



REGIONE CAMPANIA

ASSESSORATO ALLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE

Analisi, Strategie e Politiche per l'Internazionalizzazione del Sistema Produttivo Campano

Rapporto Finale





REGIONE CAMPANIA

ASSESSORATO ALLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE

Analisi, Strategie e Politiche per l'Internazionalizzazione del Sistema Produttivo Campano

Rapporto Finale

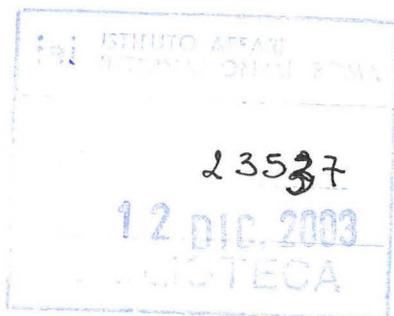


sprintcampania



Istituto Affari Internazionali





Il presente Rapporto è stato redatto da un Gruppo di lavoro dell'Istituto Affari Internazionali su incarico dell'Assessorato alle Attività Produttive della Regione Campania.

Direzione scientifica:

Paolo Guerrieri e Stefano Manzocchi

Coordinamento:

Raffaele Farella

Gruppo di lavoro:

Paola Bonifazi, Raffaele Farella, Maria Vittoria Florio, Simona Iammarino, Marina Maiero, Pierluigi Mazzolena.

Il Rapporto è stato chiuso con le informazioni disponibili al 10 gennaio 2003.

Stampa:

ORPI srl - Napoli - Via Coriolano, 7 bis - 80124 Napoli

PREFAZIONE

“Analisi, strategie e politiche per l'internazionalizzazione del sistema produttivo campano”.

Questa ricerca realizzata dall'Istituto Affari Internazionali (IAI), e promossa dall'Assessorato alle Attività Produttive della Regione Campania, è partita nella primavera del 2002 con l'obiettivo di approfondire la conoscenza delle caratteristiche del contesto produttivo campano, della sua collocazione internazionale e delle politiche attuabili per favorirne una maggiore integrazione internazionale.

Il programma di indagine e studi avviato dallo IAI - i cui risultati sono contenuti in questo volume - muove dall'esigenza di fornire adeguati strumenti conoscitivi ed operativi per lo sviluppo delle attività dello Sportello Regionale per l'Internazionalizzazione della Campania (Sprint Campania) nato per sostenere e intensificare la presenza internazionale delle imprese campane. Le indicazioni emerse dallo studio si sono dimostrate particolarmente utili per individuare i punti di forza e debolezza della struttura produttiva campana nei confronti della concorrenza internazionale, e per fornire sia indicazioni importanti per lo sviluppo delle attività promozionali, sia un'offerta qualificata di servizi e interventi da parte dello Sportello Regionale per l'Internazionalizzazione.

E' nostra convinzione che lo Sprint Campania rappresenti un importante strumento ai fini della più ampia azione che la Regione Campania sta conducendo a sostegno della competitività locale e dell'internazionalizzazione socio-economica e culturale del contesto regionale.

La creazione dello Sportello Regionale per l'Internazionalizzazione segna infatti un passaggio rilevante nel processo di decentramento di strumenti e politiche per la crescita sui mercati stranieri. Lo Sportello è un utile strumento in grado di rispondere all'esigenza di porre a sistema le azioni e i programmi predisposti dai diversi soggetti istituzionali impegnati a sostegno delle attività economiche internazionali, riconoscendo il ruolo strategico che le autonomie territoriali hanno assunto in campo economico a seguito delle riforma federalista dello Stato.

Come evidenziano i risultati di questo studio, le opportunità offerte dal mutato quadro istituzionale vanno sfruttate appieno anche per sostenere il processo di apertura dell'economia campana. In un contesto internazionale ed europeo, sempre più integrato, appare prioritario favorire l'internazionalizzazione regionale, soprattutto in una fase congiunturale come l'attuale in cui la competizione globale si va inasprendo, a fronte del rallentamento degli scambi commerciali e della contrazione degli investimenti diretti su scala mondiale.

Riteniamo questa ricerca una prima base di analisi per muoverci in tale direzione e per far sì che la programmazione a sostegno dei processi di internazionalizzazione dei settori e dei poli produttivi campani costituisca sempre più una missione primaria delle istituzioni e dei soggetti economici regionali.

Lo studio si articola in tre sezioni: la prima è incentrata sull'analisi del modello di specializzazione settoriale e territoriale della Campania, sulle sue significative trasformazioni e sulle modalità di integrazione nell'economia globale. L'analisi offre un quadro di sintesi della posizione della Campania nel contesto dell'Unione Europea, delle differenze presenti nelle cinque province, oltre a verificare il grado di internazionalizzazione commerciale della regione nel contesto meridionale e italiano.

La seconda sezione presenta una serie di opzioni strategiche utili alla formulazione dell'offerta di servizi e di politiche per l'internazionalizzazione da attivare all'interno dello Sprint Campania.

Include un'analisi comparativa della configurazione istituzionale e delle soluzioni operative adottate dagli altri Sportelli Regionali per l'Internazionalizzazione già attivi in Italia, al fine di identificare modelli di riferimento per la definizione della struttura e del funzionamento dello Sprint Campania.

La terza sezione contiene una "Guida per l'operatore all'informazione sui mercati esteri" destinata a diventare parte integrante del sito dello Sprint Campania. La Guida, realizzata a seguito di una accurata "mappatura" delle caratteristiche dell'offerta informativa sui mercati esteri a disposizione del sistema imprenditoriale campano, rappresenta una sorta di vademecum interattivo - corredato da indicazioni pratiche e valutazioni operative - sulle principali fonti di informazione per l'attività d'internazionalizzazione delle PMI.

Desidero ringraziare in questa sede tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione dello studio i cui risultati vengono ora posti al servizio degli operatori economici e delle istituzioni locali e nazionali.

Gianfranco Alois
Assessore alle Attività Produttive
della Regione Campania

EXECUTIVE SUMMARY: OBIETTIVI, METODI E RISULTATI DELLA RICERCA DELLO IAI

Il programma di studi dello IAI si è incentrato su tre profili paralleli di indagine i cui risultati sono pubblicati all'interno del presente volume. Qui di seguito riportiamo una sintesi delle principali indicazioni emerse dalle attività di analisi e studio condotte rispetto ai tre ambiti d'indagine:

1. L'internazionalizzazione produttiva dell'economia campana

Lo studio relativo a tale campo di indagine (capitolo 1 del presente volume) ha analizzato in dettaglio la collocazione economica internazionale della Campania, al fine di evidenziare alcuni caratteri-guida della sua posizione, unitamente ad alcune peculiarità socio-economiche all'interno della regione che ne influenzano la struttura e la *performance* del modello di specializzazione commerciale e produttiva.

I principali elementi che emergono dall'analisi della realtà regionale campana nel corso dell'ultimo quindicennio sono:

- la propensione al cambiamento, ma anche l'eterogeneità del tessuto produttivo delle diverse province. Soprattutto in termini di dinamica della specializzazione esportativa, la Campania si colloca nell'ambito dei sistemi produttivi meridionali più orientati verso il cambiamento, e tale considerazione viene rafforzata dalle misure della mobilità merceologica dell'export.
- la dinamica delle esportazioni campane nella seconda metà degli anni Novanta è stata superiore a quella del Mezzogiorno e dell'Italia nel suo complesso ed ha consentito di ridurre il divario nella proiezione esterna del sistema produttivo regionale nei confronti delle regioni più avanzate. Il *gap* tuttavia permane, e non è di poco conto se si considera che l'apertura del sistema produttivo regionale è circa la metà di quella del Centro-Nord. Inoltre, la miglior *performance* relativa della Campania è anche da attribuire alla bassa crescita dell'Unione europea nel periodo 1996-2000, che ha pesato meno sul Meridione, più orientato del Centro-Nord verso i mercati extra-UE.
- sotto il profilo micro-territoriale, la principale specificità campana sembra essere quella della coesistenza tra filiere produttive "tradizionali" (particolarmente significativa è la presenza di sistemi locali del lavoro specializzati, quali Benevento, Sarno, Nocera inferiore, Sant'Angelo dei Lombardi, Eboli, Teano, Nola e San Giuseppe Vesuviano) e segmenti anche rilevanti delle industrie *science-based* (queste ultime concentrate prevalentemente nei capoluoghi di provincia di Napoli, Caserta e Avellino), e la simultanea carenza di una specializzazione rilevante nell'industria meccanica, specialmente nella meccanica strumentale.

Alcuni fatti stilizzati della posizione della Campania nell'Unione Europea

Nel contesto dell'Unione Europea, la Campania si presenta come una regione caratte-

rizzata da “luci ed ombre”: da un lato, rispetto a variabili come l’innovazione tecnologica, la presenza di agglomerati industriali, o la capacità esportativa essa può essere vista come una “avanguardia” dell’Italia meridionale nell’UE; dall’altro, il Pil pro-capite e il tasso di disoccupazione la collocano tra le regioni più arretrate, addirittura rispetto a regioni dei paesi dell’Europa centro-orientale che stanno per entrare nell’Unione. Nella seconda metà degli anni Novanta, la Campania ha compiuto significativi progressi nella direzione di una maggior presenza a livello internazionale e di un più elevato inserimento nelle dinamiche economiche mondiali.

Grado di internazionalizzazione commerciale della Campania nel contesto meridionale e italiano, con particolare riferimento al decennio 1991-2001

La progressiva espansione del peso relativo della regione sulle esportazioni nazionali prende avvio all’inizio degli anni novanta, dopo la contrazione che aveva caratterizzato la seconda metà del decennio precedente (2,8% la quota di esportazioni regionali sul totale-Italia nel 1985; 2,2% nel 1990). Nel 1998 il contributo della Campania raggiunge il 3% delle esportazioni italiane (+ 0,4 punti percentuali rispetto all’anno precedente), mantenendo inalterata tale quota nei due anni successivi. Cresce considerevolmente, passando dal 25,8% del 1991 al 28,6% del 2001, anche l’incidenza dell’export campano su quello dell’insieme delle regioni meridionali.

Sul fronte degli acquisti dall’estero della Campania, nonostante l’aumento complessivo del grado di penetrazione delle importazioni nel nostro paese (dato dal rapporto percentuale tra le importazioni di beni e servizi e la domanda interna a prezzi costanti), la quota di importazioni della regione sul totale nazionale appare in leggero declino a partire dal 1993, oscillando intorno al 3% negli anni successivi.

La *performance* positiva dell’export della Campania si inserisce in un quadro di tendenziale aumento del peso relativo sull’export nazionale dell’intero Mezzogiorno, particolarmente evidente nella seconda metà degli anni novanta e che consente di recuperare i livelli di export raggiunti tra la fine degli anni ottanta e l’inizio del decennio successivo. In questo senso, la Campania ed il Mezzogiorno hanno realizzato nel 1996-2000 una *performance* migliore dell’Italia nel suo complesso, che ha sofferto, viceversa, di una notevole perdita di competitività con una sensibile riduzione di quote di mercato mondiale. A questa crescita dell’export campano non hanno contribuito in uguale misura tutti i settori di specializzazione: particolarmente sostenuto è stato il contributo di quei comparti che già assorbono quote considerevoli dell’export totale regionale (è il caso, ad esempio, degli autoveicoli e degli altri Mezzi di trasporto).

La dinamica delle esportazioni campane nella seconda metà degli anni Novanta, superiore a quella del Mezzogiorno e dell’Italia nel suo complesso, ha consentito di ridurre il divario nella proiezione esterna del sistema produttivo regionale. Il *gap* tuttavia permane, e non è di poco conto, specie se si considera che l’apertura del sistema produttivo campano è circa la metà di quella del Centro-Nord. Inoltre, il grado di apertura sui mercati esteri del meridione italiano - misurato dal rapporto tra esportazioni e valore aggiunto nell’industria - per quanto sia in aumento, nel 2000 era ancora quasi la metà di quello relativo al Centro-nord (rispettivamente 62,5% contro 108,5%). Infine, la miglior *performance* relativa della Campania, e dell’intera area del Mezzogiorno, è da attribuire in parte anche alla bassa crescita dell’Unione Europea nel periodo 1996-2000, che pesa relativamente meno sul Meridione, più orientato del Centro-Nord verso i mercati extra-UE.

Passando all’interscambio di servizi, è da rilevare innanzitutto che la Campania - al

pari del Mezzogiorno – si configura come un’esportatrice netta nel settore: ciò è in linea con i dati relativi al reddito generato dalle attività di servizio nella regione, che è cresciuto assai più che per il paese nel suo insieme, raggiungendo alla fine del decennio scorso una quota superiore al 75% del valore aggiunto regionale.

Il peso della Campania sull’export nazionale di servizi oscilla attorno al 2%, raggiungendo, sempre nel 1999, la punta massima del 2,3%. Sul versante dei debiti per importazioni di servizi, la quota imputabile alla regione campana sul totale Mezzogiorno perde qualche decimo di punto percentuale nel 1999 rispetto all’anno precedente, raggiunge il 33,6% nel 2000 per attestarsi al 31,6% nel 2001, mentre, sempre sul totale dei debiti per importazioni di servizi a livello nazionale, quello della Campania si colloca attorno all’1,5%.

Tra le tipologie di servizi esportati, nel 2001 i “Viaggi” assorbono addirittura l’88% dei crediti della regione e l’85% di quelli del Mezzogiorno, quote quasi doppie rispetto a quella dei crediti italiani nel settore (45%): fondamentale importanza, nel caso campano, riveste la presenza di distretti turistici come il Golfo di Napoli e l’area di Pompei-Ercolano. Nella composizione dei crediti, i Servizi finanziari hanno invece un peso relativo maggiore, ancorché modesto, in Campania (1,8%), rispetto a quello che si registra per il Mezzogiorno (0,8%) e per il paese nel suo complesso (0,7%). Esiguo è il contributo dei Servizi informatici sul totale nazionale dei crediti per esportazioni di servizi (0,6%) e, in misura ancora più marcata, sul paniere dei servizi della ripartizione meridionale (0,24%) e della regione campana (0,15%). I Servizi per il governo, invece, influiscono di più nella composizione settoriale del Mezzogiorno (2,9%), mentre forniscono un contributo assai più modesto in quello della Campania (1,5%) e, soprattutto, dell’Italia (1%).

Il modello di specializzazione all’export della regione campana

L’analisi della composizione delle esportazioni regionali campane per macro-settore ha messo in luce una relativa persistenza del modello di specializzazione produttiva e commerciale della regione nel corso degli anni novanta, pur rivelando alcuni cambiamenti significativi all’interno dei singoli comparti manifatturieri.

Di estremo rilievo nella struttura dell’export regionale è il peso dei Mezzi di trasporto, in particolare di Autoveicoli: tra il 1992 e il 2001 l’incidenza del settore cresce dal 15,3 al 17,3% dell’export totale della regione, una quota ben più elevata rispetto alla media nazionale nel 2001 (7,7%) e a quella dell’intero Mezzogiorno (14,4%). La Campania risulta altresì fortemente specializzata nel comparto dei Mezzi di trasporto: tanto nel 1992 che nel 2001 gli indici RCA sono tra i più elevati della regione e con valori superiori a quelli del Mezzogiorno, anch’esso specializzato rispetto alla media nazionale. Si mantiene molto forte la specializzazione nel settore dei Prodotti alimentari, bevande e tabacco – con indici RCA rispettivamente pari a 3,5 e 3 nel 1992 e nel 2001 – il cui contributo alle esportazioni regionali, malgrado segnali evidenti di diminuzione (19,5% nel 1992, contro il 15,2% nel 2001), è notevolmente superiore a quello dello stesso settore sul totale delle esportazioni nazionali (5,1% nel 2001) e del Mezzogiorno (8,2%).

In sensibile ascesa il peso relativo - in termini di export - del settore Cuoio e prodotti in cuoio, pelle e similari (grazie soprattutto al dinamismo del distretto industriale di Solofra) – che passa dall’8% nel 1992 al 10% nel 2001 – e che vede rafforzarsi il proprio vantaggio comparato nelle esportazioni campane sia rispetto al paese che all’area meridionale: nel 2001 l’indice di specializzazione campano nel settore è circa 1,9%

contro l'1,2 per il totale Mezzogiorno. Ancora più marcato è l'aumento della quota sul totale dell'export regionale (dal 6,1% al 10%) per il comparto delle Macchine elettriche e apparecchiature elettriche, ottiche e di precisione, settore ad intensità tecnologica relativamente elevata in cui l'indice di specializzazione della regione campana registra un sensibile miglioramento (nel 2001 si avvicina all'unità), divenendo sempre meno distante da quello di altre realtà territoriali del Paese.

Voci rilevanti della struttura dell'export regionale sono anche quelle relative ai Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali, il cui peso è rimasto invariato negli anni considerati mentre si è avuto un indebolimento dell'indice di specializzazione (risultava inferiore ad uno anche all'inizio del decennio '90) secondo una tendenza che investe tutto il Mezzogiorno (da una relativa specializzazione nel 1992, pari all'1,2, si passa ad una despecializzazione a fine periodo, $RCA = 0,9$ nel 2001).

Per la meccanica sia la Campania sia l'intero Mezzogiorno presentano le maggiori differenze rispetto al modello di specializzazione nazionale: il comparto non solo contribuisce all'export totale della regione in misura nettamente inferiore (e in diminuzione tra il 1992 e il 2001) a quanto avviene nel caso dell'Italia (19,8%), ma mostra una totale e persistente despecializzazione.

