

PROGETTO MEZZOGIORNO

Il Progetto Mezzogiorno è la concreta applicazione della Misura 3.3. della Comunità Europea "Programma di interventi a favore delle attività di commercializzazione e dell'apertura internazionale delle Piccole e Medie Imprese - PMI - industriali del Mezzogiorno", inserita nel Programma Operativo Multiregionale "Industria e Servizi" cofinanziato dalla CEE con fondi FESR (48 %), dal Mincomes (33,33 %) e dai Privati (18,67 %). Il Programma copre un arco temporale di 5 anni (1991/95).

L'erogazione dei fondi FESR avviene tramite il Ministero del Bilancio e della Programmazione Economica con il quale l'Istituto ha in essere il relativo Disciplinare che regola il rapporto tra le parti.

Le linee di azione del progetto Mezzogiorno riguardano aree di attività ben identificate:

Attività di informazione, assistenza e consulenza

Su richiesta delle aziende viene erogata una vasta gamma di servizi, che riguardano ogni aspetto dell'attività esportativa delle PMI industriali del Mezzogiorno, alle quali viene altresì garantita una adeguata assistenza per la partecipazione alle varie attività promozionali del Progetto stesso.

Nel '93 è stata creata e resa operativa una rete di sette "Nuclei Progetto Mezzogiorno" presso gli uffici ICE di Pescara, Bari, Napoli, Cagliari, Reggio Calabria, Palermo e Catania, per seguire e indirizzare le aziende e garantire loro un' adeguata informazione ed assistenza in grado di favorire l'integrazione europea e la presenza stabile su mercati terzi.

Sono stati realizzati incontri per la presentazione e divulgazione del Progetto, delle sue finalità ed opportunità a strutture pubbliche e private, associazioni, enti, Assessorati regionali, Associazioni industriali, Camere di Commercio, Centri Esteri, Confagricoltura, CNA, API, BIC, Consorzi mono e plurisetoriali, ecc.- . Sono stati altresì realizzati incontri con le strutture produttive locali con visite ad aziende e consorzi delle aree interessate per una più diretta e personalizzata attività di assistenza ed informazione.

Si aggiungono l'organizzazione di un Convegno a Palermo sul Commercio Estero con la partecipazione di PMI industriali del Mezzogiorno, enti ed associazioni pubbliche e private della Sicilia; una missione in Arabia Saudita per verifiche di mercato.

Tale attività è stata rivolta a titolo gratuito ad una utenza di 4.500 P.M.I. industriali, enti e associazioni pubbliche e private del Mezzogiorno con una distribuzione per settori che premia l'agroalimentare incluso vino e bevande con il 34,3%; l'abbigliamento con il 18,7%; i mobili 11,7%; l'artigianato incluso l'oggettistica da regalo, oreficeria, ceramiche artistiche 9,5%.

Programmi di penetrazione commerciale

L'obiettivo è stato di favorire la penetrazione commerciale delle PMI meridionali sui mercati extra comunitari, offrendo l'assistenza per l'identificazione, predisposizione ed approvazione di Programmi specifici, finanziati in parte dalle aziende, studiati "appositamente" per gruppi di aziende o consorzi. Sulla base dei contatti ed incontri avviati dai singoli Nuclei Progetto Mezzogiorno i risultati di tale attività per il '93 hanno riguardato 13 Programmi di penetrazione commerciale, suddivisi in:

- 3 Progetti realizzati nel '93 (Sicilia, Sardegna e Campania).

- 10 Progetti predisposti nel '93 e pronti per essere realizzati nel 1994-1995. In particolare i 10 Progetti riguardano 9 Programmi di penetrazione commerciale regionali relativi all'Abruzzo (2), Campania (2), Molise (1), Puglia (2), Sardegna (1) e Sicilia (1) ed 1 Programma di penetrazione commerciale interregionale.

Le aziende coinvolte, ammontano per le 13 iniziative a 142 di cui 28 per progetti già realizzati.

Sono stati altresì identificati 64 Progetti individuando committenti, settori merceologici e mercati esteri da coinvolgere.

Iniziative promozionali

L'obiettivo è stato quello di favorire la partecipazione di aziende e consorzi del Mezzogiorno ad importanti e qualificate manifestazioni promozionali in Paesi sia comunitari che extracomunitari.

Nel 1993 si è teso a migliorare l'immagine e la presenza di aziende e consorzi sui mercati internazionali attraverso l'organizzazione di manifestazioni fieristiche. Ne sono state realizzate cinque: per i settori abbigliamento bambino/ragazzo (2 fiere in Germania), oggettistica da regalo (1 fiera in Arabia Saudita), oreficeria e gioielleria (1 fiera in Bahrein), vino (1 fiera in Svezia). Le aziende del Mezzogiorno che hanno preso parte alle iniziative, con un contributo privato alle spese, sono risultate pari a 40.

Conferenze di commercializzazione

Le conferenze di commercializzazione mirano a favorire l'incontro tra produttori del Mezzogiorno e operatori commerciali dei Paesi sia comunitari che extracomunitari.

