	2.591.978,9	3.614.307,1	4.346.864,4	2.924.059,0
<b>Importazioni</b>	2.626.225,2	3.504.324,4	4.200.256,3	2.117.628,9
<b>Saldo</b>	-34.246,3	109.982,7	146.608,1	806.403,1

Fonte: *Elaborazioni su dati Economist Intelligence Unit - Bureau Van Dijk*

<sup>18</sup> Dati relativi al periodo gennaio – maggio 2006

<sup>19</sup> Dati relativi al periodo gennaio – maggio 2006

## Interscambio con l'Italia

nel 2004, la quota italiana sulle importazioni azere è stata pari all' 1,50%, a cui è corrisposta una somma di poco superiore a 106 milioni USD (sul totale delle importazioni dell'Azerbaijan). L'anno successivo si è registrata una flessione dell'import dall'Italia: infatti, le vendite italiane sono state leggermente superiori a 94 milioni di euro, a cui corrisponde una quota pari all' 1,10% sul totale di tutte le importazioni azere. Il periodo gennaio – giugno 2006 ha visto una netta ripresa delle importazioni dall'Italia che hanno superato i 56 milioni di euro con una quota pari all' 1,37% sul totale delle importazioni azere col resto del mondo. Nel 2004, per quel che concerne le esportazioni verso l'Italia, l'Azerbaijan ha esportato con una quota del 22,68% sul totale delle sue esportazioni, per un ammontare pari a circa 1,61 miliardi di euro. Nel 2005 si è registrata una riduzione dell'export verso l'Italia, con una quota pari al 15,39%. Situazione decisamente migliore per i primi cinque mesi del 2006, anno in cui le esportazioni verso l'Italia, hanno rappresentato una quota del 31,10% (a cui corrisponde una somma di poco inferiore a 1,29 miliardi di euro) sul totale dell'export azero.

### Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Azerbaijan, 2003-2006 (valori in migliaia di Euro)

	2003	2004	2005	2006 <sup>20</sup>
<b>Esportazioni</b>	73.982,50	106.738,00	94.392,60	56.697,40
<b>Importazioni</b>	1.082.719,60	1.345.948,40	1.614.856,20	1.315.741,00
<b>Interscambio</b>	-271.965,90	-1.508.118,20	-1.221.348,40	-1.230.274,90

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con la Puglia

I dati relativi all'export pugliese nei confronti dell'Azerbaijan, dimostrano, in seguito al significativo aumento delle esportazioni durante il 2006 (+92% rispetto al 2005) come i rapporti commerciali tra la nostra Regione e il Paese azero siano consolidati e in forte crescita.

### Andamento delle Esportazioni pugliesi in Azerbaijan, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)

	Esportazioni		
	2005	2006	Var. %
Bari	748	1.344	79,83
Brindisi	1	160	16843,43
Foggia	42	0	-100
Lecce	0	33	
Taranto	24	35	42,64
<b>Puglia</b>	<b>814</b>	<b>1.571</b>	<b>92,96</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Prospettive future di investimento

L'Italia è il primo partner commerciale dell'Azerbaijan in quanto è diretto verso l'Italia oltre il 40 per cento delle esportazioni azere, composte quasi esclusivamente da petrolio. Le esportazioni italiane sono in sensibile crescita in termini assoluti mentre purtroppo registrano un decremento in termini relativi rispetto al totale dell'import dell'Azerbaijan. In sostanza l'Italia non è riuscita a mantenere il passo rispetto all'enorme aumento delle importazioni dell'Azerbaijan. Disaggregando i dati per settori merceologici e seguendo la classificazione ISTAT si osserva come le nostre esportazioni sono quasi esclusivamente concentrate nel settore dei "prodotti trasformati e manufatti". All'interno di questo aggregato si vede come quasi la metà è costituita da "macchine ed apparecchi meccanici" (47 milioni di euro nei primi 10 mesi del 2006) seguite a distanza da "metalli e prodotti in metallo" (15 milioni di euro), da "prodotti delle industrie tessili e dell'abbigliamento" (14 milioni di euro) ed infine dalle "macchine elettriche ed apparecchiature elettriche, elettroniche ed ottiche" (12 milioni di euro). Gli altri dieci settori che compongono i "prodotti trasformati e manufatti" registrano esportazioni inferiori ai dieci milioni di euro. Coerentemente con il quadro macroeconomico, che è stato precedentemente descritto, i settori merceologici più rilevanti sono quelli dei beni di investimento. Infatti il mercato dei beni di consumo, con alcune rare eccezioni (ad esempio abbigliamento) è di dimensioni troppo ridotte per far registrare fatturati significativi. Questa situazione è destinata ad accentuarsi nel corso dei prossimi anni quando il forte incremento dell'export di petrolio consentirà al Paese di finanziare l'ammodernamento delle infrastrutture, che necessitano tutte quante di interventi radicali. Quindi è ragionevole ritenere che le maggiori opportunità per l'industria italiana continueranno a concentrarsi nei settori dei beni di investimento o comunque dei beni strumentali. Appaiono anche interessanti le prospettive delle industrie legate ai trasporti. In questo contesto può essere utile sottolineare come il Mar Caspio è in prospettiva una via di comunicazione sempre più importante, ma essendo un mare chiuso ha notevoli difficoltà ad ammodernare la flotta delle navi che lo solcano.

<sup>20</sup> Dati relativi al periodo gennaio – maggio 2006



# Bulgaria

## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	110.994 Km2
<b>Capitale</b>	Sofia (1.096.000 abitanti)
<b>Altre città principali</b>	Plovdiv (341.000 ab.); Varna (315.000 ab.); Burgas (193.000 ab.); Ruse (162.000 ab.); Stara Zagora (144.000 ab.); Pleven (122.000 ab.).
<b>Popolazione</b>	7.890.000 abitanti (densità: 71,08 abitanti per Km2)
<b>Lingua</b>	Bulgaro
<b>Religione</b>	Ortodossi (85,7%), Musulmani (13,1%)
<b>Moneta</b>	La moneta ufficiale bulgara è il Lev (BGL). Il lev è agganciato al valore dell'Euro.

## Indicatori Macroeconomici

L'economia bulgara, nell'ultimo periodo, ha mostrato segni crescenti di dinamicità: sulla base degli ultimi dati ufficiali disponibili, relativi al 2006, La crescita del PIL bulgaro è scesa al 5,7% nell'ultimo trimestre 2006 dal 6,7% del terzo, mentre per l'intero anno la crescita è stata del 6,1% pari a 25.099,86 mln di euro. Nel primo trimestre 2007, nonostante un rallentamento a marzo, i dati preliminari della produzione industriale dicono che la crescita è stata del 7% ed i settori orientati all'export fungono da traino. La domanda del settore delle costruzioni sta assicurando una forte contribuzione all'industria per la produzione di input come minerali non metallici e metalli di base.

Con tanta dinamica attività di costruzione e di investimento, che non sembrano scendere nemmeno per il 2007, la crescita del PIL sarà attorno al 5,7% per tutto il 2007 e , data la forte contribuzione degli investimenti capitali all'economia, il PIL reale dovrebbe rallentare solo gradualmente

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006
<b>PIL (valore), mln. Euro</b>	17.705,02	19.849,88	21.881,76	25.099,83
<b>PIL (crescita annua in termini reali)</b>	5,00%	6,60%	6,20%	6,1%
<b>Agricoltura</b>	11,4	10,9	9,3	8,5
<b>Industria</b>	29,68	29,87	30,45	31,67
<b>Servizi</b>	58,75	59,3	60,28	60,02
<b>Consumi finali, mln. Euro</b>	15.810,17	17.419,71	19.297,18	21.727,35
<b>Indice dei prezzi al consumo (variazione media per il periodo)</b>	2,30%	6,10%	5,00%	7,3%
<b>Tasso di disoccupazione</b>	13,50%	12,20%	10,70%	9,1%
<b>Rapporto debito pubblico/PIL (%)</b>	48,18	40,65	31,91	26,2
<b>Destinazione del PIL (%)</b>				
<b>Consumi privati</b>	77,71	76,62	78,83	77,2
<b>Consumi pubblici</b>	10,04	10,18	9,77	9,37
<b>Investimenti</b>	19,38	20,82	23,77	26,23

Fonte Banca Nazionale Bulgara [www.bnb.bg](http://www.bnb.bg)

## Rapporti commerciali

Nel 2006 continua il trend di crescita dell'interscambio Bulgaria - mondo, con un aumento delle **esportazioni** del 26,6% (2.516,3 mln. di euro) rispetto al 2005 ed un aumento delle **importazioni** pari al 25,3% (3.707,3 mln di euro). Il saldo commerciale negativo per il 2006 ammonta a 6.392,40 mln di euro (saldo FOB - FOB), pari al 22,0% del PIL.

### Andamento dei Flussi Import/export Bulgaria, 2003-2006 (valori in milioni di Euro)

	2003	2004	2005	2006	Var. %
<b>Import Totale Cif</b>	9.610,50	11.619,5	14.667,70	18.375,00	25,30%
<b>Export Totale Fob</b>	6.668,20	7.984,90	9.466,30	11.982,60	26,60%
<b>Saldo</b>	-2.942,30	-3.634,60	-5.201,40	-6.392,40	22,90%

Fonte Banca Nazionale Bulgara

## Interscambio con l'Italia

I dati dell'**interscambio tra Italia e Bulgaria** riferiti al periodo gennaio-dicembre 2006 hanno fatto registrare una crescita delle esportazioni italiane del 21,6%, che sono passate dai 1318,4 mln di euro nel 2005 ai 1.602,6 mln di euro di quest'anno. L'Italia mantiene la sua posizione di terzo fornitore, dopo Russia (17,3%) e Germania (12,4%), anche se la sua quota di mercato è diminuita dello 0,3% nel 2006.

Bisogna notare che per quanto riguarda le esportazioni bulgare verso l'Italia, nel 2006 tali esportazioni hanno registrato una crescita di soli 6,8% (76,5 mln di euro) arrivando a 1209,1 mln di euro.

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Bulgaria, 2003-2006 (valori in milioni di Euro)</b>				
	2003	2004	2005	2006
Import dall'Italia	982,30	1.141,60	1.318,40	1.602,60
Export verso l'Italia	935,20	1.043,20	1.132,70	1.209,10
Saldo	-47,1	-98,4	-185,7	-393,5

Fonte Banca Nazionale Bulgara

### Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e la Bulgaria appaiano già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato 77 mln di Euro**, a fronte di un trend del relativo export pugliese in forte crescita (+21,8% rispetto al 2005). Nello stesso tempo, gli spazi di espansione per gli scambi, sia in ambito commerciale sia e soprattutto negli altri settori di collaborazione, risultano ampi.

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – Bulgaria, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)</b>								
	Esportazioni			Var. %	Importazioni			Saldi
	2005	2006	Var. %		2005	2006	Var. %	
Bari	7.893	9.700	22,88	9.672	12.754	31,87	-1.778	-3.055
Brindisi	3.840	3.771	-1,79	9.032	1.678	-81,42	-5.192	2.093
Foggia	468	441	-5,74	3.338	5.317	59,29	-2.870	-4.876
Lecce	15.400	14.765	-4,12	19.624	18.035	-8,10	-4.224	-3.269
Taranto	749	5.876	684,94	987	5.575	465,02	-238	302
Puglia	<b>28.349</b>	<b>34.553</b>	<b>21,88</b>	<b>42.652</b>	<b>43.358</b>	<b>1,66</b>	<b>-14.302</b>	<b>-8.805</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

### Prospettive future di investimento

I settori che offrono in Bulgaria le maggiori opportunità di collaborazione commerciale, produttiva e d'investimento (in base ai recenti studi effettuati dall'ICE) vengono riassunti nella tabella seguente.

<b>Settori dell'economia con le migliori prospettive di sviluppo</b>	
Settore dell'energia	Saranno necessari ulteriori investimenti per oltre 5 miliardi di euro
Settore delle infrastrutture e opere pubbliche	Potrà usufruire di finanziamenti comunitari per oltre 4.5 miliardi di euro
Settore agro-alimentare	La Bulgaria ha una fortissima tradizione e predisposizione naturale sia per lo sviluppo del mercato locale che per l'esportazione, che potrà contare sui cospicui fondi comunitari
Settore industriale	Il bisogno di internazionalizzazione da parte delle imprese italiane è maggiormente sentito e beneficia di finanziamenti comunitari per almeno 1 miliardo di euro
Settore Hi-Tech	Esistono forti competenze nel settore. La Bulgaria lo ha scelto come settore strategico di sviluppo
Settore immobiliare	Attività in fortissima espansione
Settore del turismo	Ha conosciuto un forte sviluppo negli ultimi anni e offre ancora opportunità interessanti

Fonte: Ambasciata della Bulgaria in Italia e BulBank (Banca Centrale bulgara)

# Canada



<b>Informazioni Generali</b>	
<b>Superficie</b>	9.093.507 Km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Ottawa (1.143.000 abitanti)
<b>Altre città principali</b>	Toronto (5.204.000 ab.) Quebec (706.000 ab.) Montreal (3.607.000 ab.) Vancouver (2.160.000 ab.) Hamilton (710.000 ab.) Edmonton (1.002.000 ab.) Calgary (1.037.000 ab.) St Catharines-Niagara (395.000 ab.)
<b>Popolazione</b>	32,62 milioni
<b>Lingua</b>	Inglese e Francese
<b>Religione</b>	Cattolica: (45,7%), Protestante: (36,2%), Ortodossa(1,5%), Ebraica(1,4%)
<b>Moneta</b>	L'unità monetaria del Canada è il Dollaro Canadese (CAD\$)

## Indicatori Macroeconomici

Il 2006 ha rappresentato un anno di transizione per l'economia canadese, alle prese con pressioni interne ed esterne che hanno influito su valuta, prezzi delle risorse prime, edilizia e settore manifatturiero; ha anche segnato un'importante svolta politica con le elezioni generali di gennaio che hanno prodotto un governo conservatore, dopo oltre 12 anni d'incontrastato predominio liberale.

La crescita del Prodotto Interno Lordo canadese nel 2006 è stata del 2,7%, con una lieve flessione rispetto al 2,9% dell'anno precedente. Le cause sono da ricercarsi nel rallentamento dell'economia statunitense, che si farà sentire soprattutto nell'arco del 2007. Il brusco calo del settore dell'edilizia residenziale negli USA, assieme a consumi più contenuti hanno contribuito a ridurre il tasso di crescita canadese, in quanto il mercato a sud del confine rappresenta il primo partner commerciale, assorbendo oltre l'80% delle esportazioni.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006i

	2003	2004	2005	2006
<b>PIL in \$ a prezzi correnti (mln.)</b>	865,899	992,162	1,134,773	1,274,981
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	1,88	3,07	3,07	2,76
<b>Origine del PIL (%)</b>				
<b>Agricoltura</b>	29,23	29,46	29,44	28,99
<b>Industria</b>	68,61	68,31	68,35	68,90
<b>Servizi</b>	0,66	2,03	1,23	-0,68
<b>Variazione della produzione industriale (%)</b>				
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>	27,342	31,030	35,164	39,082
<b>Destinazione del PIL (%)</b>				
<b>Consumi privati</b>	56,59	55,81	55,32	55,56
<b>Consumi pubblici</b>	19,65	19,28	19,10	19,35
<b>Investimenti</b>	19,63	20,26	21,04	22,00

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Rapporti commerciali

Il saldo in forte surplus della bilancia commerciale con gli USA viene controbilanciato da conti negativi nei confronti della maggioranza degli altri partner commerciali del Paese, soprattutto verso la Cina che, nel 2006, si è confermata incontrastata secondo Paese fornitore con importazioni pari a 34 miliardi di dollari canadesi. Le importazioni principali sono rappresentate dai macchinari e dai prodotti elettronici, che costituiscono il 40% delle importazioni dalla Cina. A ridosso della Cina, il Messico ed il Giappone si confermano importanti partner commerciali. Il Messico, beneficiando del rapporto privilegiato legato all'appartenenza al NAFTA, sale al terzo posto tra paesi fornitori sfiorando la quota del 10% sul totale, nonché quinto mercato di sbocco dei prodotti canadesi, con un incremento del 30% nel 2006. Tra i paesi europei, la Germania ha superato il Regno Unito con un valore delle esportazioni verso il Canada pari a 11,1 miliardi di dollari canadesi.

