

Sommario

LE INTERVISTE

**Il Sistema Italia dispone
tuttora di spazi di crescita
nel mondo**

pag 2

EVENTI

**Qatar, a marzo evento
dedicato al made in Italy
per abiti da sposa
e wedding**

pag 5

DIPLOMAZIA ECONOMICA

**Il MAE rafforza i suoi
strumenti per Promuovere
l'Italia nel Mondo**

pag 6

**ExTender: la Farnesina
informa le imprese su gare
e appalti all'estero**

pag 9

TURCHIA

**Ankara: un mercato
in forte crescita anche
per le imprese italiane**

pag 10

**Ankara preme
l'acceleratore su
infrastrutture e trasporti**

pag 15

AFRICA SUBSAHARIANA

**Previsioni di crescita in
aumento anche nel 2012**

pag 18

Il Sistema Italia dispone tuttora di spazi di crescita nel mondo

Diplomazia Economica vicina alle imprese e decisa a essere punto di riferimento per la promozione di una efficace presenza dell'Italia nelle diverse aree del Mondo. Valorizzando anche l'enorme patrimonio scientifico culturale e di immagine del nostro Paese. È questo l'impegno che la Farnesina si è assunta per contribuire alla soluzione della difficile fase che sta attraversando l'economia italiana, come indica, nell'intervista che segue il Ministro degli Affari Esteri, Giulio Terzi di Sant'Agata

» a pagina 2



EVENTI

Qatar, a marzo evento dedicato al made in Italy per abiti da sposa e wedding

Dopo il successo della prima edizione, Italian Wedding Dream è diventato una proficua occasione di promozione per le imprese italiane nel contesto economico qatarino. L'evento coinvolge le aziende dei settori abiti da sposa, da cerimonia e accessori, calzature, bomboniere, confetti, cioccolato, oggettistica, agenzie viaggio, lingerie e qualsiasi altra attinenza all'evento

» a pagina 5

Quali sono le priorità geografiche e strategiche della Diplomazia Economica Italiana nel 2012?

Le priorità della Diplomazia Economica Italiana sono evidentemente legate ad un obiettivo chiaro e, aggiungo, per noi fondamentale: rafforzare la presenza delle imprese italiane nei mercati esteri, con particolare attenzione verso i Paesi emergenti.

Nelle nostre strategie questo equivale a mettere in campo azioni, attività e strumenti per rafforzare la capacità di proiezione estera del sistema produttivo italiano nel suo insieme, grazie al coordinamento degli interventi ed alla stretta collaborazione con gli attori del settore privato.

Dal punto di vista geografico, l'Italia deve preservare e consolidare le proprie posizioni all'interno dei mercati maturi e muovere ogni passo possibile nella direzione del rafforzamento nei Paesi emergenti: in Asia, America Latina ed Africa, regioni per noi di grande interesse, nelle quali si gioca la vera partita del futuro. Vi sono significativi spazi di crescita per le relazioni economiche e commerciali e, consapevoli di ciò, stiamo lavorando alacremente per una decisa ed incisiva azione di promozione del Sistema Italia.

Vorrei però aggiungere un ulteriore elemento. L'attenzione rimane per noi mol-

**Giulio Terzi di Sant'Agata**

to alta anche sul fronte interno, dove abbiamo già in cantiere attività volte ad incidere su quei fattori che determinano una, ahimé, debole capacità del nostro Paese di attrarre capitali dall'estero.

È in fase di realizzazione, in collaborazione con la Camera di Commercio degli Stati Uniti, una survey che ha come destinatarie le imprese americane presenti in Italia, finalizzata a catturare il loro punto di vista sulle problematiche che gli operatori stranieri incontrano nella loro attività quotidiana sul nostro territorio, facendo allo stesso tempo sentire loro la vicinanza delle Istituzioni. »



Fare Sistema all'estero è uno dei compiti che il Ministero si prefigge nella sua azione di promozione ed assistenza delle imprese italiane all'estero. Cosa si intende più in dettaglio con questo termine?

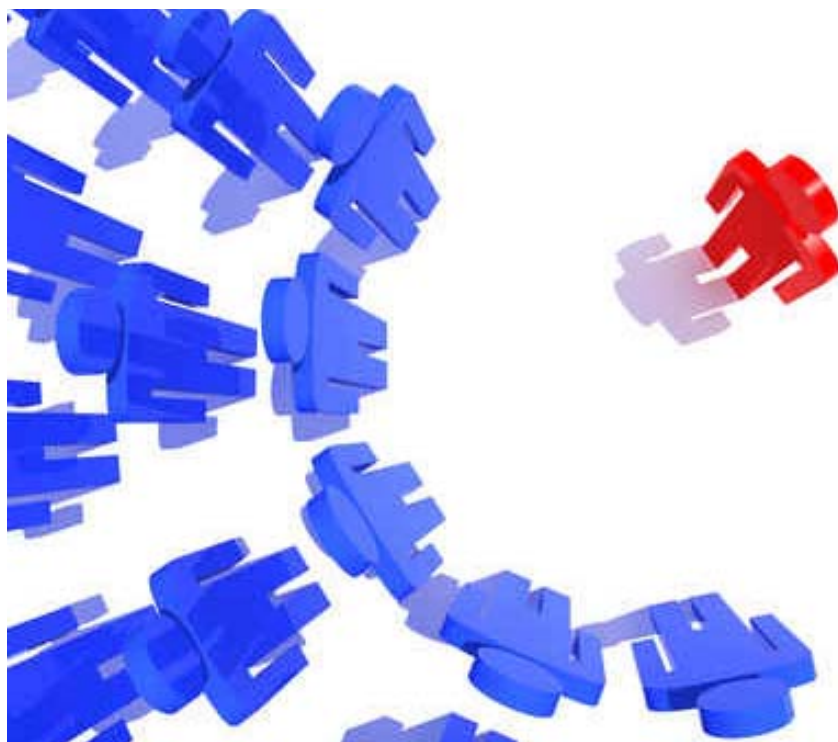
Fare Sistema vuol dire fare un gioco di squadra: quanto più forte sarà la coesione tra tutti i giocatori, tanto più alta sarà la probabilità di successo. Oltre alla coesione serve però anche un buon coordinamento e in questo senso il Ministero gioca sicuramente un ruolo determinante per la sua capacità di operare in sinergia con tutti gli attori del Sistema Paese, a partire dall'azione propulsiva condotta all'interno della Cabina di Regia, di concerto con il Ministero dello Sviluppo Economico e delle Infrastrutture; grazie al costante lavoro di raccordo con la rete di Ambasciate e Consolati italiani nel mondo; tramite il coordinamento delle attività di internazionalizzazione realizzate dalle autonomie territoriali; attraverso il costante dialogo e la fattiva collaborazione con gli interlocutori più qualificati del settore privato.