Sensibili mutamenti hanno interessato anche la struttura settoriale delle importazioni della Campania. Si dimezza, tra il 1992 e il 2001, l'incidenza sulle importazioni regionali dei Prodotti dell'agricoltura, caccia, silvicoltura e pesca (dal 12% al 6,6%), che si avvicinano al valore medio del settore a livello nazionale (pari al 3,4% nel 2001), così come quella degli Autoveicoli (dal 14,2 al 7,9%). Una drastica flessione viene registrata anche nel peso relativo del settore Prodotti delle miniere e delle cave, che praticamente scompare dalle voci dei prodotti acquistati dalla Campania all'estero (dal 6% allo 0,1%), mentre passa dal 4,2 al 10,3% del totale dell'import regionale la quota dei Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali, dal 7,6 al 12% quella delle Macchine e apparecchiature elettriche, ottiche e di precisione e dal 9,1 al 12,5% quella degli Altri mezzi di trasporto (settore in cui la Campania costituisce ben il 13,4% del totale delle importazioni nazionali nel 2001). Per queste ultime voci di prodotto – ad eccezione degli Altri mezzi di trasporto – l'incidenza sulle importazioni nazionali si mantiene al di sopra di quella registrata per la regione campana. Un contributo alle importazioni regionali significativo, ancorché stabile nel tempo, proviene infine dal settore Metalli e prodotti in metallo (dal 9,7 al 10,3% nel periodo considerato).

In sintesi, la principale specificità campana sembra essere quella della coesistenza tra filiere produttive "tradizionali" (particolarmente significativa è la presenza di sistemi locali del lavoro specializzati nell'esportazione, quali Benevento, Sarno, Nocera inferiore, Sant'Angelo dei Lombardi, Eboli, Teano, Nola e San Giuseppe Vesuviano) e segmenti anche rilevanti delle industrie *science-based* (queste ultime concentrate prevalentemente nei capoluoghi di provincia di Napoli, Caserta e Avellino), e la simultanea carenza di una specializzazione rilevante nell'industria meccanica, ed in specie nella meccanica strumentale. Questa carenza ha due controindicazioni: la prima è quella che viene a mancare un anello fondamentale della filiera produttiva, quello dei beni strumentali, che consente importanti ricadute in termini di innovazione e di "indipendenza" dei distretti produttivi. La seconda controindicazione è che diminuisce a livello regionale il grado di diversificazione produttiva che, come dimostrato da studi recenti, è positivamente associato con la crescita dell'occupazione su base regionale.

I modelli di specializzazione all'export a livello locale: la specializzazione delle province della Campania

A fronte di una nutrita evidenza empirica sulle specializzazioni nazionali, ancora scarse sono le analisi dei modelli di specializzazione all'export a livello locale. Se si guarda ai profili di specializzazione all'export delle diverse province della Campania nel periodo 1985-2000, ciò che emerge, rispetto ad altre regioni meridionali, è un assetto territoriale fortemente dualistico: da un lato le quattro province di Caserta, Avellino, Benevento e Salerno, e dall'altro il capoluogo regionale, Napoli.

Per il Mezzogiorno nel suo insieme, si osservano due caratteristiche principali del modello di specializzazione provinciale negli anni Novanta. In primo luogo, una mobilità merceologica (un indicatore dell'intensità del mutamento nelle tipologie di merci esportate) che si colloca in posizione intermedia rispetto ad analoghi studi condotti sulla base di comparazioni internazionali. In secondo luogo, una considerevole mobilità geografica delle esportazioni meridionali (un indicatore dell'intensità del mutamento delle aree di destinazione dell'export) nel decennio scorso. In sintesi, dunque, l'evidenza sembra indicare che, mentre la trasformazione della specializzazione merceologica del Mezzogiorno ha avuto un'intensità comparabile a quella del resto dei paesi industriali, la mobilità della specializzazione geografica è risultata decisamente superiore. In altri termini, i produttori del Meridione hanno modificato assai più la direzione geografica delle loro esportazioni rispetto alla tipologia merceologica delle stesse.

L'andamento positivo dell'export campano si riflette nella graduatoria dei valori esportati relativa al Mezzogiorno. Se alla metà degli anni ottanta solo Napoli e Salerno figuravano tra le prime 10 province esportatrici dell'area meridionale – con quote rispettivamente pari al 16,1% e al 3,5% del totale –, nel 2000 ben quattro delle cinque province campane vi sono incluse, confermando il primato della Campania tra le regioni esportatrici del Mezzogiorno. Napoli è prima in graduatoria, con un contributo alle esportazioni meridionali del 15,4%, seguono Caserta e Salerno, entrambe con una quota sul totale del 4%, e Avellino, in decima posizione con una quota del 3,3%.

Il contributo provinciale alle esportazioni della regione Campania mostra una riduzione del peso del capoluogo campano – che passa dal 67,4% del totale nel 1985 al 57,2% nel 2000 – a vantaggio di Caserta e Avellino, che salgono rispettivamente dall'8,9% al 15% e dall'8,5 al 12,3% del totale regionale (Grafici 4.2a e 4.2b). La quota di Salerno si mantiene pressoché inalterata nel periodo di riferimento (poco meno del 15%), mentre il contributo di Benevento resta comunque esiguo (0,8% nel 2000).

Differenziazioni tra le province della Campania sono riscontrabili anche in relazione all'evoluzione del modello di specializzazione. Le province di Benevento e Caserta registrano una rottura vera e propria del profilo di specializzazione settoriale, mostrando, nel corso del tempo, un cambiamento radicale rispetto alla struttura dei vantaggi comparati presente nella seconda metà degli anni Ottanta. Le province di Avellino, Napoli e Salerno evidenziano invece un processo di diversificazione settoriale in cui alcuni settori "di punta" nel modello iniziale hanno visto diminuire il proprio vantaggio relativo, attenuando, spesso senza perderla del tutto, la specializzazione, mentre altri settori, inizialmente di despecializzazione locale, hanno mostrato una buona capacità di *catching up*, recuperando sulle posizioni iniziali ed a volte acquisendo un vero e proprio vantaggio alla fine del periodo osservato.

C'è da osservare, infine, che, come per il resto del Mezzogiorno, l'export pro-capite delle province campane rispetto alla media dell'intero paese (Italia = 100), pur regi-

strandando nel complesso un netto miglioramento nel tempo (l'unica provincia che mostra un deterioramento è appunto Napoli), resta all'incirca un terzo rispetto a quello nazionale, confermando l'insufficiente grado di internazionalizzazione commerciale del meridione rispetto al resto del paese.

L'orientamento geografico delle esportazioni campane

La struttura geografica delle esportazioni della Campania mostra, pur con alcune differenziazioni, una sostanziale corrispondenza con quella relativa al Mezzogiorno e all'intero paese. Il confronto temporale fornisce utili indicazioni sulle dinamiche delle vendite all'estero che hanno interessato la regione; inoltre, è interessante confrontare la specializzazione geografica dell'export campano con quella dell'intero Mezzogiorno tramite gli indici di vantaggio geografico rivelato (RGA), calcolati in modo analogo a quelli utilizzati per la specializzazione settoriale. In generale, è da sottolineare che gli anni novanta sono stati caratterizzati da profondi mutamenti nella struttura e negli equilibri dell'interscambio mondiale. In questo contesto, le imprese della Campania hanno mostrato una capacità di modificare l'orientamento delle proprie vendite all'estero superiore a quella registrata dal Mezzogiorno nel suo complesso.

L'Unione europea si conferma il principale mercato di sbocco dei prodotti campani – al pari di quanto avviene a livello nazionale (53,7%) e meridionale (55,1%) – malgrado l'erosione, tutt'altro che marginale, della quota UE sulle vendite all'estero della Campania, che nel decennio considerato passa dal 55,5 al 51,8%; l'indice di specializzazione geografica, pur subendo un miglioramento nel tempo, resta al di sotto dell'unità nel corso del periodo considerato, mentre per il Mezzogiorno si nota, nel 2001, un rafforzamento rispetto alla media nazionale. Nello stesso periodo è da sottolineare l'aumento di importanza dei mercati del resto d'Europa (tra cui la Svizzera) e la diminuzione della quota dei paesi dell'Europa centro-orientale (dall'8,9 al 5,6%), in quest'ultimo caso in netta controtendenza con gli andamenti nazionali (9,4%) e meridionali (7,8%). Va notato che, nel corso del decennio, sia il Mezzogiorno sia la Campania vedono diminuire la loro specializzazione geografica nei paesi dell'Europa centro-orientale (l'RGA da valori superiori ad 1 nel 1992 passa ad indici molto inferiori all'unità nel 2001).

In diminuzione, tra il 1992 e il 2001, anche il peso dell'America settentrionale – secondo mercato di sbocco nella graduatoria regionale – che passa dal 14,7% al 12,5%, pur mantenendosi al di sopra della media nazionale (10,7%): a ciò corrisponde una specializzazione geografica (per l'America del Nord) dell'export campano e meridionale in genere, che sebbene accusi una netta diminuzione nel corso del tempo, si mantiene superiore all'unità anche a fine periodo (l'RGA della Campania, in particolare, scende dall'1,9 nel 1992 all'1,2 del 2001).

Per converso, si rafforza notevolmente la presenza della Campania sui mercati del sud-est Asiatico, la cui incidenza raggiunge il 9% del totale delle esportazioni regionali (5,1% nel 1992), contro il 7% per l'intero paese: ciò si accompagna all'acquisizione di una vera e propria specializzazione geografica verso tale area (il RGA passa dallo 0,8 nel 1992 all'1,3 nel 2001) a differenza di quanto avviene per il Mezzogiorno ed il paese nel suo complesso.

Con riguardo ad altre aree in via di sviluppo, nel corso dell'ultimo decennio migliora la posizione della regione sui mercati africani (la quota sulle esportazioni regionali passa dal 4,8% del 1992 al 6,3% del 2001), soprattutto grazie ai paesi dell'Africa subsahariana (4,3% nel 2001, contro appena l'1,2% delle esportazioni nazionali): in tale

area la regione rafforza considerevolmente la propria già pronunciata specializzazione geografica rispetto alla media nazionale, con un RGA pari a 3,5 nel 2001. In aumento anche la presenza dei prodotti della regione in America centro-meridionale (dall'1,7 al 2,2%), accompagnata, tuttavia, da una despecializzazione persistente rispetto alla media nazionale, un dato peraltro comune all'intero Mezzogiorno. Sostanzialmente stabili, infine, i pesi relativi del Medio oriente (2,3%) e dell'Asia centrale (0,3%), che rivestono un'importanza assai più marcata per le esportazioni italiane.

Per quanto riguarda la composizione geografica delle importazioni è da rilevare innanzitutto la differenza considerevole del peso dell'Unione Europea come mercato di provenienza degli acquisti della Campania rispetto all'Italia nel suo complesso: nel primo caso, infatti, l'UE rappresenta il 45,7% delle importazioni regionali (oltretutto in diminuzione rispetto al 49% circa del 1992), mentre oltre il 56% dell'import nazionale proviene dai partner comunitari. In linea con quanto osservato per le esportazioni, nel corso del decennio 1992-2001 la Campania vede aumentare la propria dipendenza dai mercati degli Altri paesi europei (dal 3,2 al 7,1%) e ridursi quella dai paesi dell'Europa centro-orientale (dal 5,9 al 3,6%) e dall'America settentrionale (dal 14,2 al 12,8%). Soprattutto, aumenta l'interscambio con i dinamici paesi dell'Asia orientale, il cui peso sulle importazioni campane passa dal 7,7% del 1992 al 12% del 2001: dato, quest'ultimo, nettamente superiore a quello italiano (8,4%) e del Mezzogiorno (5,6%) nello stesso anno. In controtendenza con l'evoluzione dell'orientamento geografico dell'export campano, risultano Africa e America Latina, le cui quote sull'import regionale subiscono in entrambi i casi un ridimensionamento di circa due punti percentuali (attestandosi, nel 2001, rispettivamente sul 6,8 e 5,3%).

Incrociando le informazioni sulle esportazioni campane per settore e per area geografica, emerge come tra i settori di specializzazione quello degli Autoveicoli - il comparto di maggior peso nella composizione dell'export regionale - colloca oltre l'85% delle proprie vendite sui mercati dell'Unione Europea, e il 7,7% nei paesi europei che non partecipano all'Unione. Al contrario, nel settore Altri mezzi di trasporto soltanto una quota del 16,6% delle vendite all'estero viene assorbita dai partner dell'UE; il 26% è destinato agli altri paesi europei non UE, mentre la quota più consistente raggiunge il mercato americano (47%).

Il comparto dei Prodotti alimentari, bevande e tabacco mostra una specializzazione geografica più orientata verso i paesi europei, con il 52% dei suoi prodotti venduti nei paesi UE; quote rilevanti sono tuttavia dirette anche verso l'Africa (16,3%) e l'America (circa il 15%). Una certa diversificazione geografica dei mercati di sbocco caratterizza le esportazioni di Cuoio e prodotti in cuoio, pelle e similari, che destina ai mercati asiatici ben il 49,2% delle esportazioni del settore della regione, a testimonianza di un intensificarsi del commercio intra-industry anche nei comparti tradizionali, in parte dovuto a fenomeni di traffico di perfezionamento passivo. Quote meno significative di tali prodotti raggiungono l'UE (19,9%) e gli Altri paesi europei non UE (15,5%).

Geograficamente assai concentrato, invece, il settore Macchine elettriche e apparecchiature elettriche, ottiche e di precisione, che esporta oltre il 70% verso i paesi dell'Unione Europea. Gli Altri paesi europei costituiscono il secondo mercato di sbocco delle esportazioni regionali del settore Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali (il 38% dell'export settoriale) dopo quello dell'Unione (45%); una quota di esportazioni attorno al 9% viene posizionata sui mercati asiatici. Infine, il settore della meccanica, nel quale l'Italia detiene un significativo vantaggio comparato e il cui peso nella regione campana, come si è visto, è andato declinando durante gli anni novanta, orienta gran parte delle vendite regionali all'estero verso l'Europa - all'interno

dell'Unione (62,2%) e fuori da essa (11,9%) –, l'Asia (9,3%) e l'America (9,1%). All'interno del mercato unico europeo, nel 2001 la Campania vende il 24,3% delle merci sul mercato tedesco, il 20,8% nel Regno Unito, il 19,4% in Francia, l'8,6% in Spagna; più contenuto, sulle cessioni totali UE della regione, il peso relativo degli altri paesi comunitari (Grafico 2.4). Tale orientamento, e il suo andamento nel corso degli anni '90, rispecchia sostanzialmente la graduatoria riferita ai paesi di destinazione delle esportazioni UE italiane, in cui la Germania rappresenta il più importante mercato di sbocco europeo, seguita da Francia, Regno Unito e Spagna.

Gli Investimenti diretti esteri in entrata in Campania

Per quanto concerne l'internazionalizzazione produttiva, nello studio IAI viene delineata la posizione campana nel contesto degli investimenti diretti esteri (IDE) in entrata, rispetto al Mezzogiorno ed al Paese nel suo complesso. L'analisi distingue, per motivi di disponibilità dei dati, due momenti del processo di internazionalizzazione "passiva" (riferita, cioè, agli IDE in entrata nella regione), il primo relativo al completamento del Mercato Unico Europeo (1985-1995), il secondo riferito agli anni precedenti all'introduzione "fisica" dell'euro (1998 e 2000).

Pur mostrando qualche segnale di declino, anche negli anni più recenti la Campania si conferma tra le regioni leader del Mezzogiorno italiano in termini di attrattività degli IDE. Inoltre, confermando le tendenze precedenti e in linea con i caratteri del modello di specializzazione commerciale, la regione si è dimostrata in grado di attrarre investimenti diretti dall'estero non soltanto in produzioni tradizionali, ma anche, in misura addirittura maggiore, in settori ad elevato valore aggiunto e a contenuto tecnologico ed intensità di ricerca relativamente alti. Il rafforzamento della posizione della Campania in comparti come, ad esempio, le Macchine e apparecchiature elettriche e ottiche o i Prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali segnala l'esistenza di fattori localizzativi avanzati in grado di contribuire attivamente – se sostenuti e ulteriormente sviluppati – all'accrescimento del potenziale competitivo e attrattivo della regione.

Per concludere, in un contesto internazionale ed europeo di crescente, anche se a volte contrastata, integrazione, sostenere il processo di apertura dell'economia campana appare prioritario in una fase congiunturale in cui la competizione globale si va inasprensando, a fronte del rallentamento del commercio e della contrazione degli investimenti diretti su scala mondiale. Questo è ancor più vero se si considera che, in previsione dell'allargamento ad Est dell'Unione Europea, si assisterà dopo il 2006 ad una riduzione dei contributi finanziari a favore delle regioni UE-15 in ritardo di sviluppo.

2. Politiche di offerta dei servizi reali e strategie per l'internazionalizzazione

Le attività di ricerca svolte dal Gruppo di lavoro dello IAI rispetto a tale profilo di analisi si sono incentrate sui seguenti obiettivi:

- analizzare la configurazione istituzionale e le soluzioni operative adottate dagli Sportelli regionali per l'internazionalizzazione già attivi in Italia, al fine di identificare modelli di riferimento per la definizione della struttura e del funzionamento di Sprint Campania ed in particolare rilevare nelle realtà esaminate "buone pratiche" e/o spunti per l'individuazione di contenuti e modalità di erogazione dei servizi reali da predisporre all'interno di Sprint Campania;
- definire delle opzioni strategiche per la formulazione delle politiche di internaziona-

lizzazione e per l'offerta dei servizi reali alle imprese da attivare nel contesto economico e produttivo campano attraverso Sprint Campania;

- analizzare e proporre strategie di comunicazione/diffusione dei servizi on line per l'internazionalizzazione da sviluppare all'interno dello Sportello.