### Andamento dei Flussi Import/export Canada, 2003-2006 (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2003	2004	2005	2006
<b>Esportazioni di beni</b>	284.878	329.786	372.836	401.719
<b>Importazioni di beni</b>	244.608	279.249	320.433	356.496
<b>Esportazione di servizi</b>	44.095	49.730	55.275	59.257
<b>Importazioni di servizi</b>	52.318	58.946	65.310	72.630

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con l'Italia

Nel 2006, le esportazioni italiane verso il Canada hanno registrato un aumento del 12%, portando la quota italiana sul mercato interno pari all'1,2%. La bilancia commerciale si è confermata saldamente positiva a favore dell'Italia per oltre 1,3 miliardi di euro, con un saldo in aumento del 13,7%.

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Canada, 2003-2006 (valori in migliaia di Euro)**

		2003	2004	2005	2006
<b>Esportazioni</b>		2.413.800	2.421.427	2.430.772	2.723.342
	<i>Variazione annua %</i>	-1,99	0,31	0,38	12,03
	<i>% su export tot. Italia</i>	0,91	0,85	0,81	0,83
<b>Importazioni</b>		1.248.682	1.342.684	1.391.098	1.403.779
	<i>Variazione annua %</i>	0,63	7,53	3,6	1
	<i>% su import tot. Italia</i>	0,47	0,47	0,45	0,40
<b>Saldi</b>		1.165.118	1.078.743	1.039.674	1.319.563

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

### Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia ed il Canada appaiono già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato 112 mln di Euro**, a fronte di un trend del relativo export pugliese in calo (-29% rispetto al 2005).

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – Canada, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)**

	Esportazioni			Importazioni			Saldi	
	2005	2006	Var.%	2005	2006	Var.%	2005	2006
<b>Bari</b>	34.881	20.845	-40,24	43.287	14.468	-66,58	-8.406	6.377
<b>Brindisi</b>	2.062	2.228	8,05	3.794	3.888	2,48	-1.731	-1.660
<b>Foggia</b>	1.609	1.543	-4,06	3.409	9.223	170,55	-1.800	-7.679
<b>Lecce</b>	3.437	3.638	5,85	222	160	-27,67	3.215	3.478
<b>Taranto</b>	1.584	2.360	48,95	65.670	54.082	-17,65	-64.086	-51.722
<b>Puglia</b>	<b>43.573</b>	<b>30.615</b>	<b>-29,74</b>	<b>116.382</b>	<b>81.821</b>	<b>-29,7</b>	<b>-72.809</b>	<b>-51.207</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

### Prospettive future di investimento

I settori che offrono in Canada le maggiori opportunità di collaborazione commerciale, produttiva e d'investimento (in base ai recenti studi effettuati dall'ICE) risultano essere:

- **Prodotti alimentari, bevande e tabacco:** Il comparto ha registrato nel quadriennio 2000-2003 una dinamica di crescita media annua del 7,2%, con un peso percentuale sull'import totale pari al 4,4%. In termini di valore si è passati dagli 8,5 miliardi di dollari del 2000 ai 10,5 del 2003. Il saldo commerciale si mantiene costantemente positivo per il Canada, nell'ordine di 2,5 miliardi di dollari. Principali fornitori restano gli Stati Uniti, con una quota del 57,4%, in calo di poco più di un punto percentuale rispetto al 2000. A notevole distanza seguono l'Italia, col 3,4%, e la Cina, col 2,5% del mercato.
- **Prodotti chimici e fibre sintetiche artificiali:** Il comparto presenta tasso medio di crescita annua ed incidenza sul totale piuttosto elevati: rispettivamente del 6,6% e del 10,0%. In termini di valore si passa dai 19,8 miliardi di dollari del 2000 ai 24 miliardi del 2003. Il saldo commerciale è negativo per il Canada, e tra l'altro in peggioramento costante. Principali fornitori sono gli Stati Uniti, col 68,15%, anche se in perdita di più di sette punti percentuali rispetto al 2000. A notevole distanza si collocano tutti gli altri Paesi: Germania (4,4%), Regno Unito (3,6%), Giappone (1,6%), Italia (1,4%). Il settore più pesante (40,6%) è rappresentato da Prodotti chimici di base, per un valore di 9,7 miliardi di dollari al 2003, allorché si è verificato l'incremento più rilevante rispetto all'anno precedente (10,9%). Dominano il mercato gli Stati Uniti, col 74%, sia pure in calo rispetto al passato, mentre la Germania è in lieve crescita, col 4,3% al 2003. Anche l'Italia passa dallo 0,8% all'1,2%, pur non riuscendo a migliorare la sua posizione marginale.
- **Macchine ed apparecchi meccanici:** Il comparto rappresenta il 10,65% delle importazioni canadesi, per un valore di 25,5 miliardi di dollari, valore rimasto pressoché invariato rispetto al 2000. Le importazioni hanno evidenziato un andamento alterno nel quadriennio, registrando una perdita dell'8,7% nel 2001, ma segnano una ripresa dell'8,3% nel 2003. Principali fornitori, gli Stati Uniti (63,3%); seguono Germania (6,1%), Giappone (5,86%), Cina (4,1%), Italia (3,2%).
- **Articoli di abbigliamento e pellicce:** Si tratta di un comparto il cui peso non è particolarmente rilevante sulle importazioni canadesi dal mondo (1,6%), ma che manifesta una dinamica di crescita media annua piuttosto sostenuta, pari al 7%, con picchi del 13,4% nell'ultimo anno. In termini di valore si passa da 3,1 miliardi di dollari del 2000 ai 3,8 miliardi del 2003. Il saldo commerciale è sempre negativo per il Canada, tra l'altro in continuo peggioramento nel quadriennio, fino a toccare i 2 miliardi nel 2003. Il principale fornitore è la Cina, la cui quota passa dal 25,9% del 2000 al 33,4% del 2003, seguita dagli Stati Uniti, che, al contrario, perdono 4 punti percentuali e si attestano intono al 10,5%. L'Italia si colloca al quarto posto, subito dopo il Messico, col 3,2% in lieve crescita rispetto al 2000.

# Cina



## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	9.561.000 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Beijing (Pechino 7,61 milioni di abitanti)
<b>Altre città principali</b>	Shanghai (9,86 milioni di ab.); Shenyang (4,33 milioni di ab.); Chongqing (6,61 milioni di ab.); Nanjing (3,10 milioni di ab.)
<b>Popolazione</b>	1.300.000.000 (densità 135,9 ab /km <sup>2</sup> )
<b>Lingua</b>	La lingua ufficiale è il Putonghua
<b>Religione</b>	Confucianesimo, Taoismo, Buddismo
<b>Moneta</b>	L'unità monetaria della Cina è il Yuan/Renminbi (Y/Rmb)

## Indicatori Macroeconomici

In base ai dati resi noti dalle Autorità locali, che riflettono quelli del Fondo Monetario Internazionale costituendone la base, nel 2006 il PIL cinese ha continuato a crescere a ritmi ancora più sostenuti di quelli del 2005, nonostante il rafforzamento di alcune politiche economiche di raffreddamento di alcuni settori dell'economia locale. Nel 2006 il PIL cinese è stato di 20.049,7 miliardi di Yuan per equivalenti 2.765,7 miliardi di USD ed ha registrato un incremento annuo del 11,01 %, laddove, in base ai dati consolidati, la crescita del 2005 è stata del 10,04%. Alla fine del 2006 sono state confermate le tendenze di crescita manifestate dai tre comparti dell'economia locale, il cui settore trainante resta l'industria, che nel periodo in esame ha costituito il 48,7% del PIL ed ha segnato un significativo incremento del 12,5% sul 2005. L'agricoltura, che incide sul PIL per l'11,8%, ha invece confermato un aumento, su base annua, del 5%, mentre la crescita del 10,3% marcata dal settore terziario, conferma l'andamento di decisa espansione del comparto e nel 2006 ha rappresentato il 39,5% dell'economia cinese. Anche la produzione industriale ha registrato un andamento di rapida crescita, con un tasso di aumento del valore aggiunto pari al 12,5% su base annua ed un rapporto di produzione/vendite del 98,1%: il valore aggiunto della produzione industriale delle grandi imprese ha segnato una crescita del 16,6% rispetto al 2005, tra cui quello delle imprese dell'industria pesante ha marcato un incremento annuo del 17,9% e quello dell'industria leggera del 13,8%. Le produzioni del comparto energetico hanno riportato significativi incrementi del 7,3% (carbone), del 13,4% (energia elettrica), dell'8% (carbone grezzo), mentre più moderata è stata la crescita della produzione di petrolio grezzo (1,7%). Nel periodo in esame in decisa espansione annua sono state altresì le produzioni di materie prime non energetiche: acciaio crudo +19,5%, acciaio lavorato +25,3%, cemento +15,5%; analogo andamento hanno seguito i metalli non ferrosi (+17,2%) ed i prodotti chimici (+9,6%).

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2004-2006

	2004	2005	2006
PIL Prezzi correnti (miliardi di Rmb)	16.028.0	18.869.2	22.049.8
Prezzi correnti (miliardi di US\$)	1.936.5	2.302.6	2.765.4
Tasso di crescita reale (%)	10.01	10.04	11.01
Inflazione %	3.08	1.08	1.07

Fonti: *Economist Intelligence Unit – Bureau Van Dijk*

## Rapporti commerciali

Nel 2006 l'**interscambio commerciale totale cinese** è stato pari a 1.760,7 miliardi di USD, in crescita del 23,8% rispetto al 2005. La bilancia commerciale ha registrato un surplus commerciale di 177,5 miliardi, in decisa espansione annua del 74%, nonostante le diverse misure prese per contenere tale crescita (accordi bilaterali per la riduzione delle quantità esportate di alcune voci, quali tessili e calzature, eliminazione di alcuni incentivi all'esportazione, apprezzamento dello Yuan su alcune delle valute forti, esportazione di prodotti a maggiore valore aggiunto). Nel periodo in esame le esportazioni sono ammontate a 969,1 miliardi di USD ed hanno registrato una crescita annua del 27,2%, mentre le importazioni sono state pari a 791,6 miliardi di US\$, in crescita annua del 20%.

### Andamento dei Flussi Import/export Cina, 2003-2006 (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2003	2004	2005	2006	Var. %
<b>Esportazioni di beni</b>	93.244	125.998	174.635	207.783	
<b>Importazioni di beni</b>	33.868	41.050	51.327	64.159	143.625
<b>Esportazioni di servizi</b>	5.713	5.852	5.916	6.271	-24.471
<b>Importazioni di servizi</b>	20.857	25.696	27.947	30.742	

Fonte: *Elaborazioni su dati Economist Intelligence Unit - Bureau Van Dijk*

## Interscambio con l'Italia

In base ai dati ufficiali dell'Ente Nazionale di Statistica cinese, nel 2006 l'interscambio commerciale bilaterale italo-cinese ha raggiunto 23,6 miliardi di Euro registrando una crescita di gran lunga superiore a quella marcata nel 2005, quando fu del 18,7%. Nel periodo in esame l'Italia ha esportato verso la Cina merci per 5,7 miliardi di euro, mentre ne ha importate per quasi 17 milioni di euro.

Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Cina, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)				
	2005	2006	Salidi	
Esportazioni	4.603.352	5.702.502	23,88	
Importazioni	14.134.836	17.962.106	27,08	
Interscambio	18.738.188	23.664.608		

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e la Cina appaiano già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, il **valore complessivo dell'interscambio ha superato i 530 mln di Euro**, dovuto ad un trend del relativo export pugliese in forte aumento (103% rispetto al 2005).

Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – Cina, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)								
	Esportazioni			Importazioni			Salidi	
	2005	2006	Var. %	2005	2006	Var. %	2005	2006
Bari	37.835	32.279	-14,69	121.451	156.231	28,64	-83.615	-123.952
Brindisi	5.019	6.393	27,38	5.662	9.450	66,91	-643	-3.057
Foggia	218	1.033	374,12	12.314	12.439	1,01	-12.096	-11.406
Lecce	1.468	3.936	168,01	5.710	7.277	27,45	-4.241	-3.341
Taranto	31.115	110.573	255,37	147.829	190.481	28,85	-116.714	-79.907
<b>Puglia</b>	<b>75.655</b>	<b>154.214</b>	<b>103,84</b>	<b>292.965</b>	<b>375.879</b>	<b>28,3</b>	<b>-217.310</b>	<b>-221.665</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Prospettive future di investimento

In generale, i rapporti economici tra i due Paesi, e soprattutto la presenza economica dell'Italia in Cina, scontano i ritardi di un sistema paese che per lungo tempo ha prestato minore attenzione ai problemi dell'insediamento produttivo o commerciale e ai problemi del finanziamento connesso allo sviluppo di queste attività, prediligendo le attività dell'importexport. Tuttavia, nel corso degli ultimi due-tre anni l'Italia delle istituzioni preposte alla promozione dell'internazionalizzazione e il mondo delle imprese hanno incominciato ad operare "a sistema" nella consapevolezza che solo un nuovo modo di operare, nuove strategie e nuovi obiettivi avrebbero potuto portare a colmare il ritardo che si era creato nei confronti dei principali concorrenti sul mercato cinese. Occorre ora passare alla definizione chiara dei settori prioritari a cui assegnare risorse, occorre elaborare strategie coerenti con le opportunità che il paese offre, passando anche all'individuazione e sviluppo delle azioni promozionali idonee per accompagnare al meglio le imprese italiane. Per l'area di Binhai sono invece le imprese del settore infrastrutture che possono guardare ai progetti di Tianjin per coglierne le opportunità di business. L'ambizioso progetto di fare di Tianjin il primo porto mondiale nell'arco di 10 anni costituisce per le aziende italiane della logistica una interessante opportunità sia per operare che per crescere dimensionalmente, così come il recupero e lo sviluppo dell'ex quartiere italiano di quella Municipalità aprono interessanti sviluppi. Il mercato cinese del business collegato **all'ambiente e all'energia** è un mercato di grandi potenzialità, dove operare con una logica di sistema paese può significare costruire le condizioni per una posizione di leadership sia nella fornitura di tecnologie che nella gestione delle *utilities*. Ciò a più forte ragione, se considerato nell'ottica del nuovo Piano Quinquennale 2006-2011, che dedica massima attenzione alle istanze ambientali ed al problema energetico, nel tentativo di perseguire una via sostenibile allo sviluppo. Nel settore **dei beni di consumo** le attività realizzate nel corso del 2005 e del 2006 (sfilate di moda, degustazioni, promozioni presso catene alberghiere, ecc.) e soprattutto l'andamento delle vendite, hanno dimostrato la correttezza dei risultati delle indagini sul comportamento del consumatore cinese che ormai sta occidentalizzando sempre più il suo stile di vita. Per esempio nel settore del vino le vendite hanno registrato, a giugno 2006, gli stessi volumi dell'intero 2005. Il **settore dell' "abitare"**, che copre numerosi settori forti della specializzazione produttiva italiana, presenta notevoli opportunità per far radicare in chiave produttiva un considerevole numero di aziende. Nel settore delle **opere infrastrutturali**, le esperienze e le conoscenze di cui dispongono le imprese italiane, attraverso una intelligente attività di promozione, potrebbero costituire la risposta appropriata alle esigenze manifestate dalle autorità cinesi. I **beni strumentali** costituiscono e costituiranno ancora la porzione più rilevante dell'export italiano. Il fenomeno è immediatamente associabile alla necessità della Cina di una diffusa industrializzazione e di una modernizzazione degli impianti esistenti, da raggiungere attraverso l'acquisizione di tecnologia straniera.