A tal fine nel corso dell'anno si è cercato di sviluppare la ricerca di canali distributivi diretti per una espansione commerciale a breve termine delle produzioni del Mezzogiorno tramite due conferenze di "Commercializzazione" nei settori dell'agro-alimentare a Bari e di oreficeria/gioielleria a Napoli, che hanno favorito l'incontro tra produttori meridionali ed importatori/distributori di taluni paesi extracomunitari identificati ad hoc (Cile, USA, Canada, Giappone, R.P. Cina, Taiwan, Austria, Svizzera, Svezia, Norvegia, Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti). Totale utenti: 117

Marchi di qualità e certificazione prodotti

L'assistenza nello studio, lo sviluppo e la protezione di marchi di qualità e l'incentivo alla certificazione dei prodotti sono anch'essi obiettivi del Progetto mirando a migliorare e qualificare l'immagine dei prodotti del Mezzogiorno sui mercati comunitari ed extracomunitari.

Le numerose occasioni di contatti sviluppati dall'Istituto nonché l'erogazione di una vasta gamma servizi di informazione ed assistenza alle PMI industriali del Mezzogiorno, ha certamente contribuito positivamente a sviluppare quelle forme di intervento promozionale più complesse, non più occasionali ma finalizzate ad una più duratura presenza nei mercati esteri, soprattutto extracomunitari.

Il 48 % di tutta l'attività di promotion del Progetto Mezzogiorno 1993 ha infatti riguardato in parte la realizzazione e soprattutto l'impianto dei "Programmi di Penetrazione Commerciale" (della durata di 1 anno ed oltre) rivolti, così come previsto dalla Comunità Europea, a Paesi

extracomunitari. Mentre il 45 % risulta rivolto alle singole "Iniziative Promozionali" (fiere e Missioni) ancora concentrate in Europa. Le "Conferenze di Commercializzazione" realizzate a Bari e a Napoli, pari al 7 % di tutta l'attività, hanno visto una presenza di 19 importatori/distributori/buyers di soli Paesi extracomunitari.

Le principali aree geoeconomiche coinvolte nelle attività del Progetto sono risultate: il Nord America, i Paesi del Maghreb, Estremo Oriente (Cina e Giappone), i Paesi Comunitari e gli Opec Asiatici (Arabia Saudita, E.A.U., Bahrein). Iniziative hanno riguardato anche alcuni Paesi Peco e dell'America Latina.

Sotto il profilo merceologico, su un totale di 27 iniziative il 78% (21) ha riguardato i beni di consumo (agroalimentare, abbigliamento, articoli da regalo, oreficeria/ gioielleria/argenteria, articoli in pelle e pelli, mobili, sughero, ecc.) ed il 22% (6) i beni di investimento (macchine per l'industria alimentare, macchine agricole e prodotti per l'industria elettromeccanica).

Mentre le produzioni di beni di consumo hanno coinvolto principalmente la Puglia, la Campania e l'Abruzzo (in misura minore la Sicilia, il Molise e la Sardegna) i beni di investimento hanno confermato l'interesse prioritario di Sicilia e Campania.

PROGETTO REGIONE SICILIA

Nel primo semestre dell'anno, sono state realizzate otto manifestazioni privatistiche per conto della Regione Siciliana, di cui tre per il settore dei materiali lapidei (una in Giappone), altre due per il settore alimentare e due infine per l'artigianato.

Il gradimento e la soddisfazione dell'utenza siciliana per tale supporto sono stati testimoniati dalla firma della Convenzione ICE/Regione Siciliana, avvenuta in data 6 luglio, con cui la Regione ha incaricato l'Istituto dell'organizzazione e realizzazione del proprio programma promozionale regionale.

La convenzione comprende due comparti: quello dei settori artigiano e materiali lapidei e quello dei prodotti agroalimentari.

Nell'ambito del primo comparto l'ICE ha predisposto pacchetti completi per la realizzazione delle quindici iniziative promozionali del programma promozionale, ha attivato i propri uffici periferici (Catania e Palermo) nell'assistenza alle aziende siciliane interessate.

Per il settore artigianato, sono state organizzate 9 manifestazioni: 5 mostre autonome in paesi CEE e in Italia; 2 collettive all'interno di iniziative Mincomes (in Germania ed a New York); 2 missioni di operatori in Sicilia (provenienti dal Giappone e dalla Francia).

Per il settore materiali lapidei, comparto di punta dell'imprenditoria isolana, sono state realizzate: una missione di operatori e di architetti giapponesi in Sicilia; 3 partecipazioni autonome a Mostre specializzate in Italia (Verona e Bologna) e in Francia; 2 collettive all'interno di iniziative Mincomes (nell'ex DDR ed in Corea).

L'attività svolta nell'ambito dei settori è stata valutata positivamente dalla Regione, sia sotto il profilo organizzativo sia dal punto di vista della crescita professionale degli operatori siciliani, i quali, usufruendo di adeguati supporti hanno avuto modo di consolidare la loro presenza in altre Regioni nazionali, nonché di differenziare, su mercati eterogenei ma chiaramente ricettivi, i propri flussi esportativi.

Per entrambi i settori si è registrata ad ogni singola manifestazione la partecipazione costante di circa 10 ditte.

Per quanto riguarda il settore dei prodotti agroalimentari particolare importanza è stata data alla composizione di un "pacchetto" di prodotti siciliani da promuovere e, pur distinguendo il prodotto fresco da quello trasformato, si è insistito nel dare risalto alla unicità della produzione siciliana di qualità.