In tale prospettiva, è stata innanzitutto effettuata un'indagine comparativa degli obiettivi di *policy*, organizzazione istituzionale, base normativa e linee di programmazione degli Sportelli regionali per l'internazionalizzazione avviati nelle Regioni Emilia Romagna, Marche, Piemonte, Toscana (allegato 2).

È stata inoltre realizzata un'indagine per verificare contenuti e modalità di presentazione/comunicazione dei siti web degli altri Sportelli regionali per l'internazionalizzazione e di alcune tra le istituzioni di politica economica estera presenti negli Sportelli stessi, così da definire uno schema per la struttura e l'articolazione contenutistica ed espositiva del sito di Sprint Campania.

Attraverso il confronto tra le diverse esperienze regionali è stato possibile individuare tre possibili "modelli" di struttura, contenuti e funzionamento dello Sportello regionale:

- il primo può essere definito lo *Sportello "collettore" o distributore*, che ha la finalità di raccogliere e diffondere capillarmente nel contesto regionale l'offerta di strumenti e servizi reali per l'internazionalizzazione (SRI) presenti a livello nazionale e di favorire, all'interno dello Sportello, la loro integrazione con i diversi servizi e strumenti disponibili a livello regionale. Il principale punto di forza di tale modello è rappresentato dalla possibilità di avvicinare l'offerta di servizi alla domanda locale, frammentata a livello territoriale, ed aumentare così la conoscenza e l'utilizzo degli SRI erogati/distribuiti dallo Sportello.
- Il secondo modello è lo *Sportello "interattivo"* che punta sia alla predisposizione di servizi e banche dati specifici, pensati per le varie opportunità di business regionale, sia al costante monitoraggio della realtà imprenditoriale locale. Punto di forza di tale modello è sviluppare (sulla base delle caratteristiche della domanda 'rivelata') prodotti regionali 'ad hoc' in grado di integrare quelli offerti a livello nazionale ed avvicinare gli enti erogatori al tessuto produttivo locale mantenendo costantemente aperto un canale di comunicazione con l'utenza.
- Il terzo modello è lo *Sportello "policy maker"* che oltre ad erogare sia servizi di base che servizi 'personalizzati', diviene strumento per la formulazione ed attuazione delle politiche regionali per l'internazionalizzazione. La sua realizzazione è subordinata all'assunzione di specifici compiti di coordinamento operativo, razionalizzazione e gestione delle attività regionali di promozione economica e sostegno ai processi di internazionalizzazione.

Gli obiettivi di Sprint Campania

Ai fini della definizione degli obiettivi e delle relative azioni che Sprint Campania dovrà perseguire, più che modelli alternativi i tre assetti possono essere considerati – come è stato evidenziato nel lavoro di analisi dello IAI (Capitolo 2) - degli stadi in successione di un processo che prende le mosse dallo "Sportello collettore" per arrivare alla fase dello "Sportello policy maker". I tre modelli potrebbero corrispondere a tre distinte fasi evolutive dell'attività e dei servizi offerti dallo Sportello campano – *start*

up, implementazione, ottimizzazione – lungo le linee prospettate nel Capitolo 2 del presente volume.

Si può così disegnare un percorso graduale nel tempo finalizzato ad offrire nella fase iniziale di attività un mix di servizi molto focalizzato sulle esigenze specifiche dei target di riferimento ed insieme garantire l'erogazione su base locale dei servizi primari offerti dai soggetti aderenti a Sprint Campania. Ciò comporterebbe in una fase iniziale l'impiego di risorse umane e finanziarie limitate, indirizzate a razionalizzare e gestire servizi già disponibili per arrivare a sviluppare una struttura più complessa, in termini di risorse, organizzazione e competenze, in grado sia di erogare servizi specifici e coerenti con le esigenze della domanda locale, sia di svolgere una funzione di propulsione nei confronti del contesto regionale, intervenendo sui punti di forza e debolezza della struttura produttiva territoriale.

In linea con l'approccio evolutivo con il quale si consiglia di procedere, il Gruppo di ricerca dello IAI ha ipotizzato un progressivo ampliamento del target di riferimento e dei servizi offerti, i cui passaggi principali sono descritti nell'allegato 3 dello studio.

La strategia di Sprint Campania

Come evidenzia il lavoro di analisi effettuato, nel Mezzogiorno i problemi maggiori relativi all'erogazione dei servizi reali per l'internazionalizzazione (SRI) sono rappresentati da: (i) la "distanza" delle loro fonti di erogazione dalle aziende e dalle loro esigenze (ii) la scarsa organicità della loro offerta (iii) le difficoltà di "individuazione", e quindi di fruizione, degli output. Tutto ciò causa delle asimmetrie nei circuiti di domanda/offerta di SRI e crea un mismatch tra le esigenze degli operatori locali e l'offerta di servizi.

Compito primario dello Sportello è quello di avvicinare tale offerta alla domanda che si forma nei diversi contesti territoriali favorendo una maggiore interazione tra i diversi attori istituzionali ed i soggetti economici locali. Stabilendo legami operativi tra le istituzioni impegnate a livello locale e nazionale nel sostegno all'internazionalizzazione territoriale, lo Sportello deve mirare ad innalzare il livello qualitativo dei servizi e delle informazioni utilizzabili dalle imprese per le loro strategie di proiezione internazionale, arrivando ad offrire "pacchetti integrati di servizi". Sprint Campania dovrà agire sul territorio (anche attraverso le sue sedi decentrate poste presso gli Sportelli provinciali ed attraverso un collegamento operativo e funzionale con la rete estera dell'Ice, delle Ambasciate, dei Consolati e delle Camere di Commercio) come centro sinergico in grado di assistere le imprese nel passaggio da una dimensione di attività prevalentemente locale ad una collocazione internazionale, agevolando l'accesso degli operatori alla gamma di servizi e strumenti pubblici per l'internazionalizzazione erogati a tale scopo.

Nella fase iniziale, al fine di consentire allo Sportello di essere immediatamente operativo e di intervenire nelle direzioni indicate, si propone di rivolgersi principalmente a due categorie di operatori:

- aziende campane "aperte all'internazionalizzazione", che hanno già rapporti commerciali con l'estero e/o sono operative sul mercato estero attraverso joint ventures o insediamenti industriali.
- imprese non campane interessate ad avviare iniziative economiche nella regione.

Si tratta di fasce di utenza contraddistinte da caratteristiche relativamente omogenee di

domanda per le quali è possibile prevedere un'offerta di servizi in prevalenza standardizzata. In questa fase iniziale Sprint Campania dovrà decentrare l'erogazione e promuovere la conoscenza dei servizi informativi e di assistenza offerti dagli Enti aderenti allo Sportello (Ice, Simest, Sace, Camere di commercio, ecc.).

In una fase successiva – legata alla implementazione ed ottimizzazione delle attività di SPRINT Campania - sarà possibile ampliare/diversificare la gamma di servizi offerta *agli operatori economici campani che “muovono i primi passi sui mercati internazionali”* i quali, denotando limitata esperienza nelle attività di internazionalizzazione necessitano di servizi modulari e maggiormente personalizzati, ed a quelli *che non hanno alcuna esperienza d'internazionalizzazione* al fine di svolgere un ruolo più complesso di formazione-animazione territoriale e stimolare la conoscenza e l'utilizzazione di politiche, enti e strumenti per la proiezione economica internazionale. Dopo una necessaria fase di rodaggio ed una valutazione approfondita (*benchmarking*) delle caratteristiche produttive, socio-economiche del tessuto regionale sarà possibile intervenire per stimolare la domanda locale di SRI e fornire esternalità per lo sviluppo di un'adeguata “offerta di mercato” di SRI al fine di differenziare l'offerta esistente e meglio adeguarla alle esigenze della domanda territoriale campana. Sarà inoltre possibile sviluppare servizi ed azioni hoc volte ad attrarre investimenti esteri ed iniziative di localizzazione industriale nel contesto regionale.

Le linee di azione

Dando per acquisiti gli obiettivi istituzionali che lo Sportello si prepone, la finalità ultima di Sprint Campania è dunque di agire quale “polo di riferimento” sul territorio per le PMI, nodo centrale di una rete ampia di soggetti, in grado di fornire alle imprese un servizio di assistenza veloce, puntuale e rispondente alle caratteristiche della domanda espressa dagli operatori economici attivi nella regione.

Affinchè lo Sportello sia in grado di perseguire tali obiettivi è indispensabile attuare quattro fondamentali linee di azione:

- a) predisporre attività volte a garantire un'assistenza qualificata e rispondente ai servizi “attesi” dagli operatori locali, mirando a rafforzare l'immagine e la reputazione dello Sportello così da incentivarne l'utilizzo. Ciò anche attraverso il ricorso a mirate strategie promozionali indirizzate a diffondere la conoscenza e stimolare il contatto con Sprint Campania oltre che a superare le radicate diffidenze nei confronti della Pubblica Amministrazione;
- b) effettuare un'attenta analisi dei bisogni (caratteristiche della domanda potenziale, effettiva e sua diversificazione territoriale) delle PMI e del tessuto produttivo campani in relazione ai servizi da rendere disponibili presso lo Sportello e all'assistenza/consulenza da offrire;
- c) disporre di adeguate risorse umane dotate di un approccio problem solving e di una buona conoscenza del contesto economico territoriale e dei peculiari processi di internazionalizzazione delle imprese campane;
- d) garantire un reale raccordo tra indirizzi, attività e risorse definiti a livello nazionale e regionale. Tale obiettivo va perseguito attraverso la predisposizione di adeguati meccanismi operativi e strategie condivise per le azioni a sostegno di una maggiore integrazione internazionale del tessuto produttivo campano oltre che attraverso forme di cooperazione pubblico-privato nell'avvio di percorsi di internazionalizzazione.

Le competenze ed i servizi di Sprint Campania

Presso gli uffici di SPRINT Campania gli operatori potranno richiedere servizi di assistenza, informazione e consulenza relativi all'assicurazione ed alle linee di finanziamento del credito all'esportazione, alla costituzione di imprese all'estero, alla partecipazione a gare internazionali, alle opportunità di coinvolgimento nelle attività promozionali e fieristiche, e più in generale, ricevere indicazioni e risposte rispetto alle proprie esigenze di carattere operativo ed informativo.

Obiettivo ultimo è la realizzazione di un vero e proprio "one stop shop" per l'internazionalizzazione territoriale. In questa prospettiva: (i) presso lo Sportello sono presentate le domande ed i progetti delle imprese per l'accesso ai servizi ed alle agevolazioni - nazionali e regionali - promozionali, finanziarie e assicurative; (ii) lo Sportello realizza azioni formative e informative sui temi del commercio estero e dell'internazionalizzazione; (iii) lo Sportello coordina ed organizza in collegamento con le altre istituzioni competenti l'assistenza e le azioni promozionali verso i mercati esteri. Ispira ed attua le linee del programma promozionale regionale e si fa carico di garantire il raccordo con eventi e programmi promozionali nazionali ed internazionali; (iv) in linea con le politiche di sviluppo locale adottate dalle istituzioni di settore ed in collaborazione con gli altri enti preposti, promuove azioni di marketing territoriale e di attrazione degli Investimenti Diretti Esteri (IDE) nella Regione Campania; (v) promuove, insieme alle altre istituzioni competenti, la partecipazione regionale in iniziative di cooperazione economica internazionale ed accoglie rappresentanti e delegazioni istituzionali ed imprenditoriali provenienti da altri paesi e regioni mondiali, organizza missioni all'estero ed iniziative di match-making territoriale; (vi) organizza azioni di comunicazione e promozione della Campania all'estero presso potenziali partner o investitori stranieri (attività da realizzare nella fase di ottimizzazione dello Sportello).

Strumenti di attuazione

I servizi informativi: gli obiettivi di policy che lo Sprint Campania deve prefiggersi nella erogazione dei servizi informativi fanno riferimento alla necessità di: (i) decentrare e rendere più capillare l'offerta informativa elaborata a livello nazionale; (ii) stimolare la domanda locale di informazione ed innalzarne la qualità media; (iii) aumentare il numero degli interventi delle istituzioni pubbliche regionali e nazionali a sostegno delle imprese campane, specie di media e piccola dimensione; (iv) qualificare e monitorare le caratteristiche della domanda informativa proveniente dall'imprenditoria regionale così da elaborare in una seconda fase servizi informativi personalizzati e/o rivolti a specifiche aree/fasce di operatori economici locali. In questa prospettiva lo studio IAI individua le categorie e prodotti informativi che dovranno costituire l'offerta informativa base dello Sportello, descrivendo di ognuno le caratteristiche e modalità di erogazione (Prima informazione sui mercati esteri, analisi sui mercati esteri, informazione statistica etc.).

Lo studio evidenzia la necessità di predisporre un accesso integrato alle principali banche dati nazionali relativi al commercio estero (Since, Globus, Starnet etc.) ed internazionali (specie comunitarie) oltre che un collegamento con banche dati e sistemi informativi di alcuni dei principali paesi di sbocco dell'export campano.

Lo Sportello dovrà sin dall'inizio occuparsi dell'acquisizione di dati ed informazioni sia da fonti primarie (informazioni originali) che da fonti secondarie (informazioni prodotte da altri soggetti). Tali dati ed informazioni potranno poi essere rielaborati e fina-

lizzati. Obiettivo ultimo è giungere nella fase di implementazione dello Sportello alla gestione coordinata dell'insieme di strumenti e procedure (software; sviluppo di banche dati e di sistemi informativi integrati; ideazione di metodologie interattive di valutazione/selezione dei mercati di sbocco e settori più rilevanti per le produzioni campagne da utilizzare nelle fasi di lettura ed interpretazione dei dati raccolti) archiviando i flussi informativi, integrandoli con le informazioni già esistenti, ridistribuendoli in base alla differenziata domanda espressa dagli operatori locali. Tra i possibili prodotti da realizzare (o implementare) vi è il sistema per la gestione dei dati sul Commercio Estero della Campania che consenta elaborazioni personalizzate riportanti informazioni relative all'internazionalizzazione secondo specifiche esigenze dell'utente.

Tali attività, in linea con quanto programma dalla Regione Toscana, potrebbero essere realizzate attraverso la costituzione di un "Osservatorio regionale per l'internazionalizzazione dell'economia campana". L'Osservatorio potrebbe tra l'altro consentire un innalzamento del livello di informazione e conoscenza delle caratteristiche del tessuto produttivo locale e delle sue modalità di proiezione esterna così da informare in maniera più accurata le strategie di politica economica, di trade promotion e l'elaborazione delle linee direttrici delle attività di promozione economica regionale.

I servizi di consulenza: come soggetto interattivo, in costante contatto con le aziende, Sprint Campania deve predisporre dei canali di collegamento "on-line" che permettano, da un lato, di offrire agli operatori campani servizi interattivi di assistenza e consulenza e dall'altro, di raccogliere informazioni utili ad effettuare una prima "mappatura" delle imprese e delle caratteristiche della loro domanda di SRI. A tal fine, sono stati individuati una serie di strumenti da attivare attraverso il sito, i quali faciliteranno le attività di consulenza alle imprese, in particolare: la "scheda richiesta servizi", che offre la possibilità di porre quesiti e ricevere consulenza direttamente on line; un *database* per agevolare le imprese nella ricerca delle forme di agevolazione finanziaria più adatte al proprio progetto di internazionalizzazione; un servizio di aggiornamento (tramite newsletter) via e-mail per informare costantemente le aziende sulle novità per l'internazionalizzazione e le attività promosse dallo Sprint Campania così da mantenere aperto un canale costante di comunicazione. In linea con l'approccio evolutivo proposto dalle analisi dello IAI si propone dunque di erogare, in una prima fase, un'offerta di consulenza di base e servizi standardizzati (assistenza di base e di primo orientamento; definizione di studi di fattibilità per la verifica di progetti di investimento all'estero: analisi economico-finanziaria; valutazione della redditività, consulenza legale, fiscale, societaria etc.; sostegno ad iniziative di assistenza tecnica per la realizzazione di business plan per investimenti all'estero; servizi finanziari ed assicurativi) per lo più erogati da Simest e Sace, per arrivare, in una fase più avanzata, alla predisposizione di una gamma più ampia di servizi di consulenza personalizzata (consulenza legale in materia di commercio internazionale; consulenza fiscale e tributaria con particolare riferimento alle tematiche correlate al commercio con l'estero; consulenza relativa a dogane e trasporti internazionali; assistenza in programmi di collaborazione industriale e tecnologica; assistenza e consulenza per la partecipazione a gare e appalti internazionali) ed a pagamento da offrire direttamente o grazie alla collaborazione esterna di qualificati professionisti.

I servizi di assistenza finanziaria ed assicurativa: grazie al collegamento con la SIMEST lo Sportello dovrà inoltre offrire in via diretta le seguenti tipologie di servizi finanziari: redazione di piani di copertura finanziaria per i progetti di investimento (ricerca delle fonti finanziarie ordinarie e agevolate, delle banche, delle garanzie ecc.); partecipazione al capitale di rischio; finanziamento a medio/lungo termine a tasso age-

volato per la partecipazione italiana al capitale di rischio in imprese estere e la realizzazione di un programma di sviluppo commerciale finalizzato al "radicamento" dell'impresa italiana nel mercato esteri; finanziamento per la partecipazione a gare internazionali; agevolazione dei crediti all'esportazione. La partecipazione di SACE all'attività dello Sportello si traduce nella erogazione dell'intera gamma di servizi assicurativi predisposti dall'ente ed in attività di informazione ed assistenza tecnica favorendo la conoscenza da parte degli imprenditori degli strumenti assicurativi disponibili.