Siamo consapevoli, infine, che il rafforzamento della presenza italiana all'in-

terno delle istituzioni finanziarie internazionali, che molto spesso riescono a costituire delle importanti fonti di finanziamento per progetti infrastrutturali di vasta portata, soprattutto nei Paesi in via di sviluppo, costituisca un aspetto su cui lavorare per favorire la penetrazione delle nostre imprese in questi contesti. Non bisogna poi dimenticare che il nostro Paese è portatore di un'immensa cultura in termini di patrimonio artistico e culturale, un asset di importanza strategica che può contribuire in modo decisivo a costruire il soft power dell'Italia all'estero.

Per questo sono convinto della necessità di affiancare alla diplomazia economica anche quella culturale e della necessità di ragionare sempre più in un'ottica di "economia della cultura", che faccia di essa un volano di nuove opportunità per il sistema delle imprese.

Per rispondere concretamente a quest'esigenza, la recente riforma della Farnesina ha dato vita ad una nuova Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese che ci consente di inquadrare in un unico ambito strategico gli aspetti di promozione economica, culturale e scientifica.



Una richiesta diffusa delle imprese italiane è quella di una maggiore flessibilità/rapidità nell'erogazione di visti per attività di business da parte di Ambasciate e Consolati italiani all'estero. Ci sono iniziative previste in questo senso?

Il Ministero degli Affari Esteri è consapevole della fondamentale importanza rivestita dal rilascio di visti d'ingresso nel nostro Paese, attività essenziale per la circolazione di imprenditori e uomini d'affari che, grazie al loro lavoro quotidiano, contribuiscono a costruire la trama di relazioni economiche e commerciali tra il nostro sistema produttivo e i mercati esteri. Un'attività, questa, che in ogni momento va bilanciata con l'obiettivo di combattere i fenomeni di immigrazione clandestina nel nostro Paese. Ciò detto, posso citare alcune cifre a testimonianza del crescente impegno del

Ministero degli Affari Esteri nel favorire la concessione di visti per ragioni d'affari e di turismo.

Il 2010 ha fatto registrare un aumento del 9%, rispetto all'anno precedente, nelle domande di visto trattate dalla nostra rete diplomatico-consolare, dato cui hanno contribuito principalmente i visti per affari e turismo, che hanno raggiunto il massimo storico di oltre 1 milione e 200 mila.

Rispetto all'anno precedente si sono registrati aumenti superiori al 30% nel numero di visti concessi a favore di cittadini della Federazione Russa, della Repubblica Popolare Cinese e della Turchia, mentre sono aumentati del 10% i visti concessi a favore di cittadini indiani. Mosca, Shanghai, Pechino e Mumbai si confermano in testa alla classifica per numero di visti rilasciati, a testimonianza di una crescente attenzione per questo aspetto evidenziato.



Qatar, a marzo evento dedicato al made in Italy per abiti da sposa e wedding

Nel marzo 2012 si svolgerà in Qatar la seconda edizione dell'Italian Wedding Dream, un evento con inviti selezionati, accompagnato da uno spazio espositivo, dedicato all'abbigliamento e a tutto ciò che riguarda gli acquisti legati ai matrimoni, organizzato dall'**Italian Business Council** in Qatar. Previsti anche una sfilata inaugurale, incontri B2B con i principali buyer locali, un Make Up Lab nel corso del quale due make up artist Italiane truccheranno le modelle e le ospiti Vip e una Fitting Room per appuntamenti con le clienti che desiderassero ordinare degli abiti su misura e comprare direttamente a fine esposizione i prodotti. In Qatar, come in tutti i Paesi arabi, il matrimonio viene celebrato con

grande fasto ed il budget che viene destinato all'evento è decisamente significativo. Si calcola che nel Paese ogni anno si spendano 400 milioni di dollari l'anno per prodotti e servizi nel settore nozze. Gran parte dei prodotti vengono acquistati all'estero o fatti su misura da sartorie locali alle quali manca però un'adeguata esperienza di design e stile, per questo motivo il prodotto Made In Italy ha delle ottime chance di successo anche perché l'evento sarà sopportato da una pianificata campagna promozionale.

Per ulteriori informazioni si può contattare direttamente IBCQ. E-mail: ibcqatar@gmail.com - tel. 00974 55472952 - sito web: www.ibcqatar.com



Il MAE rafforza i suoi strumenti per Promuovere l'Italia nel Mondo

La presenza delle imprese italiane sui mercati mondiali è un obiettivo irrinunciabile per la crescita e il benessere del nostro Paese. A cui il **Ministero degli Affari Esteri (MAE)** è impegnato a contribuire in modo attivo, con una recente riforma che coinvolge obiettivi, organizzazione e iniziative gestiti dalle strutture centrali e dalla rete formata da **400 Sedi** tra **Ambasciate e Consolati, Rappresentanze Permanenti, Istituti di Cultura e Sezioni per la Promozione degli Scambi**, dislocati in tutto il mondo. Come si articola, concretamente, questo sostegno?

Il primo intervento riguarda il flusso di informazioni che la rete mondiale del MAE è in grado di produrre sulle opportunità esistenti sui diversi mercati e che viene aggiornato grazie all'attività delle Ambasciate e delle altre strutture estere che sono in costante rapporto con le Istituzioni e con i principali soggetti economi-

ci dei Paesi in cui operano. Questo, in aggiunta al sostegno fornito localmente alle imprese italiane che sono presenti o che intendono inserirsi o comunque valutare quei mercati.

La riforma, prevede che le diverse Sedi diplomatiche d'ora in poi, operino con una programmazione pluriennale degli obiettivi, bilanci gestiti in modo autonomo e la possibilità di raccogliere fondi per aggregare le imprese e altri soggetti in iniziative collettive di promozione in loco del Sistema.

Un'azione di Sistema

Si è investito anche nel coordinamento con altri attori del Sistema Paese: le organizzazioni imprenditoriali territoriali e di categoria, il sistema bancario, le Regioni e altri soggetti pubblici e privati. ➤




La Cabina di Regia, co-gestita dal **MAE** con il **Ministero dello Sviluppo Economico e delle Infrastrutture**, è il principale strumento di coordinamento, cui si affiancano anche i numerosi Consiglieri Diplomatici dislocati nei grandi gruppi economici e bancari e nelle principali istituzioni economiche nazionali. Quest'azione si traduce in una gamma di iniziative congiunte, che coprono diversi obiettivi: le **Missioni di Sistema**, finalizzate ad aprire canali di comunicazione istituzionali e a valorizzare l'immagine complessiva delle capacità del nostro Paese, su mercati considerati strategici. Le Presentazioni in Italia dei Paesi di interesse prioritario mirate ad approfondire le nuove opportunità che si aprono per le imprese e per altri soggetti (università, strutture sanitarie, ecc) nelle diverse aree del mondo. I Roadshow presso università estere (**Invest**

your Talent in Italy) e le altre iniziative mirate ad attrarre in Italia risorse umane qualificate e più in generale a promuovere l'internazionalizzazione del nostro sistema universitario. I convegni e gli incontri su settori strategici della ricerca organizzati dalle sedi estere con l'obiettivo di promuovere programmi congiunti con enti e consorzi di ricerca stranieri.