# Emirati Arabi Uniti

## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	83.600 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Abu Dhabi: 1.470.000 abitanti Dubai: 1.112.000 ab.; Sharjah: 599.000 ab.; Ras al Khaimah: 187.000 ab.; Ajman: 215.000 ab.; Fujairah: 112.000 ab.; Umm al-Qaiwain: 59.000 ab.
<b>Altre città principali</b>	
<b>Popolazione</b>	3.750.000 abitanti
<b>Lingua</b>	La lingua ufficiale è l'arabo
<b>Religione</b>	Musulmani Sunniti (80%), Musulmani Sciiti (16%), Cristiani (3,8%)
<b>Moneta</b>	L'unità monetaria degli Emirati Arabi Uniti (U.A.E.) è il Dirham (Dh)

## Indicatori Macroeconomici

Gli Emirati Arabi Uniti (E.A.U.) si sono costituiti in Stato nel 1971 e sono l'unico Paese del mondo arabo ad avere un sistema di Governo federale. Nel 2006 la crescita reale del PIL si sarebbe attestata intorno al 10,7%, mentre quella del PIL nominale sarebbe superiore al 23% (stime Ministero dell'Economia degli EAU ed Economist Intelligence Unit febbraio 2007), per un valore di 162,1 miliardi di US\$. Il PIL pro-capite è stimato in circa 32.500 dollari secondo stime del Ministero dell'Economia degli EAU. L'inflazione nel 2006 è stimata tra il 10% (fonti locali) ed il 13,5% (Economist Intelligence Unit febbraio 2007). Il secondo semestre del 2006 ha confermato uno scenario economico favorevole, determinato non solo da variabili regionali quale l'elevato prezzo del petrolio (i cui proventi vengono ora utilizzati, a differenza che in passato, investendo prioritariamente nello sviluppo economico interno), ma anche da variabili locali.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006	
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	11,89	9,69	8,19	8,9	
<b>Origine del PIL (%)</b>					
<i>Agricoltura</i>					
<i>Industria</i>	71,36	68,11	64,33	65,9	
<i>Servizi</i>	25,79	29,28	33,4	32,1	
<b>Destinazione del PIL (%)</b>					
<i>Consumi privati</i>	49,55	51,48	44,15	45,8	
<i>Consumi pubblici</i>	14,31	12,64	11,12	10,8	
<i>Investimenti</i>	22,72	21,02	21,34	21,8	
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	11,89	9,69	8,19	8,9	
<b>Origine del PIL (%)</b>					
<i>Agricoltura</i>					
<i>Industria</i>	71,36	68,11	64,33	65,9	
<i>Servizi</i>	25,79	29,28	33,4	32,1	
<b>Destinazione del PIL (%)</b>					

Fonti: Economist Intelligence Unit – Bureau Van Dijk

## Rapporti commerciali

Il grado di apertura degli EAU (rapporto percentuale tra interscambio e PIL) è elevato e nel 2005 è stato pari al 145%. Quasi 1/3 dell' export è costituito dal petrolio, mentre le correnti di riesportazione verso altri Paesi sono pari al 65% circa. Questi ultimi sono non solo gli altri Paesi membri del GCC (Arabia Saudita, Kuwait, Bahrain, Oman e Qatar), tra i quali vige da gennaio 2003 un'unione doganale con l'introduzione di una tariffa comune del 5%, ma anche l'Iran, il Pakistan, l'India e la CSI. Gli EAU hanno registrato un surplus commerciale per oltre 25 anni. Il traffico di container a Dubai è aumentato del 10,1% nel 2005 e Dubai è il terzo porto di riesportazione al mondo dopo Hong Kong e Singapore. Anche il valore delle importazioni è cresciuto sensibilmente. Si stima che durante il 2006 il surplus commerciale ammonti a US\$ 47,4 miliardi (US\$ 44,3 miliardi nel 2005).

### Andamento dei Flussi Import/export Emirati Arabi Uniti, 2003-2006 (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2003	2004	2005	2006	Var. %
<b>Esportazioni di beni</b>	67.128	90.985	117.238	137.153	
<b>Importazioni di beni</b>	45.818	63.424	74.485	80.983	56.170
<b>Esportazioni di servizi</b>	2.800	3.108	4.632	5.327	
<b>Importazioni di servizi</b>	11.858	15.182	18.660	22.400	-17.013

## Interscambio con l'Italia

Il saldo della bilancia commerciale è tradizionalmente di gran lunga a favore dell'Italia, soprattutto perchè il nostro Paese non importa petrolio dagli Emirati. Nel 2005, le esportazioni italiane sono ammontate a Euro 2,5 miliardi, con un aumento del 20,6% rispetto al 2004. Le importazioni dal nostro Paese sono ammontate nel 2005 a Euro 264 milioni, +4,6% rispetto al 2004. Nel 2006, le esportazioni italiane sono ammontate a Euro 3,3 miliardi, con un aumento del 28,3% rispetto al 2005. Le importazioni dal nostro Paese sono ammontate nello stesso anno a Euro 268 milioni, +2,8% rispetto al 2005.

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia - Emirati Arabi Uniti, 2003-2006 (valori in migliaia di Euro)</b>					
	2003	2004	2005	2006	
<b>Esportazioni</b>	1.943.152	2.131.933	2.583.429	3.314.821	
<b>Importazioni</b>	181.658	252.105	260.897	268.227	
<b>Interscambio totale</b>	2.124.810	2.384.038	2.844.326	3.583.048	
<b>Saldi</b>	1.761.494	1.879.828	2.322.532	3.046.594	

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e l'Arabia Saudita appaiono già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato i 34 mln di Euro**, dovuto ad un trend del relativo export pugliese in aumento (+89,45% rispetto al 2005) rispetto all'anno precedente. Nello stesso tempo, gli spazi di espansione per gli scambi, sia in ambito commerciale sia e soprattutto negli altri settori di collaborazione, risultano ampi.

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia - Emirati Arabi Uniti, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)</b>								
	Esportazioni			Importazioni			Saldi	
	2005	2006	Var.%	2005	2006	Var.%	2005	2006
Bari	9.127	13.229	44,94	297	3.140	957,8	8.830	10.089
Brindisi	859	3.212	274,08	162	0	-100	696	3.212
Foggia	431	380	-11,97	0	0		431	380
Lecce	3.906	3.571	-8,58	650	1.233	89,61	3.256	2.338
Taranto	1.565	9.708	520,39	38	141	271,27	1.527	9.568
<b>Puglia</b>	<b>15.889</b>	<b>30.101</b>	<b>89,45</b>	<b>1.147</b>	<b>4.514</b>	<b>293,48</b>	<b>14.742</b>	<b>25.587</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Prospettive future di investimento

I prodotti italiani tradizionalmente di successo negli Emirati sono la gioielleria; la moda (abbigliamento, calzature, pelletteria); l'arredamento e l'interior design; i macchinari; i materiali da costruzione. In tali settori il Made in Italy gode del vantaggio derivante dalla qualità, dalla raffinatezza, dall'affidabilità, dalla capacità di creare trend e status symbol e sono ancora quelli i campi che offrono le migliori opportunità di penetrazione del mercato per le imprese italiane.

### Settori dell'economia con le migliori prospettive di sviluppo

#### Macchine ed apparecchi meccanici

Il comparto ha rappresentato nel 2001 il 26,7% dell'export totale dell'Italia verso gli EAU con una crescita media nel periodo 1994-2001 pari al 6,7%. L'ammontare complessivo delle esportazioni italiane del comparto ha raggiunto nel 2004 il valore di 586 milioni di Euro, pari al 27,5% del totale, evidenziando un aumento del 15,35% rispetto al 2001 e del 5,3% rispetto all'anno precedente.

#### Prodotti chimici e fibre sintetiche artificiali

L'ammontare di 138 milioni di euro, in crescita del 13,11% rispetto al 2003, si concentra prevalentemente sui seguenti settori: saponi, detersivi, prodotti per la pulizia e la lucidatura, profumi (39% del comparto); e prodotti chimici di base (23%) – questi ultimi registrano un aumento del 37% rispetto all'anno precedente.

#### Gioielleria

Il settore in esame da solo rappresenta il 13,5% dell'export totale italiano per un valore complessivo che nel 2004 si è attestato sui 288 milioni di Euro, in crescita del 10,23% rispetto all'anno precedente, ma in calo del 20% rispetto ai 362 milioni di euro del 2001.

#### Mobili

In questo settore nel periodo 1994-2001 l'export italiano è cresciuto costantemente (salvo che nel 1999) raggiungendo nel 2001 l'ammontare complessivo di 93 milioni di Euro. Nel 2004 il valore dell'export italiano si è attestato sugli 86 milioni di euro - +25% rispetto al 2003, ma -7,5% rispetto al 2001.

#### Prodotti dell'ICT, elettrotecnica, strumenti di precisione

Con un peso del 10,64% sul totale, corrispondente in valore a 227 milioni di euro, ha registrato un incremento del 26% rispetto al 2003. All'interno del comparto contano prevalentemente gli apparecchi per la distribuzione e il controllo dell'elettricità (20% del comparto) e motori, generatori e trasformatori elettrici (17,6%).

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT



# Germania

## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	357.021 Km2
<b>Capitale</b>	Berlino (3.389.000 abitanti)
<b>Altre città principali</b>	Amburgo (1.734.000 ab.); Monaco (1.248.000 ab.); Colonia (966.000 ab.); Francoforte (643.000 ab.); Dortmund (590.000 ab.)
<b>Popolazione</b>	83.251.851 abitanti (densità: 230 abitanti per Km2)
<b>Lingua</b>	Tedesco
<b>Religione</b>	Protestanti, Cattolici
<b>Moneta</b>	La moneta ufficiale tedesca è l'Euro

## Indicatori Macroeconomici

La crescita del PIL tedesco nel 2006 è stata pari al 2,7%, rispetto allo 0,9% nel 2005, il che rappresenta il dato più elevato negli ultimi otto anni. Nel corso del 2006 la produzione industriale è cresciuta del 6,1%, la produttività del 6,5% e la quota delle esportazioni sul PIL è passata dal 50,8% al 52,8%. Settore trainante dell'economia tedesca si riconferma l'industria che ha contribuito per il 29,93% alla formazione del PIL. Il ruolo positivo svolto dall'industria è dato dalla forte propensione all'export dell'economia tedesca che, con la crescita della domanda esterna registrata si è riconfermata fra le prime economie esportatrici al mondo. I servizi hanno contribuito nel 2004 per ca. il 70% alla formazione del PIL. Tutti i settori dell'economia hanno fornito un contributo positivo alla formazione del prodotto interno lordo nel quarto trimestre del 2006.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006
Tasso di cambio valuta locale per \$ USA	0,88	0,80	0,80	0,80
PIL in \$ a prezzi correnti (mln.)	2.444.284	2.744.217	2.791.737	2.897.070
Variazione annuale del PIL reale (%)	-0,19	1,25	0,91	2,68
Origine del PIL (%)				
Agricoltura	1,10	1,11	0,88	0,90
Industria	28,87	28,77	29,29	29,93
Servizi	70,05	70,01	69,73	69,11
Variazione della produzione industriale (%)	0,12	2,51	2,80	5,90
PIL pro capite in \$ a prezzi correnti	29.618	33.264	33.820	35.090
Tasso di inflazione (%)	1,07	1,68	1,96	1,69
Tasso di disoccupazione (%)	10,53	10,56	11,72	10,80
Rapporto debito pubblico/PIL (%)	62,21	64,54	66,67	68,30
Destinazione del PIL (%)				
Consumi privati	59,3	59,03	58,95	58,45
Consumi pubblici	19,30	18,81	18,73	18,49
Investimenti	17,8	17,42	17,27	17,83

Fonte: Elaborazioni ICE su dati EIU – Bureau Van Dijk

## Rapporti commerciali

Le importazioni tedesche, che nel 2005 avevano registrato un aumento pari all'8,13%, raggiungendo un volume di 622 miliardi di Euro, nel 2006 hanno ulteriormente incrementato il loro ritmo di crescita, con un +15,9% rispetto all'anno precedente. Nel primo trimestre 2007 invece il ritmo di crescita è rallentato, con un incremento pari al 9,02%. In valore assoluto l'aumento tra il primo trimestre 2006 e quello del 2007 è di 16 miliardi di Euro, dei quali quasi 3 miliardi di Euro dovuti all'aumento delle importazioni di acciaio e di ferro (+62,9%). Anche l'import di altre materie prime ha registrato un incremento di particolare rilievo: alluminio +33,9%; rame +37,3%, legato soprattutto alla ripresa degli investimenti. I tassi di crescita maggiori si concentrano nei prodotti in acciaio ed in ferro, nei macchinari (elettrici e non), nelle autovetture e nell'industria chimica. L'import di prodotti petroliferi e gas ha subito invece una flessione del 21,1%, dovuta in larga misura al fatto che il 2006/2007 è stato caratterizzato da un inverno particolarmente mite. In valore assoluto la diminuzione della bolletta energetica è stata pari a 5,3 miliardi di Euro, ciò significa che le importazioni tedesche, depurate dall'effetto dell'import di gas e prodotti petroliferi, sono aumentate del 12% circa.

### Andamento dei Flussi Import/export Germania, 2002-2006 (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Esportazioni di beni (f.o.b.)</b>	609.780	744.810	903.450	978.180	1.131.360
in % del PIL	30,11	30,47	32,92	35,04	39,05
Variazione annua %	8,18	22,14	21,3	31,33	25,23
<b>Importazioni di beni (f.o.b.)</b>	484.020	600.060	718.050	789.770	934.040
in % del PIL	23,9	24,55	26,17	28,29	32,24

	<b>Variazione annua %</b>	1,63	23,97	19,66	31,62	30,08
<b>Saldo bilancia commerciale.)</b>		125.760	144.750	185.400	188.410	197.330
<b>Esportazione di servizi</b>		103.140	123.660	145.960	157.580	174.960
	<b>In % del PIL</b>	5,09	5,06	5,32	5,64	6,04
<b>Variazione annua %</b>		16,27	19,9	18,03	27,43	19,87
<b>Importazioni di servizi</b>		145.160	172.840	195.270	207.220	220.840
	<b>In % del PIL</b>	7,17	7,07	7,12	7,42	7,62
	<b>Variazione annua %</b>	2,28	19,07	12,98	19,89	13,09
<b>Saldo bilancia dei servizi</b>		-42.020	-49.180	-49.310	-49.640	-45.880

Fonte: Elaborazioni ICE su dati EIU – Bureau Van

### Interscambio con l'Italia

Per la prima volta dopo molti anni, nel primo trimestre dell'anno le **importazioni** tedesche dall'Italia sono aumentate in misura molto superiore a quella dagli altri paesi concorrenti: si è così invertita la tendenza ad una progressiva erosione delle quote di mercato che, a partire dagli anni '90, l'Italia ha subito nel suo primo paese di esportazione. La quota dell'Italia sul mercato tedesco è così risalita dal 5,23% dello scorso anno al 5,73% attuale grazie ad un aumento delle esportazioni pari all'8,78 %, anche se il miglioramento è in parte dovuto alla forte flessione dell'import tedesco di gas e prodotti petroliferi. Sul versante dei paesi **acquirenti** l'Italia mantiene la sua posizione al quarto posto con 58,1 miliardi di Euro nel 2006 e 18,5 miliardi nel periodo gennaio-marzo 2007. Le esportazioni tedesche verso l'Italia sono aumentate dell' 8,3% in detto periodo.

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Germania, 2003-2006 (valori in migliaia di Euro)</b>					
		2003	2004	2005	2006
<b>Esportazioni italiane</b>		37.233.212	38.760.772	39.493.445	42.963.861
	<b>Variaz. annua %</b>	-6,03	4,10	1,89	8,78
	<b>% su export tot. Italia</b>	14,07	13,62	12,92	13,13
<b>Importazioni italiane</b>		47.520.835	51.319.018	53.645.666	58.132.708
	<b>Variaz. annua %</b>	1,45	7,99	4,53	8,36
	<b>% su import tot. Italia</b>	18,06	17,96	15,07	16,68
<b>Interscambio totale</b>		84.754.047	90.079.790	93.139.111	101.096.569
<b>Saldi</b>		-10.287.623	-12.558.246	-13.748.282	-15.168.847

Fonte: Elaborazioni ICE su dati EIU – Bureau Van

### Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e la Germania appaiono già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato 1.499 mln di Euro**, nonostante un trend negativo del relativo export pugliese (-14,1% rispetto al 2005).

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – Germania, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)</b>										
	Esportazioni			Importazioni			Saldi		Saldi normalizzati (%)	
	2005	2006	Var.%	2005	2006	Var.%	2005	2006	2005	2006
<b>Bari</b>	483.098	422.034	-12,6	418.362	333.928	-20,2	64.736	88.107	7,18	11,6
<b>Brindisi</b>	75.481	75.323	-0,21	28.608	45.025	57,39	46.873	30.298	45,03	25,1
<b>Foggia</b>	46.586	60.468	29,8	170.760	209.134	22,47	-124.174	-148.667	-57,13	-55,1
<b>Lecce</b>	72.564	59.852	-17,5	68.162	53.054	-22,2	4.402	6.798	3,13	6,0
<b>Taranto</b>	159.530	101.761	-36,2	108.973	138.633	27,22	50.557	-36.872	18,83	-15,3
<b>Puglia</b>	<b>837.259</b>	<b>719.438</b>	<b>-14,1</b>	<b>794.865</b>	<b>779.774</b>	<b>-1,9</b>	<b>42.394</b>	<b>-60.336</b>	<b>2,6</b>	<b>-4,0</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

### Prospettive future di investimento

Sulla base dell'analisi effettuata, è stato possibile individuare cinque comparti che possono essere definiti, a nostro avviso, come quelli che presentano le maggiori opportunità per l'export italiano.