Sono state configurate diverse tipologie di intervento per l'estero, distinte per aree di destinazione:

- partners tradizionali di commercializzazione dei prodotti siciliani, nei quali sono state programmate iniziative mirate al consolidamento ed allo sviluppo delle posizioni con strategie di mantenimento e miglioramento dell'immagine dell'agroalimentare siciliano, in particolare in Germania, Francia, Svizzera. Le iniziative sono state considerate a carattere propedeutico per l'organizzazione di azioni ai punti di vendita e presso la grande distribuzione, comprendendo azioni promo-pubblicistiche, missioni di operatori, azioni di pubbliche relazioni;

- mercati ad economia forte ma a scarsa presenza commerciale siciliana, che presentano prospettive interessanti di penetrazione, nei quali sono state realizzate iniziative di immagine e di pubbliche relazioni mirate a favorire rapporti operativi con i possibili partners d'oltre Oceano. Di particolare interesse i paesi del Nord America e il Giappone.

- paesi che lasciano intravedere possibilità future di mercato. Tra questi particolare interesse rivestono i paesi dell'Europa Centro Orientale e la Russia.

In Italia sono state realizzate iniziative mirate a promuovere i prodotti siciliani sul mercato nazionale, particolare attenzione e' stata rivolta alla promozione del vino "Marsala".

Nel corso del '93 sono state portate a termine le seguenti iniziative.

- 1 collettiva all'interno di iniziative Mincomes (a New York);
- 6 missioni di operatori in Sicilia (provenienti dai paesi Cee, Austria e Svizzera)
- 4 partecipazioni autonome a Mostre specializzate, di cui 3 in Italia (Milano, Rimini e Bologna) ed una in Francia;
- Azioni presso i punti vendita della grande distribuzione in Italia;
- Azioni promozionali per il vino Marsala.

Gli utenti, o meglio i partecipanti alle iniziative realizzate nell'ambito della Convenzione sono così ripartiti per settore merceologico: Artigianato 74; Materiali lapidei 50; Agroalimentare 66.

A questi ultimi si aggiungono le 89 aziende entrate in contatto con le missioni estere organizzate nel corso dell'anno. Le aree geografiche di maggior interesse risultano essere l'Europa e il Nord America.

LA FORMAZIONE INTERNAZIONALE

Attività di formazione a favore dell'Europa Centro - Orientale

Nel Corso del 1993 sono state svolte numerose iniziative a favore dei Paesi dell'Europa Centro-Orientale e dell'ex-URSS (aree prioritarie d'intervento), che hanno confermato l'importanza dell'attività di formazione in commercio estero per la promozione e lo sviluppo degli scambi e della collaborazione industriale, con questi Paesi.

Secondo le direttive del Ministero per il Commercio con l'Estero ed in linea con gli interventi italiani (Legge 212/92 e SIMEST) e le attività degli organismi internazionali (F.M.I., BERS, CEE) sono stati organizzati:

- corso in management e marketing internazionale a favore di 20 imprenditori della Polonia (luogo di svolgimento: Verona)
- corso in management e marketing internazionale a favore di 20 imprenditori dei Paesi Baltici (luogo di svolgimento: Feltre)
- 4 borse di studio per imprenditori russi ed ucraini inseriti nel corso di formazione per i Paesi Baltici
- Study tour in collaborazione con ARACHNE per imprenditori del Kazakhstan e dell'Uzbekistan
- corso in management e marketing internazionale a favore di 20 imprenditori dell'Uzbekistan (luogo di svolgimento: Tashkent - Roma e Verona)
- corso in management e marketing internazionale a favore di 20 imprenditori della Romania (luogo di svolgimento: Perugia)

Ai corsi hanno partecipato giovani dirigenti e/o imprenditori dei Paesi beneficiari, accuratamente pre-selezionati in loco. Nella scelta dei partecipanti si è inteso rispettare le diverse e convergenti necessità di rafforzare lo sviluppo dell'Imprenditoria privata e di adeguare le strutture pubbliche locali alla nuova situazione creatasi con il passaggio all'economia di mercato.

Ciascun corso ha avuto una durata di circa sei settimane di cui quattro in aula dedicate alle tematiche della gestione aziendale, del commercio internazionale, della costituzione di società miste, dei finanziamenti internazionali; due per la fase pratica di stages aziendali presso imprese italiane e/o organismi interessati ai rispettivi mercati.

I corsi sono stati programmati in funzione delle diverse esigenze dei paesi beneficiari ed è stata studiata una metodologia didattica interattiva con taglio operativo, case studies, esercitazioni pratiche, sviluppo dei progetti di collaborazione, verificati poi nella fase di stage.

E' continuata inoltre la politica di decentramento dei corsi di formazione internazionale, già sperimentata con successo negli anni precedenti: ciò ha permesso un più diretto coinvolgimento del tessuto imprenditoriale e la fattiva collaborazione anche finanziaria degli organismi locali interessati all'internazionalizzazione delle imprese.

Si è inoltre sperimentata una nuova formula per il corso a favore dell'Uzbekistan, che si è svolto per la sola fase in aula presso l'Università Mondiale dell'Economia e della Diplomazia

(UWED) di Tashkent. Ciò a permesso di sviluppare i rapporti di collaborazione con la controparte locale con la quale sarà realizzato un progetto di formazione da presentare al finanziamento della Comunità Europea.

Di estremo gradimento da parte delle autorità dei paesi beneficiari, i corsi di formazione internazionale ICE sono altamente considerati dalla CEE, in particolare nell'ambito dei progetti PHARE e TACIS e degli interventi della CEL.