Si aggiungono poi strumenti specifici come la banca dati **ExTender** (<http://extender.esteri.it>) con informazioni e anticipazioni (*early warning*) su gare e appalti internazionali, la Newsletter **Diplomazia Economica Italiana** e il **Notiziario Economico Farnesina** con segnalazioni quotidiane di opportunità economiche raccolte da Consolati e Ambasciate, sviluppati in collaborazione con il **Sole 24 ore Radiocor** (www.notiziariofarnesina.ilsole24ore.com); i Rap- ➤

La home page del portale extender



ExTender è un sistema informativo per l'acquisizione di informazioni sulle opportunità di business all'estero, segnalate quotidianamente dalla rete delle istituzioni italiane presenti nelle diverse aree del mondo (**Ambasciate, Consolati, Uffici ICE, Camere di Commercio italiane all'estero**).

Un network di oltre 400 strutture che mette a disposizione del mondo imprenditoriale italiano la propria esperienza sui mercati esteri per l'individuazione di nuovi traguardi di internazionalizzazione.

ExTender ti introduce e ti orienta al mercato degli appalti internazionali, segnalandoti, in modo personalizzato, non solo informazioni sulle gare, ma anche notizie strategiche che anticipano i grandi progetti in cantiere nel mondo.

Accedi al sistema e registrati:
potrai ricevere gratuitamente - via e-mail - informazioni su mercati e settori di tuo interesse.

E non solo, avrai accesso anche ad una serie di approfondite **analisi settoriali** e ai **Rapporti Paese** redatti congiuntamente da Ambasciate e Uffici ICE che, semestralmente, offrono il quadro aggiornato della situazione macroeconomica, delle opportunità di mercato, degli investimenti e degli ostacoli agli scambi.

MOTORE DI RICERCA

- ▶ Gare d'appalto
- ▶ Early warning
- Anticipazioni di gare e grandi progetti

ACCEDI

- ▶ Gare d'appalto
- ▶ Early warning
- Anticipazioni di gare e grandi progetti

RETE EXTENDER

- ▶ AMBASCIATE / CONSOLATI
- ▶ CCIE
- ▶ CCIAA
- ▶ ICE



INTRANET

Area riservata

ExTender è promosso da :



Ministero degli Affari Esteri

porti Paese elaborati dagli Uffici commerciali delle Ambasciate insieme alle Sezioni per la Promozione degli Scambi, sulla congiuntura e le opportunità economiche nei diversi Paesi (www.rapportipaesecongiunti.it); il notiziario **Europa nel Mondo** con informazioni quotidiane sulle iniziative economiche della UE all'esterno dell'area comunitaria (www.europanelmondo.ilsole24ore.com/EU) sempre in collaborazione con **Radiocor Sole 24 Ore**.

Più snelli

In concomitanza con la Riforma è stato drasticamente ridotto il numero delle **Direzioni Generali** che sono scese da 13 a 8, mutando la precedente segmentazione per aree geografiche in una focalizzazione per obiettivi. Accanto alle relazioni politiche e a quelle concernenti la sicurezza globale emergono infatti i target della mondializzazione, con le re-

lative tematiche legate al commercio e alla partecipazione dell'Italia alle istituzioni e ai negoziati multilaterali, l'integrazione europea e infine, più direttamente a sostegno delle imprese, la **Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese**. La nuova Direzione opera secondo un approccio integrato nella promozione all'estero dell'Italia, rappresentandone non solo le componenti economiche, ma anche quelle culturali, scientifiche e tecnologiche in maniera collegata tra loro.

Tra i suoi compiti specifici, quello di approfondire la conoscenza dei mercati e delle relative opportunità, di promuovere gli investimenti da e verso l'Italia finalizzati all'internazionalizzazione e, ultimo ma non meno importante, di sostenere l'immagine e la presenza globale dell'Italia, includendo anche i vettori rappresentati dai flussi turistici verso il nostro Paese e dalla conoscenza e diffusione nel mondo della cultura e dello stile di vita italiani. ■

La Home page di Raportipaesecongiunti.it

RAPPORTI PAESE CONGIUNTI

I Rapporti-Paese Congiunti delle Ambasciate e degli ex Uffici ICE all'estero rappresentano una testimonianza concreta dell'impegno congiunto del Ministero degli Affari Esteri, del Ministero dello Sviluppo Economico e dell'ex Istituto per il Commercio Estero per promuovere l'internazionalizzazione del sistema produttivo.

Si tratta di uno strumento che si aggiunge al sostegno fornito quotidianamente dalle Ambasciate, dai Consolati e dagli ex Uffici dell'ICE al sistema delle imprese italiane all'estero.

Grazie al lavoro di analisi e di proposta delle nostre Reti all'estero viene delineato per ciascun Paese, a cadenza semestrale, un quadro sintetico della situazione macro-economica, delle opportunità di mercato, degli ostacoli agli scambi e degli investimenti, nonché dei progetti di iniziative promozionali tra i diversi attori del "Sistema Italia".

Leggi gli aggiornamenti su
www.notiziariofarnesina.ilsole24ore.com

ExTender: la Farnesina informa le imprese su gare e appalti all'estero

Un sistema informativo gratuito fruibile on line realizzato in collaborazione con Unioncamere, Assocamerestero, ex-ICE e Confindustria

ExTender è un sistema informativo gratuito, realizzato dalla **Farnesina** in collaborazione con Unioncamere, Assocamerestero, ex-ICE e Confindustria a partire dal 2003 fruibile on line all'indirizzo <http://extender.esteri.it>.

La finalità principale di ExTender è quella di favorire il rafforzamento della presenza delle imprese italiane sui mercati stranieri, attraverso la diffusione capillare sul territorio italiano delle informazioni concernenti le **opportunità di investimento e di affari all'estero**, ovvero:

- **Gare d'appalto internazionali per la fornitura di beni, prestazione di servizi o realizzazione di opere;**
- **Early Warning: anticipazioni di gare e grandi progetti.** Il carattere anticipatorio delle informazioni è fondamentale in quanto costituisce una risorsa strategica per favorire la competitività del sistema imprenditoriale italiano sui mercati esteri;
- **Studi settoriali/Analisi Paese;**
- **Programmi pluriennali di sviluppo.**

Funzionamento e fruizione

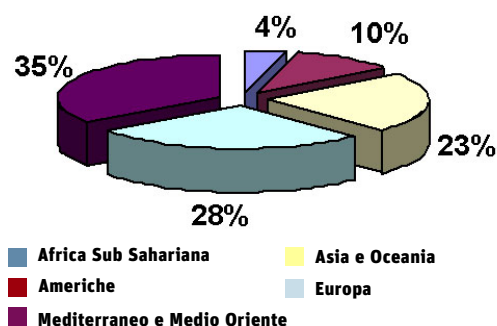
Le informazioni vengono immesse quotidianamente da tutta la **Rete diplomatico-consolare**, dalle **Camere di Commercio Italiane all'estero** e dalle **Sezioni per la Promozione degli Scambi (ex Ice)** nel mondo. Un network di oltre 400 strutture che mette a disposizione del sistema imprenditoriale italiano la propria esperienza sui mercati esteri per l'individuazione di nuovi traguardi di internazionalizzazione.