Riguardo agli strumenti finanziari, Sprint Campania dovrà garantire, sin dall'avvio delle sue attività, servizi di consulenza di base, in parte gratuiti ed in uno *step* di poco successivo, erogherà servizi di consulenza personalizzati, a pagamento. Sull'esempio di quanto è in via di realizzazione presso lo Sportello della Regione Piemonte, si auspica la creazione di un database da inserire all'interno del sito Sprint Campania attraverso il quale le imprese possano individuare, attraverso un collegamento con il sito dello sportello, il provvedimento agevolativo più rispondente alle proprie esigenze. Il servizio seleziona automaticamente tutti i finanziamenti agevolati specifici per i vari settori di impresa ed è accessibile esclusivamente agli utenti registrati sul sito: si propongono tre possibili criteri di ricerca (ricerca guidata; per provvedimento; per parole chiave) elaborati in funzione delle diverse esigenze dell'utenza e del loro grado di conoscenza degli strumenti.

I servizi promozionali: attraverso lo Sportello, la Regione Campania in raccordo con il Programma ICE e con azioni di coordinamento e operativo e gestionale, dovrà: (i) contribuire alla definizione del Programma Promozionale Regionale annuale e promuovere accordi con enti fieristici e associazioni imprenditoriali per la sua realizzazione; (ii) promuovere iniziative di marketing territoriale per favorire gli investimenti esteri in Campania, proponendosi quale snodo strategico tra investitori ed interlocutori locali; (iii) organizzare *workshop* ed eventi finalizzati alla promozione del territorio e dei contesti produttivi locali, alla cooperazione; industriale e commerciale; (iv) promuovere studi e convegni su tematiche di primario interesse per la proiezione economica internazionale delle imprese e del tessuto produttivo campano quali: caratteristiche dei potenziali mercati di sbocco, specificità territoriali, settoriali ed imprenditoriali presenti in Campania; *performance* internazionale di settori e comparti; buone pratiche avviate nel campo dell'internazionalizzazione da regioni con significative esperienze nel campo dell'autogoverno del territorio e delle politiche economiche internazionali. Tali attività potranno fornire input strategici alle attività di sostegno all'internazionalizzazione regionale e consentiranno di meglio individuare i mercati esteri di sbocco verso i quali indirizzare l'attività di promozione oltre a segnalare settori, comparti e realtà territoriali da coinvolgere ogni anno nei piani di promozione e sostegno industriale; (iv) coordinare e gestire la partecipazione a fiere e missioni promozionali nazionali ed internazionali. Per meglio allocare le risorse regionali disponibili in tale comparto e amplificare l'impatto potenziale delle iniziative avviate è necessaria un'attenta definizione dei target intersettoriali, settoriali e geografici.

In relazione alle strategie promozionali (di settori, sistemi locali e mercati di sbocco) è auspicabile, in via generale, un'attenta definizione-selezione degli obiettivi di breve, medio e lungo periodo da perseguire per arrivare a scelte mirate, che siano basate su approfondite analisi delle potenzialità d'internazionalizzazione presenti nel contesto regionale. Il costante monitoraggio dei processi di internazionalizzazione, presenti e potenziali nella regione, eviterà, nei programmi da definirsi su base regionale, di dover si limitare alla riproposizione di linee programmatiche già fissate a livello nazionale, che, in taluni casi, rispondono ad obiettivi solo in parte funzionali e compatibili con

quelli locali. Va inoltre evitata un'eccessiva frammentata allocazione delle risorse disponibili (distribuzione 'a pioggia') in quanto l'efficacia ed il successo delle attività di trade promotion sono legate sia al raggiungimento di una necessaria ampia massa critica d'intervento sia ad azioni che rispondano a logiche integrate (ciò vale anche per l'utilizzo delle risorse nazionali finalizzate alla promozione e co-finanziate dall'ICE). Modalità di accesso allo Sportello: come già evidenziato, Sprint Campania dovrà presentarsi come un vero e proprio "one stop shop" per l'internazionalizzazione, vicino e facilmente accessibile alle imprese. Risulta di conseguenza importante predisporre canali di accesso differenziati ai servizi dello Sportello, prevedendo la possibilità di dialogare con Sprint Campania attraverso il sito web, di persona o per telefono. Lo studio dello IAI propone a tal riguardo alcune specifiche strategie e servizi di comunicazione finalizzati a stimolare la conoscenza ed il contatto con lo Sportello. Sulla base di quanto osservato in altre esperienze regionali italiane si auspica l'avvio di intese con associazioni imprenditoriali, sistema bancario ed enti fieristici al fine di incrementare ulteriormente la presenza di Sprint Campania all'interno dei contesti produttivi campani.

Il sito

Il sito rappresenta il "biglietto da visita" ed il principale canale di accesso allo Sportello. Data la rilevanza strategica che la comunicazione on line può assumere per il buon esito delle attività di Sprint Campania, il Gruppo di lavoro dello IAI ha svolto un'indagine ad hoc per verificare contenuti e modalità di presentazione/comunicazione dei siti web degli altri Sportelli regionali per l'internazionalizzazione e in un secondo momento ha elaborato uno schema (presentato in forma di demo) della possibile articolazione contenutistica ed espositiva dello Sportello campana (capitolo 3). La struttura del sito è stata definita secondo un approccio *user friendly*, organizzata secondo un sistema di approfondimento progressivo e corredata di un'ampia gamma di servizi interattivi. Proprio come soggetto interattivo, in costante contatto con le aziende, Sprint Campania dovrà valorizzare dei canali di collegamento "on-line" che consentano alle aziende da un lato di usufruire dei servizi e della consulenza offerta direttamente attraverso il web e dall'altro offrano allo Sportello la possibilità di un monitoraggio delle caratteristiche della domanda regionale di SRI. A tal fine, sono stati individuati una serie di "servizi on line" ("scheda richiesta servizi"; un *data-base* per la ricerca interattiva delle agevolazioni finanziarie; un servizio di aggiornamento via E-mail) già descritti nella sezione relativa ai servizi di consulenza e le cui caratteristiche sono indicate in dettaglio nel capitolo 3 del presente volume.

Le modalità di verifica e feed back dello Sportello

Affinché Sprint Campania sia in grado di offrire alle imprese servizi efficienti e facilmente fruibili, così da divenire uno strumento realmente utile per gli imprenditori, è indispensabile che sia organizzato in modo da mostrarsi coerente con le esigenze delle imprese territoriali e le caratteristiche della domanda locale. A tal fine il Gruppo di lavoro dello IAI ritiene indispensabile la creazione di un meccanismo costante di monitoraggio e *feedback* da attuare durante tutte le fasi di vita dello Sportello. Tale sistema sarà finalizzato sia alla valutazione della percezione e del livello di soddisfazione delle imprese in relazione ai servizi erogati (poiché l'assenza di *feedback* può portare alla perdita di qualità del servizio con conseguente insoddisfazione dell'utente) che al

monitoraggio dei risultati conseguiti grazie agli SRI offerti dallo Sportello. L'ampiezza dei temi da trattare e la necessità di esplorare a fondo le attese da parte degli utenti suggeriscono un disegno della ricerca di tipo integrato, articolato in due step di lavoro successivi: una prima fase "esplorativa" ed una seconda fase "estensiva" illustrate in maggiore dettaglio nella relativa sezione dello studio IAI (capitolo 2).

3. L'analisi e l'informazione sui mercati di riferimento per le produzioni campane: la guida on line per l'operatore

Un terzo profilo di indagine ed attività si è posto l'obiettivo di analizzare le caratteristiche dell'offerta informativa sui mercati esteri a disposizione del sistema imprenditoriale campano e predisporre interventi volti ad agevolare la conoscenza e l'utilizzo degli strumenti informativi e di orientamento ai mercati esteri. La scelta di indirizzare l'analisi verso questo specifico campo di attività, condivisa con l'istituzione regionale, si lega da un lato alla diretta titolarità di competenze che Sprint Campania detiene nella erogazione di servizi reali (tra i quali gli informativi) per l'internazionalizzazione ed alle conseguenti potenzialità d'intervento di cui esso dispone; dall'altro, è riconducibile alla rilevanza strategica che la disponibilità di informazioni riveste per l'entrata delle imprese in nuovi mercati e per il buon esito dei processi di internazionalizzazione. Le attività internazionali d'impresa richiedono infatti approfondite e differenziate conoscenze relative alle caratteristiche socio economiche dei mercati d'insediamento o di destinazione delle esportazioni. La pianificazione delle diverse fasi ed attività di internazionalizzazione, dalle più "leggere" connesse all'esportazione di beni e servizi sino alle più articolate (investimento estero, insediamento produttivo e *joint venture* internazionale) sono inevitabilmente legate alla possibilità di disporre di informazioni mirate e di adeguata qualità, modulate in funzione delle esigenze del fruitore dei dati. La rapida espansione dell'IT (*Information Technology*) ha reso, da un lato, più agevole l'accesso all'offerta pubblica e privata dei servizi informativi a sostegno dell'internazionalizzazione, ma, dall'altro, nel moltiplicare i soggetti erogatori ed i canali di accesso alle fonti, ha reso più complesse l'individuazione, utilizzazione ed ottimizzazione dei servizi/fonti più rispondenti alla situazione ed all'attività delle singole aziende (produzione, vendita, commercializzazione, promozione, ricerca partner, distribuzione sui mercati esteri, etc.).

Tenuto conto delle difficoltà che le imprese campane, specie di piccola dimensione, possono incontrare nell'individuazione dei mercati esteri più dinamici e promettenti per le loro attività di business, riteniamo che la erogazione di servizi informativi "modulari" - rivolti alle specifiche esigenze dell'utenza regionale - ed una maggiore conoscenza delle caratteristiche di offerta dei servizi già disponibili potrebbero fornire significativi stimoli per un innalzamento del livello di internazionalizzazione regionale. In quest'ottica il Gruppo di ricerca dello IAI ha, in una prima fase di attività del programma di studi, avviato e concluso un approfondito lavoro di analisi-mappatura-schedatura dei servizi informativi per l'internazionalizzazione disponibili on line, a livello italiano ed internazionale, gratuitamente e/o a pagamento. Il monitoraggio ha preso in considerazione le seguenti tipologie di prodotti informativi:

(1) Servizi informativi di base: consistono di dati, schede informative e Country Profiles finalizzati a fornire un primo quadro informativo ed a valutare caratteristiche generali ed opportunità dei mercati potenziali di sbocco;

- (2) Guide Paese: sono finalizzate a fornire un quadro approfondito dello scenario politico-economico del paese di possibile insediamento o esportazione, conoscerne le potenzialità future, gli spazi d'inserimento, gli elementi di rischio, e le specificità operative;
- (3) Analisi rischio paese: prodotti informativi specificamente indirizzati a valutare i fattori di rischio politico, commerciale, macroeconomico e finanziario presenti nei diversi mercati internazionali;
- (4) Ricerche di mercato: indagini e studi volti a fornire analisi e dati quantitativi riguardanti le condizioni di mercato ed investimento di determinati paesi e settori;
- (5) Fonti statistiche sul commercio estero italiano e campano: raccolgono ed elaborano dati statistici indispensabili per individuare le principali direttrici del commercio estero dell'Italia e delle sue articolazioni territoriali, del suo ruolo negli scambi internazionali, e delle sue modalità di proiezione economica rispetto a settori e mercati;
- (6) Prodotti informativi su fiere e mercati: fonti specializzate nella segnalazione/informazione di fiere ed eventi promozionali nazionali ed internazionali.

Rispetto alle diverse fasce di servizi sono state individuate le principali fonti (istituzioni/gruppi privati) di erogazione, selezionati i prodotti più significativi, posti a confronto i loro contenuti, i vantaggi di utilizzo, le eventuali carenze ed aspetti negativi, le condizioni e modalità di accesso/utilizzo. Questo esercizio di analisi/comparazione si è tradotto nella elaborazione di un esteso numero di casi studio, frutto di una attenta selezione del più ampio universo di informazioni/fonti raccolte. Tali attività hanno reso possibile elaborare una prima sistematizzazione dell'offerta informativa da: (a) offrire direttamente e/o segnalare alle imprese campane; (b) ri-elaborare (attraverso un'attività di lettura, analisi, interpretazione e finalizzazione delle informazioni) e gestire sia in database che tramite la realizzazione di specifici servizi on line dello Sportello Campania.

In linea con tali obiettivi, i casi studio, ampliati per numero e riformulati in funzione dell'uso, hanno costituito i materiali di base per la realizzazione della "Guida per l'operatore alla informazione sui mercati esteri" realizzata del Gruppo di lavoro IAI nella sua seconda fase di attività del programma di studio (capitolo finale del presente volume). La Guida, destinata a divenire parte integrante del sito di Sprint Campania, vuole fornire una sorta di vademecum interattivo - corredato da indicazioni pratiche e valutazioni operative - sulle principali fonti di informazione per l'attività d'internazionalizzazione delle PMI. Ha la finalità di rappresentare al contempo un primo orientamento alla conoscenza dei mercati ed uno "strumento di formazione per l'acquisizione ed utilizzo dell'informazione relativa all'internazionalizzazione".

La sua articolazione on line è stata organizzata secondo un sistema di approfondimento progressivo in base al quale, attraverso collegamenti ipertestuali ed una struttura espositiva "ad albero", l'utente potrà approfondire (seguendo un percorso guidato che conduce direttamente alla fonte madre ed alla sotto-sezione descritta) le informazioni più rispondenti alle proprie esigenze. Il metodo utilizzato è in grado di proporre all'interno della Guida un'ampia combinazione di ricerche informative pre-definite, consentendo all'imprenditore/utente di acquisire nozioni ed indicazioni di dettaglio in maniera diretta e, soprattutto, in tempi rapidi.

PARTE PRIMA

I processi di internazionalizzazione dell'economia campana in Europa e nel mercato globale



CAPITOLO I

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLA CAMPANIA: DAL COMPLETAMENTO DEL MERCATO UNICO ALLA FASE DELL'EURO NELL'ECONOMIA GLOBALE

Introduzione

Negli anni recenti, il modello di crescita del Mezzogiorno italiano ha sperimentato una significativa trasformazione e le differenze intra-area in termini di sviluppo socio-economico e di integrazione nell'economia globale si sono accentuate, confermando e rafforzando l'esistenza "di più Mezzogiorni" evidenziata dalla letteratura meridionalista¹. In questo quadro generale, il Mezzogiorno e la Campania hanno compiuto significativi progressi nella seconda metà degli anni novanta nella direzione di una maggior presenza nelle dinamiche economiche mondiali. In un contesto internazionale ed europeo di crescente, anche se a volte contrastata, integrazione, sostenere il processo di apertura dell'economia campana appare prioritario in una fase congiunturale in cui la competizione globale si va inasprendo, a fronte del rallentamento del commercio e della contrazione degli investimenti diretti su scala mondiale. Questo è ancor più vero se si considera che, in previsione dell'allargamento ad Est dell'Unione Europea, si assisterà dopo il 2006 ad una riduzione dei contributi finanziari a favore delle regioni UE-15 in ritardo di sviluppo.

Partendo da queste considerazioni, questo studio analizza in dettaglio la collocazione economica internazionale della Campania, al fine di evidenziare alcuni caratteri-guida della sua posizione, unitamente ad alcune peculiarità socio-economiche all'interno della regione che ne influenzano la struttura e la performance del modello di specializzazione commerciale e produttiva. Gli elementi che emergono dall'analisi della realtà regionale campana nel corso dell'ultimo quindicennio sono la propensione al cambiamento, ma anche l'eterogeneità del tessuto produttivo delle diverse province. L'analisi dinamica della specializzazione esportativa colloca la Campania nell'ambito dei sistemi produttivi meridionali più orientati verso il cambiamento, e tale considerazione viene rafforzata dalle misure della mobilità merceologica dell'export. La dinamica delle esportazioni campane nella seconda metà degli anni novanta, superiore a quella del Mezzogiorno e dell'Italia nel suo complesso, ha consentito di ridurre il divario nella proiezione esterna del sistema produttivo regionale nei confronti delle regioni più avanzate. Il *gap* tuttavia permane, e non è di poco conto se si considera che l'apertura del sistema produttivo regionale è circa la metà di quella del Centro-Nord.

¹ Si vedano, fra gli altri, Giannola, A. (1982), "The Industrialization, Dualism and Economic Dependence of the Mezzogiorno in the 1970s", *Review of Economic Conditions in Italy*, 1; Bottazzi, G. (1990), "I Sud del Sud: i divari interni al Mezzogiorno e il rovesciamento delle gerarchie spaziali", *Meridiana*, 10; Trigilia, C. (1992), *Sviluppo senza autonomia: effetti perversi delle politiche nel Mezzogiorno*, Il Mulino, Bologna; Paganetto L. (1997), "Mezzogiorno e Mezzogiorni d'Europa: un'introduzione", in L. Paganetto (ed.), *Mezzogiorno e Mezzogiorni d'Europa*, il Mulino, Bologna; Giannola, A. (ed.) (1999), *Mezzogiorno tra Stato e Mercato*, il Mulino, Bologna.

Inoltre, la miglior performance relativa della Campania, e del Mezzogiorno nel suo complesso, è anche da attribuire alla bassa crescita dell'Unione Europea nel periodo 1996-2000, che ha pesato meno sul Meridione - più orientato del Centro-Nord verso i mercati extra-UE. Sotto il profilo micro-territoriale, la principale specificità campana sembra essere quella della coesistenza tra filiere produttive "tradizionali" (particolarmente significativa è la presenza di sistemi locali del lavoro specializzati nell'esportazione di prodotti alimentari, quali Benevento, Sarno, Nocera inferiore, Sant'Angelo dei Lombardi, Eboli, Teano, Nola e San Giuseppe Vesuviano) e segmenti anche rilevanti delle industrie *science-based* (queste ultime concentrate prevalentemente nei capoluoghi di provincia di Napoli, Caserta e Avellino), e la simultanea carenza di una specializzazione rilevante nell'industria meccanica, ed in specie nella meccanica strumentale.