Sempre in favore dei Paesi dell'Europa Centro-Orientale si è ottenuto dalla Comunità Europea l'incarico di realizzare un modulo di formazione sulla finanza internazionale nell'ambito del Corso "Financing of private and public enterprises" tenutosi presso il Joint Vienna Institute, a favore di imprenditori provenienti dal PECO. L'iniziativa è stata di particolare interesse e prestigio per l'Istituto: il Joint Vienna Institute è un Centro Permanente di Formazione costituito con il finanziamento della Banca Mondiale, della BERS, del Fondo Monetario Internazionale e della Comunità Europea e di altri qualificati organismi internazionali. Esso svolge un intenso e specifico programma di formazione per tutta l'area dei PECO.

Questo incarico, a totale finanziamento della Comunità e con incasso per l'Istituto, ha avuto una funzione strategica per l'implementazione delle attività già progettate nell'ambito dei programmi PHARE e TACIS.

Nel dicembre 1993 la Comunità Europea ha affidato all'Istituto l'incarico di realizzare il Progetto Pilota per la formazione a distanza nella Federazione Russa. L'incarico a totale finanziamento della Comunità, sarà realizzato nel 1994. Il Progetto ha richiesto impegno e professionalità nella fase di ideazione: l'Istituto è stato l'unico ente italiano, tra l'altro, scelto dalla Comunità (insieme a cinque progetti presentati da altri Paesi comunitari).

Attività di formazione a favore dei Paesi in Via di Sviluppo

Le azioni di promozione indiretta in favore dei PVS sono inquadrare nell'ambito della Cooperazione allo Sviluppo del Ministero Affari Esteri secondo la convenzione sottoscritta nel 1990 tra l'ICE ed il MAE/DGCS.

In tale ambito nel corso del 1993 è stato realizzato un corso di formazione per 20 funzionari del MOFTEC (Ministero per le Relazioni Economiche ed il Commercio Estero) della RPC, nel quadro dei rapporti di cooperazione bilaterale.

Il corso, inerente lo sviluppo delle risorse umane nel settore del commercio estero e la problematica del commercio internazionale, su totale finanziamento della Cooperazione ha ottenuto ottimi risultati ed il più vivo apprezzamento sia dal MAE che dal Ministero cinese.

Su richiesta dell'UNCTAD è stato ospitato il corso "Trade with EC Single Market Countries", rivolto a funzionari di organismi dell'area del Maghreb.

L'iniziativa ha dato ottimi risultati: sono stati intensificati i rapporti di collaborazione con questo organismo internazionale, in linea con le nuove direttive di intervento della Cooperazione italiana.

Numero partecipanti e Corsi Formazione Internazionale 1993 per Aree d'intervento

	PECO		PVS	
	n° corsi	n° partec.	n° corsi	n° partec.
Corsi di formazione	5	80	1	20
Borse di studio	1	4	1	1
Study e seminari in Italia	1	20	1	12

Complessivamente, nell'arco delle'anno, sono stati svolti otto corsi di formazione cui hanno partecipato 137 giovani imprenditori e dirigenti statali di 13 diverse nazioni.

Progetto Università e Business Schools Italiane e straniere

Il 1993 è stato l'anno di avvio del progetto e si è iniziato a costituire il network di accordi con istituzioni accademiche nazionali ed estere per il raggiungimento degli obiettivi prefissati: il Progetto è nato riconoscendo al mondo accademico un ruolo d'importanza primaria nel contesto dei rapporti economici internazionali e si muove dalla considerazione che la promozione della circolazione della "cultura economica" è non solo parte essenziale del processo di sviluppo e di internazionalizzazione di un paese.

Nel corso dell'anno sono stati conclusi cinque accordi di collaborazione e ne sono stati deliberati altri nove che saranno finalizzati, assieme ad altri quattro, nel corso del 1994.

Gli accordi siglati nel 1993, tra la fine di aprile e la metà di ottobre, riguardano istituzioni accademiche nazionali ed internazionali molto qualificate: la Hong Kong University, la University of International Business and Economics (UIBE) di Pechino, l'Università degli Studi "Ca' Foscari" di Venezia, la Marmara University di Istanbul e la Hankuk University of International Studies di Seoul.

Le attività svolte nell'ambito delle convenzioni sottoscritte sono state principalmente di programmazione d'iniziativa da svolgersi nel corso dell'anno accademico 1993/94 e, nel caso della UIBE, anche di realizzazione di alcune iniziative già concordate al momento della formalizzazione dell'accordo.

In ottobre è stata organizzata presso la UIBE una tavola rotonda sul marketing internazionale in cui è stata presentata ufficialmente la traduzione in cinese del libro del Prof. G. Pellicelli "Il Marketing Internazionale", stampato in 5.000 copie e distribuito gratuitamente ad università, biblioteche, organismi di governo e docenti cinesi.

Le iniziative programmate per il 1993/94 sono state individuate allo scopo di favorire l'imprenditoria italiana nei suoi contatti internazionali; componente fondamentale è stata anche la necessità di incrementare l'interscambio accademico internazionale progettando attività in collaborazione con istituzioni accademiche nazionali ed estere, in funzione di una maggiore interazione fra di loro nonché delle politiche d'intervento promozionale pubblico.

Questa interazione è stata perseguita con il duplice scopo di una maggior integrazione economica a livello internazionale, con un utile ritorno promozionale indiretto, e dell'agevolazione di una serie di contatti d'alto livello a beneficio dell'imprenditoria italiana.