Per beneficiare delle informazioni presenti nel sistema, è sufficiente procedere ad una semplice **registrazione on-line**, indicando i settori e i mercati di interesse; così facendo il sistema - attraverso un meccanismo di matching - fornirà un **servizio personalizzato** all'utente. ■

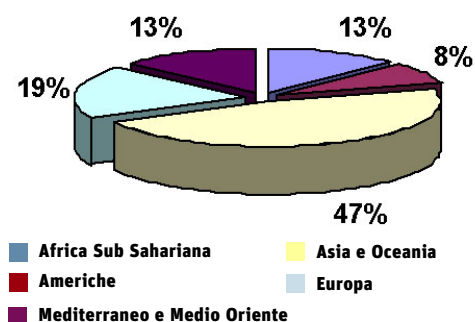
I numeri del sistema

informazioni erogate	
Gare	42.000
Early Warning	Oltre 5.000
Utenti iscritti	Circa 9.000

Distribuzione geografica gare d'appalto (gen-nov 2011)



Distribuzione geografica early warning (gen-nov 2011)



Ankara: un mercato in forte crescita anche per le imprese italiane

Meccanica strumentale al primo posto nelle nostre esportazioni che nel 2011 sono cresciute del 40%. Macchine utensili e meccanotessile guidano la classifica. Ma le tecnologie ambientali, le specialità chimiche e la filiera mobile arredo offrono interessanti spazi di crescita

Una crescita che sta superando tutte le aspettative: i dati dell'**Istituto di statistica della Turchia (Tuik)** confermano la performance economica del Paese dopo l'eccezionale aumento (+ 11% su base annua) registrato dal PIL del Paese nel primo trimestre 2011. La Turchia viene oggi indicata come la terza economia emergente in grado di superare (quasi) tutti gli ostacoli che in passato avevano rallentato il definitivo decollo del Paese. Come l'inflazione, ad esempio. Il dato è ormai sceso al 4,6% su base annua, che rappresenta un minimo nell'arco degli ultimi 40 anni. E questo ha anche consentito alla **Banca Centrale** di effettuare una drastica riduzione dei tassi che si è trasmessa, con effetti positivi, all'insieme del sistema bancario. La remunerazione dei depositi a breve termine, ad esempio, è scesa al 5,75%.

Stimoli all'economia

Ankara sta raccogliendo anche i frutti della politica proattiva con cui aveva scelto di reagire alla crisi del 2009, con un primo pacchetto di provvedimenti tesi a stimolare l'economia nazionale per un ammontare di circa 2,7 miliardi di euro a cui ha fatto seguito una serie coerente di nuove misure a favore delle PMI che rappresentano uno dei pilastri del sistema. Sono oltre 8 milioni le piccole imprese industriali, artigiane e di servizi che operano in Turchia. Lo strumento adottato è consistito soprattutto nell'apertura di canali agevolati di finanziamenti sia pure per importi contenuti e in una riduzione dei tassi di interesse. Anche sul fronte dei conti pubblici i segnali sono positivi. L'incidenza sul PIL del debito dello Stato che nel 2009 era ▶



salita dal 39,5 al 45,5%, è di nuovo scesa al 41,6% nel 21010. Il rapporto deficit pubblico/PIL, che nel 2009 si era attestato al 5,7% nel 2010 è sceso al 3,3%, quasi dimezzandosi rispetto all'anno precedente e al di sotto del livello programmato dal Governo del 4,7%. Ugualmente, nei prossimi mesi si prevede che il Governo sarà impegnato a contenere la crescita della spesa pubblica e ad aumentare gli introiti fiscali, anche per rispettare gli obiettivi del programma 2012-2014. Frenare la crescita incontrollata della domanda interna è importante anche ai fini di un consolidamento della bilancia commerciale, che rappresenta, attualmente, una delle maggiori preoccupazioni del Governo.

Privatizzazioni sì ma con cautela

Sul fronte delle privatizzazioni, concluso il primo ciclo, l'attenzione è ora rivolta al settore delle infrastrutture inclusi i due ponti sul Bosforo, diverse tratte autostradali e alcuni porti. Si aggiunge una lista di altre attività che includono le lotterie nazionali, i maggiori zuccherifici del Paese, diversi impianti petrolchimici e utilities, gli istituti bancari tuttora di proprietà statale, alcuni impianti di produzione del tè, le miniere di carbone, lignite e sale. Le entrate preventivate potrebbero superare i 10 miliardi di dollari Usa, ma il programma procede con cautela anche perché, obiettivamente, il momento non è favorevole.

Non mancano comunque pressioni interne ed esterne per estendere la liberalizzazione dei mercati al settore elettrico, del gas, degli alcolici e della telefonia fissa.

Peggiora la bilancia commerciale

Il maggiore fattore di squilibrio di questo processo è invece rappresentato dall'andamento della bilancia commerciale che ha registrato un graduale peggioramento nel tempo e che nel maggio di questo anno ha raggiunto il 9% del Pil. Nel 2010, su un interscambio complessivo di 300 miliardi di dollari, il saldo commerciale è risultato in rosso per 71,6 miliardi di dollari (+85 % su base annua). La tendenza è confermata dai dati dell'Istituto di statistica, che segnala un incremento (nel periodo gennaio-giugno 2011) del 43% delle importazioni e del 20% delle esportazioni. Il motivo principale di questa divaricazione risiede nel fatto che la Turchia importa quasi tutte le materie prime e quasi tutto il gas ed il petrolio che consuma.

Questa rigidità sul fronte delle importazioni impedisce al Paese di trarre pieno vantaggio dall'indebolimento del cambio, nei primi sette mesi del 2011, il valore della lira turca è diminuito rispetto a quello dell'euro di circa il 14%.

Il Paese è comunque riuscito fino ad oggi a compensare il deficit commerciale grazie ad un ingente afflusso di capitali esteri, attratti anche dal differenziale di interessi della lira turca rispetto alle principali valute internazionali. Anche se, in seguito alla riduzione dei tassi, il feno- ▶



Istanbul - Il ponte sul Corno d'Oro

meno è attualmente in calo. In maggio l'afflusso di capitali esteri si era ridotto a 6,4 miliardi di dollari, rispetto ai 9,2 miliardi dei mesi precedenti.

Un altro fronte su cui il Governo di Ankara è impegnato è quello della lotta alla disoccupazione. La percentuale di persone in cerca di lavoro è rimasta nell'ultimo anno intorno al 12%. Preoccupa la concentrazione del fenomeno in alcune aree specifiche con particolare riguardo al sud-est del territorio turco, tuttora caratterizzate da un livello economico ancora arretrato. Infine va rilevato che anche in Turchia esistono ampie fasce di economia sommersa.