Il Rapporto si articola in sei parti. Nella prima, offriamo un breve resoconto di alcuni fatti stilizzati sull'economia regionale, nella più ampia prospettiva nazionale e europea, con particolare riferimento alla seconda metà degli anni novanta. Lo scopo è quello di fornire, attraverso l'utilizzo di vari indicatori, un quadro di sintesi della posizione della Campania nel contesto dell'Unione Europea (UE), e della differenziazione intra-regionale (a livello delle cinque province) nel periodo di accelerazione del processo di integrazione economica in Europa. Nel contesto dell'Unione Europea, la Campania si presenta come una regione caratterizzata da "luci e ombre": se da un lato, rispetto a variabili come innovazione tecnologica, presenza di agglomerati industriali, o capacità esportativa essa può essere vista come "avanguardia" dell'Italia meridionale nell'UE, il Pil pro-capite e il tasso di disoccupazione la collocano tra le regioni più arretrate, addirittura nel confronto con quelle dei paesi dell'Europa centro-orientale candidati all'ingresso nell'Unione.

Nella seconda parte, concentriamo l'attenzione sul grado di internazionalizzazione commerciale della Campania nel contesto meridionale e italiano, incentrando l'analisi sia sulla struttura degli scambi con l'estero sia sulla performance regionale con particolare riferimento al decennio 1991-2001. Si conferma la dinamica positiva delle esportazioni campane, più sostenuta di quella del Mezzogiorno nel suo complesso nel corso degli anni novanta, e ancor più nel 2001. Il motore principale della vivacità della performance esportativa regionale è da attribuire principalmente sia ai settori con forti economie di scala sia ai comparti ad elevata intensità tecnologica (ad esempio, gli Articoli in gomma e materie plastiche, gli Autoveicoli e le Macchine e apparecchiature elettriche, ottiche e di precisione), che hanno visto aumentare, in alcuni casi consistentemente, la loro incidenza sia sull'export regionale sia in termini di quota campana sul totale Italia. Meno rilevante di quanto altre precedenti analisi avevano messo in luce, per quanto resti significativo e positivo, è il contributo dei settori del *Made in Italy*, in cui è più forte il peso delle piccole e medie imprese locali.

Per quanto concerne l'internazionalizzazione produttiva, la terza sezione del nostro studio delinea la posizione campana nel contesto degli investimenti diretti esteri (IDE) in entrata, rispetto al Mezzogiorno ed al Paese nel suo complesso. L'analisi distingue, per motivi di disponibilità dei dati, due momenti del processo di internazionalizzazione "passiva" (riferita, cioè, agli IDE in entrata nella regione), il primo relativo al completamento del Mercato Unico Europeo (1985-1995), il secondo riferito agli anni precedenti all'introduzione "fisica" dell'euro (1998 e 2000). Pur mostrando qualche segnale di declino, anche negli anni più recenti la Campania si conferma tra le regioni leader del Mezzogiorno italiano in termini di attrattività degli IDE. Inoltre, confermando le tendenze precedenti e in linea con i caratteri del modello di specializzazione

commerciale, la regione si è dimostrata in grado di attrarre investimenti diretti dall'estero non soltanto in produzioni tradizionali, ma anche, in misura addirittura maggiore, in settori ad elevato valore aggiunto e a contenuto tecnologico ed intensità di ricerca relativamente alti. Il rafforzamento della posizione della Campania in comparti come, ad esempio, le Macchine e apparecchiature elettriche e ottiche o i Prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali segnala l'esistenza di fattori localizzativi avanzati in grado di contribuire attivamente - se sostenuti e ulteriormente sviluppati - all'accrescimento del potenziale competitivo e attrattivo della regione.

A fronte di una nutrita evidenza empirica sulle specializzazioni nazionali, ancora scarse sono le analisi dei modelli di specializzazione all'export a livello locale. Per il Mezzogiorno nel suo insieme, si osservano due caratteristiche principali del modello di specializzazione provinciale negli anni novanta. In primo luogo, una mobilità merceologica (un indicatore dell'intensità del mutamento nelle tipologie di merci esportate) che si colloca in posizione intermedia rispetto ad analoghi studi condotti sulla base di comparazioni internazionali. In secondo luogo, una considerevole mobilità geografica delle esportazioni meridionali (un indicatore dell'intensità del mutamento delle aree di destinazione dell'export) nel decennio scorso. In sintesi, dunque, l'evidenza sembra indicare che, mentre la trasformazione della specializzazione merceologica del Mezzogiorno ha avuto un'intensità comparabile a quella del resto dei paesi industriali, la mobilità della specializzazione geografica è risultata decisamente superiore. In altri termini, i produttori del Meridione hanno modificato assai più la direzione geografica delle loro esportazioni rispetto alla tipologia merceologica delle stesse². Nella quarta sezione, al fine di dar conto delle differenze *intra-regionali* negli anni più intensi dell'integrazione economica del continente, viene illustrata l'evoluzione dei profili di specializzazione all'export delle diverse province della Campania nel periodo 1985-2000. Ciò che emerge, rispetto ad altre regioni meridionali, è un assetto territoriale fortemente dualistico: da un lato le quattro province di Caserta, Avellino, Benevento e Salerno, e dall'altro il capoluogo regionale, Napoli.

Una valutazione più dettagliata (parte quinta) del tessuto esportativo regionale è quella basata sui sistemi locali del lavoro (SLL), unità territoriali ricostruite - a partire dall'aggregazione di dati comunali - sulla base di procedure statistiche che consentono di tener conto degli spostamenti quotidiani della popolazione per motivi di lavoro (pendolarismo). I dati relativi ai SLL sono di recente stati utilizzati per descrivere la specializzazione e la performance esportativa dei sistemi locali³. Alcune riflessioni conclusive sono riportate nel sesto paragrafo.

1.1 La Campania nell'economia internazionale: confronti interregionali indicatori di sviluppo socio-economico

Nel 1998 - l'ultimo anno disponibile per confrontare il Pil regionale nell'area comunitaria - 46 regioni su 211 mostrano un Pil pro-capite (in parità di poteri d'acquisto,

² Cfr. Manzocchi S., "Mobilità e persistenza nei modelli di specializzazione delle province meridionali", mimeo (2000), e Gracchi Bianchi, M., Manzocchi, S., Padoan, P.C. e Vicarelli, C. (1998), "Il quadro competitivo internazionale e il modello di specializzazione dell'industria meridionale", CER-Svimez, *Rapporto sull'industria meridionale e sulle politiche di industrializzazione*, Il Mulino, Bologna.

³ Si veda Conti e Menghinello, *Competitività e dimensione locale: alcune riflessioni sulla base di una nuova evidenza empirica*, Rapporto ICE 1999-2000, ICE, Roma 2000.

PPA) inferiore al 75% della media europea⁴ (UE15=100)⁵. Dall'analisi emerge che, mentre l'Italia si trova leggermente al di sopra della media UE (101,3), il Pil della Campania (64,6) risulta inferiore anche rispetto alla media del Mezzogiorno (71,8): in valori assoluti, la regione presenta un Pil per abitante pari a 12,932 euro, contro i 19,939 a livello nazionale e i 14,283 delle regioni meridionali nel loro insieme. Inoltre, il tasso di crescita registrato dal Pil pro-capite campano nel periodo 1995-98 (media UE15=100), pur essendo appena superiore a quello nazionale (comunque inferiore rispetto alla media dell'Unione), è più basso di quello del totale Mezzogiorno (in valore assoluto, la Campania registra un tasso di crescita del Pil pari al 3,9% nel periodo considerato, mentre l'area meridionale si attesta sul 4,3%). Anche in termini di Pil per occupato, il dato campano è inferiore a quello del meridione italiano: 39,311 euro contro 41,139, sempre con riferimento al 1998.

Per quanto riguarda la situazione del mercato del lavoro, nella primavera del 2000 il tasso di occupazione (occupati totali su popolazione attiva) della regione Campania (40%) risulta ben al di sotto della media europea (63%), di quella italiana (54%) e di quella del Mezzogiorno nel complesso (45%). Tale situazione viene confermata anche dal confronto relativo alla disoccupazione regionale. Nel 1999 il tasso di disoccupazione campano (pari al 23,7%) è superiore di circa due volte e mezzo alla media europea (9,4%), quasi doppio di quello nazionale (12,3%) e superiore anche a quello, comunque assai elevato, dell'insieme delle regioni meridionali (20,4%). Lo squilibrio peraltro aumenta considerando il tasso di disoccupazione giovanile: la distanza fra la Campania e la media europea triplica - con valori rispettivamente pari a 61% e 18% - e, tra le regioni meridionali, è seconda solo a quella della Calabria (che detiene il triste primato nell'area UE). Inoltre, l'incidenza della disoccupazione di lunga durata vede purtroppo la Campania in prima posizione fra le 20 regioni italiane, con il 73% rispetto al 50% della media italiana, che sotto questo profilo non è eccessivamente lontana dalla media UE (46%). C'è da notare, tuttavia, che la crescita dell'occupazione osservata nel Mezzogiorno a partire dal 1997 risulta fortemente concentrata in sole due regioni - Campania e Sicilia - che insieme coprono il 95% circa dell'aumento occupazionale registrato nel Sud del paese alla fine dello scorso decennio⁶.

Un ulteriore elemento di criticità per le regioni meridionali italiane, particolarmente rilevante per l'integrazione nei processi di internazionalizzazione e per il rafforzamento della competitività, è rappresentato dalla capacità innovativa e tecnologica. In generale, i dati relativi alla spesa in R&S nel Mezzogiorno sono piuttosto deludenti sia rispetto alla media nazionale sia a quella europea; stupisce però la situazione della Campania la cui spesa in R&S è, in valore assoluto, la più elevata di tutto il

⁴ La fonte dei dati per i confronti all'interno dell'Unione Europea è Eurostat (2001), *Regions: Statistical Yearbook 2001*, Luxembourg: European Communities; nel caso delle regioni italiane è l'Istat (Istituto nazionale di statistica, varie pubblicazioni e vari anni). Cfr. Guerrieri, P. e Iammarino, S. (2002a), "Vulnerabilità e regioni nell'Unione Europea: un esercizio sul Mezzogiorno italiano", *Italian Journal of Regional Science* (Scienze Regionali), 2.

⁵ Gran parte di esse rientra tra le regioni più "vulnerabili" dell'UE o all'interno dell'"Obiettivo 1" (ovvero quelle regioni che sulla base dell'indicatore del Pil beneficiano del sostegno dell'Unione attraverso i Fondi Strutturali) ed è concentrata nel sud d'Europa: dodici regioni in Grecia, sei in Portogallo, nove in Spagna e sei in Italia. In quest'ultimo caso, le regioni corrispondono all'intero Mezzogiorno, con l'esclusione di Abruzzo e Molise.

⁶ I dati Istat del 2001 infatti indicano, per la Campania, una decisa riduzione (circa due punti percentuali) tanto del tasso di disoccupazione totale che di quello giovanile (Istat (2002), *Indagine trimestrale sulle forze di lavoro*; Svimez (2002), *Rapporto 2001 sull'economia del Mezzogiorno*). Si veda anche l'aggiornatissima analisi a livello provinciale svolta, su promozione dell'Assessorato alle Attività Produttive della Regione Campania, dal CER (2002), *Congiuntura Campania. Indagine sulle Imprese della Regione*, 1.

Mezzogiorno e superiore anche alla media italiana. Tale quadro viene ulteriormente avvalorato dal confronto tra le quote di occupati nelle produzioni ad elevata intensità di tecnologia, sia nella manifattura che nei servizi (in percentuale sull'occupazione totale): nel primo caso, la quota della Campania (4,8%) è inferiore alla media europea (7,7% nel 1998) ed italiana (6,4%), ma superiore a quella del Mezzogiorno (4,2%); nel caso dei servizi, la distanza della regione dalla media nazionale si riduce (2,2% contro 2,4%), ma se si guarda all'occupazione nei servizi definiti *knowledge-intensive*, la quota campana (assieme a quella della Sicilia) supera sia il dato italiano che quello del Mezzogiorno nel suo insieme.

Il quadro d'insieme regionale nasconde significative differenze a livello provinciale. La dimensione media d'impresa, per esempio, vede Napoli e Caserta con valori decisamente più elevati della media del Mezzogiorno tanto nel 1985 che nel 1998. Mentre Benevento rimane fra le ultime province della graduatoria sia a inizio che a fine periodo, Avellino registra un aumento consistente, che la porta nell'ultimo anno considerato a posizionarsi al di sopra della media delle province meridionali; Salerno, invece, è più o meno allineata al dato generale in entrambi gli anni. Rispetto all'export per addetto, le province campane registrano tutte un aumento sorprendentemente più elevato di quello sperimentato dal Mezzogiorno ad eccezione di Benevento, che nel 1998 è infatti l'unica provincia ad essere agli ultimi posti della graduatoria meridionale. Per contro, Benevento, assieme a Salerno, presenta un tasso di disoccupazione molto più basso della media del Sud italiano e delle altre tre province della regione sia nel 1985 che nel 1998. Un approfondimento sul tema dei sentieri dinamici di internazionalizzazione delle province campane viene presentato nella quarta sezione del Rapporto.

1.2 L'internazionalizzazione commerciale: la posizione della Campania nel contesto nazionale e del Mezzogiorno

La progressiva espansione del peso relativo della regione sulle esportazioni nazionali prende avvio all'inizio degli anni novanta, dopo la contrazione che aveva caratterizzato la seconda metà del decennio precedente (2,8% la quota di esportazioni regionali sul totale-Italia nel 1985; 2,2% nel 1990). Nel 1998 il contributo della Campania raggiunge il 3% delle esportazioni italiane (+0,4 punti percentuali rispetto all'anno precedente), mantenendo inalterata la sua posizione nei due anni successivi. Cresce considerevolmente, passando dal 25,8% del 1991 al 28,6% del 2001, anche l'incidenza dell'export campano su quello dell'insieme delle regioni meridionali.

La *performance* positiva della regione campana si inserisce in un quadro di tendenziale aumento del peso relativo sull'export nazionale dell'intero Mezzogiorno, particolarmente evidente nella seconda metà degli anni novanta, e che consente di recuperare i livelli di export raggiunti tra la fine degli anni ottanta e l'inizio del decennio successivo. In questo senso, la Campania ed il Mezzogiorno hanno realizzato nel 1996-2000 una performance migliore dell'Italia nel suo complesso, che al contrario ha sofferto di una notevole perdita di competitività che si è tradotta in una sensibile riduzione di quote di mercato mondiale. Tende a salire anche il grado di apertura sui mercati esteri del meridione italiano - misurato dal rapporto tra esportazioni e valore aggiunto nell'industria - sebbene nel 2000 sia ancora quasi la metà di quello relativo al Centro-nord (rispettivamente 62,5% contro 108,5%). Nel 1998, la quota delle esportazioni meridionali registra per la prima volta un valore a due cifre (10,3% sul totale nazionale), mentre nel 2001 rappresenta quasi l'11% dell'export totale italiano. La leggera contra-

zione della quota dell'area rispetto al 2000 – in controtendenza rispetto alla crescita registrata dalla regione Campania – costituisce in effetti la prima battuta d'arresto nella tendenza ascendente dell'ultimo periodo ed è attribuibile in larga parte alla flessione delle vendite all'estero delle regioni insulari.

Sul fronte degli acquisti dall'estero, nonostante l'aumento complessivo del grado di penetrazione delle importazioni nel nostro paese (dato dal rapporto percentuale tra le importazioni di beni e servizi e la domanda interna a prezzi costanti), la quota di importazioni della Campania sul totale nazionale appare in leggero declino a partire dal 1993, oscillando intorno al 3% negli anni successivi.

Come si evince dal Grafico 2.1, nello scorso decennio le quote di esportazioni ed importazioni della Campania sul totale nazionale, con l'eccezione dei primi anni, sembrano seguire un andamento analogo, con una graduale convergenza nei valori. Anche le quote di esportazioni ed importazioni relative al Mezzogiorno nel complesso mostrano profili alquanto omogenei ma, in questo caso, si riduce solo debolmente, nell'arco temporale considerato, la differenza tra peso delle esportazioni e peso delle importazioni, con una incidenza nettamente maggiore delle seconde rispetto alle prime. Ciò conferma il dinamismo esportativo della Campania che, con un valore dell'export superiore a quello dell'import a partire dal 2000, mostra una tendenza riscontrabile per il paese ma non presente per l'intero Mezzogiorno. In termini di bilancia commerciale, dunque, la Campania si configura come un'"avanguardia" rispetto al resto del meridione italiano, contribuendo per poco meno di un terzo delle esportazioni complessive dell'area.

Nell'ultimo triennio (1999-2001), la dinamica dell'interscambio della ripartizione meridionale appare piuttosto differenziata, con oscillazioni anche vistose tra le regioni e negli andamenti annuali all'interno di ciascuna (Tabella 2.1). Il rallentamento dell'export coinvolge sia la Campania sia il Mezzogiorno e, anche se in maniera meno marcata, l'Italia. Per quanto riguarda le importazioni invece, l'andamento è piuttosto differenziato: da un lato l'incremento dell'Italia e soprattutto del Mezzogiorno, dall'altro la dinamica negativa della Campania con un $-2,9\%$.

Nel 2001, la dinamica delle esportazioni risulta particolarmente differenziata sotto il profilo territoriale. Spicca il rallentamento delle esportazioni meridionali che può essere in gran parte addebitato al calo dei prezzi dei prodotti petroliferi manifestatosi nel corso dell'anno, mentre le esportazioni in altri comparti manifatturieri continuano a crescere ad un ritmo superiore alla media nazionale. La Campania segnala un tasso di crescita delle vendite all'estero nettamente superiore alla media nazionale ($+7,6\%$). Nel 2001 le importazioni sono aumentate appena dello $0,7\%$ a livello nazionale, mentre nel Mezzogiorno subiscono una flessione pari a $-2,3\%$ rispetto al 2000. Quest'ultimo dato è la sintesi, nel dettaglio regionale, di contrazioni anche vistose nel valore degli acquisti dall'estero e di ragguardevoli incrementi. In Campania la dinamica delle importazioni si colloca in posizione intermedia tra le regioni meridionali, registrando un $+3,8\%$ rispetto all'anno precedente.