PROGETTO "COUNTERTRADE"

Il Progetto Countertrade, iniziato nel 1988, si è proposto attraverso le sue azioni di favorire la conoscenza di questa particolare forma di scambio tra gli operatori italiani.

Il 1993 ha segnato una fase di passaggio dell'attività realizzata nell'ambito del Progetto che, negli anni precedenti si era contraddistinto per un aspetto preminentemente di assistenza informativa rivolta agli operatori italiani, in quest'ultimo anno ha assunto invece caratteristiche più strettamente operative.

A valere sul Programma Promozionale 1993 sono stati infatti creati gli "Sportelli Countertrade", centri di assistenza agli operatori, nell'ambito di manifestazioni fieristiche organizzate dall'ICE in Paesi dove tali scambi sono pratica corrente.

Le manifestazioni, i settori, i mercati interessati sono stati:

- OBUV (macchine per conceria) Mosca/CSI;
- Shanghaitex (macchine tessili) Shanghai/Cina;
- Fiera Internazionale di Algeri;
- Tekhnoles (macchine per lavorazione legno) San Pietroburgo/CSI;
- Byt Italia '93 (beni di consumo) Mosca/CSI.

La clientela potenziale degli sportelli era costituita dai partecipanti a tali manifestazioni. Avvalendosi della collaborazione delle Trading Companies italiane presenti per l'occasione, hanno dato assistenza a 45 ditte delle quali 18 straniere. Le richieste vertevano tutte sulla possibilità di ripagare con merci gli acquisti di ditte italiane. Non sono stati comunque percepiti corrispettivi per tale servizio.

E' stato istituito un osservatorio Countertrade presso l'Ufficio ICE di Istanbul il quale ha iniziato a segnalare nell'ultimo scorcio dell'anno alcune possibilità di affari in compensazione.

L'eventuale richiesta di servizi conseguente a tali segnalazioni potrà essere valutata solamente nel corso del 1994.

Per l'informazione è stata aggiornata una parte del volume "Guida al Countertrade: le Schede Paese" e sono stati realizzati 106 abbonamenti al notiziario Countertrade la cui pubblicazione ha coperto solo il primo trimestre dell'anno.

PROGETTO "IMPORT STRATEGICO"

L'ICE si interessa da tempo ai problemi connessi all'approvvigionamento dall'estero, senza disporre ancora di una strategia articolata.

L'approvvigionamento di materie prime incide sulla struttura merceologica dell'export italiano che continua ad essere notevolmente concentrata nei settori tradizionali (pelli e cuoio, manufatti in gomma, legno, industria tessile, ecc.) basati appunto sulla trasformazione di tali materie.

L'attività realizzata ha interessato iniziative che avessero al centro il fattore informazione: missioni con esperto per studiare alcuni mercati ritenuti particolarmente interessanti per la nostra industria. Si parla dei seguenti mercati/prodotto: Vietnam/seta, Cile/pasta per carta, Russia-Ucraina/pelli, Indonesia/rattan, Iran/rame, Birmania /legno, marmo, prodotti ittici.

Sono state realizzate le potenzialità produttive ed esportative dei singoli mercati, le strutture produttive e commerciali, le modalità di approvvigionamento, le eventuali ipotesi di collaborazione industriale, le modalità di approvvigionamento da parte di operatori commerciali di altri Paesi, le esperienze in loco da parte italiana. Le indagini sono state poi messe a disposizione degli operatori interessati segnalati direttamente dagli esperti.

- "Guida alle importazioni dalla Cina e "Analisi dei prodotti cinesi per l'esportazione" realizzate dall'Ufficio ICE di Pechino con la collaborazione di agenzie locali. Complessivamente per tali informazioni sono pervenute richieste da parte di 125 operatori.

- Integrazione completa nell'ufficio ICE dell'attività del Centro Legno di Kuala Lumpur che segue l'andamento dei mercati dell'Asia Sud-Orientale ai fini dell'approvvigionamento di legname e dello studio di forme di collaborazione industriale nell'ambito dello stesso settore. In tale prospettiva l'Ufficio ICE di Kuala Lumpur ha realizzato un catalogo delle aziende malesi interessate a forme di collaborazione industriale con controparti italiane (già prenotato in numero di 100 copie dalla Federlegno-Arredo). Pubblica inoltre trimestralmente, a partire dal 1992 il bollettino "Aseanwood Link", distribuito in via iniziale a 57 abbonati in Italia.

Gli utenti che hanno usufruito dei servizi del Centro Legno sono ammontati a 20. 125 gli operatori che hanno richiesto le indagini, le guide realizzate.

Assistenza operatori italiani e stranieri

L'Ufficio Import, Promotion e Countertrade della Sede, quale Import Promotion Office riconosciuto dall'ITC-GATT di Ginevra, svolge un'attività costante e continuativa diretta a fornire assistenza all'esportazione agli operatori dei Paesi in Via di Sviluppo, dell'Europa Orientale e dell'ex URSS.

Richieste in via diretta o tramite le rispettive Ambasciate sono pervenute da 330 ditte straniere e riguardano informazioni di mercato e ricerca di partners: il 50% dall'India, il 20% dal Pakistan, il 10% dai PECO e dall'ex URSS e il rimanente 20% dagli altri PVS per prodotti agroalimentari, del tessile-abbigliamento, dell'artigianato, articoli per la casa, prodotti chimici, siderurgia.