- Prodotti chimici e fibre sintetiche artificiali
- Metalli e prodotti in metallo
- Autoveicoli
- Macchine e apparecchi meccanici

La scelta di tali comparti è avvenuta cercando di utilizzare tre criteri fondamentali: il peso che gli stessi rivestono sull'import complessivo, la dinamica manifestata dalla domanda di importazioni e l'entità della quota di mercato detenuta dall'Italia e dai suoi principali concorrenti sulle importazioni della Germania.



# Gran Bretagna

## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	244.100 Km <sup>2</sup> , di cui Inghilterra 130.400 km <sup>2</sup> , Scozia 78.800 km <sup>2</sup> , Galles 20.800 km <sup>2</sup> e Irlanda del Nord 14.100 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Londra 7.388.000 abitanti
<b>Altre città principali</b>	Manchester 2.586.000 ab.; Birmingham 992.000 ab.; Leeds 715.000 ab.; Glasgow 577.000 ab.; Sheffield 513.000 ab
<b>Popolazione</b>	59.778.002 abitanti (densità: 246 ab/kmq)
<b>Lingua</b>	Inglese
<b>Religione</b>	Protestanti (53,4%), Cattolici (9,8%)
<b>Moneta</b>	La moneta ufficiale è la Lira sterlina

## Indicatori Macroeconomici

Secondo i dati dell'Office of National Statistics, nel 2006 il PIL del Regno Unito è aumentato del 2,7%, risultato nettamente superiore a quello dell'anno precedente (+1,9%). La ripresa della crescita ha interessato i principali settori produttivi: i servizi finanziari e professionali, la grande distribuzione, l'industria manifatturiera ed il settore delle costruzioni. In aumento anche i consumi delle famiglie - seppure con tasso inferiore alla crescita del PIL (2%) - e gli investimenti privati, che restano peraltro attestati su livelli storicamente bassi in rapporto al PIL (0,5%).

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

Indicatore	2003	2004	2005	2006
<b>PIL</b>				
PIL a prezzi correnti (miliardi £)	1.118,20	1.184,30	1.234,00	1.299,60
PIL a prezzi correnti (miliardi di US\$)	1.825,80	2.168,30	2.243,60	2.391,30
Tasso di crescita reale (%)	2,8	3,3	1,9	2,7
PIL pro capite (US\$ a prezzi correnti)	30.658	36.267	37.378	39.686
Inflazione (%; indice armonizzato UE)	1,4	1,3	2	2,3

Fonte: EIU, Economist Intelligence Unit

## Rapporti commerciali

Secondo i dati ufficiali pubblicati dalle Dogane britanniche, nel 2006 il commercio estero britannico è ammontato a 542.045 milioni di sterline, con un aumento in valore dell'11,98% rispetto all'anno precedente. In forma disaggregata, gli stessi dati registrano un aumento in valore sia delle importazioni (+28.252 milioni di sterline, pari a +10,38%), che delle esportazioni (+29.744 milioni di sterline, pari a +14,05%). In ragione di tale dinamica, il saldo negativo della bilancia commerciale, pari a 59.045 milioni di sterline, si è lievemente ridotto rispetto all'anno precedente (+2,46%).

### Andamento dei Flussi Import/export Gran Bretagna (valori in milioni di GB£)

	2003	2004	2005	2006	Var. % 2005/2006
Importazioni	236.229	252.674	272.293	300.545	10,38%
Esportazioni	188.382	190.548	211.756	241.500	14,05%
Totale	424.611	443.222	484.049	542.045	11,98%
Saldo per il R.U.	-47.847	-62.126	-60.537	-59.045	2,46

Fonte: HM Custom&Excise – UK Trade – SITC

## Interscambio con l'Italia

Nel 2006, il valore dell'interscambio tra Italia e Regno Unito è stato pari a 21.786 milioni di sterline, in aumento del 5,36% rispetto al 2005 (20.677 milioni di sterline). La quota dell'Italia rispetto al totale del commercio estero britannico si è attestata al 4,02%, registrando un lieve arretramento rispetto al 4,24% del 2005, che fa scalare il nostro Paese al nono posto nella graduatoria dei partners commerciali del Regno Unito. Le **importazioni** britanniche dall'Italia sono ammontate a 12.388 milioni di sterline, in aumento del 3,8% rispetto al 2005 (11.935 milioni di sterline). La percentuale delle nostre esportazioni rispetto al totale delle importazioni del Regno Unito passa tuttavia dal 4,38% del 2005 al 4,12%. Le **esportazioni** britanniche verso l'Italia sono ammontate a 9.398 milioni di sterline, in crescita del 7,5% rispetto al 2005, ma denotando una leggera diminuzione (-0,24%) in termini di quota percentuale sul totale delle esportazioni del Regno Unito. L'andamento sopra descritto ha portato ad una leggera diminuzione del saldo commerciale bilaterale, tradizionalmente favorevole all'Italia, che è passato nel 2006 da -3.191 milioni di sterline nel 2005 a -2.990 milioni di sterline (-6,32%).

### Andamento dell'Interscambio Commerciale Gran Bretagna – Italia, 2005-2006 (valori in milioni di GB£)

	2005	2006	Differenza 2005/2006	Var. % 2005/2006
<b>Importazioni</b>	11.935	12.388	454	3,80
<b>Esportazioni</b>	8.743	9.398	655	7,50
<b>Interscambio totale</b>	20.677	21.786	1.109	5,36

Fonte: HM Custom&Excise – UK Trade – SITC

## Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e Il Regno Unito appaiano già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato 593 mln di Euro**, a fronte di un trend del relativo export pugliese in calo (-19,1% rispetto al 2005) e del valore delle importazioni in netto aumento rispetto al 2005 (+19,5%).

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – Gran Bretagna (valori in migliaia di Euro)</b>										
	Esportazioni			Importazioni			Saldi		Saldi normalizzati (%)	
	2005	2006	Var.%	2005	2006	Var.%	2005	2006	2005	2006
Bari	378.145	309.803	-18,1	47.915	48.826	1,9	330.231	260.977	77,51	72,77
Brindisi	54.120	47.743	-11,8	10.795	13.894	28,71	43.325	33.849	66,74	54,92
Foggia	16.171	18.575	14,87	5.854	7.905	35,03	10.317	10.670	46,84	40,29
Lecce	28.686	21.618	-24,6	4.860	2.477	-49	23.826	19.141	71,02	79,44
Taranto	71.013	45.888	-35,4	56.304	77.230	37,17	14.709	-31.342	11,55	-25,46
<b>Puglia</b>	<b>548.135</b>	<b>443.627</b>	<b>-19,1</b>	<b>125.728</b>	<b>150.332</b>	<b>19,57</b>	<b>422.407</b>	<b>293.295</b>	<b>62,68</b>	<b>49,38</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Le prospettive di medio periodo dell'economia britannica continuano ad offrire un quadro potenzialmente favorevole per l'export italiano verso il Regno Unito. In un'ottica di consolidamento delle posizioni di mercato acquisite e di sviluppo di nuovi spazi di penetrazione, si indicano di seguito i settori verso cui potrebbero utilmente indirizzarsi iniziative di intervento promozionale.

### Settori dell'economia con le migliori prospettive di sviluppo

**Sistemi Casa (mobili, complementi d'arredo, articoli di illuminazione, piastrelle, ecc.) e Persona (tessile/abbigliamento, calzature ed accessori, gioielleria, ecc.)**

Nel Regno Unito è acquisita ormai da anni la visibilità del *Made in Italy* nel settore dei beni di consumo di qualità. Ciò nonostante, a causa della crescente concorrenzialità di altri Paesi esportatori, l'Italia è soggetta ad un processo di erosione delle proprie quote di mercato. Appare pertanto necessario potenziare l'intervento promozionale in un'area di fondamentale importanza per l'offerta italiana, privilegiando sia la partecipazione a manifestazioni fieristiche che la realizzazione di azioni di comunicazione.

**Produzione agroalimentare**

Si ritiene opportuno diversificare l'articolazione territoriale delle iniziative promozionali, soprattutto di carattere regionale, finora concentrate a Londra. Per un ulteriore graduale accreditamento dello stile di vita italiano e, in particolare, del "mangiare all'italiana", risulterebbe incisivo organizzare manifestazioni anche nelle altre principali città britanniche (Birmingham, Manchester, Liverpool, Edimburgo). Costruendo sulla positiva *performance* delle nostre esportazioni nel settore delle bevande, occorre inoltre mantenere l'attenzione sul comparto dei vini, dove le produzioni italiane continuano a risentire della concorrenza dei produttori del "Nuovo Mondo" (Australia, Cile, Nuova Zelanda, Sud Africa), che possono assicurare alle grandi catene distributive notevoli quantità di prodotto di discreta qualità, a prezzi competitivi.

**Beni strumentali**

Il Regno Unito è un mercato di grande interesse per il settore delle macchine e delle tecnologie alimentari, del packaging e delle macchine utensili. Iniziative promozionali in questa direzione risulterebbero quindi particolarmente utili.

**Tecnologie ambientali**

L'attenzione posta dalle Autorità locali britanniche all'impiego di nuove tecnologie per la tutela dell'ambiente (trattazione, smaltimento e riciclaggio dei rifiuti) sembra offrire spazi di inserimento alle imprese italiane del settore, le cui tecnologie potrebbero essere quindi utilmente presentate.

**Materiali e accessori per l'edilizia, arredi per grandi strutture**

L'interesse potenziale per le imprese italiane è dato, sul piano generale, dai numerosi progetti di riqualificazione urbana e di realizzazione o ammodernamento di impianti ed infrastrutture (complessi residenziali, hotel, teatri, centri sportivi) concentrati soprattutto, ma non esclusivamente, nell'area londinese.

**Materiali per l'arredo di scuole ed ospedali, apparecchiature medicali**

Anche in questo caso, le prospettive di inserimento di imprese straniere sono connesse alla realizzazione dell'ambizioso programma di investimenti pubblici previsto dal Governo britannico nel settore dell'edilizia scolastica ed ospedaliera.

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT



# India

## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	3.287.263 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	New Delhi (12.800.000 abitanti)
<b>Altre città principali</b>	Mumbai (Bombay) (16.400.000 ab.); Kolkata (Calcutta) (13.200.000 ab.); Chennai (Madras) (6.400.000 ab.); Bangalore (5.700.000 ab.); Hyderabad (5.500.000 ab.)
<b>Popolazione</b>	1.087.000.000 abitanti
<b>Lingua</b>	L'Hindi la lingua ufficiale del Paese
<b>Religione</b>	Induisti (81,3%), Musulmani Sunniti (9%) Musulmani Sciiti (3%), Cristiani (2,3%), Sikh (1,9%), Buddisti (0,8%), Giainisti (0,4%)
<b>Moneta</b>	La moneta ufficiale bulgara è il Lev (BGL). Il lev è agganciato al valore dell'Euro.

## Indicatori Macroeconomici

Con un PIL a prezzi correnti, di circa 797,54 miliardi di US\$ (35.315 miliardi di Rupie), nell'esercizio finanziario 2005/2006, l'India è fra le maggiori economie del mondo, classificata al dodicesimo posto della classifica della Banca Mondiale. L'incremento netto rispetto al PIL dell'anno precedente, a prezzi costanti, è stato di +8,4%. Dai primi dati relativi all'esercizio 2006/2007 giungono segnali ancora migliori, con un incremento a prezzi costanti dell'8,9%, nei primi tre mesi d'esercizio, e con una previsione di chiusura all'8,5%. Considerando la classifica PPP (Purchasing Power Parity – Parità del Potere d'Acquisto) della Banca Mondiale, l'India si pone al quarto posto a livello internazionale, e rappresenta attualmente, dopo la Cina, il secondo mercato più trainante del mondo. La crescita economica nell'anno fiscale che si è appena concluso (+9,2%) ha superato le più rosee aspettative ed ha segnato un nuovo record per gli ultimi due decenni.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006
<b>PIL in \$ a prezzi correnti (mln.)</b>	596.097	692.737	805.578	915.732
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	8,39	8,33	9,23	9,20
<b>Origine del PIL (%)</b>				
<b>Agricoltura</b>				
<b>Industria</b>	26,12	27,46	27,63	27,70
<b>Servizi</b>	52,95	53,75	54,06	54,70
<b>Variazione della produzione industriale (%)</b>	6,56	8,47	7,91	10,50
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>	568	650	746	836
<b>Tasso di inflazione (%)</b>	3,81	3,77	4,24	6,18
<b>Tasso di disoccupazione (%)</b>	8,40	8,10	8,10	7,60
<b>Rapporto debito pubblico/PIL (%)</b>	62,80	63,79	61,54	60,30
<b>Destinazione del PIL (%)</b>				
<b>Consumi privati</b>	61,81	59,67	57,88	58,50
<b>Consumi pubblici</b>	11,23	10,96	11,34	11,20
<b>Investimenti</b>	24,85	26,32	28,06	28,1

Fonte: elaborazioni ICE su dati Economist Intelligence Unit - Bureau Van Dijk

## Rapporti commerciali

L'India ha aumentato progressivamente il suo interscambio commerciale con il resto del mondo, che nel giro di soli 5 anni è passato da circa 95.240 milioni di US\$ (nel 2001/02) a 262.145 milioni di US\$ (2005/06), con un valore, per il periodo aprile – novembre 2006 di 195.218 milioni di US\$. Nel quinquennio in questione le importazioni indiane hanno comunque sempre superato le esportazioni. Il deficit della bilancia commerciale è passato da -10,69 miliardi di US\$ nel 2002/03 a -13,71 miliardi nel 2003/04, a -33,70 miliardi nel 2004/05, a -51,84 miliardi di US\$ nel 2005/06. Nei sei mesi, da aprile a settembre dell'esercizio 2006/07 si registra un deficit di -35,14 miliardi di US\$, più elevato di quello registrato nello stesso periodo dell'anno precedente del 28%. La politica commerciale con l'estero adottata dalle Autorità ha l'ambizione di portare l'India a possedere una quota di commercio mondiale pari all'1,5% entro il 2009 e l'obiettivo è di portare le esportazioni ad un valore totale di circa 195 milioni di dollari USA.

### Andamento dei Flussi Import/export India, 2003-2006 (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2003	2004	2005	2006	Var. %
<b>Esportazioni di beni i</b>	60.895	77.939	102.328	121.504	-63.783
<b>Importazioni di beni i</b>	75.537	105.975	149.200	185.287	
<b>Esportazione di servizi</b>	23.903	38.282	55.610	75.200	31.386
<b>Importazioni di servizi</b>	17.425	25.206	33.352	43.814	

Fonte: elaborazioni ICE su dati Economist Intelligence Unit - Bureau Van Dijk

## Interscambio con l'Italia

Le esportazioni italiane in India, secondo i dati Istat, nel 2006 sono aumentate sensibilmente, passando da 1.678 a 2.170 milioni di Euro, confermando il trend positivo degli ultimi anni. Sia da una analisi per capitoli doganali che per gruppi merceologici risulta confermato che la stragrande maggioranza delle nostre esportazioni in India sono costituite da beni di investimento e tecnologici e semilavorati per l'industria, con interessanti presenze nei beni di consumo durevole.

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – India, 2003-2006 (valori in migliaia di Euro)</b>				
	2003	2004	2005	2006
<b>Esportazioni</b>	1.096.738	1.273.434	1.678.696	2.170.155
<b>Importazioni</b>	1.681.828	2.026.620	2.200.548	2.984.278
<b>Saldi</b>	-585.090	-753.186	-521.852	-814.123,00

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e la Bulgaria appaiono già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato 179 mln di Euro**, a fronte di un trend del relativo export pugliese in fortissima crescita (+1.038% rispetto al 2005). Nello stesso tempo, gli spazi di espansione per gli scambi, sia in ambito commerciale sia e soprattutto negli altri settori di collaborazione, risultano ampi.

<b>Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – India, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)</b>								
	Esportazioni			Importazioni			Saldi	
	2005	2006	Var. %	2005	2006	Var. %	2005	2006
Bari	6.798	19.070	180,52	19.568	28.729	46,82	-12.770	-9.659
Brindisi	2.680	4.384	63,6	1.608	2.319	44,24	1.072	2.065
Foggia	102	40	-60,82	1.961	2.944	50,14	-1.859	-2.904
Lecce	968	1.259	30,15	10.669	12.589	18	-9.701	-11.330
Taranto	1.062	107.461	10.021,27	7.251	1.108	-84,72	-6.189	106.353
<b>Puglia</b>	<b>11.609</b>	<b>132.214</b>	<b>1.038,86</b>	<b>41.056</b>	<b>47.690</b>	<b>16,16</b>	<b>-29.447</b>	<b>84.525</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Prospettive future di investimento

Un'economia dinamica come quella indiana offre un'ampissima gamma di opportunità per gli operatori italiani. I settori su cui ci si sofferma in seguito sono elencati a puro scopo esemplificativo e non esauriscono certo il panorama delle possibilità:

**Il settore agro-alimentare** In India circa il 70% della popolazione rurale e l'8% di quella urbana è impiegata nel settore agricolo, che contribuisce per il 25% al PIL del paese. Grazie alla diversità dei climi presenti nel territorio, l'India produce un'ampia varietà di prodotti, tipica delle regioni tropicali, temperate e secche. Attualmente è il secondo produttore di frutta e verdura del mondo (partecipa per il 13,7% circa alla produzione mondiale di ortaggi e per il 10% a quella di frutta). Grandi potenzialità future si ravvisano nel settore agro-alimentare, soprattutto in termini di trasferimento di know-how, vendita di apparecchiature specializzate e trasformazione dei prodotti.