L'analisi della composizione delle esportazioni regionali campane per macro-settore (Tabella 2.2) mette in luce una relativa persistenza del modello di specializzazione produttiva e commerciale della regione nel corso degli anni novanta, pur rivelando alcuni cambiamenti di rilievo all'interno dei singoli comparti manifatturieri come mostrato dagli indici di specializzazione settoriale delle esportazioni rispetto alla media nazionale – indici di vantaggio rivelato comparato (RCA) – presentati nella Tabella 2.2bis

con riferimento alla Campania e all'intero Mezzogiorno⁷.

Di estremo rilievo nella struttura dell'export regionale è il peso dei mezzi di trasporto, in particolare di Autoveicoli: tra il 1992 e il 2001 l'incidenza del settore cresce dal 15,3 al 17,3% dell'export totale della regione, ben più elevata rispetto alla media nazionale nel 2001 (7,7%) e a quella dell'intero Mezzogiorno (14,4%)⁸. La Campania risulta fortemente specializzata nel comparto dei mezzi di trasporto: come si vede nella Tabella 2.2bis, tanto nel 1992 che nel 2001 gli indici RCA sono tra i più elevati della regione e con valori superiori a quelli del Mezzogiorno, anch'esso specializzato rispetto alla media nazionale.

Si mantiene molto forte la specializzazione nel settore dei Prodotti alimentari, bevande e tabacco – con indici RCA rispettivamente pari a 3,5 e 3 nel 1992 e nel 2001 –, il cui contributo alle esportazioni regionali, malgrado segnali evidenti di diminuzione (19,5% nel 1992, contro il 15,2% nel 2001) è notevolmente superiore a quello dello stesso settore sul totale delle esportazioni nazionali (5,1% nel 2001) e del Mezzogiorno (8,2%). In sensibile ascesa il peso relativo - in termini di export - del settore Cuoio e prodotti in cuoio, pelle e similari (grazie soprattutto al dinamismo del distretto industriale di Solofra) – che passa dall'8% nel 1992 al 10% nel 2001 – e che vede rafforzarsi il proprio vantaggio comparato sia rispetto al paese che all'area meridionale: nel 2001 l'indice di specializzazione campano nel settore è circa 1,9, contro l'1,2 per il totale Mezzogiorno.

Ancora più marcato è l'aumento della quota sul totale dell'export regionale (dal 6,1% al 10%) per il comparto delle Macchine elettriche e apparecchiature elettriche, ottiche e di precisione, settore ad intensità tecnologica relativamente elevata in cui l'indice di specializzazione della regione campana registra un sensibile miglioramento (nel 2001 si avvicina all'unità), divenendo sempre meno distante da quello di altre realtà territoriali del Paese.

Voci rilevanti della struttura dell'export regionale sono anche quelle relative ai Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali, il cui peso è rimasto invariato negli anni considerati mentre si è avuto un indebolimento dell'indice di specializzazione (risultava inferiore ad uno anche all'inizio del decennio '90) secondo una tendenza che investe tutto il Mezzogiorno (da una relativa specializzazione nel 1992, RCA = 1,2, passa ad una despecializzazione a fine periodo, RCA = 0,9 nel 2001).

Per la meccanica sia la Campania sia l'intero Mezzogiorno presentano le maggiori differenze con il modello di specializzazione nazionale: il comparto non solo contribuisce all'export totale della regione in misura nettamente inferiore (e in diminuzione tra il 1992 e il 2001) a quanto avviene nel caso dell'Italia (19,8%), ma mostra una totale e persistente despecializzazione.

⁷ L'RCA è dato da:

$$RCA_{ij} = (X_{ij}/X_{itj}) / (\sum_j X_{ij} / \sum_j X_{itj})$$

dove X = esportazioni, (i) = regione (i = Campania, Mezzogiorno) e (j) = settore (j = 1, ..., 20). L'indice rivela il grado di specializzazione di una regione in un particolare settore relativamente alla media nazionale. L'RCA di una regione in un particolare settore è quindi dato dalla quota regionale delle esportazioni italiane nel settore divisa per la quota regionale dell'export totale del paese. Valori superiori (inferiori) all'unità indicano che la regione (i) è relativamente specializzata (despecializzata) nel settore (j) rispetto al paese nel suo complesso.

Va notato, tuttavia, che l'analisi per i 20 macro-settori riportati nella Tabella 2.2bis non consente di cogliere appieno l'evoluzione del modello di specializzazione regionale: a tale scopo, nella sezione 4, un maggior dettaglio settoriale (77 settori) viene considerato nell'esaminare le trasformazioni occorse nei profili di specializzazione commerciale a livello delle 5 province campane.

⁸ A questo proposito è tuttavia opportuno ricordare che il settore dei mezzi di trasporto ha subito, tra il 1981 e il 1991, una drammatica contrazione degli addetti regionali, rappresentando oltre il 60% della perdita di addetti manifatturieri registrata dalla Campania nel periodo di riferimento.

Sensibili mutamenti hanno interessato la struttura settoriale delle importazioni della Campania (Tabella 2.3). Si dimezza, tra il 1992 e il 2001, l'incidenza sulle importazioni regionali dei Prodotti dell'agricoltura, caccia, silvicoltura e pesca (dal 12% al 6,6%), che si avvicinano al valore medio del settore a livello nazionale (pari al 3,4% nel 2001), così come quella degli Autoveicoli (dal 14,2 al 7,9%). Una drastica flessione viene registrata anche dal peso relativo del settore Prodotti delle miniere e delle cave, che praticamente scompare dalle voci dei prodotti acquistati dalla Campania all'estero (dal 6% allo 0,1%), mentre passa dal 4,2 al 10,3% del totale dell'import regionale la quota dei Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali, dal 7,6 al 12% quella delle Macchine e apparecchiature elettriche, ottiche e di precisione e dal 9,1 al 12,5% quella degli Altri mezzi di trasporto (settore in cui la Campania costituisce ben il 13,4% del totale delle importazioni nazionali nel 2001). Per queste ultime voci di prodotto – ad eccezione degli Altri mezzi di trasporto - l'incidenza sulle importazioni nazionali si mantiene al di sopra di quella registrata per la regione campana. Un contributo alle importazioni regionali significativo, ancorché stabile nel tempo, proviene infine dal settore Metalli e prodotti in metallo (dal 9,7 al 10,3% nel periodo considerato).

La struttura geografica delle esportazioni della Campania mostra, pur con alcune differenziazioni, una sostanziale corrispondenza con quella relativa al Mezzogiorno e all'intero paese. Il confronto temporale fornisce utili indicazioni sulle dinamiche delle vendite all'estero che hanno interessato la regione (Grafici 2.3a e 2.3b); inoltre, è interessante confrontare la specializzazione geografica dell'export campano con quella dell'intero Mezzogiorno tramite gli indici di vantaggio geografico rivelato (RGA), calcolati in modo analogo a quelli utilizzati per la specializzazione settoriale (Tabella 2.4)⁹. In generale, è da sottolineare che gli anni novanta sono stati caratterizzati da profondi mutamenti nella struttura e negli equilibri dell'interscambio mondiale. In questo contesto, le imprese della Campania hanno mostrato una capacità di modificare l'orientamento delle proprie vendite all'estero superiore a quella registrata dal Mezzogiorno nel suo complesso.

L'Unione Europea si conferma il principale mercato di sbocco dei prodotti campani al pari di quanto avviene a livello nazionale (53,7%) e meridionale (55,1%) malgrado l'erosione, tutt'altro che marginale, della quota UE sulle vendite all'estero della Campania, che nel decennio considerato passa dal 55,5 al 51,8%; l'indice di specializzazione geografica, pur subendo un miglioramento nel tempo, resta al di sotto dell'unità nel corso del periodo considerato, mentre per il Mezzogiorno si nota, nel 2001, un rafforzamento rispetto alla media nazionale. Nello stesso periodo è da sottolineare l'aumento di importanza dei mercati del resto d'Europa (tra cui la Svizzera) e la diminuzione della quota dei paesi dell'Europa centro-orientale (dall'8,9 al 5,6%), in quest'ultimo caso in netta controtendenza con gli andamenti nazionali (9,4%) e meridionali (7,8%). Va notato che, nel corso del decennio, sia il Mezzogiorno sia la Campania vedono diminuire la loro specializzazione geografica nei paesi dell'Europa centro-orientale (l'RGA da valori superiori ad 1 nel 1992 passa ad indici molto inferiori all'unità nel 2001).

⁹ L'RGA è dato da:
$$RGA_{ij} = (X_{ij}/X_{ITj}) / (\sum_j X_{ij} / \sum_j X_{ITj})$$

dove X = esportazioni, (i) = regione (i = Campania, Mezzogiorno) e (j) = area geografica di destinazione delle esportazioni (j = 1, ..., 11). L'indice rivela il grado di specializzazione di una regione in un particolare mercato relativamente alla media nazionale.

In diminuzione, tra il 1992 e il 2001, anche il peso dell'America settentrionale - secondo mercato di sbocco nella graduatoria regionale - che passa dal 14,7% al 12,5%, pur mantenendosi al di sopra della media nazionale (10,7%): a ciò corrisponde una specializzazione geografica (per l'America del Nord) dell'export campano e meridionale in genere, che sebbene accusi una netta diminuzione nel corso del tempo, si mantiene superiore all'unità anche a fine periodo (l'RGa della Campania, in particolare, scende dall'1,9 nel 1992 all'1,2 del 2001).

Per converso, si rafforza notevolmente la presenza della Campania sui mercati del sud-est Asiatico, la cui incidenza raggiunge il 9% del totale delle esportazioni regionali (5,1% nel 1992), contro il 7% per l'intero paese: ciò si accompagna all'acquisizione di una vera e propria specializzazione geografica verso tale area (il RGA passa dallo 0,8 nel 1992 all'1,3 nel 2001) a differenza di quanto avviene per il Mezzogiorno ed il paese nel suo complesso.

Con riguardo ad altre aree in via di sviluppo, nel corso dell'ultimo decennio migliora la posizione della regione sui mercati africani (la quota sulle esportazioni regionali passa dal 4,8% del 1992 al 6,3% del 2001), soprattutto grazie ai paesi dell'Africa subsahariana (4,3% nel 2001, contro appena l'1,2% delle esportazioni nazionali): in tale area la regione rafforza considerevolmente la propria già pronunciata specializzazione geografica rispetto alla media nazionale, con un RGA pari a 3,5 nel 2001. In aumento anche la presenza dei prodotti della regione in America centro-meridionale (dall'1,7 al 2,2%), accompagnata, tuttavia, da una despecializzazione persistente rispetto alla media nazionale, un dato peraltro comune all'intero Mezzogiorno. Sostanzialmente stabili, infine, i pesi relativi del Medio oriente (2,3%) e dell'Asia centrale (0,3%), che rivestono un'importanza assai più marcata per le esportazioni italiane.

Per quanto riguarda la composizione geografica delle importazioni è da rilevare innanzitutto la differenza considerevole del peso dell'Unione Europea come mercato di provenienza degli acquisti della Campania rispetto all'Italia nel suo complesso: nel primo caso, infatti, l'UE rappresenta il 45,7% delle importazioni regionali (oltretutto in diminuzione rispetto al 49% circa del 1992), mentre oltre il 56% dell'import nazionale proviene dai partner comunitari. In linea con quanto osservato per le esportazioni, nel corso del decennio 1992-2001 la Campania vede aumentare la propria dipendenza dai mercati degli Altri paesi europei (dal 3,2 al 7,1%) e ridursi quella dai paesi dell'Europa centro-orientale (dal 5,9 al 3,6%) e dall'America settentrionale (dal 14,2 al 12,8%). Soprattutto, aumenta l'interscambio con i dinamici paesi dell'Asia orientale, il cui peso sulle importazioni campane passa dal 7,7% del 1992 al 12% del 2001: dato, quest'ultimo, nettamente superiore a quello italiano (8,4%) e del Mezzogiorno (5,6%) nello stesso anno. In controtendenza con l'evoluzione dell'orientamento geografico dell'export campano, risultano Africa e America Latina, le cui quote sull'import regionale subiscono in entrambi i casi un ridimensionamento di circa due punti percentuali (attendendosi, nel 2001, rispettivamente sul 6,8 e 5,3%).

Incrociando le informazioni sulle esportazioni campane per settore e per area geografica, la Tabella 2.4bis mostra che, tra i settori di specializzazione, quello degli Autoveicoli - il comparto di maggior peso nella composizione dell'export regionale - colloca oltre l'85% delle proprie vendite sui mercati dell'Unione Europea, e il 7,7% nei paesi europei che non partecipano all'Unione. Al contrario, nel settore Altri mezzi di trasporto soltanto una quota del 16,6% delle vendite all'estero viene assorbita dai partner dell'UE; il 26% è destinato agli altri paesi europei non UE, mentre la quota più consistente raggiunge il mercato americano (47%).

Il comparto dei Prodotti alimentari, bevande e tabacco mostra una specializzazione

geografica più orientata verso i paesi europei, con il 52% dei suoi prodotti venduti nei paesi UE; quote rilevanti sono tuttavia dirette anche verso l'Africa (16,3%) e l'America (circa il 15%). Una certa diversificazione geografica dei mercati di sbocco caratterizza le esportazioni di Cuoio e prodotti in cuoio, pelle e similari, che destina ai mercati asiatici ben il 49,2% delle esportazioni del settore della regione, a testimonianza di un intensificarsi del commercio intra-industry anche nei comparti tradizionali, in parte dovuto a fenomeni di traffico di perfezionamento passivo. Quote meno significative di tali prodotti raggiungono l'UE (19,9%) e gli Altri paesi europei non UE (15,5%).

Geograficamente assai concentrato, invece, il settore Macchine elettriche e apparecchiature elettriche, ottiche e di precisione, che esporta oltre il 70% verso i paesi dell'Unione Europea. Gli Altri paesi europei costituiscono il secondo mercato di sbocco delle esportazioni regionali del settore Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali (il 38% dell'export settoriale) dopo quello dell'Unione (45%); una quota di esportazioni attorno al 9% viene posizionata sui mercati asiatici. Infine, il settore della meccanica, nel quale l'Italia detiene un significativo vantaggio comparato e il cui peso nella regione campana, come si è visto, è andato declinando durante gli anni novanta, orienta gran parte delle vendite regionali all'estero verso l'Europa – all'interno dell'Unione (62,2%) e fuori da essa (11,9%) –, l'Asia (9,3%) e l'America (9,1%).

All'interno del mercato unico europeo, nel 2001 la Campania vende il 24,3% delle merci sul mercato tedesco, il 20,8% nel Regno Unito, il 19,4% in Francia, l'8,6% in Spagna; più contenuto, sulle cessioni totali UE della regione, il peso relativo degli altri paesi comunitari (Grafico 2.4). Tale orientamento, e il suo andamento nel corso degli anni '90, rispecchia sostanzialmente la graduatoria riferita ai paesi di destinazione delle esportazioni UE italiane, in cui la Germania rappresenta il più importante mercato di sbocco europeo, seguita da Francia, Regno Unito e Spagna.

Passando all'interscambio di servizi, è da rilevare innanzitutto che la Campania – al pari del Mezzogiorno – si configura come un'esportatrice netta nel settore: ciò è in linea con i dati relativi al reddito generato dalle attività di servizio nella regione, che è cresciuto assai più che per il paese nel complesso, raggiungendo alla fine del decennio scorso una quota superiore al 75% del valore aggiunto regionale. La quota campana di crediti per esportazioni di servizi sul totale del Mezzogiorno, mostra qualche oscillazione negli anni più recenti: dal 34,9% del 1998, aumenta l'anno successivo al 39,1%, declinando a meno del 38% nel 2000 per poi riassetarsi nuovamente attorno al 35% nell'ultimo anno osservato. Analoghe tendenze hanno interessato l'intero Mezzogiorno rispetto al totale nazionale. Il peso della Campania sull'export nazionale di servizi oscilla attorno al 2% raggiungendo, sempre nel 1999, la punta massima del 2,3%. Sul versante dei debiti per importazioni di servizi, la quota imputabile alla regione campana sul totale Mezzogiorno perde qualche decimo di punto percentuale nel 1999 rispetto all'anno precedente, raggiunge il 33,6% nel 2000 per attestarsi al 31,6% nel 2001 mentre, sempre sul totale dei debiti per importazioni di servizi a livello nazionale, quello della Campania si colloca attorno all'1,5%.