Sono state vendute inoltre 26 copie della pubblicazione "Italy: an Exporter's Guide".

Infine, a partire dal mese di Dicembre, è stata avviata la pubblicazione del bollettino trimestrale "Importiamo" che si propone non solo come nuova e più dinamica forma di assistenza agli

operatori dei PVS e PECO ma come strumento di promozione di tutte le attività svolte dall'Ufficio nella sua funzione di Import Promotion.

Il primo numero-pilota è stato distribuito a circa 2000 aziende ed ha permesso di divulgare le proposte commerciali di 50 esportatori stranieri.

Per quanto riguarda gli operatori italiani sono pervenute richieste di assistenza per le forniture di nominativi di importatori italiani e esportatori esteri collegati al settore di beni di consumo e materie prime strategiche.

PROGRAMMI DI PENETRAZIONE COMMERCIALE NEI PAESI EXTRA-CEE

L'attività promozionale nei paesi altri dalla Comunità Europea sta assumendo sempre maggior rilevanza. L'ICE, con l'ufficio Progetti Speciali, ha tra i suoi compiti quello di seguire le procedure delle leggi 394/81 e 304/90 ed elaborare progetti regionali tendenti alla valorizzazione dei prodotti tipici e di qualità.

Tali programmi di penetrazione commerciale nei mercati extra CEE, finanziati a tasso agevolato, devono prevedere strutture fisse ed attività (promozionali, pubblicitarie e di pubbliche relazioni, viaggi, indagini di mercato, ecc.), mirate alla realizzazione di una presenza stabile sui mercati esteri d'interesse.

La legge 304/90 vuole rappresentare uno strumento integrativo della legge 394/81 occupandosi di formulare un quadro normativo per il finanziamento "a fondo perduto" di progetti destinati a favorire le esportazioni dirette di imprese e consorzi dello specifico settore agroalimentare.

Essa è destinata in particolare a imprese e consorzi del comparto alimentare italiano che realizzano prodotti tipici e/o di elevata qualità ed in grado di presentarsi con le proprie forze organizzative "direttamente" sui più interessanti mercati dei Paesi non facenti parte della Comunità Economica Europea.

Sono ammesse ai contributi, pertanto, le imprese, singole o associate, che presentino progetti-pilota da realizzare entro un massimo di due anni dalla data del decreto di concessione del contributo finalizzati al miglioramento e/o al consolidamento della commercializzazione all'estero dei prodotti agroalimentari tipici e di qualità.

Dall'entrata in vigore della legge 304/90, l'ICE ha offerto consulenze alle imprese interessate ed ha svolto numerose conferenze sulla legge stessa, con l'obiettivo di sostenere gli esportatori italiani per la realizzazione di inserimenti sul mercato di interesse.

Il conseguimento di tali forme di presenza diretta va principalmente realizzato tramite integrazioni di varia natura con i distributori locali o/e per mezzo di proprie strutture operative.

L'assegnazione per il '93 è stata di 4,5 miliardi, l'attività svolta ha consentito l'erogazione, a 16 ditte, di un ammontare complessivo di Lit. 1.328,4 milioni.

Progetti Speciali - Destinazione Geografica dei Finanziamenti

(Valori espressi in Lit.)

PAESI	EROGAZIONE	PRODOTTI
AUSTRIA+ SVIZZERA	115.200.000	ORTOFRUTTICOLI
SVIZZERA	19.800.000	PRODOTTI DOLCIARI
UNGHERIA	185.400.000	AGRUMI
CECOSLOVACCHIA	124.956.000	BEVANDE
CECOSLOVACCHIA	120.000.000	ALIMENTARI
CECOSLOVACCHIA	65.738.000	AGRO-LIMENTARI
POLONIA-USA	120.000.000	ALIMENTARI
USA	60.000.000	FORMAGGI
USA	60.770.000	VINI
USA	75.546.000	TARTUFI
U.S.A.-CANADA	16.418.000	PRODOTTI DOLCIARI
U.S.A.-CANADA	48.000.000	CONSERVE
GIAPPONE	241.018.000	ALIMENTARI
GIAPPONE	75.600.000	CONSERVE
TOTALE	1.328.446.000	

LA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

LA PROMOZIONE DEGLI INVESTIMENTI

L'azione di promozione e di assistenza alle aziende italiane curata dall'ICE in materia di investimenti italiani all'estero e di accordi commerciali e produttivi nel corso del 1993 è proseguita su un doppio binario: mantenimento di iniziative per aree e paesi di maggiore interesse ed affinamento delle tecniche e degli strumenti per assistere le aziende nella loro attività e richiesta di servizi rivolti all'estero.

I paesi destinatari degli interventi promozionali e per i quali si è prestata maggiore attività di assistenza e di informazione sono stati in particolare quelli dell'Europa Centrale ed Orientale, seguiti dai paesi del Bacino del Mediterraneo, America Latina e Sud Est Asiatico.

EUROPA CENTRO-ORIENTALE

Nel corso del 1993 è emersa l'opportunità di svolgere azioni globali e più incisive, in particolare in talune Repubbliche islamiche della CSI, Kazakistan, Uzbekistan - le più promettenti dal punto di vista economico e le più stabili politicamente - con l'organizzazione di missioni di operatori e convegni.