**Il settore delle Macchine Utensili** È un settore tradizionalmente di punta dell'export italiano verso l'India. Nei campi della lavorazione del legno, dei marmi, e delle materie plastiche, la forte crescita della capacità produttiva installata offre opportunità significative agli operatori italiani. Il comparto delle macchine utensili si avvale di circa 450 aziende con 150 unità produttive. Circa il 70% della produzione è tuttavia detenuta da una decina di aziende. I tre quarti della produzione proviene da aziende con certificazione ISO. L'industria ha una capacità installata di circa 222 milioni US\$ ed impiega 65mila lavoratori, tra specializzati e non.

**Infrastrutture** L'India sta compiendo un imponente sforzo di adeguamento infrastrutturale. Lo stato delle infrastrutture indiane resta ancora oggi ben al di sotto di quello internazionale, inferiore persino a quello di Paesi in via di sviluppo meno avanzati dell'India. La realizzazione delle grandi opere (quadrilatero autostradale, assi viari Nord-Sud ed Est-Ovest, strutture portuali) procede tuttavia più velocemente del previsto.

**Settore componentistica auto** Il settore della componentistica auto, è caratterizzato da una vivace competizione tra aziende sempre più consapevoli dell'importanza dell'aspetto "qualità". Una vasta base produttiva a basso costo ed alta specializzazione ha attirato numerosi partner stranieri in questo settore, ma anche il settore nazionale è ben sviluppato, con numerose aziende in grado di fornire prodotti di standard e qualità certificati.

# Egitto



Informazioni Generali	
<b>Superficie</b>	997.739 Km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Il Cairo (3,6 milioni di abitanti) Alessandria (3,6 milioni di ab.), El Giza (1,7 milioni di ab.), Shubra el-Kheima (850.000 ab.), Port Said (522.000 ab.), Suez (469.000 ab.), El Mahalla el Kubra (410.000 ab.), Tanta (400.000 ab.)
<b>Altre città principali</b>	
<b>Popolazione</b>	69.200.000 abitanti (densità: 69,03 abitanti per Km <sup>2</sup> )
<b>Lingua</b>	Arabo
<b>Religione</b>	La religione ufficiale è quella islamica di rito sunnita
<b>Moneta</b>	L'unità monetaria è la Sterlina egiziana (EG) EGP

Per il 2006 e nei primi trimestri 2007 è continuato l'approccio delle Autorità Egiziane teso ad attirare investimenti esteri, soprattutto nel settore "non oil", che nel 2004-2006 sono cresciuti fino a raggiungere 5 milioni di US\$. Le prime stime ufficiali di contabilità nazionale e bilancia dei pagamenti per l'anno finanziario 2005/06, conclusosi il 30 giugno scorso, confermano il protrarsi della vivace fase congiunturale dell'economia egiziana. Sospinto dal forte sviluppo del settore energetico (+21 per cento, grazie all'aumento dell'output di gas naturale), dalla robusta crescita del settore edile (+14 per cento) e dall'espansione sostenuta delle telecomunicazioni (+11 per cento, per effetto della crescente diffusione dei servizi di telefonia mobile), il PIL è cresciuto del 6,8 per cento, proseguendo nell'accelerazione in corso da un triennio e segnando l'incremento più elevato dal 1998.

## Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006
<b>PIL in \$ a prezzi correnti (mln.)</b>	71.541	78.316	93.193	107.880
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	3,19	4,09	4,47	6,84
<b>Origine del PIL (%)</b>				
<b>Agricoltura</b>				
<b>Industria</b>	46,18	47,21	36,31	38,43
<b>Servizi</b>	37,99	38,12	46,82	45,44
<b>Variazione della produzione industriale (%)</b>	2,30	1,60	3,70	10,50
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>	1.004	1.078	1.259	1.430
<b>Tasso di inflazione (%)</b>	4,53	11,25	4,87	7,66
<b>Tasso di disoccupazione (%)</b>	11,00	10,30	10,30	10,00
<b>Rapporto debito pubblico/PIL (%)</b>	104,35	103,98	104,28	101,20
<b>Destinazione del PIL (%)</b>				
<b>Consumi privati</b>	73,03	71,67	71,55	71,43
<b>Consumi pubblici</b>	12,67	12,76	12,74	12,29
<b>Investimenti</b>	16,31	16,40	17,92	18,73
<b>Tasso d'interesse sui prestiti (%)</b>	13,53	13,38	13,14	12,60
<b>Tasso d'interesse sui depositi (%)</b>	8,23	7,73	7,23	6,02
<b>Debito estero totale in \$ (mln.)</b>	31.383	30.292	34.114	31.023
<b>% sul PIL</b>	41,88	35,32	33,93	26,50

Fonte: Elaborazioni ICE su dati EIU – Bureau Van Dijk

## Rapporti commerciali

I dati ufficiali forniti dal FMI relativi all'interscambio generale dell'Egitto nel 2006 mostrano, rispetto allo stesso periodo del 2005, un considerevole aumento delle esportazioni (26,6%), cui si è accompagnato un incremento delle importazioni del 25,3% circa. Gli USA si sono confermati il principale fornitore dell'Egitto, con una quota di mercato dell'11,34 per cento, seguiti da Germania (7,55), Cina (6,92), Francia (6,74) e Italia (6,16).

## Andamento dei Flussi Import/export Egitto, 2003-2006 (valori in milioni di Euro)

	2003	2004	2005	2006	Var. %
<b>Import Totale Cif</b>	9.610,50	11.619,5	14.667,70	18.375,00	25,30%
<b>Export Totale Fob</b>	6.668,20	7.984,90	9.466,30	11.982,60	26,60%
<b>Saldo</b>	-2.942,30	-3.634,60	-5.201,40	-6.392,40	22,90%

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con l'Italia

I dati ISTAT, relativi al 2006, indicano un incremento del 40,22% dell'interscambio tra Italia ed Egitto, rispetto al 2005, per un valore complessivo di 3,74 miliardi di euro. Della ripresa congiunturale egiziana hanno beneficiato nel 2006 anche le vendite dei nostri prodotti, il cui valore in Euro ha segnato un incremento

dell'11,77%, rispetto al 2005. Buono è stato l'andamento delle nostre vendite di macchinari, che hanno registrato nel 2006, un incremento complessivo del 10% circa rispetto all'anno precedente. Nel 2006 l'interscambio commerciale tra Italia ed Egitto, del valore di 3,74 miliardi di Euro, ha registrato un incremento del (40,22%). A fronte dell'incremento delle nostre esportazioni (11,77%), si registra un'ulteriore aumento delle importazioni (70,9%), che ha trasformato il nostro saldo attivo in saldo negativo (-434,8%). Peraltro tale notevole aumento delle esportazioni egiziane è frutto del notevole incremento dei prezzi del greggio.

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Egitto, 2004-2006 (valori in Euro)**

	2004	2005	2006	Var. %
<i>Esportazioni Italiane</i>	1.351.598.598	1.387.418.000	1.550.714.000	11,77
<i>Importazioni italiane</i>	1.280.147.734	1.279.261.000	2.186.678.000	70,93
<b>Totale Interscambio</b>	<b>2.631.746.332</b>	<b>2.666.679.000</b>	<b>3.739.392.000</b>	<b>40,22</b>
<b>Saldo per l'Italia</b>	<b>71.450.864</b>	<b>119.293.972</b>	<b>-635.964.000</b>	<b>-434,8</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

**Interscambio con la Puglia**

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e l'Egitto appaiano già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato i 145 mln di Euro**, a fronte di un trend del relativo export pugliese in forte crescita (+76,5% rispetto al 2005) e ad un calo delle importazioni pari al 12,6% rispetto all'anno precedente.

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – Egitto, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)**

	Esportazioni			Importazioni			Saldi	
	2005	2006	Var. %	2005	2006	Var. %	2005	2006
<b>Bari</b>	4.354	7.719	77,29	12.442	15.106	21,42	-8.088	-7.387
<b>Brindisi</b>	1.656	1.953	17,97	86.858	69.715	-19,74	-85.202	-67.762
<b>Foggia</b>	696	822	18,03	756	4.924	551,12	-60	-4.103
<b>Lecce</b>	3.665	4.103	11,93	29.555	31.815	7,64	-25.890	-27.712
<b>Taranto</b>	1.355	6.110	350,73	13.203	3.249	-75,39	-11.848	2.860
<b>Puglia</b>	<b>11.727</b>	<b>20.706</b>	<b>76,58</b>	<b>142.814</b>	<b>124.810</b>	<b>-12,61</b>	<b>-131.087</b>	<b>-104.104</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

**Prospettive future di investimento**

I comparti di maggior interesse per il "Made in Italy" risultano, sulla base della dinamica dell'import egiziano e della nostra struttura produttiva: **Beni strumentali** Fra le importazioni egiziane, quelle dei beni strumentali rappresentano circa il 15% del totale, per un valore che nel 2006 è stato di 2,855 miliardi di dollari USA (dati Capmas – Ente Statistico egiziano). Per l'Italia l'export di macchinari e beni strumentali rappresenta il 35% circa delle nostre esportazioni verso l'Egitto, e nel 2006 hanno raggiunto 450 Milioni di Dollari. l'Italia è stata nel 2006 il più importante fornitore dell'Egitto per quanto riguarda macchinari e beni strumentali. Altri importanti fornitori sono: la Germania, la Cina, gli Stati Uniti ed il Giappone e, per alcuni prodotti del settore, anche Taiwan, Francia, Regno Unito e Turchia. **Componentistica e attrezzature per autoveicoli** Il settore negli ultimi tre anni ha avuto un incremento dell'import medio del 15%, per un valore calcolabile intorno a 800 milioni di dollari. Il settore ha vissuto un periodo "buio" fino a tre anni fa e nel corso degli ultimi 20 anni ha avuto, a seconda delle vicende economiche locali, una altissima vocazione all'import. Le alte barriere doganali all'import hanno fatto crescere il numero degli impianti di assemblaggio delle principali case produttrici mondiali (BMW, Mercedes, Suzuki, Hyundai, Daewoo, etc.) facendo crescere l'industria locale ma, per forza di cose aumentando anche l'import di componenti e parti di ricambio. L'Italia esporta parti componenti per autoveicoli verso l'Egitto per un valore di circa 42 milioni di Dollari, preceduta da Germania, Giappone, Corea del Sud e Cina. **Attrezzature e macchinari per la filiera Agro – Industriale** L'Egitto al momento è in bilico fra una produzione agricola crescente, che tuttavia non soddisfa ancora i bisogni di una popolazione in crescita (circa 1 milione l'anno) e una crescente domanda di prodotti di qualità, che alimenta la crescita delle importazioni, soprattutto in termini di attrezzature, macchinari e componenti. Interessanti sono le prospettive per le produzioni Italiane in tutte le fasi produttive. **Filiera del tessile – abbigliamento** l'Egitto è produttore delle migliori varietà di cotone al mondo e su tale base, negli anni '30 ha iniziato a costruire l'industria tessile. Alterne vicende storiche ed economiche hanno fatto sì che la produzione di tessuti e filati sia concentrata in aziende di proprietà a prevalenza pubblica, mentre l'industria del finissaggio e della confezione sia per la maggior parte a capitale privato. Per quanto riguarda le importazioni di abbigliamento, l'import egiziano ammonta (2006) a circa 70 milioni di US\$ e l'Italia detiene una quota marginale sul totale. Alcuni elementi fanno ritenere molto probabile un incremento delle importazioni nella fascia medio - alta del mercato, di cui anche il nostro Paese potrà avvantaggiarsi. Tali aspetti sono: l'abbassamento dei dazi doganali (oggi 30%), l'incremento del reddito disponibile nelle classi abbienti, gli accordi commerciali con un numero crescente di produttori stranieri, interessati a investimenti in loco.

# Macedonia



<b>Informazioni Generali</b>	
<b>Superficie</b>	25.713 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Skopje (467.300 abitanti)
<b>Altre città principali</b>	Bitola (82.200 ab.); Kumanovo (103.200 ab.); Ocrida (43.000 ab.); Prilep (73.400 ab.); Stip (42.500 ab.)
<b>Popolazione</b>	2.022.547 abitanti (78,6 per km <sup>2</sup> )
<b>Lingua</b>	Macedone/Albanese
<b>Religione</b>	Cristiana Ortodossa, Mussulmana
<b>Moneta</b>	La moneta ufficiale è il Dinaro macedone

## Indicatori Macroeconomici

Nel secondo semestre del 2006 il PIL macedone è aumentato solamente del 3,1%, mentre secondo le proiezioni degli organismi internazionali il tasso di crescita si sarebbe dovuto collocare tra il 3,5% e il 4,25%. Il rallentamento della produzione industriale ha portato alla revisione della crescita annuale prevista, dal 4% al 3,4%. Per l'anno in corso il Governo si pone l'obiettivo di un tasso di incremento del PIL del 6%, con un'inflazione prevista al 3%. La crescita del PIL dovrebbe essere stimolata dall'aumento, da un lato, della produzione industriale (in primo luogo i comparti: trasporti, commercio, edilizia e agricoltura), dall'altro degli investimenti e dei consumi privati.

*Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006*

	2003	2004	2005	2006	
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	2,82	2,88	3,80	3,1	
<b>Origine del PIL (%)</b>					
<i>Agricoltura</i>					
<i>Industria</i>	30,40	27,82	28,00	28,1	
<i>Servizi</i>	55,89	58,94	59,20	59,4	
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>	2.300	2.640	2.820	2.990	
<b>Variazione della produzione industriale (%)</b>	-8,60	23,00	3,70	-2,2	
<b>Tasso di inflazione (%)</b>	1,09	1,05	0,04	3,2	
<b>Tasso di disoccupazione (%)</b>	36,69	37,16	37,27	35	
<b>Destinazione del PIL (%)</b>					
<i>Consumi privati</i>	76,49	78,82	78,40	79,7	
<i>Consumi pubblici</i>	20,51	20,03	19,00	18,5	
<i>Investimenti</i>	16,62	17,83	17,20	17,8	

Fonte: elaborazioni ICE su dati Economist Intelligence Unit - Bureau Van Dijk

## Rapporti commerciali

Nel 2006 gli scambi con l'estero della Macedonia sono rimasti dinamici: in dollari, le esportazioni di merci (2,4 miliardi di dollari) sono cresciute del 18% e le importazioni (3,68 miliardi) del 17%. Il disavanzo è leggermente cresciuto in assoluto, ma è rimasto sostanzialmente invariato in rapporto al PIL (intorno al 20%). Gran parte dell'import macedone ha avuto nuovamente origine dai paesi UE (oltre il 40%), ma la quota dell'Europa centro-orientale è arrivata a sfiorare il 30%, in seguito al fortissimo aumento delle importazioni dalla Russia, costituite in primo luogo da petrolio e gas. Dal punto di vista settoriale, sugli acquisti dall'estero della Macedonia è salita l'incidenza delle materie prime (non solo energetiche), a causa dell'incremento dei loro prezzi internazionali, e dei mezzi di trasporto

*Andamento dei Flussi Import/export Macedonia, 2003-2006 (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)*

	2003	2004	2005	2006	Var. %
<b>Esportazioni di beni</b>	1.363	1.672	2.040	2.396	
<b>Importazioni di beni</b>	2.211	2.785	3.097	3.682	-1.285
<b>Esportazione di servizi</b>	327	408	472	590	
<b>Importazioni di servizi</b>	337	462	505	565	25

Fonte: elaborazioni ICE su dati Economist Intelligence Unit - Bureau Van Dijk

## Interscambio con l'Italia

Nel 2006 le importazioni della Macedonia dall'Italia hanno raggiunto un valore di 164 milioni di euro mentre le sue esportazioni verso il nostro paese sono state pari a 240 milioni; entrambi i flussi di scambio hanno avuto un aumento annuo molto forte (rispettivamente del 6,19 e del 12,4%), con un'accelerazione del già notevole ritmo di crescita dei tre anni precedenti. Nel 2006 la quota di mercato italiana in Macedonia ha mantenuto il discreto livello (6%) che aveva toccato l'anno precedente.