Tra le tipologie di servizi esportati (Tabella 2.5), nel 2001 i Viaggi assorbono addirittura l'88% dei crediti della regione e l'85% di quelli del Mezzogiorno, quote quasi doppie rispetto a quella dei crediti italiani nel settore (45%): fondamentale importanza, nel caso campano, riveste la presenza di distretti turistici come il Golfo di Napoli e l'area di Pompei-Ercolano. Al contrario, l'incidenza della voce Altri servizi è piuttosto contenuta sul totale dei crediti della Campania (7% circa) e del Mezzogiorno (8% circa), mentre risulta assai più elevata sul totale nazionale (poco al di sotto del 30%). Nella composizione dei crediti, i Servizi finanziari hanno invece un peso relativo mag-

giore, ancorché modesto, in Campania (1,8%), rispetto a quello che si registra per il Mezzogiorno (0,8%) e per il paese nel suo insieme (0,7%). È da osservare che quest'ultima categoria di servizi viene considerata di tipo avanzato con potenziale di crescita elevato, insieme a Servizi informatici, Assicurazioni, Comunicazioni e Royalties e licenze (tutti settori, questi ultimi, in cui la Campania mostra un'incidenza sul totale crediti sempre inferiore alla media nazionale); mentre Trasporti, Servizi personali, Viaggi e Costruzioni rientrano nei servizi di tipo tradizionale soggetti a tassi di crescita relativamente modesti. Esiguo è il contributo dei Servizi informatici sul totale nazionale dei crediti per esportazioni di servizi (0,6%) e, in misura ancora più marcata, sul paniere dei servizi della ripartizione meridionale (0,24%) e della regione campana (0,15%). I Servizi per il governo, invece, influiscono di più nella composizione settoriale del Mezzogiorno (2,9%), mentre forniscono un contributo assai più modesto in quello della Campania (1,5%) e, soprattutto, dell'Italia (1%)¹⁰.

Resta da sottolineare che, più in generale, nell'ultimo decennio si mantiene stabile il peso dei servizi rispetto al complesso delle esportazioni dei principali paesi avanzati: 10-12% in Germania e Giappone, 20% in Italia, 28-30% negli Stati Uniti e in Spagna. Quanto ai servizi avanzati, ed in particolare royalties e licenze, la leadership mondiale spetta agli Stati Uniti, quella europea al Regno Unito, mentre l'Italia mostra una posizione internazionale decisamente debole.

Infine, la distribuzione regionale degli operatori all'esportazione italiani presenta in alcuni casi differenze significative rispetto a quella che si riferisce alle esportazioni in valore, da imputare in larga parte alla più diffusa presenza in alcune aree del paese di imprese di piccole dimensioni. Ne sono esempio, tra le regioni del Mezzogiorno, Campania e Puglia. Nel 2001 la Campania, a fronte di una quota di esportazioni sul totale nazionale del 3,1%, mostra un peso pari al 4,3% in termini di operatori – di gran lunga il più elevato tra le regioni meridionali - con una leggera tendenza al rialzo negli anni 1995-2001; stabile, attorno al 3%, la quota di operatori all'esportazione della regione pugliese sul totale degli operatori italiani. Più contenuta la presenza di operatori all'esportazione nelle altre regioni del Mezzogiorno: nel 2001, sono il 2% del totale nazionale in Sicilia, l'1,4 in Abruzzo, meno dell'1% in media nelle altre regioni meridionali.

1.3 L'internazionalizzazione produttiva: la capacità attrattiva della Campania rispetto all'Italia e al Mezzogiorno

Fin qui è stato illustrato il modello di specializzazione nella sua forma più tradizionale, cioè quella commerciale; nel corso degli ultimi decenni però, l'internazionalizzazione produttiva ha visto accresciuta la sua importanza. In questo contesto, è apparso

¹⁰ In generale, come riportato in altri studi, alla fine degli anni '90, la quota dei servizi sull'occupazione totale del Mezzogiorno è di gran lunga più alta di quella dell'industria in senso stretto, apparentemente segno di un relativo dinamismo dei servizi nel Sud anche rispetto alle regioni settentrionali e centrali. Tuttavia, un più fine livello di analisi svela come gran parte delle attività è concentrata nei servizi tradizionali e a bassa crescita, mentre i servizi più dinamici legati all'*information technology*, o finanziari e assicurativi, hanno ancora proporzioni limitate. Tuttavia, questi ultimi risultano fortemente concentrati soprattutto in alcune aree della Campania e della Sicilia (Svimez (2000), *Rapporto sull'economia del Mezzogiorno 1999*; Farella, R. (2000), "I servizi reali per l'internazionalizzazione del Mezzogiorno", in: *Le politiche di internazionalizzazione per il Mezzogiorno di fronte alla sfida dell'Europa e del Mercato Globale*, op. cit.), come anche è emerso dal quadro riportato nella sezione 1.1 del presente Rapporto, che infatti indica le due regioni come quelle leader in termini di occupazione nei servizi *knowledge-intensive* nell'area meridionale.

quindi opportuno considerare le differenze nelle capacità di attrazione degli IDE da parte delle regioni meridionali, e della Campania in particolare, distinguendo la distribuzione geografica e settoriale degli investimenti provenienti dall'area UE da quella degli IDE effettuati da paesi extracomunitari. È infatti sempre più diffuso il convincimento che gli investimenti diretti esteri (IDE) siano da considerare un importante fattore di competitività e di stimolo alla crescita economica: da un lato, l'espansione produttiva all'estero delle imprese locali (IDE in uscita, o internazionalizzazione attiva) costituisce il presupposto per accumulare vantaggi competitivi attraverso relazioni di interdipendenza ed esternalità; dall'altro, la presenza sul territorio di imprese a partecipazione estera (IDE in entrata, o internazionalizzazione passiva) favorisce la crescita locale, contribuendo ad ampliare e rafforzare la base produttiva e agendo, inoltre, come vettore di trasferimento nella localizzazione ospite di tecnologie, competenze, capitale umano e beni intermedi, sia direttamente che per effetto degli spillover e dei rapporti con le imprese locali. In questo paragrafo ci concentriamo sul secondo aspetto, anche perché le regioni in relativo ritardo di sviluppo tendono a ricevere, più che ad effettuare, investimenti diretti esteri.

Gli anni della creazione del Mercato Unico Europeo (1985-1995)

In generale, la distribuzione geografica degli stabilimenti esteri in Italia nel decennio 1985-1995 conferma gli squilibri che storicamente caratterizzano il paese, sottolineando la concentrazione di IDE in entrata in un ristretto numero di regioni (principalmente Lombardia e Piemonte) e la sostanziale marginalizzazione del Mezzogiorno¹¹. Quest'ultimo, tuttavia, anche in questo caso emerge come un'area tutt'altro che omogenea: l'esistenza di "vari Mezzogiorni" viene confermata guardando alla distribuzione geografica degli IDE nel Sud d'Italia negli anni più recenti, che mette in luce la stretta connessione esistente fra grado di attrattività verso risorse esterne e capacità di sviluppo endogeno, presente in misura assai differente tra le regioni meridionali. Le cifre riguardanti gli investimenti in entrata in Italia tra il 1985 e il 1995 mostrano un trend generale in ascesa: il numero di investitori stranieri è cresciuto del 30% nel periodo preso in considerazione. Nonostante la debole capacità attrattiva del Sud del paese nel suo complesso (in media, nel decennio 1985-95, nel Mezzogiorno erano localizzate circa il 12% delle partecipate estere presenti in Italia), come già evidenziato la Campania appare relativamente promettente: alla fine del periodo qui analizzato (1° gennaio 1996), essa è la prima regione del Mezzogiorno, nonché la settima in Italia, in termini di numero di stabilimenti delle imprese industriali a partecipazione estera. L'andamento nel periodo 1985-1995, tuttavia, desta alcune preoccupazioni, dal momento che la variazione positiva del numero di stabilimenti esteri localizzati nella regione (15%) è di molto inferiore sia alla media italiana che a quella del Mezzogiorno (34%), mentre la dinamica degli addetti nelle imprese partecipate risulta fortemente negativa (-70%), a fronte degli aumenti sperimentati dal paese e, soprattutto, dall'insieme dell'area meridionale (21%)¹².

¹¹ In questa sezione, i dati relativi agli investimenti diretti esteri in entrata sono tratti, per gentile concessione degli autori del database, dalla banca dati Reprint (Cnel-R&P-Politecnico di Milano). Si veda, per gli IDE in entrata nelle regioni italiane nel periodo 1985-95, Iammarino, S. e Santangelo, G.D. (2001), "Investimenti diretti esteri e sistemi regionali nel processo di integrazione europea - un'indagine preliminare sulle regioni italiane", *Economia e Politica Industriale*, 109.

¹² Cfr. Cominotti, R. e Mariotti, S. (a cura di), *Italia Multinazionale*, FrancoAngeli, Milano.

Passando al confronto intra-Mezzogiorno, innanzitutto si nota che – in termini della variabile qui adottata a riferimento, cioè il numero di stabilimenti delle imprese a partecipazione estera – la Campania presenta la più elevata concentrazione di IDE di tutta l'area nel corso del decennio che ha visto il completamento del mercato interno ai paesi UE. La preponderanza della quota campana sul totale Mezzogiorno, tuttavia subisce una vistosa contrazione dal 1985 al 1995 (dal 40 al 34%) a vantaggio soprattutto delle regioni della dorsale adriatica e della Basilicata. Ciò che determina tale riduzione del peso regionale campano è in realtà il declino degli stabilimenti controllati dai paesi extra-UE, (rimasti in valore assoluto inalterati nel Mezzogiorno nel decennio osservato), mentre la variazione positiva di quelli sotto controllo UE è in Campania solo di poco inferiore a quella dell'area nel suo complesso. C'è da notare che, rispetto al numero di stabilimenti stranieri per area di provenienza dell'investimento, nel paese nel suo complesso quelli sotto controllo UE sono raddoppiati dalla metà degli anni ottanta alla metà degli anni novanta, contro un andamento quasi stabile degli IDE in entrata provenienti dall'area non-UE. L'evidenza di “un effetto Mercato Unico” sembra essere indicata dal fatto che, nonostante la forte svalutazione della lira nel periodo in esame, il paese non ha visto aumentare la propria attrattività per tutti gli investitori stranieri indistintamente considerati, confermando una più profonda integrazione dell'Italia nel contesto europeo. L'“effetto integrazione europea” assume tuttavia una diversa dimensione quando si passa al livello di ripartizione territoriale: è il Nord-Est, infatti, l'unico beneficiario dell'aumento del flusso degli IDE di origine UE nel periodo 1985-95, assistendo, al tempo stesso, anche ad un aumento della sua quota di IDE extra-UE sul totale Italia; nel Sud, come del resto nel Nord-Ovest e nel Centro, la percentuale degli investimenti provenienti da paesi sia UE che esterni all'area comunitaria ha registrato nel complesso un leggero declino¹³.

Guardando alla composizione settoriale degli IDE in entrata in Campania – sempre distinti in UE e extra-UE – innanzitutto va rilevato che, sia nel 1985 che nel 1995, le distribuzioni settoriali di entrambe le aree di provenienza degli IDE nella regione risultano per lo più allineate, e spesso coincidenti, in termini di quote sul totale, con i settori di specializzazione commerciale dell'economia regionale. Nel 1985, i settori che ricevono più investimenti da paesi esteri sia UE che non-UE sono le Macchine e apparecchi meccanici, elettromeccanica, e i Prodotti chimici e farmaceutici, fibre sintetiche e artificiali, entrambi con quote tra il 13 e il 17% per entrambi i gruppi di investitori (Grafici 3.4a e 3.4b). Tuttavia, si nota una sostanziale differenza nell'orientamento settoriale dell'area extra-UE - con la presenza più elevata in Informatica, elettronica, telecomunicazioni e strumenti di precisione (17,4%) e in Autoveicoli, moto e componentistica meccanica (11%), quest'ultimo in particolare punto di forza stabile nel modello di specializzazione regionale - e gli IDE di provenienza dall'Unione, che invece si concentrano relativamente di più su Estrazione e lavorazione dei metalli e loro leghe e prodotti in metallo (15,4%) e Altre industrie manifatturiere e Elettrodomestici e altri prodotti elettrici (entrambi tali settori, insieme all'Informatica, con quote pari al 10,3% del totale degli IDE UE). Nel 1995 si assiste ad un raddoppio della quota dei partner UE - sempre in termini di numero di stabilimenti di imprese partecipate dall'estero - nel settore ad elevato valore aggiunto e contenuto tecnologico dell'Informatica, elettronica, telecomunicazioni e strumenti di precisione, che passa dal 10 al 20% del totale UE nel decennio considerato (Grafici 3.5a e 3.5b); altri aumenti degni di nota sono regi-

¹³ Cfr. Iammarino e Santangelo (2001), art. cit..

strati dagli Alimentari bevande e tabacco e dagli Elettrodomestici e altri prodotti elettrici. Quest'ultimo settore è quello che vede aumentare di più la sua quota negli investimenti in entrata nella regione dai paesi extra-UE, salendo dal 2,2 al 13,5% del totale degli IDE non comunitari. Espansioni delle quote settoriali extra-UE si evidenziano anche per Altre industrie manifatturiere (con una quota del 13,5% nel 1995) e Estrazione e lavorazione dei minerali non metalliferi, settori entrambi di relativa despecializzazione della Campania. È interessante osservare che, dall'analisi comparata per area di provenienza degli investimenti, emerge inoltre che la concentrazione settoriale degli investimenti di provenienza UE, nell'1985 inferiore a quella degli investimenti dai paesi extra-UE, è aumentata considerevolmente nel periodo in esame e risulta nel 1995 assai più elevata di quella relativa agli impianti sotto controllo non-UE, che hanno invece mostrato negli stessi anni una marcata tendenza verso una maggiore dispersione settoriale.

L'analisi della distribuzione settoriale degli IDE di origine UE e non-UE si arricchisce di ulteriori indicazioni considerando la composizione per settore secondo la tassonomia Pavitt¹⁴, che fornisce cenni sul grado di intensità tecnologica degli investimenti in entrata nella regione. Dai Grafici 3.7a e 3.7b - riferiti rispettivamente agli investitori dell'Unione Europea e di area non-UE nel 1985 - si evince una presenza relativamente maggiore degli IDE UE nei settori a forti economie di scala (59% degli stabilimenti esteri localizzati nella regione); quest'ultima categoria, pur rappresentando la porzione più consistente anche nel caso degli investimenti non comunitari (43,5%), è maggiormente bilanciata dal peso degli IDE nei settori ad elevata intensità tecnologica, dove gli stabilimenti sotto controllo non-UE costituiscono quasi il 35% del totale (nel caso UE, invece, solo il 23%). All'opposto, nel 1995 (Grafici 3.8a e 3.8b), nonostante la stessa preponderanza della categoria scale intensive per entrambe le aree di provenienza, il peso degli investitori dell'UE nei settori ad elevata intensità di tecnologia (28,3%) è maggiore di quello degli investitori extra-UE nella medesima categoria (24,3%). È inoltre da sottolineare che, mentre per gli IDE in entrata dall'area non comunitaria la dinamica fra il 1985 e il 1995 è sostanzialmente la stessa per Campania e Italia - con un rafforzamento del peso dei settori tradizionali e con forti economie di scala e una erosione della presenza nei settori specialistici e science based - nello stesso decennio gli IDE dall'UE registrano variazioni nella composizione per categoria Pavitt di segno sostanzialmente contrario in Campania e nel paese. Infatti, in Campania si assiste ad una riduzione consistente della quota dei settori tradizionali (dal 5,1% all'1,7%) e, in misura più contenuta, di quella dei settori specialistici (dal 12,8% al 10%), che invece vedono aumentare il loro peso relativo nella composizione degli IDE in Italia dall'Unione; al contrario, in Campania si rafforza considerevolmente la quota rappresentata dai settori ad elevata intensità tecnologica (dal 23% al 28,3%), che nel paese nel suo insieme si contrae di quasi 3 punti percentuali. Ciò è in linea con quanto si riscontra nel Mezzogiorno complessivamente considerato, in cui la quota percentuale degli IDE di origine UE è diminuita in tutti i settori eccetto quelli science based, dove, tra il 1985 e il 1995, si registra una crescita di 2,4 punti percentuali.

¹⁴ La tassonomia distingue 4 categorie di settori industriali corrispondenti a differenti fasce tecnologico-produttive: settori tradizionali, con l'intensità tecnologica relativamente più bassa (*supplier dominated*); settori con forti economie di scala, caratterizzati da elevate intensità di capitale e dimensioni di impresa (*scale intensive*); settori specialistici ad elevata diversificazione d'offerta (*specialised suppliers*); settori ad elevata intensità tecnologica (*science based*). Cfr. Pavitt, K.(1984), "Sectoral patterns of technological change: towards a taxonomy and a theory", *Research Policy*, 134.

In conclusione, l'interazione tra integrazione europea e globalizzazione sembra aver influenzato, almeno in una certa misura, la composizione settoriale dei flussi di IDE in entrata in Campania. Mentre gli investimenti diretti dei partner europei risultano più concentrati a livello settoriale - e, in linea di massima, sui settori di vantaggio settoriale comparato campano - la composizione degli IDE non-UE ha visto una maggiore diversificazione settoriale nel tempo e la correlazione con la specializzazione locale è relativamente meno pronunciata rispetto all'inizio del decennio di riferimento. Ciò potrebbe suggerire una più elevata sensibilità delle imprese europee alla specializzazione regionale intra-area, che tende a rafforzare le caratteristiche della struttura produttiva della regione che riceve l'investimento estero. Peraltro, l'aumento della concentrazione della presenza dell'UE nei settori caratterizzati da forte intensità di spesa in R&S e contenuto di tecnologia alla metà degli anni novanta - di fatto superiore a quella dell'intero paese sia per gli investitori di origine europea che extra-europea - può offrire interessanti spunti di riflessione sul potenziale di crescita e su eventuali effetti di spillover che l'internazionalizzazione passiva ha promosso, e può continuare a stimolare, in Campania e nel Mezzogiorno in genere.

Gli anni più recenti (1998-2000)

Il panorama internazionale, relativo alle imprese a partecipazione estera, rimane pressoché lo stesso degli anni passati. Sia per quanto riguarda il numero d'impresе, il fatturato e gli addetti, la maggior concentrazione rimane al Nord e, come emerge dal Grafico 3.9, all'interno dell'area del Mezzogiorno è la Campania ad ottenere la prima posizione per numero d'impresе e il secondo posto per fatturato ed addetti.