Un grande mercato per i macchinari italiani

In questo contesto, sostanzialmente positivo seppure con qualche ombra, la Turchia si conferma anche per le aziende del Sistema Italia, come uno dei mercati più dinamici. Nei primi otto mesi del 2011, il valore dell'interscambio commerciale tra i due Paesi è stato di 14,84 miliardi di dollari con una crescita su base annua che sfiora il 40%. Le esportazioni italiane in Turchia (soprattutto beni strumentali e intermedi) ammontano a 9,3 miliardi di dollari (+45% annuo) e le importazioni da questo Paese a 5,5 miliardi (+31% annuo). ▶

Principali settori dell'export italiano in Turchia	Importazioni dall'Italia	VAR % su base annua	Importazioni totali della Turchia	Quota dell'Italia sull'import
Macchine di impiego generale	2.125.585.799	86,9	12.120.663.717	17,53%
Prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	1.061.071.891	111,0	9.964.915.032	10,65%
Prodotti chimici di base, fertilizzanti e composti azotati, materie plastiche e gomma sintetica in forme primarie	479.923.102	35,5	12.442.246.712	3,86%
Prodotti della siderurgia	453.012.620	7,7	6.569.509.966	6,90%
Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	401.157.555	35,3	3.996.528.194	10,04%
Autoveicoli	394.874.849	40,9	8.027.719.115	4,92%
Altri prodotti chimici	337.204.054	33,3	3.104.318.627	10,86%
Filati di fibre tessili	229.116.746	32,7	3.141.150.608	7,29%
Altri prodotti in metallo	212.107.367	23,4	2.075.802.468	10,22%
Medicinali e preparati farmaceutici	207.750.039	-13,1	2.909.381.657	7,14%
Motori, generatori e trasformatori elettrici, apparecchiature per la distribuzione e il controllo dell'elettricità	203.267.484	27,2	2.328.262.784	8,73%
Articoli in materie plastiche	168.654.645	23,3	1.660.216.212	10,16%
Gioielleria, bigiotteria e articoli connessi, pietre preziose lavorate	131.360.165	25,6	369.226.654	35,58%
Pasta-carta, carta e cartone	121.377.810	32,0	2.263.722.452	5,36%
Articoli in gomma	112.397.138	22,4	1.009.336.701	11,14%
Altri prodotti tessili	104.721.083	14,1	1.086.417.398	9,64%
Articoli di abbigliamento, escluso l'abbigliamento in pelliccia	71.596.962	24,5	1.738.817.858	4,12%
Apparecchi per uso domestico	70.601.491	20,5	726.721.013	9,72%
Articoli di maglieria	14.066.897	32,1	286.887.499	4,90%
Prodotti di elettronica di consumo audio e video	9.854.334	230,8	944.202.244	1,04%
Frutta e ortaggi lavorati e conservati	4.139.402	250,6	149.619.908	2,77%

Nel 2010 le importazioni turche di prodotti e sistemi di meccanica strumentale hanno totalizzato 23,5 miliardi di dollari e in questo contesto l'Italia copre una quota di mercato pari, circa al 18%.

La Turchia, quindi, si conferma come un mercato di sbocco strategico per i produttori italiani di macchine lavorazione metalli, macchine tessili, macchine lavorazione pelli e calzature, macchine imballaggio, macchine lavorazione plastica, macchine lavorazione legno, macchine lavorazione marmi. Un flusso agevolato anche dalle caratteristiche dimensionali e imprenditoriali dei corrispondenti settori di utilizzazione in Turchia (filiera tessile e abbigliamento, pelletteria, mobile, meccanica e automotive, agroalimentare, costruzioni), presidiati da aziende di medie dimensioni che fanno capo a gruppi imprenditoriali di impronta familiare e molto dinamici. Di seguito alcuni dettagli.

Macchine e filiera tessile La filiera tessile e dell'abbigliamento è uno dei settori trainanti dell'export turco presidiato da operatori motivati a un continuo aggiornamento tecnologico. Nel 2010 le esportazioni italiane in Turchia di macchine tessili hanno totalizzato 119 milioni di euro, contro i 57 milioni dell'anno precedente. Nel periodo gennaio-giugno 2011 sono state di oltre 107 milioni con una variazione su base annua pari al +137%, mentre la variazione percentuale delle importazioni è del + 9,7 % rispetto allo steso periodo. I rapporti tra i due Paesi nella filiera tessile operano comunque in più direzioni.

Importatrice di tecnologia, la Turchia è però anche esportatrice di prodotti. Nel 2010 ha esportato in Italia tessuti e filati per 519 milioni di euro e capi di abbigliamento per 415 milioni. Non è comunque un flusso a senso unico. Va rilevato infatti che crescente attenzione dell'industria turca alla qualità del prodotto finito comporta anche un aumento nella domanda di tessuti e filati pregiati. E l'Italia gioca un ruolo importante anche sotto questo profilo in quanto primo fornitore con una quota pari al 26% dell'import complessivo di questi prodotti per un valore pari a 334 milioni di euro.

Considerazioni analoghe si estendono anche all'abbigliamento. Nel primo semestre del 2011 le esportazioni turche in questo settore sono state di 328 milioni di euro con un aumento del 13% su base annua. Ma anche le esportazioni dall'Italia (soprattutto prodotti di fascia medio-alta) sono state rilevanti. Hanno totalizzato 180 milioni di euro con un aumento su base annua superiore all'81%. In prospettiva il mercato turco si presenta come particolarmente recettivo anche per i tessuti tecnici impiegati nel settore medico-ospedaliero, in quello dell'auto agricolo e nelle filiere agricole, dell'arredamento e così via.

Macchine utensili Nella prima metà del 2011, le importazioni turche sono state 550 milioni di dollari di cui circa 35/40 milioni dall'Italia. L'Italia si colloca, in questo comparto, al secondo posto tra i fornitori del Paese, dopo la Germania (che ha valori i pressoché doppi) e davanti a Taiwan che invece è su livelli lie-



Un laboratorio di pelletteria nella provincia di Hatay

vemente inferiori. Va rilevato comunque che anche in Turchia la produzione locale di macchine per la lavorazione dei metalli sta crescendo con un fatturato che ammonta, in valore, a circa 700 milioni di dollari e con esportazioni pari a 450/500 milioni. La piattaforma industriale del comparti sta notevolmente migliorando dal punto di vista tecnologico, con non meno di 200 aziende produttrici. Va rilevato che uno dei fattori di traino del mercato è il dinamismo dell'industria dell'auto dove operano alcuni tra i più importanti produttori mondiali di autoveicoli, con una capacità di oltre 1.500.000 unità all'anno. La Turchia è diventata anche, assieme alla Polonia, il principale polo produttivo europeo di elettrodomestici. Sono tutti settori che richiedono un crescente utilizzo di macchinari ad alto contenuto tecnologico, anche da parte della rete dei subfornitori locali.