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Macedonia, 2003-2005 (valori in migliaia di Euro)**

	2003	2004	2005	2006
<b>Esportazioni</b>	112.422	137.102	154.854	164.452
<b>Importazioni</b>	137.739	185.846	213.444	240.028
<b>Saldi</b>	-25.317	-48.744	-58.590	-75.576

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT

**Interscambio con la Puglia**

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e la Macedonia appaiono già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato 8 mln di Euro**, a fronte di un trend del relativo export pugliese in fortissima crescita (+46% rispetto al 2005). Nello stesso tempo, gli spazi di espansione per gli scambi, sia in ambito commerciale sia e soprattutto negli altri settori di collaborazione, risultano ampi.

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – Macedonia, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)**

	Esportazioni			Importazioni			Saldi	
	2005	2006	Var. %	2005	2006	Var. %	2005	2006
<b>Bari</b>	1.775	2.030	14,37	2.917	2.583	-11,45	-1.142	-553
<b>Brindisi</b>	14	25	73,89	4.664	2.109	-54,79	-4.650	-2.084
<b>Foggia</b>	45	7	-84,17	8	22	172,94	37	-15
<b>Lecce</b>	62	709	1.038,53	816	169	-79,26	-753	540
<b>Taranto</b>	115	170	47,91	1.056	1.047	-0,88	-942	-877
<b>Puglia</b>	<b>2.011</b>	<b>2.941</b>	<b>46,24</b>	<b>9.461</b>	<b>5.930</b>	<b>-37,32</b>	<b>-7.450</b>	<b>-2.989</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

**Prospettive future di investimento**

Le più importanti voci nella struttura delle importazioni macedoni nei primi 6 mesi del 2006 risultano: prodotti tessili ed articoli in maglieria, prodotti chimici, prodotti dell'industria alimentare e bevande, prodotti dell'ICT e macchine ed apparecchi meccanici. Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente non sono stati registrati movimenti significativi di queste voci. Nella struttura delle esportazioni europee (UE 15) in Macedonia i seguenti prodotti hanno segnalato andamenti positivi: autoveicoli, prodotti dell'industria alimentare, cuoio e prodotti di cuoio e prodotti tessili. L'Italia vanta una posizione particolarmente competitiva nei settori: calzature, cuoio e prodotti in cuoio, macchine ed apparecchi meccanici, altri mezzi di trasporto e mobili. I comparti che nel primo semestre nel 2006 hanno registrato i maggiori tassi di crescita sono: altri mezzi di trasporto, mobili, abbigliamento e prodotti chimici.

- **Macchine ed apparecchi meccanici:** Le importazioni di macchine ed apparecchi meccanici in Macedonia hanno registrato, nel primo semestre del 2006, una flessione del 6%; occorre però considerare che nel 2005 erano cresciute di oltre il 50% superando largamente i 100 milioni di euro. Negli ultimi 5 anni, l'Italia ha mantenuto la posizione leader tra i fornitori, seguita dalla Germania e dalla Grecia.
- **Prodotti tessili e articoli di abbigliamento:** Il 90% della produzione nel settore tessile in Macedonia consiste in lavorazione per conto terzi, dunque occorre considerare che l'importazione di prodotti tessili (vari filati e tessuti) è nella maggior parte dei casi importazione temporanea. I movimenti di questi materiali dunque seguono gli ordini di lavorazione per conto terzi per la produzione di abbigliamento.
- **Cuoio e prodotti in cuoio** Similmente al settore tessile, le importazioni di cuoio e prodotti in cuoio vengono analizzate considerando il fatto che la maggior parte del materiale importato è utilizzato per la produzione di calzature conto terzi, destinate in particolare ad imprese italiane.
- **Autoveicoli e altri mezzi di trasporto:** Nel primo semestre del 2006 le importazioni di autoveicoli ed altri mezzi di trasporto in Macedonia hanno registrato la dinamica più sostenuta tra tutti i settori, del 50% e 40% rispettivamente.
- **Metalli e prodotti in metallo (Prodotti della metallurgia, strutture ed utensili metallici):** Nei primi 6 mesi del 2006 il settore ha registrato una flessione di circa il 10%, considerando i valori delle importazioni macedoni dal mondo. Le importazioni dai paesi europei, da dove proviene la maggior parte di questi prodotti, hanno confermato questa tendenza. I principali paesi fornitori sono la Grecia e la Germania. La quota italiana nelle esportazioni europee di questi prodotti in Macedonia è rimasta intorno al 10%. Le esportazioni italiane hanno registrato andamenti positivi nei comparti barre e profilati di ferro ed acciaio e tubi di ferro ed acciaio.
- **Prodotti chimici e fibre sintetiche:** Il settore negli ultimi 3 anni ha registrato una crescita media di circa il 15%. L'Unione Europea ne esporta in Macedonia la quasi totalità; prevalgono le materie plastiche in forme primarie, i medicinali e prodotti farmaceutici nonché vernici e coloranti.



# Montenegro

## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	13.812 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Podgorica (139.100 abitanti)
<b>Altre città principali</b>	Nikšić (61.700 ab.); Pljevlja (21.400 ab.); Bijelo Polje (17.100 ab.); Cettigne (15.500 ab.); Antivari (13.800 ab.)
<b>Popolazione</b>	650.575 abitanti (47 per km <sup>2</sup> )
<b>Lingua</b>	Serbo
<b>Religione</b>	Ortodossi, Musulmani, Cattolici
<b>Moneta</b>	La moneta ufficiale è l'Euro

## Indicatori Macroeconomici

L'economia montenegrina è stata caratterizzata, nel 2006, da una crescita del PIL del 6,5%, con un tasso di inflazione del 2,5% ed un buon andamento degli investimenti esteri.

La produzione industriale ha registrato nel 2006 una crescita dell'1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, trainata dall'aumento verificatosi in 16 settori, tra i quali quello della produzione di mobili, della produzione dei macchinari, dell'industria tessile, e dell'industria estrattiva, mentre è stato registrato un calo nel settore del tabacco, della produzione di gomma e plastica ed in quello chimico.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006
<b>PIL in \$ a prezzi correnti (mln. €)</b>	1.433,00	1.535,00	1.644,00	1.778,81
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	2,3	3,7	4,1	6,5
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>	2.310,75	2.465,40	2.638,00	2.790,50
<b>Variazione della produzione industriale (%)</b>	2,4	13,8	-1,9	0,9
<b>Tasso di inflazione (%)</b>	6,7	4,3	1,8	2,5
<b>Tasso di disoccupazione (%)</b>	22,9	22,4	17,0	15,5
<b>Deficit di bilancio (mln. €)</b>	-45,29	-32,22	-51,92	34,35
<b>Rapporto deficit pubblico/PIL (%)</b>	3,2	2,1	3,1	-
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>	2.310,75	2.465,40	2.638,00	2.790,50

Fonte: elaborazioni ICE su dati Economist Intelligence Unit - Bureau Van Dijk

## Rapporti commerciali

Nel corso del 2006 è cresciuto l'interscambio Montenegro – mondo, con un aumento del 40,1% delle esportazioni, che hanno raggiunto 1.050 milioni di euro, ed un aumento del 32,5% delle importazioni, che hanno raggiunto 1.049 milioni di euro, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il saldo commerciale negativo è di 360 milioni di euro, un fenomeno dovuto al fatto che esiste una forte domanda di prodotti energetici e che l'economia montenegrina è in gran parte basata sul settore dei servizi, soprattutto il turismo, mentre, per quanto riguarda la capacità di esportare i propri prodotti, l'industria non si è ancora ristrutturata completamente in modo adeguato per poter competere sui mercati internazionali.

### Andamento dei Flussi Import/export Montenegro, 2003-2006 (valori in milioni di Euro)

	2003	2004	2005	2006	Var. %
<b>Esportazioni di beni e servizi</b>	462	623	749	1.050	40,1
<b>Importazioni di beni e servizi</b>	710	914	1.064	1.410	32,5
<b>Saldo Bilancia Commerciale</b>	-248	-291	-315	-360	

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISSP Montenegro

## Interscambio con l'Italia

L'Italia è stata nei primi sei mesi del 2006 il principale Paese acquirente del Montenegro, con 178 milioni di euro, con una crescita del 264% rispetto all'anno precedente, a fronte di un aumento delle esportazioni del 72% (141 milioni di euro) facendo risultare il saldo dell'interscambio in flessione (-36 milioni di euro).

### Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Montenegro, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)

	2005	2006	Var. %
<b>Esportazioni</b>	82.305	141.925	72,44
<b>Importazioni</b>	49.065	178.630	264,07
<b>Saldi</b>	33.240	-36.705	

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e il Montenegro appaiono già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato i 51 mln di Euro**, a fronte di un trend del relativo export pugliese in fortissima crescita (+56% rispetto al 2005). Nello stesso tempo, gli spazi di espansione per gli scambi, sia in ambito commerciale sia e soprattutto negli altri settori di collaborazione, risultano ampi.

Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia - Montenegro (valori in migliaia di Euro)								
	Esportazioni			Importazioni			Saldi	
	2005	2006	Var.%	2005	2006	Var.%	2005	2006
Bari	26.735	40.348	50,92	2.001	4.052	102,47	24.734	36.297
Brindisi	96	479	396,67	43	3	-94,08	54	476
Foggia	293	957	226,97	85	88	4,03	208	869
Lecce	786	1.446	84,03	116	2.721	2.239,37	669	-1.276
Taranto	444	1.011	127,52	10	61	516,53	435	951
<b>Puglia</b>	<b>28.354</b>	<b>44.241</b>	<b>56,03</b>	<b>2.255</b>	<b>6.924</b>	<b>207,09</b>	<b>26.099</b>	<b>37.316</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Prospettive future di investimento

Un mercato per consumi di tipo occidentale è tuttora in via di formazione, ma presenta buone potenzialità in proporzione alle dimensioni del Paese, soprattutto in considerazione dei flussi turistici, limitati prevalentemente al periodo estivo. I prodotti italiani dei settori tradizionalmente di punta, come il tessile-abbigliamento, le calzature, l'arredamento, il design, rappresentano uno status symbol ed un punto di arrivo per il pubblico, ma la loro penetrazione nel Paese è ancora circoscritta al segmento di reddito alto e medio-alto, e, da un punto di vista geografico, alla capitale e lungo la costa, mentre la prospettiva di dilatazione del bacino dei consumatori aprirà maggiori potenzialità di sviluppo, che favoriranno chi avrà saputo posizionarsi per tempo. Questo potenziale mercato potrà quindi svilupparsi compiutamente nell'arco dei prossimi anni, in quanto l'attuale situazione economica, tipicamente di transizione, caratterizzata da una elevata disoccupazione e da un basso potere d'acquisto della maggioranza della popolazione, comporta ancora una limitata domanda di beni e servizi rispetto agli standard occidentali, anche se va tenuto presente che il forte orientamento turistico dell'economia montenegrina implica una specifica domanda di beni di consumo, che rappresenta, quanto meno ad un livello di stagionalità, un'opportunità ulteriore per il mercato locale. Occorre inoltre considerare che la presenza di una economia informale ancora estesa, sebbene notevolmente ridotta in seguito all'introduzione dell'IVA, si traduce, sotto un profilo commerciale, in un diffuso ricorso ai canali di importazione paralleli, che sfuggono alla tassazione ed ai dazi, limitando così lo sviluppo equilibrato dell'economia. Per quanto riguarda i beni d'investimento, la mancanza di manutenzione e di aggiornamento tecnologico, che ha caratterizzato il Paese negli ultimi 10-20 anni, implica una potenziale domanda di impianti e macchinari, che sono di necessità vitale per la ripresa e lo sviluppo dell'attività produttiva, soprattutto in seguito alle privatizzazioni avvenute negli ultimi anni. Questa esigenza è ancora ostacolata dalla diffusa carenza di capitale circolante e dalla difficoltà di accesso al credito che costituisce uno dei freni maggiori allo sviluppo economico in questa fase di transizione, ma l'entrata massiccia nel settore finanziario di banche estere sta rapidamente modificando la situazione. La possibilità di sbocchi commerciali per la nostra produzione di macchinari, in misura sia pure ridotta rispetto alle potenzialità del mercato, è comunque apprezzabile, e tenderà a crescere nei prossimi anni, parallelamente alla ripresa economica ed alla ricostituzione del tessuto industriale, sempre tenendo presente che in ogni caso l'attività industriale nel Paese è per il momento circoscritta ad un numero limitato di realtà produttive. I settori più interessanti per le aziende italiane sono innanzitutto quello dell'edilizia, soprattutto in relazione ai materiali per l'edilizia, e dell'arredamento, in modo particolare per strutture alberghiere, di ristorazione e turistiche in generale, in quanto l'economia montenegrina è strategicamente basata sul turismo, che si sta ulteriormente sviluppando grazie alla spinta data dagli investimenti esteri e che presenta ancora un notevole potenziale per i prossimi anni.



# Russia

## Informazioni Generali

<b>Superficie:</b>	17.075.400 Km <sup>2</sup>
<b>Capitale:</b>	Mosca (10.102.000 abitanti)
<b>Altre città principali:</b>	San Pietroburgo (4.669.000 ab.); Novosibirsk (1.426.000 ab.); Nizhny Novgorod (1.311.000 ab.); Yekaterinburg (1.293.000 ab.)
<b>Popolazione:</b>	145,3 mln di
<b>Lingua:</b>	La lingua ufficiale del Paese è il russo; Per le attività economico-commerciali viene utilizzato anche l'inglese.
<b>Religioni:</b>	Cristiana con minoranze musulmane, buddiste, ebraiche.
<b>Moneta:</b>	L'unità monetaria è il Rublo (RUB)

## Indicatori Macroeconomici

Il quadro macroeconomico è positivo. Secondo i dati del 2006 il **prodotto interno lordo** è aumentato del 6,7%, una percentuale superiore rispetto a quanto previsto dalla "legge finanziaria" (+5,8%, poi corretto al +6,6%). Per la Russia si tratta dell'ottavo anno consecutivo di crescita dopo la crisi del 1998. I dati confermano una crescita, seppure inferiore alle aspettative, della produzione industriale, accompagnata da un'espansione delle altre componenti-chiave: investimenti fissi e consumi interni.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

Indicatore	2003	2004	2005	2006	
<b>PIL a prezzi correnti (miliardi di US\$)</b>		431,5	591,7	764,4	984,6
<b>Tasso di crescita reale (%)</b>		7,3	7,2	6,4	6,7
<b>Produzione industriale</b>		7,0	7,3	4,0	3,9
<b>Investimenti fissi</b>		12,5	10,9	10,5	13,5
<b>Produzione agricola</b>		1,5	3,1	2,0	2,8
<b>Commercio al dettaglio</b>		8,0	12,5	12,0	13,0
<b>PIL pro-capite (US\$)</b>		2.990	4.120	5.350	6.920
<b>Inflazione (%)</b>		13,7	10,9	12,7	9,7
<b>Tasso di disoccupazione (%)</b>		8,6	8,2	7,6	7,3

Fonte: EIU, Economist Intelligence Unit: Country Report giugno 2007

## Rapporti commerciali

A testimonianza della progressiva integrazione della Russia sui mercati internazionali, è da rilevare il continuo aumento dell'interscambio con i Paesi non facenti parte della CSI; esso ha superato l'80% del volume complessivo degli scambi effettuati dalla Russia. Nel solo 2006 questa quota di commercio ha fatto registrare un incremento del 29,2% in virtù specialmente del forte aumento delle importazioni (+45%) dalla Cina, dagli Stati Uniti e dall'Unione Europea. Quest'ultima è il primo "partner" della Russia con una quota complessiva del 53%: il 57% delle esportazioni russe sono destinate al mercato europeo mentre il 44% delle importazioni russe di beni proviene dai 25 Stati dell'Unione Europea. Tra questi la Germania si conferma al primo posto, seguita dall'Olanda e dall'Italia.