A supporto di tali iniziative è stato istituito ad Istanbul presso l'Ufficio ICE, un Osservatorio, per monitorare, con l'ausilio di un incaricato, progetti triangolari comprendenti controparti turche, italiane, e locali delle suddette repubbliche al fine di consentire alle aziende italiane un'introduzione più efficace su questi nuovi mercati, grazie all'intermediazione ed all'accettazione di partners turchi ben visti e privilegiati localmente per ragioni etniche.

Verrà inoltre sottoscritto quanto prima un accordo con INFORMEST, la nuova società di servizi di Gorizia, per assistere nell'ambito della legge sulle aree di confine, le aziende del Veneto e del Friuli Venezia Giulia che vogliono sviluppare affari, comprese le joint ventures con i Paesi PECO.

E' stata concordata inoltre una convenzione con la Russian House di Mosca per avviare un sistema di informazioni alle aziende italiane su acquisizione di tecnologie russe.

Sempre per quanto riguarda l'area dei paesi PECO è stata proseguita in Albania attività di assistenza a tutto campo alle aziende italiane tramite il Centro temporaneo per la collaborazione industriale istituito nel 1991.

Altri paesi considerati per iniziative ad hoc sono stati la Lettonia, la Polonia, la Bulgaria e la Repubblica Ceca.

Gli utenti promozionali per l'area sono stati 372 a cui si aggiungono quelli per i servizi di informazione e di assistenza. Solo per l'Albania sono stati prestati servizi a 170 utenti.

Nel 1993 inoltre è stata conclusa un'azione globale portata avanti dal 1991 per l'ex RDT con lo Sportello di informazione ed assistenza, creato appositamente per promuovere le acquisizioni di aziende statali da privatizzare. Ai seminari organizzati in varie regioni italiane hanno partecipato 250 aziende.

BACINO MEDITERRANEO

Con il cofinanziamento della CEE sono state realizzate azioni coordinate che prevedono studi ed individuazione di partners e successivi workshops per la Turchia.

La Turchia rientra tra i paesi del Mediterraneo per i quali l'attenzione delle aziende italiane è molto forte sia per le opportunità offerte dalle situazioni locali (materie prime, mano d'opera a costi bassi, ecc.) sia per ragioni di vicinanza geografica.

ASIA

La Cina è il paese sul quale si sono concentrati i maggiori sforzi promozionali. Oltre alla Commissione Mista ed ai Gruppi di lavoro, di cui l'ICE tiene la segreteria tecnica per conto del Mincomes, sono stati organizzati convegni in Italia e avviate azioni coordinate ICE/CEE per il settore automobilistico e dei mobili per ufficio. Sono state poste le premesse per la creazione dei "campi base" in loco nelle regioni più idonee per favorire e facilitare la presenza delle aziende italiane sia esportatrici che investitrici.

Per la Thailandia sono state realizzate azioni coordinate con il cofinanziamento CEE.

CENTRO E SUD AMERICA

Sono state realizzate iniziative per il Messico, paese per il quale ci sono molte aspettative a seguito dell'accordo NAFTA con gli USA ed il Canada, e per la Colombia con delle azioni coordinate ICE/CEE per il settore marmo e dell'agroindustria.

Nell'ambito dell'attività rivolta all'individuazione dei progetti di investimento, oltre il coinvolgimento degli Uffici ICE all'estero, ci si avvale degli enti ed agenzie di sviluppo dei singoli paesi con i quali sono stati siglati appositi accordi.

Dal 1990 ad oggi ne sono stati conclusi 27 e ad essi si sono aggiunti un accordo con l'ODI (Office pour le Development Industriel) del Marocco, con l'AFTAK della Corea del Sud, con la TICA di Istanbul per la collaborazione tra aziende turche ed italiane nelle repubbliche islamiche dell'ex URSS.

Per l'Africa nel corso del 1993 sono stati cofinanziati, in base alla convenzione ICE/CDI (Centro per lo Sviluppo Industriale) 4 iniziative in paesi ACP (Africa, Caraibi e Pacifico), di cui tre studi di fattibilità (lavorazione del marmo in Giamaica, produzione di fragole e fiori in Zimbabwe, lavorazione pellami in Costa d'Avorio) ed un corso di formazione professionale per la produzione di contenitori in polietilene in Zimbabwe.

Per l'Africa Subsahariana l'ICE ha identificato e definito un pacchetto di sette studi di fattibilità per j.v. in Kenia, Uganda, Tanzania e Mozambico; di essi quattro riguardano il settore degli olii alimentari, mentre gli altri tre concernono la carpenteria metallica leggera.

Nell'ampia sfera della collaborazione industriale rientra anche la promozione delle j.v. di società di servizi nell'ambito del Progetto Terziario Avanzato.

Per quanto riguarda gli investimenti esteri nei servizi, sia in uscita che in entrata, il grado di internazionalizzazione dell'Italia risulta significativamente inferiore a quello degli altri paesi industrializzati. Infatti gli investimenti in uscita sono pari al 35% della media internazionale, mentre quelli in entrata arrivano al 40%.

Allo scopo di individuare possibilità di accordi tra società italiane di servizi, di informatica, di consulenza aziendale, ecc. sono stati realizzati 4 seminari, 4 missioni di operatori ed una indagine di mercato. In particolare per la Colombia ed il Perù, la Polonia, la Cecoslovacchia, Egitto e Singapore.