Macchine agricole Le importazioni turche di macchine agricole ammontano a circa 350 milioni di dollari annui di cui circa 60/70 milioni dall'Italia. Nella prima metà del 2011 le importazioni si sono assestate attorno a 140 milioni di dollari di cui 30/35 milioni dall'Italia. Il valore della produzione nazionale ammonta a circa 550/600 milioni di dollari con tassi di crescita molto sostenuti (+ 33 % nel 2010). Va rilevato che l'agricoltura continua a occupare un posto rilevante nell'economia turca. È un'attività che si estende su 26 milioni di ettari, occupando più del 26% della forza lavoro e che contribuisce per oltre il 16% al pil del Paese. Accanto alla fornitura di macchine agricole, sul mercato turco, restano ampi spazi per la fornitura di attrezzature e sistemi utilizzati nella filiera zootecnica, nelle macchine per la lavorazione dei raccolti (olivicoltura, frutticoltura ecc).

Protezione ambientale Secondo una recente stima, gli investimenti turchi, per i prossimi anni, ammonteranno in questo settore a circa 8-10 miliardi di USD. I settori prioritari sono: utilizzo e sfruttamento di forme alternative d'energia, riciclaggio dei rifiuti, trattamento delle acque, recupero e riciclaggio delle materie plastiche. L'opportunità è rappresentata anche dalle numerose gare d'appalto indette dalle Municipalità, in questo settore, da gare internazionali o comunitarie, oppure da pacchetti finanziari bilaterali concessi soprattutto da USA e Germania.

Mobili e componenti In Turchia sono registrate circa 3mila imprese operanti in questo settore che producono prevalentemente per il mercato interno ma che sono molte attive anche su quelli limitrofi con particolare riguardo a Russia e Repubbliche dell'Asia Centrale. Nel primo semestre del 2011 l'Italia ha esportato verso la Turchia mobili per 35,5 milioni e importato per un valore di 13,1 milioni di euro con una variazione percentuale rispettivamente di + 14,5 % e - 5,2 % rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. L'Italia rifornisce un mercato di fascia media/medio-alta rappresentata da mobili, accessori e articoli di illuminazione di alto design nonché mobili e accessori per cucine e bagni utilizzati non solo nelle residenze private ma anche nel contract e nei progetti di complessi residenziali chiavi in mano.

Prodotti chimici Sono una tra le voci più importanti dell'import turco, per un ammontare pari a circa 25/30 miliardi di dollari annui di cui circa 1,7 miliardi dall'Italia che fornisce al Paese soprattutto prodotti della chimica fine. Nella prima metà del 2011 le importazioni turche sono state di 9 miliardi di dollari e l'Italia ha mantenuto la sua posizione con circa 700 milioni di dollari. ■

**Per iscrivervi a questa newsletter
compilate il modulo all'indirizzo
[www.esteri.it/MAE/IT/Ministero/Servizi/Imprese/
DiplomaziaEconomica/Newsletter/](http://www.esteri.it/MAE/IT/Ministero/Servizi/Imprese/DiplomaziaEconomica/Newsletter/)**

Ankara preme l'acceleratore su infrastrutture e trasporti

Gli investimenti maggiori saranno concentrati sulla rete ferroviaria, inclusa l'Alta Velocità e su quella stradale

Nel corso di un incontro tenutosi a Roma presieduto da **Giandomenico Ghella**, Presidente del **Comitato Lavori all'Estero** dell'**ANCE**, a cui hanno partecipato il Responsabile della Divisione Internazionale della **BIIS (Banca Infrastrutture Innovazione e Sviluppo)**, **Marcello Mentini**, gli Ambasciatori d'Italia in Turchia, **Gianpaolo Scarante** e di Turchia a Roma, **Hakki Akil** e un folto numero di imprenditori, si è svolta una tavola rotonda sulle Infrastrutture turche in cui è stato presentato un quadro complessivo dei principali programmi di investimento turchi nel settore delle infrastrutture.

I progetti nell'Alta Velocità

1. Ankara-Izmir (624 km)
2. Halkali Kapikule (30 km)
3. Ankara-Sivas 466 km)
4. Sivas-Kars Project (714 km)
5. Eskisehir-Antalya (426 km)
6. Konya-Karaman-Ulukisla-Mersin (341 km)
7. Bandirma-Izmir (245 km)
8. Bandirma-Bursa (186 km)
9. Yerköy-Sefaati-Kayseri (142 km)
10. Kirikkale-Çorum-Samsun (285 km)
11. Trabzon-Erzincan (337 km)
12. Sincan-Çayirhan-Istanbul (409 km)
13. Antalya-Konya-Aksaray-Nevsehir-Kayseri (550 km)

Il primo treno turco ad alta velocità



Di seguito sono indicati lo stato attuale delle opere in corso e le maggiori iniziative da realizzare entro la data target del 2023 che coincide con il 100° anniversario della costituzione della Repubblica turca.

Per quanto riguarda i finanziamenti è da rilevare che nella maggior parte dei progetti è previsto il ricorso alla formula PPP (Public Private Partnership) in cui agli stanziamenti pubblici si affiancano quelli degli investitori privati.

- **Ferrovie** L'ammontare di investimenti pubblici stanziati nel 2010 è stato pari a 2,75 miliardi di euro. Attualmente risultano in corso di progettazione e realizzazione circa 8.500 km di linee, di cui 3.500 km convenzionali e circa 5.000 ad alta velocità. Per il 2023 è prevista la realizzazione di ulteriori 14.000 km di cui circa 10.000 ad alta velocità.

I progetti di ferrovia convenzionale

1. Tekirdag-Muratlı -Buyukkaristiran (48 km)
2. Kemalpaşa OSB (27,22 km)
3. Kars-Tiflis (76 km)
4. Adapazarı- Karasu, Eregli, Porto di Bartın (285 km)
5. Samsun -Çarsamba-Terme-Ünye-Fatsa (102,3km)
6. Toprakkale-Habur Railway L (731 km)
7. Aydın-Çine-Yatagan- Porto di Güllük (159 km)
8. Kars-Iğdır-Aralık-Dilucu (223,6 km)
9. Tokat-Turhal Railway (42 km)
10. Kırşehir- Yerköy (90 km)
11. Van Lake North Pass (237 km)
12. Sanliurfa-Mürşitpınar (63 km)
13. Kars-Çıldır-Ardahan (67 km)
14. Erzincan-Mus (210 km)
15. Erzincan-Diyarbakır-Mardin (500 km)
16. Diyarbakır-Urfa (250 km)
17. Kemalpaşa-Torbalı ve Alsancak (70 km)
18. Sinan-Batman (6,5 km)
19. Kırşehir-Aksaray-Ulukisla (220 km)



Mapa della rete ferroviaria turca. In rosso e in blu sono indicate, rispettivamente le linee ad alta velocità e le linee convenzionali che dovrebbero entrare in servizio entro il 2023. Tratteggiate quelle previste entro il 2035. In nero la rete ferroviaria convenzionale attualmente operante e in verde quella ad alta velocità

Rete (auto) stradale Nel 2010, il budget stanziato per il settore stradale è stato di 5,75 miliardi di euro di cui il 74% destinato alla realizzazione di nuove strade statali e provinciali e il 10% per la costruzione di autostrade. Entro il 2023, il Governo turco intende realizzare circa 5.550 km di **autostrade** con formula di finanziamento BOT.