### Andamento dei Flussi Import/export Russia, 2005-2006 (valori in milioni di Euro)

	2005	2006	Variazione
<b>Import</b>	83.491	137.548	39,3%
<b>Export</b>	226.180	301.976	25,1%
<b>Totale</b>	311.182	439.524	29,2%

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con l'Italia

Le relazioni commerciali bilaterali Italia-Russia hanno raggiunto livelli di eccellenza. In particolare, nel 2006 il volume dell'interscambio ha superato i 21 miliardi di euro (+19% rispetto al 2005). Le nostre esportazioni verso la Russia hanno registrato il più elevato incremento nell'ambito dei Paesi extra-UE (+26%); le nostre importazioni sono anch'esse cresciute, ma in misura lievemente più contenuta (+16%). Tale andamento trova conferma anche nell'esercizio in corso: secondo i dati ISTAT, al gennaio 2007 l'interscambio è cresciuto del 9% rispetto al gennaio 2006. Il dato più significativo riguarda l'incremento del 19% delle nostre esportazioni, a fronte di un aumento più limitato delle importazioni (+5%). Malgrado ciò, il saldo della bilancia commerciale permane ampiamente negativo e non è destinato a ridursi in misura significativa nel breve periodo per due motivi, il primo dei quali di natura strutturale: la forte dipendenza del nostro Paese dalle importazioni di prodotti energetici e di materie prime e gli elevati prezzi di queste ultime sui mercati internazionali.

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia - Russia (valori in milioni di Euro)**

	2005	2006	var %	
Esportazioni	6.075.442	7.639.063		25,74
Importazioni	11.703.550	13.592.096		16,14
Saldi	-5.628.108	-5.953.033		
Saldi normalizzati %	-31,66	-28,04		

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

**Interscambio con la Puglia**

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e la Russia appaiono già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato 266 mln di Euro**, nonostante un calo dell'export pugliese (-7,35% rispetto al 2005) e un aumento delle importazioni (42,74%). Nello stesso tempo, gli spazi di espansione per gli scambi, sia in ambito commerciale sia e soprattutto negli altri settori di collaborazione, risultano ampi.

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia - Russia (valori in migliaia di Euro)**

	Esportazioni			Importazioni			Saldi		Saldi normalizzati (%)	
	2005	2006	Var.%	2005	2006	Var.%	2005	2006	2005	2006
<b>Bari</b>	20.515	28.966	41,2	11.130	11.130	0	9.385	17.836	29,66	44,48
<b>Brindisi</b>	6.359	4.177	-34,3	27.462	34.157	24,38	-21.103	-29.980	-62,4	-78,21
<b>Foggia</b>	2.051	7.250	253,5	4.155	6.135	47,68	-2.104	1.115	-33,9	8,33
<b>Lecce</b>	12.955	12.213	-5,73	218	1.587	627,9	12.737	10.626	96,69	77
<b>Taranto</b>	35.407	18.997	-46,4	89.392	135.921	52,05	-53.985	-116.924	-43,26	-75,47
<b>Puglia</b>	<b>77.287</b>	<b>71.603</b>	<b>-7,35</b>	<b>132.357</b>	<b>188.930</b>	<b>42,74</b>	<b>-55.070</b>	<b>-117.327</b>	<b>-26,27</b>	<b>-45,03</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

**Prospettive future di investimento**

La posizione italiana nell'area è suscettibile di miglioramenti alla luce della complementarità tra offerta italiana e domanda locale. In particolare, opportunità esistono - oltre che per i tradizionali settori dei beni di consumo durevoli e non - per i settori della meccanica strumentale, della trasformazione alimentare, del confezionamento e dell'imballaggio. Molto interessanti si presentano le prospettive nella città di San Pietroburgo nel settore delle costruzioni in tutti i suoi comparti (materiali per costruzione e per interni, attrezzature, impiantistica per abitazioni, ecc.) in conseguenza del processo in corso di costruzione di nuovi immobili, di nuovi centri servizi e supermercati, di restauro del centro storico e di riqualificazione delle aree industriali dismesse. Nei prossimi anni si prevedono anche numerosi interventi nei settori delle "public utilities" data la necessità di riorganizzare, o rinnovare, servizi come la distribuzione dell'acqua, il sistema di teleriscaldamento, il sistema di illuminazione pubblico, i trasporti pubblici, ecc.. Sono molti e quanto mai significativi i grandi progetti di investimento con partecipazione pubblica. Se ne elencano di seguito i principali suddivisi per settore.

Settore dei trasporti: - la costruzione di un terzo terminal dell'aeroporto Pulkovo. Il progetto è attualmente in fase di elaborazione, in giugno verrà scelto il progetto di design definitivo e seguirà la gara d'appalto per l'assegnazione dei lavori esecutivi. L'investimento previsto è pari a circa 1,2 miliardi di USD con partecipazione privata. Nell'urbanistica: il progetto "Nuova Olanda" che prevede la riabilitazione e la ristrutturazione di una area di 7,6 ha, già appartenente alla Marina Militare, situata nel centro di San Pietroburgo. Il progetto vincitore è dell'architetto inglese Norman Foster e prevede la costruzione di strutture commerciali, residenziali, private nonché pubbliche (musei, parcheggi). La fine dei lavori è stimata per il 2010 dietro un investimento di 378 milioni di USD. Nel settore automobilistico: la costruzione di una fabbrica di auto Toyota in grado di produrre 25.000 vetture l'anno. I lavori in cantiere sono già stati avviati e la consegna è prevista per la fine del 2007. Per il progetto sono stati stanziati 100 milioni di USD. Nel settore industriale: la costruzione della fabbrica di tubi Izhorsky. Le tubature rispettano gli standard internazionali e sono destinate all'industria del gas e del petrolio. La produzione annuale prevista dal 2007 è di 600.000 t. Il progetto, ultimato nel luglio 2006, è stato realizzato con un investimento congiunto di 594 milioni di USD allocato da Izhorsky Trubny Zavod e da Severstal.



# Serbia

## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	88.361 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Belgrado (1.119.642 abitanti)
<b>Altre città principali</b>	Priština (200.000 ab.); Novi Sad (216.583 ab.); Niš (173.724 ab.); Kragujevac (146.373 ab.); Prizren (121.000 ab.)
<b>Popolazione</b>	9.396.411 abitanti (47 per km <sup>2</sup> )
<b>Lingua</b>	Serbo
<b>Religione</b>	Ortodossi, Musulmani, Cattolici
<b>Moneta</b>	La moneta ufficiale è il Dinaro Serbo

## Indicatori Macroeconomici

Nel 2006 il PIL della Serbia è aumentato, secondo le stime dell'Ente per la Statistica, del 5,8%, superando le previsioni dei principali istituti economici e confermando il trend di crescita che dura ormai da sette anni. Nella struttura del PIL serbo il settore dei servizi rappresenta il 63% del totale, seguito da quello industriale (24%) e da quello agricolo (12%). Per il periodo 2007/2008 le previsioni indicano un lieve rallentamento della crescita - rispetto al 2006 - che dovrebbe comunque rimanere attestata ad un livello medio del 5,5%, guidata soprattutto da: investimenti nelle società privatizzate; domanda sostenuta dei consumi, favorita dall'aumento dei salari reali; incremento degli investimenti nel settore pubblico.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006	
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>		2,5	8,4	6,2	5,8
<b>Origine del PIL (%)</b>					
<i>Agricoltura</i>		15,0	13,5	12,9	12,6
<i>Industria</i>		25,7	24,6	24,3	24,2
<i>Servizi</i>		59,3	61,8	62,7	63,2
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>		5.844	6.420	7.000	7.570
<b>Variazione della produzione industriale (%)</b>		6,4	1,1	4,4	4,8
<b>Tasso di inflazione (%)</b>		9,8	17,3	12,7	6,0
<b>Tasso di disoccupazione (%)</b>		18,5	20,1	19,5	18,8
<b>Rapporto debito pubblico/PIL (%)</b>		n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<b>Destinazione del PIL (%)</b>					
<i>Consumi privati</i>		81,7	80,9	81,1	81,2
<i>Consumi pubblici</i>		25,4	22,5	21,4	20,8
<i>Investimenti</i>		14,1	21,4	21,3	21,5

Fonte: elaborazioni ICE su dati Economist Intelligence Unit - Bureau Van Dijk

## Rapporti commerciali

Nel corso del 2006 è continuato il trend di crescita dell'interscambio Serbia – mondo, con un aumento del 48,42% delle esportazioni, che hanno raggiunto 936 milioni di euro, ed un aumento del 48,76% delle importazioni, che hanno raggiunto 734 milioni di euro, rispetto all'anno precedente. Il saldo commerciale è di 201 milioni di euro, un fenomeno dovuto alla forte domanda di prodotti energetici (20,4% delle importazioni totali) e di materie prime, soprattutto di ferro e di rame, mentre, per quanto riguarda la capacità di esportare i propri prodotti, l'industria serba non si è ancora ristrutturata completamente in modo adeguato per poter competere sui mercati internazionali.

### Andamento dei Flussi Import/export Serbia, 2003-2006 (valori in migliaia di Euro)

	2003	2004	2005	2006	Var.%
<b>Esportazioni</b>	n.d.	n.d.	482.866	936.098	48,42
<b>Importazioni</b>	n.d.	n.d.	376.196	734.145	48,76
<b>Saldi</b>	n.d.	n.d.	106.670	201.953	

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT<sup>21</sup>

## Interscambio con l'Italia

Nel 2006, secondo i dati pubblicati dall'Ente per la Statistica della Serbia, l'Italia è risultata il secondo partner commerciale della Serbia, con un interscambio complessivo di 1.670 milioni di euro, costituito da 734 milioni di euro di esportazioni (+48,7% rispetto al 2005) e da 936 milioni di euro di importazioni (+48,4% rispetto all'anno precedente). Inoltre l'Italia ha fatto registrare un saldo attivo pari a circa 201 milioni di euro. L'Italia è

<sup>21</sup> N.B. I dati statistici, in precedenza riferiti all'Unione di Serbia e Montenegro, sono disponibili solo per la Serbia

stata nel 2006 il terzo Paese fornitore della Serbia, preceduto dalla Federazione russa (ma si noti che la Russia vende al paese essenzialmente gas e petrolio) e dalla Germania, ed il primo Paese acquirente.

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Serbia, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)**

	2005	2006	Variaz. annua %
Esportazioni ('000 €)	482.866	936.098	48,42
Importazioni ('000 €)	376.196	734.145	48,76
Saldi ('000 €)	106.670	201.953	

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT<sup>22</sup>

**Interscambio con la Puglia**

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e la Serbia appaiano già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato i 28 mln di Euro**, a fronte di un trend del relativo export pugliese in fortissima crescita (+82% rispetto al 2005).

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia - Serbia (valori in migliaia di Euro)**

	Esportazioni			Importazioni			Saldi	
	2005	2006	Var. %	2005	2006	Var. %	2005	2006
Bari	4.286	8.530	99,03	3.638	3.965	8,98	648	4.565
Brindisi	661	1.624	145,58	1.022	1.939	89,82	-360	-316
Foggia	568	1.237	117,97	392	3.244	727,01	175	-2.007
Lecce	3.042	3.421	12,44	3.286	3.238	-1,44	-244	182
Taranto	110	1.037	840,02	684	366	-46,55	-574	672
Puglia	8.667	15.849	82,86	9.022	12.753	41,35	-355	3.096

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

**Prospettive future di investimento**

Dal punto di vista della nostra penetrazione commerciale, si constata una marcata differenziazione tra beni di consumo e beni d'investimento. Un mercato per consumi di tipo occidentale è tuttora in via di formazione. Il suo potenziale è comunque considerevole per la presenza di otto milioni di abitanti, di cui due milioni nella capitale Belgrado, con abitudini e preferenze metropolitane ed una radicata tradizione di sensibilità per i prodotti italiani. Il paese ha inoltre sviluppato forti contatti con l'Italia e con Trieste in particolare, in quanto meta privilegiata di acquisti e porta di accesso all'Occidente. In una prospettiva di medio-lungo periodo, inoltre, Belgrado sembra destinata a riacquistare la sua originale posizione centrale nell'area, se non sotto un profilo politico, quanto meno dal punto di vista delle attività economiche ed in particolare dei servizi, soprattutto in considerazione della sua collocazione geografica strategica. Occorre tuttavia tenere presente che questo potenziale mercato potrà svilupparsi compiutamente solo nell'arco di alcuni anni, in quanto l'attuale situazione economica, tipicamente di transizione, caratterizzata da una elevata disoccupazione e da un basso potere d'acquisto della maggioranza della popolazione, comporta ancora una limitata domanda di beni e servizi. Inoltre, bisogna considerare che la presenza di una economia informale ancora estesa, sebbene notevolmente ridotta in seguito all'introduzione dell'IVA, si traduce, sotto un profilo commerciale, in un diffuso ricorso ai canali di importazione paralleli, che sfuggono alla tassazione ed ai dazi, limitando così lo sviluppo equilibrato dell'economia. I prodotti italiani dei settori tradizionalmente di punta, come il tessile-abbigliamento, calzature, arredamento, design, sono conosciuti ed apprezzati, ma la loro penetrazione nel Paese è circoscritta ad una ristretta fascia di consumatori, mentre una prospettiva di dilatazione del bacino dei consumatori di tali prodotti è condizionata dalla crescita del potere d'acquisto della fascia sociale media, che per ora non è in grado di partecipare al mercato esprimendo una domanda di beni comparabile con gli standard occidentali. Per quanto riguarda i beni d'investimento, la mancanza di manutenzione e di aggiornamento tecnologico negli ultimi 10-20 anni, determina una potenziale domanda di impianti e macchinari che sono di necessità vitale per la ripresa e lo sviluppo dell'attività produttiva. Questa esigenza è però ostacolata dalla diffusa carenza di capitale circolante e dalla difficoltà di accesso al credito che costituisce uno dei freni maggiori allo sviluppo economico in questa fase di transizione, sebbene va segnalato che, grazie al forte sviluppo del settore bancario avvenuto negli ultimi anni, in seguito all'ingresso delle banche estere nel Paese, le condizioni creditizie sono notevolmente migliorate. L'eccessiva onerosità del credito, unita all'obsolescenza dei macchinari ed all'assenza di una cultura imprenditoriale e commerciale di tipo occidentale, sono fattori che inducono le aziende locali a guardare con interesse alla possibilità di effettuare lavorazioni per conto terzi che favoriscono i contatti e le collaborazioni con aziende estere.

<sup>22</sup> N.B. I dati statistici, in precedenza riferiti all'Unione di Serbia e Montenegro, sono disponibili solo per la Serbia



# Stati Uniti

## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	9.161.923 kmq
<b>Popolazione</b>	299,4 milioni (stima luglio 2006 del Census Bureau)
<b>Capitale</b>	Washington D.C (5,3 milioni di abitanti)
<b>Altre città principali ed abitanti (stima luglio 2006 del Census Bureau):</b>	New York 18,8 milioni di abitanti; Los Angeles 13; Chicago 9,5; Philadelphia 5,8; Dallas-Fort Worth 6; Miami 5,5; Houston 5,5
<b>Lingua</b>	Inglese
<b>Moneta</b>	L'unità monetaria degli Stati Uniti è il Dollaro (US\$), suddiviso in 100 cents.

## Indicatori Macroeconomici

Gli ultimi dati dell'US Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, sull'andamento congiunturale statunitense confermano un certo rallentamento nonostante l'economia USA sia stata sempre in costante espansione dal terzo trimestre 2003. Il prodotto interno lordo in termini reali nel quarto trimestre del 2006 è aumentato del 2.5%, confermando una crescita meno vigorosa durante la seconda metà dell'anno. Ciononostante, è da rilevare come il 2006 abbia registrato un incremento del 3.3%, leggermente superiore al 3.2% dell'anno precedente. Nel 2006 il PIL USA è stato pari a 13,247 miliardi di dollari. La meno rapida espansione del PIL a fine 2006, rispetto all'inizio dell'anno, deriva dalla decelerazione della componente "servizi" della spesa privata per consumi (passata dal 3.1% al 2.8%) e degli investimenti complessivi, inizialmente considerati invariati rispetto al trimestre precedente ed ora valutati in calo dello 0.8%.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006
<b>PIL in \$ a prezzi correnti (mln)</b>	10.960.750	11.712.475	12.455.825	13.246.625
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	2,51	3,91	3,22	3,32
<b>Origine del PIL (%)</b>				
<b>Industria</b>	20,38	20,41	20,46	20,6
<b>Servizi</b>	78,58	78,38	78,58	78,5
<b>Variazione della produzione industriale (%)</b>	1,05	2,49	3,24	4,04
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>	37.685	39.885	42.022	44.244
<b>Tasso di inflazione (%)</b>	2,28	2,68	3,37	3,24
<b>Tasso di disoccupazione (%)</b>	5,99	5,53	5,08	4,63
<b>Rapporto debito pubblico/PIL (%)</b>	36,32	37,38	37,51	37,07
<b>Destinazione del PIL (%)</b>				
<b>Consumi privati</b>	70,28	70,11	70,19	69,97
<b>Consumi pubblici</b>	19,09	19,01	19,05	19,08
<b>Investimenti</b>	15,05	15,63	16,35	16,33

Fonte: *Economist Intelligence Unit – Bureau Van Dijk*

## Rapporti commerciali

Nel 2006 il disavanzo commerciale USA relativo all'interscambio di merci ha raggiunto la cifra negativa record di 818 miliardi di dollari. Questo, nonostante per la prima volta le esportazioni statunitensi abbiano superato i mille miliardi di dollari (1,037 miliardi di dollari) e siano cresciute ad un tasso superiore a quello delle importazioni: +14.5% di export rispetto a +11.5% di import. L'incremento dell'export USA nel 2006 è stato determinato da un dollaro debole e da una crescita del PIL mondiale del 5% e, in particolare, dalla ripresa dell'economia giapponese e di quella tedesca. Nello stesso periodo il prezzo del petrolio ha raggiunto quotazioni molto elevate così come la domanda interna è anch'essa cresciuta notevolmente. Gran parte del deficit commerciale statunitense è pertanto da ascrivere all'incremento del prezzo del petrolio. Per i primi due mesi del 2007, tuttavia, il deficit commerciale USA, è diminuito registrando un decremento del 7.6% e pari ad un deficit di 128 miliardi di dollari.