Per gli scambi di alta tecnologia tra Italia ed USA, progetto avviato nel 1991, oltre all'assistenza fornita a New York dal Centro di Alta Tecnologia, si sono svolti in USA ed in Italia Seminari su temi specifici di maggiore interesse per le aziende italiane con la collaborazione anche dell'ENEA, ente con cui è stato firmato un accordo operativo. Sono state inoltre realizzate una newsletter ed una indagine sui materiali ceramici.

Intenso è stato il lavoro compiuto dallo Sportello dell'Italy Japan Busines Group per incrementare la collaborazione italo- giapponese e gli investimenti in Italia.

Obiettivo primario stato quello di stimolare la cooperazione industriale tra le aziende dei due Paesi, cercando, in un'ottica legata al medio e lungo periodo, di incrementare il numero degli investimenti giapponesi in Italia e viceversa e stimolando con opportune iniziative occasioni per creare business tra i due paesi. Sono state effettuate varie iniziative quali l'aggiornamento della Guida per gli investitori giapponesi, la pubblicazione di una "Lettera dall'Italia" e di una Newsletter dal Giappone e l'organizzazione di seminari. Attività inoltre della segreteria dell'Italy-Japan Business Group con riunioni plenarie ed intersettoriali di operatori ha assunto una rilevanza istituzionale e contribuisce a cementare la cooperazione tra l'Italia ed il Giappone anche su paesi terzi - Incontri ad hoc sono stati organizzati in Indonesia.

L'informazione e l'assistenza alle aziende ha costituito l'altro asse di attività dell'Istituto in parallelo con l'attivazione degli strumenti finanziari oggi a disposizione sia a livello nazionale (SIMEST, Mediocredito, MAE), che internazionale (CEE, CDI, ecc.).

Allo scopo di fornire alle aziende un utile fonte unitaria di informazione su tutti gli strumenti finanziari nazionali ed internazionali per la costituzione delle joint ventures è stata curata la pubblicazione di una apposita Guida.

Si è avviato inoltre un coordinamento operativo tra i vari organismi, che l'ICE di fatto lo porta avanti invitando a partecipare ad alcune delle proprie iniziative rappresentanti della SIMEST e del Mediocredito al fine di fornire alle aziende un'assistenza per l'intero ciclo del progetto di

investimento si è in fase di negoziazione di un accordo specifico con la SIMEST per realizzare assieme iniziative e per scambi di informazioni e di servizi.

Globalmente sono state realizzate su fondi promozionali 45 iniziative tra missioni all'estero ed in Italia e convegni e sono state assistite 870 aziende, mentre alle iniziative promozionali ne hanno partecipato 760. Maggiormente interessate ad acquisire informazioni ed a partecipare alle iniziative sono state aziende di piccola dimensione, localizzate prevalentemente nel Nord e centro Italia.

ORGANISMI INTERNAZIONALI

La cooperazione multilaterale riveste un ruolo di primaria importanza nel panorama economico mondiale sia per l'entità dei fondi direttamente o indirettamente mobilitati, sia per l'expertise elevata degli Organismi internazionali di finanziamento che garantisce un utilizzo ottimale delle risorse.

Il rilievo di tale attività è ulteriormente aumentato con la caduta del muro di Berlino, momento a partire dal quale tutti i paesi dell'ex Comecon hanno iniziato ad usufruire di prestiti e di know how internazionali per risolvere gli enormi problemi che affliggono le loro economie.

Dall'attività dei vari Organismi di cui l'Italia è Paese membro discendono importanti opportunità di affari per le nostre imprese in termini di acquisizione di lavori, servizi e forniture.

A tal proposito va osservato che, benchè il "ritorno" della partecipazione finanziaria italiana ai programmi di tali OO.II. sia nella maggior parte dei casi positivo, esistono tuttora larghi spazi per incrementare la nostra presenza, soprattutto nei settori della consulenza e delle forniture.

L'obiettivo che ha ispirato l'azione dell'ICE nel corso del 1993 è stato per l'appunto quello di favorire una maggior conoscenza delle strategie, dei programmi e delle procedure di queste Istituzioni da parte degli operatori italiani, mettendo in particolare risalto i problemi che impediscono la crescita del numero dei contratti aggiudicati.

Per ottenere questo risultato si è operato in tutte e tre le tradizionali aree di intervento dell'Istituto.

Nel campo dell'informazione sono stati divulgati, attraverso la stampa ICE, altra stampa specializzata e comunicazioni mirate, gli elementi informativi più qualificanti sul ciclo di vita dei progetti finanziati dai diversi OO.II., il cui numero è mediamente ogni anno di 1.000 circa. A tal riguardo va osservato che nell'area della cooperazione multilaterale un'informazione tempestiva e completa è il primo presupposto per consentire alle imprese di operare con successo.

Per quanto riguarda l'assistenza, sono stati erogati 673 servizi che hanno riguardato assistenza di base, fornitura di chiarimenti tecnici e di documentazione, prestazione di consulenza. I servizi a pagamento sono stati 323 erogati a 219 utenti, mentre l'assistenza gratuita è principalmente consistita nella fornitura di informazioni generali sull'attività dei diversi Organismi e nella consultazione di documenti.

I rapporti con l'utenza sono stati finalizzati, in linea con gli obiettivi generali, a fornire gli elementi informativi e i consigli pratici necessari a porre gli interessati nella condizione migliore possibile per l'aggiudicazione di commesse.