Ambiente Il budget destinato ai settori dell'**ambiente** e dell'**urbanizzazione**, attualmente dispone di oltre 2 miliardi di euro all'anno, ma è previsto che supererà i 3 miliardi a partire dal 2015 e fino al 2023.

Settore idrico I programmi di Ankara prevedono un massiccio investimento per aumentare la disponibilità attuale pari a 44 miliardi di m³ portandola a 112 miliardi entro il 2023. I progetti includono il rafforzamento della **potenza idroelettrica installata** dagli attuali 16.950 MW a 46.000 MW.

Area metropolitana di Istanbul Alla metropoli sarà destinata una quota pari al 26% degli investimenti pubblici della Turchia. Una importante sfida è rappresentata dalle iniziative per garantire le condizioni di **viabilità** della città, che nel 2004 aveva 2 milioni di autovetture e si stima che ne avrà quasi 4 milioni nel 2019. A tale proposito, sono stati stanziati, nell'immediato, i seguenti budget: **1 miliardo di dollari** per la realizzazione di oltre **37 km di tunnel**, **300 milioni** per la riabilitazione dei **canali** e **400 milioni** per la costruzione di **strade, viadotti e svincoli stradali**.

Particolarmente rilevanti sono i progetti di trasporto collettivo che prevedono la realizzazione di oltre 400 km di ferrovie urbane con investimenti previsti pari a circa 16 miliardi entro il 2023. ■

www.ambankara.esteri.it

Un'autostrada in Anatolia



Previsioni di crescita in aumento anche per il 2012

Secondo le previsioni del FMI è una delle poche macroregioni del mondo con uno scenario in miglioramento. E McKinsey conferma la nuova visione dell'Africa lanciata con il rapporto "Lions on the move"

Niente crisi per l'Africa subsahariana: secondo le ultime previsioni del **FMI (Fondo Monetario Internazionale)** il tasso medio di aumento del PIL nei Paesi dell'Africa Subsahariana, attualmente già attorno al 5,2 per cento, dovrebbe salire al 5,8% in termini reali nel

2012, con un PIL aggregato (a parità di potere d'acquisto) pari a 2.082 miliardi di dollari, un tasso di investimento pari al 22 per cento e un PIL pro capite pari a 2.482 dollari. Sarà probabilmente l'unica macroregione del mondo con tasso di crescita in aumento. ▶

L'economia dei principali Paesi dell'Africa Subsahariana

	PIL 2011 (preconsuntivo)	PIL 2012 (previsioni)	Investimenti in % sul PIL	Popolazione
Sudafrica	504,938	577,3	22%	50,511
Nigeria	345,381	441,1	23%	160,342
Angola	104,610	130,9	15%	19,625
Etiopia	78,989	103,6	24%	86,834
Kenya	62,303	76,2	25%	40,910
Ghana	58,057	77,5	20%	24,304
Tanzania	54,358	68	29%	42,176
Camerun	42,632	49,2	18%	20,934
Uganda	39,698	48,7	25%	35,201
Costa d'Avorio	35,752	37,2	ND	ND
Botswana	25,995	32,9	24%	1,864
Senegal	22,695	26,8	31%	13,443
Repubblica Democratica del Congo	21,352	26,7	29%	72,571
Gabon	21,066	25,1	25%	1,518
Mozambico	20,190	25,9	23%	22,017
Zambia	18,449	23,6	15%	13,585
Repubblica del Congo	15,534	19,8	20%	3,977
Rwanda	11,313	14,2	24%	10,208
Togo	5,723	6,6	19%	7,139
Zimbabwe	4,959	6,3	24%	12,575

Fonte: Fondo Monetario Internazionale

Né mancherà l'afflusso di capitali dall'estero. Rileva **Arend Van Wamelen**, partner di **Mc Kinsey & Company** a Johannesburg e co-autore del Rapporto "**Lions on the move**" con cui 18 mesi fa, cifre alla mano, il **Mc Kinsey Global Institute**, rivoluzionava la visione diffusa di un'Africa condannata a un eterno sottosviluppo. "*Il dato annuo che aveva subito un calo a 60 miliardi di dollari subito dopo la crisi del 2008 (ma all'inizio del decennio non superava i 20 miliardi) è tornato già nel 2011 su livelli tra gli 80 e i 90 miliardi. I capitali internazionali sono in cerca di rendimenti e proprio per questo guardano con particolare interesse all'Africa*".

Van Wamelen è stato intervistato in occasione di un Convegno sulle prospettive dell'economia africana, organizzato a Modena, a metà dicembre, dal **Sole 24 Ore Radiocor** insieme alla **Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese della Farnesina**. A un anno e mezzo di distanza quindi, Mc Kinsey Global Institut conferma le sue valutazioni che prevedono, entro il 2020, un aumento complessivo del Pil Africano pari a 1.000 miliardi di dollari. Di questi circa il 50% sarà imputabile all'aumento dei consumi grazie anche ai cambiamenti nella distribuzione dei redditi nel Continente con una crescita particolarmente accentuata per il settore edilizia/alloggi, prodotti *non food* ma anche servizi telefonici e bancari.

Modelli di business differenziati

In questo contesto quali sono le strategie aperte per le aziende intenzionate a cogliere le nuove opportunità del Continente?

"Nessuna impresa può pensare di presidiare contestualmente i mercati di oltre una cinquantina di Paesi africani", premette Van Wamelen, "Occorre quindi valutare con precisione le proprie forze valutando con realismo il proprio posizionamento e i possibili obiettivi. Ad esempio, chi opera nel settore dei prodotti di largo consumo low cost dovrà concentrarsi soprattutto sull'individuazione di sistemi di distribuzione anche non convenzionali in modo da raggiungere località disperse sul territorio. Inversamente, chi punta su prodotti di qualità può focalizzarsi sulle grandi città e su quelle con la maggiore concentrazione di redditi. Importante infine la capacità di risolvere problemi specifici in modo adeguato. Un esempio significativo è quello dei servizi di telefonia cellulare per i quali l'Africa sta registrando la maggior crescita al mondo". in questo caso - rileva Van Wamelen - "i successi maggiori sono stati raccolti dalle aziende che hanno saputo risolvere adeguatamente il problema dell'alimentazione elettrica (impianti, apparecchiature) anche in aree non servite". ▶



Un immenso potenziale agricolo

A livello di sistema poi, la maggior sfida per il Continente è rappresentata dallo sviluppo del suo immenso potenziale agricolo e questo per un duplice motivo. In Africa è localizzato il 60% delle terre coltivabili non sfruttate del pianeta. Si tratta quindi di valorizzarle. Inoltre è inevitabile che anche in Africa si imponga un cambiamento di dieta con un aumento delle proteine animali consumate, come già è avvenuto in altri Paesi in via di Sviluppo quali l'India e la Cina.