### Andamento dei Flussi Import/export USA (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2003	2004	2005	2006
<b>Esportazioni di beni</b>	713.415	807.516	894.631	1.023.689
<b>in % del PIL</b>	6,51	6,89	7,18	7,73
<b>Variazione annua %</b>	4,54	13,19	25,4	26,77
<b>Importazioni di beni</b>	1.260.717	1.472.926	1.677.371	1.859.655
<b>in % del PIL</b>	11,5	12,58	13,47	14,04
<b>Variazione annua %</b>	8,24	16,83	33,05	26,26
<b>Saldo Bilancia Commerciale</b>	-547.302	-665.410	-782.740	-835.966
<b>Esportazioni di servizi</b>	302.680	344.426	380.612	413.126
<b>in % del PIL</b>	2,76	2,94	3,06	3,12

<i>Variazione annua %</i>		3,55	13,79	25,75	19,95
<i>Importazioni di servizi</i>		250.275	290.311	314.604	342.429
	<i>in % del PIL</i>	2,28	2,48	2,53	2,59
<i>Variazione annua %</i>		8,31	16	25,7	17,95
<i>Saldo Bilancia dei servizi</i>		52.405	54.115	66.008	70.697

Fonte: elaborazioni ICE su dati EIU - Bureau Van Dijk

### Interscambio con l'Italia

Nonostante il **saldo** dell'interscambio commerciale Italia/USA resti attivo a favore dell'Italia – il deficit USA è salito a 13,9 miliardi di euro nel 2006 dai 13,2 miliardi nel 2005 – le importazioni degli USA dal nostro paese sono cresciute solo del 2,99% nel 2006, meno della metà della crescita delle importazioni totali USA e quasi la metà rispetto alla crescita registrata nel 2005. La conseguenza è una continua perdita della quota di mercato dell'Italia in USA, confermando così un trend negativo per l'Italia e che è certamente in grande misura ascrivibile ad un euro sempre più forte nei confronti del dollaro. Dall'analisi dei dati dell'interscambio commerciale Italia/USA, si nota come, relativamente ai principali concorrenti europei, l'Italia abbia perso ulteriormente terreno a favore di altri paesi.

#### Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – USA, 2003-2006 (valori in migliaia di Euro)

		2003	2004	2005	2006
<i>Esportazioni italiane</i>		21.970.084	22.368.427	23.959.826	24.678.239
	<i>Variazione annua %</i>	-14,85	1,81	7,11	2,99
	<i>% su export tot.</i>	8,3	7,86	8,1	7,54
<i>Importazioni italiane</i>		10.271.651	9.990.571	10.719.344	10.763.618
	<i>Variazione annua %</i>	-18,13	-2,73	7,29	0,41
	<i>% su import tot.</i>	3,8	3,49	3,27	3,08
<i>Interscambio totale</i>		32.241.735	32.358.998	34.679.170	35.441.857
<i>Saldi</i>		11.698.433	12.377.856	13.240.482	13.914.621

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT

### Interscambio con la Puglia

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e Gli Stati Uniti appaiano già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, **il valore complessivo dell'interscambio ha superato 838 mln di Euro**, nonostante un calo dell'export pugliese dovuto all'euro sempre più forte nei confronti del dollaro (-9,42% rispetto al 2005) e ad un aumento delle importazioni (+27,2%) nello stesso periodo.

#### Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – USA, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)

	Esportazioni			Importazioni			Saldi		Saldi normalizzati (%)	
	2005	2006	Var.%	2005	2006	Var.%	2005	2006	2005	2006
<b>Bari</b>	254.952	174.656	-31,5	54.504	49.024	-10,1	200.448	125.631	64,77	56,17
<b>Brindisi</b>	83.470	67.506	-19,1	52.407	63.131	20,46	31.063	4.374	22,86	3,35
<b>Foggia</b>	40.957	47.852	16,83	20.198	20.469	1,34	20.759	27.383	33,94	40,08
<b>Lecce</b>	57.151	58.064	1,6	3.631	6.443	77,47	53.521	51.621	88,05	80,02
<b>Taranto</b>	83.145	122.631	47,49	158.195	228.470	44,42	-75.050	-105.839	-31,1	-30,14
<b>Puglia</b>	<b>519.675</b>	<b>470.708</b>	<b>-9,42</b>	<b>288.935</b>	<b>367.538</b>	<b>27,2</b>	<b>230.741</b>	<b>103.170</b>	<b>28,54</b>	<b>12,31</b>

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT

### Prospettive future di investimento

Attraverso una prima analisi dei dati statistici disponibili sono stati selezionati i comparti e i sottocomparti (settori) le cui importazioni dal Mondo sono state caratterizzate da un maggiore peso e da una maggiore dinamica. Con l'ausilio di tabelle di raffronto, relative anche alle variabili peso/dinamica delle importazioni del Paese dall'Italia, sono stati pertanto individuati i seguenti comparti/settori di interesse:

- Design e moda
- Agro-alimentare
- Macchinari industriali e di precisione
- Aeromobili e veicoli spaziali
- Piastrelle
- Meccanica strumentale

# Turchia



## Informazioni Generali

<b>Superficie</b>	783.562 km <sup>2</sup>
<b>Capitale</b>	Ankara (3.203.362 abitanti)
<b>Altre città principali</b>	Istanbul (8.803.468 ab.); Izmir (2.232.265 ab.); Adana (1.130.710 ab.)
<b>Popolazione</b>	67.809.927 abitanti (86,5 per km2)
<b>Lingua</b>	Turco
<b>Religione</b>	Musulmani sanniti (80%; Musulmani sciiti (19,8%); Cristiani (0,2%)
<b>Moneta</b>	La moneta ufficiale è la Nuova Lira Turca

## Indicatori Macroeconomici

Il quadro economico del Paese - al momento delle elezioni del 2002 - non era molto incoraggiante. Solo grazie all'intervento del FMI (prestito stand-by di 16,5 miliardi di dollari approvato nel febbraio 2002) ed alla politica economica dell'allora Ministro Kemal Dervis (attuale UNDP Administrator), la Turchia si era salvata dalla bancarotta dopo il crollo del PIL (-9,4 %) causato dalla crisi del febbraio 2001 e a sua volta determinato dalla notevole perdita di valore della moneta locale e dal fallimento di molte aziende e di quindici banche. Solo cinque anni fa il Paese scontava pertanto gli effetti devastanti di una tra le più gravi crisi finanziarie degli ultimi tempi: svalutazione del 50%, tassi d'interesse nominali del 100% e, come detto, collasso del sistema bancario e bancarotta di numerose imprese sul mercato. Alla fine del 2001 il PIL subiva un declino del 10%, con un'inflazione al 70% ed un debito pubblico al 90% del PIL. Progressivamente, tuttavia, il Paese si è ripreso dalla crisi con caparbità ed impegno, riportando una crescita del 5,79% nel 2003, di quasi il 9% nel 2004, del 7,38% nel 2005 e del 6,1% nel 2006. Una crescita confermata nei primi quattro mesi del 2007, pari al 6,7%, stimolata da un sensibile incremento nella domanda di prestiti e di beni di consumo, conseguenza del raddoppio del reddito medio in appena cinque anni, da ottime prestazioni delle esportazioni e da un afflusso consistente di capitale straniero.

### Andamento dei Principali Indicatori Macroeconomici, 2003-2006

	2003	2004	2005	2006
<b>PIL in \$ a prezzi correnti (mln)</b>	239.700	302.000	362.614	403.459
<b>Variazione annuale del PIL reale (%)</b>	5,79	8,93	7,38	6,1
<b>Origine del PIL (%)</b>				
<b>Agricoltura</b>	-	-	-	-
<b>Industria</b>	28,37	28,6	29,93	31,03
<b>Servizi</b>	58,79	58,8	58,4	58,03
<b>Variazione della produzione industriale (%)</b>	8,53	9,43	5,86	5,94
<b>PIL pro capite in \$ a prezzi correnti</b>	3.360	4.170	4.950	5.430
<b>Tasso di inflazione (%)</b>	25,3	8,6	8,18	9,46
<b>Tasso di disoccupazione (%)</b>	10,5	10,3	10,23	9,85
<b>Rapporto debito pubblico/PIL (%)</b>	78,64	73,52	68,01	59,84
<b>Destinazione del PIL (%)</b>				
<b>Consumi privati</b>	66,6	66,12	67,44	66,41
<b>Consumi pubblici</b>	13,62	13,19	13,07	13,12
<b>Investimenti</b>	15,46	17,82	19,56	21,01

Fonte: elaborazioni ICE su dati Economist Intelligence Unit - Bureau Van Dijk

## Rapporti commerciali

Il grado di apertura della Turchia al commercio internazionale è elevato. Il Paese, presentando un sistema produttivo trainato dalle esportazioni, si alimenta grazie alle forniture di beni intermedi e di investimento. Nel 2006, l'interscambio complessivo ha raggiunto quasi i 224 miliardi di dollari (85,5 miliardi di esportazioni e 139,4 miliardi di importazioni), con un aumento delle prime del 16,4% e delle seconde del 19,4% rispetto all'anno precedente.

### Andamento dei Flussi Import/export Turchia, 2005-2006 (valori in milioni di US\$ a prezzi correnti)

	2005	2006	Var.%
<b>Esportazioni</b>	73.476.4089	85.528.416	16,4
<b>Importazioni</b>	116.774.151	139.480.361	19,4

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

## Interscambio con l'Italia

Nel 2006 l'Italia è stato il terzo partner commerciale della Turchia, dopo Germania e Russia, con un interscambio di 12 miliardi di euro. Le esportazioni italiane in Turchia dello scorso anno sono state pari a 6,7 miliardi di euro (+9,9%) e le importazioni corrispondenti a 5,4 miliardi di euro (+24,49%). Il saldo era positivo per l'Italia per circa 1,3 milioni di euro.

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Italia – Turchi, 2003-2006 (valori in migliaia di Euro)**

	2003	2004	2005	2006	Variaz. annua %
<b>Esportazioni</b>	4.721.223	5.687.000	6.167.118	6.779.595	9,93
<b>Importazioni</b>	3.334.852	3.970.567	4.363.987	5.433.081	24,49
<b>Interscambio totale</b>	8.056.075	9.657.567	10.531.105	12.212.676	

Fonte: Elaborazioni ICE su dati ISTAT

**Interscambio con la Puglia**

Per quanto attiene ai rapporti commerciali con la Puglia, si evidenzia che gli scambi tra la Puglia e la Turchia appaiono già abbastanza consolidati se consideriamo che nel corso del 2006, il **valore complessivo dell'interscambio ha superato i 297 mln di Euro**, a fronte di un trend del relativo export pugliese in fortissima crescita (+95% rispetto al 2005). Nello stesso tempo, gli spazi di espansione per gli scambi, sia in ambito commerciale sia e soprattutto negli altri settori di collaborazione, risultano ampi.

**Andamento dell'Interscambio Commerciale Puglia – Turchia, 2005-2006 (valori in migliaia di Euro)**

	Esportazioni			Importazioni			Saldi	
	2005	2006	Var.%	2005	2006	Var.%	2005	2006
<b>Bari</b>	17.912	40.507	126,2	89.001	113.657	27,7	-71.090	-73.150
<b>Brindisi</b>	32.154	32.029	-0,39	3.236	2.495	-22,92	28.918	29.534
<b>Foggia</b>	1.441	3.354	132,8	9.288	17.082	83,92	-7.847	-13.728
<b>Lecce</b>	3.374	3.692	9,41	9.704	12.324	27,01	-6.330	-8.632
<b>Taranto</b>	16.753	60.356	260,3	5.737	11.577	101,81	11.017	48.779
<b>Puglia</b>	<b>71.634</b>	<b>139.938</b>	<b>95,35</b>	<b>116.966</b>	<b>157.135</b>	<b>34,34</b>	<b>-45.331</b>	<b>-17.198</b>

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

**Prospettive future di investimento**

L'andamento delle importazioni turche, dopo la positiva serie 2001-2004, è continuato anche nel biennio 2004-2006, crescendo complessivamente del 41,78%. Le importazioni dall'Italia, nello stesso biennio, sono cresciute confermando quindi il trend del periodo precedente secondo cui le esportazioni del Paese verso la Turchia non sfruttano ancora l'espansione della crescente domanda turca. È anche vero che l'eccellenza del prodotto italiano in alcuni settori, soprattutto quello delle macchine industriali, registra una costante crescita di export. In particolare individuamo alcuni settori particolarmente promettenti per il nostro export:

- Macchine ed apparecchi meccanici
- Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali
- Mezzi di trasporto
- Metalli e loro prodotti
- Cuoio e pelle

**Macchine ed apparecchi meccanici, elettromeccanici** Nel 2005 il comparto della meccanica ha assorbito il 10,46% del totale delle importazioni della Turchia dal mondo, per un valore di 12.209 milioni di dollari, registrando una crescita della domanda locale di beni d'importazione (+17,8%) di poco inferiore alla media nazionale (+18,4%). Nel 2005 il valore dell'export italiano è stato pari a 2.121 milioni di dollari, il 28% del totale delle nostre esportazioni verso la Turchia, registrando una dinamica (+15%) inferiore a quella delle importazioni turche dal mondo (+17,8%). **Prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali** Nel 2005 il comparto della meccanica ha assorbito il 14,97% del totale delle importazioni della Turchia dal mondo, per un valore di 17.477 milioni di dollari, registrando una crescita della domanda locale di beni d'importazione (+15,5%) di poco inferiore alla media nazionale (+18,4%). Nel 2005 il valore delle nostre esportazioni è stato pari a 1.295 milioni di dollari, il 17,12% del totale delle nostre esportazioni verso la Turchia. **Autoveicoli** Nel 2005 il comparto della meccanica ha assorbito il 10,6% del totale delle importazioni della Turchia dal mondo, per un valore di 12.731 milioni di dollari, registrando una crescita della domanda locale di beni d'importazione (+4,5%) di molto inferiore alla media nazionale (+18,4%). Nel 2005 il valore delle nostre esportazioni è stato pari a 718 milioni di dollari, il 9,5% del totale delle nostre esportazioni verso la Turchia, registrando una dinamica negativa (-10,9%). **Prodotti dell'ICT, elettrotecnica, strumenti di precisione** Nel 2005 il comparto della meccanica ha assorbito il 11,9% del totale delle importazioni della Turchia dal mondo, per un valore di 13.891 milioni di dollari, registrando una crescita della domanda locale di beni d'importazione (+20,5%) superiore alla media nazionale (+18,43%). Nel 2005 il valore delle nostre esportazioni è stato pari a 671 milioni di dollari, il 8,87% del totale delle nostre esportazioni verso la Turchia, registrando una dinamica negativa (-2,4%). **Prodotti della metallurgia, strutture ed utensili metallici** Nel 2005 il comparto della meccanica ha assorbito il 13,4% del totale delle importazioni della Turchia dal mondo, per un valore di 15.625 milioni di dollari, registrando una crescita della domanda locale di beni d'importazione (+23,5) superiore alla media nazionale (+18,4%). Nel 2005 il valore delle nostre esportazioni è stato pari a 730 milioni di dollari, il 9,7% del totale delle nostre esportazioni verso la Turchia, registrando una dinamica (+15,7%) di poco inferiore a quella delle importazioni turche dal mondo (+17,2%).