Diversi Paesi africani appaiono peraltro orientati su questa strada. Sono ad esempio la Nigeria che ha deciso di avviare un fondo finanziato con oltre 500 milioni di dollari dedicato ai piccoli agricoltori. O il Ghana con un importante programma di aumento e differenziazione del cosiddetto paniere alimentare soprattutto nelle aree settentrionali del Paese. O ancora il Kenya, che sta puntando con successo ad accrescere l'export prodotti alimentari, che ormai dopo il turismo sono diventati la seconda fonte di valuta del Paese. Va ricordato che già otto anni fa diversi Paesi africani hanno concordato di dedicare una quota della spesa statale pari ad almeno il 10% allo sviluppo dell'agricoltura. Tra questi, oltre a quelli citati ci sono anche Etiopia, Malawi, Niger, Madagascar, Mozambico. La consapevolezza quindi è diffusa e i segnali, anche recenti, sull'impegno dei diversi Stati nello sviluppo agricolo sono decisamente incoraggianti.



Infrastrutture sostenibili

Un ulteriore impulso alla crescita verrà anche dallo sviluppo delle infrastrutture (trasporti, servizi idrici, reti di produzione/trasporto/distribuzione elettrica) che possono contribuire a risolvere una delle principali sfide del continente - e cioè la creazione di posti di lavoro - sia in modo diretto sia attraverso le attività complementari e indotte. Sotto questo profilo, non va sopravvalutato il problema della disponibilità di finanziamenti. Su questa materia si è espressa ad esempio la **Banca Mondiale** con una serie di rilevazioni da cui risulta che il *gap* finanziario può essere superato se si effettuano alcune scelte strategiche tra cui:

- la capacità di imporre, per i servizi erogati, tariffe adeguate a garantirne la bancabilità/reddittività come è stato fatto con successo in Sudafrica in parallelo con un maggiore coinvolgimento di operatori privati e lo sviluppo di formule PPP (*public-private-partnerships*);
- il conferimento a progetti infrastrutturali di una quota adeguata di introiti e royalties che i Paesi africani ricavano dallo sfruttamento delle loro risorse petrolifere e minerarie. È il caso ad esempio di quanto sta già avvenendo in Nigeria;
- una particolare attenzione agli aspetti di costo/efficienza dei progetti sviluppati.

Sul medio termine, l'obiettivo dei Paesi africani deve essere quello di raggiungere una maggiore diversificazione delle rispettive economie in cui, inserire, accanto ai cosiddetti settori *resource based* (estrazione petrolifera, risorse minerarie a agricoltura) anche una quota maggiore di atti- ▶

vità manifatturiere e di trasformazione con un percorso graduale che può partire da una maggiore copertura della domanda locale di prodotti e servizi per espandersi poi sui mercati esteri a partire da quelli regionali. Finora l'unica economia africana pienamente sviluppata sotto questo profilo è quella sudafricana, ma ci sono diversi Paesi in fase di transizione che stanno iniziando a implementare un analogo modello tra cui Senegal, Gabon, Uganda e Kenya.

Si aggiungono il grande potenziale, sotto questo profilo, grandi produttori africani di idrocarburi, come la Nigeria, che hanno il vantaggio di disporre di risorse aggiuntive per operare in questa direzione.

Chi riforma cresce di più

Di grande aiuto, in questa direzione, è anche l'evidente diminuzione in atto nei conflitti che per lungo tempo hanno minato la stabilità del continente e il miglioramento in generale della *governance* di questi Paesi. Ancora una volta vengono in aiuto le rilevazioni della Banca Mondiale da cui emerge che i Paesi che negli ultimi anni si sono impegnati in consistenti processi di riforma delle rispettive economie hanno anche ottenuto livelli di crescita dei rispettivi PIL superiori del 2% rispetto agli altri. Va rilevato che questa trasformazione è promossa anche da una maggiore consapevolezza dei Governi africani di dover rispondere a un'opinione pubblica sempre più attiva e alla richiesta di creare adeguate opportunità di impiego per le rispettive popolazioni che godono oggi

di un livello di istruzione decisamente più elevato che in passato.

Resta aperta, per le imprese occidentali, la sfida con la crescente presenza cinese sul Continente, che si avvale di un modello di relazioni economiche strutturate da Stato a Stati e che consente a Pechino di proporre all'Africa i propri prodotti, la propria manodopera e la capacità di realizzare grandi opere e infrastrutture in cambio di un accesso alle risorse di materie prime del Continente. *"Il fenomeno non va sopravvalutato per diversi motivi - sostiene Van Wamelen - innanzitutto alla Cina si affiancano altri grandi Paesi del cosiddetto Sud del mondo come l'India e anche il Brasile. Inoltre i Paesi Occidentali hanno altre carte da giocare"* Quali? *"Ad esempio, la qualità dei prodotti forniti e delle opere realizzate, che devono imparare però a far capire e riconoscere. Si aggiunge la possibilità di fornire valore aggiunto attraverso la gestione dei marchi ma anche la fornitura di assistere la clientela con adeguati servizi postvendita. Infine, a livello di sistema, possono puntare a garantire un utilizzo sostenibile delle ricchezze e una valorizzazione delle risorse umane locali. Non si tratta soltanto di aumentare l'occupazione, ma di affiancare la creazione di nuovi posti di lavoro a un'adeguata attività di formazione e diffusione delle conoscenze"*. ■

Il filmato dell'intervista a Van Wamelen (in inglese) può essere visto sul web al seguente link:

www.formeeting.it/canali/player.asp?stream=lions-move



Newsletter quindicinale Realizzata dal Sole 24 Ore in collaborazione con la Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese
Ufficio I - Coordinamento delle iniziative di internazionalizzazione del Sistema Paese – sostegnoimprese@esteri.it
www.esteri.it/MAE/IT/Ministero/Servizi/Imprese

Direttore Responsabile:
Fabio Tamburini

Proprietario ed Editore:
Il Sole 24 ORE S.p.A.
Radiocor Agenzia d'informazione
Redazione:
Via Monte Rosa, 91
20149 Milano
Tel: 02.30221 - Fax: 02.3022.481

**Pubblicazione quindicinale
in formato elettronico**
Registrazione Tribunale di Milano
n. 266 del 2 Maggio 2007

Sede Legale:
Via Monte Rosa, 91
20149 Milano

Progetto editoriale e grafico:
Il Sole 24 ORE S.p.A. - Radiocor
Agenzia d'informazione

Copyright 2011 - Il Sole 24 ORE S.p.A.
Radiocor Agenzia d'informazione
È vietata la riproduzione, anche parziale
o ad uso interno con qualsiasi mezzo,
non autorizzata.