Guardando alle variazioni nella composizione settoriale degli IDE in entrata in Campania relativamente al fatturato (Grafico 3.11), spiccano i contributi di due settori: quello del Metallo e prodotti derivati, che tuttavia subisce una flessione dal 37,7 al 32% tra il 1998 e il 2000; quello delle Macchine e apparecchiature elettriche e ottiche, che, all'opposto, guadagna ben 10 punti percentuali, raggiungendo il 35% del fatturato totale delle imprese partecipate localizzate nella regione. C'è da osservare, rispetto a quest'ultimo settore, che, come evidenziato nella sezione 2, nel corso degli anni più recenti esso ha fatto registrare una buona performance anche dal lato delle esportazioni regionali. In flessione, nello stesso periodo, l'incidenza del settore Carta, derivati, stampa e editoria (dall'8,4 al 5,7%), mentre si rafforza, tra i settori maggiormente attrattivi, la posizione dei Derivati del petrolio e altri combustibili e dei Prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali.

La distribuzione settoriale dell'occupazione delle imprese partecipate della regione (Grafico 3.12) conferma la crescente rilevanza del settore delle Macchine e apparecchiature elettriche e ottiche, che assorbe quasi il 40% del totale regionale (oltre 2.500 addetti nel 2000), incrementando anche sotto questo profilo (+5 punti percentuali) il suo peso rispetto al 1998; è seguito da quello del Metallo e prodotti derivati (1700 addetti nel 2000) che, pur avendo registrato un calo in termini di fatturato, vede aumentare il peso relativamente agli addetti (26% contro il 23% del 1998). Quote di occupati assai più modeste, ancorché abbastanza stabili nel tempo, sono attribuite ai comparti manifatturieri degli Autoveicoli e altri mezzi di trasporto (circa il 6%), dei Prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali (di poco superiore al 7%), dei Materiali per l'edilizia, vetro e ceramica (8%).

Rispetto all'insieme delle regioni meridionali, si raddoppia, tra il 1998 e il 2000, il peso relativo della Campania nel settore Alimentari, bevande e tabacco in termini sia di fat-

turato – che passa dal 30 al 67% del totale di settore relativo al Mezzogiorno - sia di addetti (dal 32 al 61% circa del totale degli addetti al settore nella ripartizione meridionale) (Grafico 3.13); all'opposto è da registrare la caduta del settore Tessili, maglieria ed abbigliamento, la cui quota di fatturato sul totale di settore del Mezzogiorno scende dal 48% del 1998 al 28% del 2000, mentre quella relativa agli addetti si riduce di due terzi (dal 62% al 24%). L'importanza del settore Metallo e prodotti derivati nella composizione degli IDE localizzati in Campania si riflette nello straordinario incremento dell'incidenza della regione sul totale di settore del Mezzogiorno, che tra il 1998 e il 2000 passa dal 10 al 53% in termini di fatturato e dall'8 al 48% considerando gli addetti nelle imprese partecipate. Situazione in parte analoga si rileva per l'altro settore di punta nell'ambito dell'internazionalizzazione passiva della regione, quello delle Macchine e apparecchiature elettriche e ottiche, che all'interno della ripartizione vede crescere il proprio peso dal 25 al 37% relativamente al fatturato, pur mantenendosi stabile in termini di addetti (intorno al 27%). Significativo il contributo della regione nella Carta, derivati, stampa e editoria, che assorbe il 15% del fatturato del settore dell'intero Mezzogiorno (17% nel 1998) e oltre il 20% degli addetti al settore (19% nel 1998). In leggera crescita - in linea con l'andamento del peso nella composizione regionale - anche l'incidenza della Campania sul fatturato totale delle imprese meridionali partecipate nel settore Derivati del petrolio e altri combustibili (dal 30 al 33% tra il 1998 e il 2000), mentre rimane modesta la quota regionale nello stesso settore in termini di addetti (meno del 5%). In rialzo, sebbene con quote meno significative, il peso relativo della regione nei Prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali, che passa dal 6 al 15% del fatturato settoriale totale delle partecipazioni estere nel Mezzogiorno, e dal 15 a quasi il 19% degli addetti nel settore. In moderata espansione anche l'incidenza della Campania nei Materiali per l'edilizia, vetro e ceramica, in cui, nel 2000, contribuisce al 13% del fatturato totale del settore nell'insieme delle regioni meridionali e a quasi il 15% del totale settoriale degli addetti.

Estendendo il confronto al Paese nel suo complesso, si può notare come il peso relativo della Campania si consolida nei settori del Metallo e prodotti derivati, che arriva nel 2000 a rappresentare quasi il 6% del fatturato totale nazionale delle imprese partecipate (da poco meno del 4% nel 1998) e il 3,6% dell'occupazione in tali imprese (2,4% nel 1998), e delle Macchine e apparecchiature elettriche e ottiche, dove la Campania detiene nel 2000 il 2,3% del fatturato totale delle imprese a partecipazione estera (1,2% nel 1998) e il 2% del totale settoriale degli addetti per l'Italia (1,4% nel 1998). Una tendenza al consolidamento della presenza estera si riscontra anche nel comparto dei Derivati del petrolio, dove il peso della Campania a livello nazionale passa dall'1 al 2,3% in termini di fatturato.

Nel complesso, anche negli anni più recenti la Campania si conferma tra le regioni leader del Mezzogiorno italiano in termini di attrattività nei confronti degli investimenti esteri. Inoltre, come si era già andato delineando nel periodo di accelerazione del processo di integrazione economica in Europa, la regione si è dimostrata in grado di attrarre investimenti diretti dall'estero non soltanto in produzioni tradizionali, bensì, in misura addirittura maggiore, anche in settori ad elevato valore aggiunto e a contenuto tecnologico ed intensità di ricerca relativamente alti. Il rafforzamento della posizione della regione in comparti come, ad esempio, le Macchine e apparecchiature elettriche e ottiche o i Prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali conferma l'esistenza di fattori localizzativi avanzati in grado di contribuire attivamente - se sostenuti e ulteriormente sviluppati - all'accrescimento del potenziale competitivo e attrattivo della regione.

1.4 La differenziazione sub-regionale: un'analisi della specializzazione commerciale della Campania a livello provinciale

Principali tendenze nel periodo 1985-2000

Come già accennato in precedenza, il dibattito economico recente ha messo in luce la considerevole differenziazione che ha caratterizzato i percorsi di sviluppo delle regioni meridionali nell'ultimo decennio ed in particolare l'esistenza di "molteplici ed eterogenei Mezzogiorni". L'evoluzione dei modelli di specializzazione commerciale offre ulteriori significative evidenze sulle differenziazioni che caratterizzano le aree meridionali e la Campania in particolare.

In generale, come dimostrato da alcuni studi empirici¹⁵, mentre negli anni più recenti alcune province del Mezzogiorno riorientano in misura crescente la propria specializzazione in direzione del modello nazionale, verso settori a più elevato valore aggiunto - come tessile e abbigliamento, macchinari e apparecchiature, motoveicoli e altri mezzi di trasporto - altre province (principalmente concentrate in Calabria, Sicilia e Sardegna) mostrano un rafforzamento della loro specializzazione più tradizionale in settori a bassa crescita (agricoltura, legno, petrolchimica). Inoltre, alcune aree hanno registrato nel tempo un forte incremento del rapporto tra esportazioni e valore aggiunto (ad esempio Abruzzo, Campania e Puglia), mentre in altre lo stesso rapporto evidenzia una preoccupante stagnazione (Sicilia e Sardegna)¹⁶.

Per indagare ulteriormente tale fenomeno, si è ricorso all'unità provincia, per la quale si dispone delle serie annuali dei dati di esportazione per i 16 anni considerati. Le serie statistiche, di fonte Istat, consentono di delineare il mutamento occorso e di stabilire alcuni confronti sia a livello intra-regionale in Campania che con riferimento alle altre entità territoriali del Mezzogiorno.

Guardando all'evoluzione dell'export pro-capite a livello provinciale, dalla Tabella 4.1 riferita alle province campane si osserva una certa sperequazione dell'indicatore sia nel 1985 che nel 2000, dovuta soprattutto alla debolezza di Benevento, che non riesce ad allinearsi alla media delle altre quattro province mantenendo il distacco inalterato nel tempo. All'opposto, colpisce la straordinaria ascesa di Avellino, che nel 2000 è la prima provincia campana in termini di export pro-capite con un valore di molto superiore al capoluogo - che scende in seconda posizione rispetto al 1985 - e alla media dell'intero Mezzogiorno: infatti, mentre nel 1985 Avellino era al di sotto del valore medio meridionale (Mezzogiorno = 100) con un indice pari a circa 95, nel 2000 tale valore sale a 158, seguito da quello napoletano (104); le altre tre province restano invece al di sotto della media della ripartizione del Sud italiano. Buona anche la performance di

¹⁵ Tra gli altri, Conti, G. (1995), "Sistemi esportativi italiani: una analisi per province su dati 1985-93", *Rapporto ICE 1994*, Roma; Conti, G., Menghinello, S. (1996), "L'internazionalizzazione produttiva dei "sistemi locali", *Rapporto ICE 1995*, Roma; Lolli, R. (2000), "Gli aspetti reali dell'integrazione del Mezzogiorno in Europa e nel mercato globale", in: *Le politiche di internazionalizzazione per il Mezzogiorno di fronte alla sfida dell'Europa e del Mercato Globale*, op. cit.

¹⁶ Per un'analisi approfondita del modello di specializzazione negli scambi internazionali del Mezzogiorno d'Italia a livello provinciale e regionale, si veda anche D'Antonio, M., Scarlato, M. e Zezza, G. (1995), *Commercio estero e sviluppo economico*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli; D'Antonio, M. e Scarlato, M. (1996), "Il Mezzogiorno da economia assistita ad economia aperta", *Rassegna Economica*, aprile-giugno; Viesti, G. (1991), "L'export del Sud d'Italia nella seconda metà degli anni ottanta", *Rapporto ICE 1990*, Roma; Viesti, G. (1995), "La geografia delle esportazioni italiane", *Rivista di Politica Economica*, aprile; Guerrieri, P. e Iammarino, S. (2002b), "Internationalisation and competitiveness in vulnerable regions: an analysis at the provincial level", in corso d'opera.

Caserta, che in termini di export pro-capite supera Salerno sfiorando, nell'ultimo anno considerato, i valori riportati da Napoli. C'è da osservare, tuttavia, che, come d'altronde per il resto del Mezzogiorno, l'export pro-capite delle province campane rispetto alla media dell'intero paese (Italia = 100), pur registrando nel complesso un netto miglioramento nel tempo (l'unica provincia che mostra un deterioramento è appunto Napoli), resta all'incirca un terzo rispetto a quello nazionale, confermando l'insufficiente grado di internazionalizzazione commerciale del meridione rispetto al resto del paese.

L'andamento positivo dell'export campano si riflette nella graduatoria dei valori esportati relativa al Mezzogiorno (Tabella 4.2). Se alla metà degli anni ottanta solo Napoli e Salerno figuravano tra le prime 10 province esportatrici dell'area meridionale – con quote rispettivamente pari al 16,1% e al 3,5% del totale – nel 2000 ben quattro delle cinque province campane vi sono incluse, confermando il primato della Campania tra le regioni esportatrici del Mezzogiorno. Napoli è prima in graduatoria, con un contributo alle esportazioni meridionali del 15,4%, seguono Caserta e Salerno, entrambe con una quota sul totale del 4%, e Avellino, in decima posizione con una quota del 3,3%. Il contributo provinciale alle esportazioni della regione Campania mostra, in linea con le precedenti osservazioni, una riduzione del peso del capoluogo campano – che passa dal 67,4% del totale nel 1985 al 57,2% nel 2000 – a vantaggio di Caserta e Avellino, che salgono rispettivamente dall'8,9% al 15% e dall'8,5 al 12,3% del totale regionale (Grafici 4.2a e 4.2b). La quota di Salerno si mantiene pressoché inalterata nel periodo di riferimento (poco meno del 15%), mentre il contributo di Benevento resta comunque esiguo (0,8% nel 2000).

L'evoluzione dei profili provinciali di specializzazione all'export

Ai fini di approfondire il quadro fin qui tracciato, ci si è basati sull'indice di specializzazione all'export di Balassa, noto come indice di vantaggio rivelato comparato (RCA). L'RCA è stato calcolato sulla base dei dati all'export per provincia per tutti gli anni dal 1985 al 2000; sotto il profilo merceologico sono stati riaggregati in 77 settori i 236 settori della classificazione NACE-CLIO, utilizzata dall'Istat fino al 2000¹⁷.

I risultati qui discussi derivano dall'applicazione di una metodologia statistica basata su tecniche di regressione Galtoniana e sull'esame degli indicatori forniti dai coefficienti di regressione e dai test statistici connessi¹⁸. Sulla base di tale metodo si è giunti ad elaborare una tassonomia dei profili di specializzazione all'export provinciale che distingue due macro-categorie della dinamica intercorsa nel periodo 1985-2000 (Figura 4.1): 1) **Consolidamento** della specializzazione iniziale, a sua volta suddivisa nelle categorie **Stabilità** (o mantenimento dei vantaggi comparati iniziali) e **Concentrazione** (o rafforzamento dei vantaggi comparati iniziali); 2) **Cambiamento** dei profili di specializzazione iniziali, distinta in **Rottura** (o cambiamento radicale dei

¹⁷ L'RCA è dato da:

$$RCA_{ij} = (X_{ij}/X_{ITj}) / (\sum_j X_{ij}/\sum_j X_{ITj})$$

dove X = esportazioni, (i) = provincia (i = 1, ..., 34) e (j) = settore (j = 1, ..., 77). L'indice rivela il grado di specializzazione di una provincia in un particolare settore relativamente alla media nazionale. L'RCA di una provincia in un particolare settore è quindi dato dalla quota provinciale delle esportazioni italiane nel settore divisa per la quota provinciale dell'export totale del paese. Valori superiori (inferiori) all'unità indicano che la provincia (i) è relativamente specializzata (despecializzata) nel settore (j) rispetto al paese nel suo complesso.

¹⁸ Per la metodologia e i risultati per tutte le province meridionali si rimanda a Guerrieri e Iammarino (2002b), op.cit..

vantaggi comparati iniziali) e **Evoluzione**: quest'ultima categoria si suddivide ancora in **Diversificazione** (o acquisizione e/o perdita di vantaggi comparati rispetto a inizio periodo)¹⁹ e **Slittamento** (o spostamento nella graduatoria dei vantaggi comparati iniziali).

Nella Figura 4.1, le 34 province del Mezzogiorno - e quelle, messe in evidenza, della Campania in particolare - sono state collocate nella categoria di appartenenza sulla base dell'effetto prevalente registrato dal modello di specializzazione locale (indici RCA) nei 16 anni considerati. Come si evince dalla Figura, meno di un terzo delle province meridionali ha visto consolidarsi la struttura dei propri vantaggi settoriali, mentre ben 24 province hanno sperimentato una qualche forma di cambiamento del profilo iniziale. In tale quadro, l'intera Campania risulta identificabile come una regione in cui il cambiamento del modello di specializzazione all'export è risultato la dinamica prevalente seppur con una significativa differenza. Le province di Benevento e Caserta assistono ad una rottura vera e propria del profilo di specializzazione settoriale, mostrando, nel corso del tempo, un cambiamento radicale rispetto alla struttura dei vantaggi comparati presente nella seconda metà degli anni ottanta. Le province di Avellino, Napoli e Salerno evidenziano invece un processo di diversificazione settoriale in cui alcuni settori "di punta" nel modello iniziale hanno visto diminuire il proprio vantaggio relativo, attenuando, spesso senza perderla del tutto, la specializzazione, mentre altri settori, inizialmente di despecializzazione locale, hanno mostrato una buona capacità di catching up, recuperando sulle posizioni iniziali e a volte acquisendo un vero e proprio vantaggio alla fine del periodo osservato.

Come emerge dal quadro appena descritto, il successo relativo della Campania in termini di performance esportativa può essere attribuito solo parzialmente ai settori del *Made in Italy*: infatti, i processi di diversificazione settoriale della struttura all'export nelle differenti province trovano riscontro in un posizionamento rilevante dell'industria campana anche in segmenti produttivi non tradizionali, caratterizzati da economie di scala e/o da un notevole grado di innovazione tecnologica. Inoltre occorre considerare che, tra i sistemi territoriali campani specializzati nel *Made in Italy*, la proiezione internazionale è spesso inferiore a quella di analoghi sistemi del Mezzogiorno (i distretti pugliesi): ad esempio, è questo il caso dei sistemi territoriali specializzati nel Cuoio e calzature, molto più orientati verso il mercato nazionale. La capacità di esportazione è piuttosto bassa anche nei distretti dell'abbigliamento del Sannio (Benevento e Avellino), mentre un caso di internazionalizzazione spinta è costituito dal distretto conciario di Solofra (provincia di Avellino), dal quale viene esportato all'estero oltre il 50% del fatturato²⁰. Un'altra caratteristica dei sistemi territoriali campani è rappresentata dalla piccola dimensione media delle imprese esportatrici (si veda la seconda sezione del Rapporto). Fa eccezione, anche in questo caso, il distretto di Solofra, caratterizzato da una presenza relativamente maggiore di grandi imprese esportatrici. Nella prossima sezione, presentiamo una ricognizione sistematica dei sistemi territoriali di export della Campania, basata sui concetti di Sistema Locale del Lavoro e Tassonomia di Pavitt.

¹⁹ Ciò non implica, in realtà, sempre acquisizione e perdita nette di vantaggi comparati, ma anche (e soprattutto) miglioramento degli svantaggi e peggioramento dei vantaggi.

²⁰ Cfr. Viesti, G. (2000), "La proiezione internazionale dei distretti meridionali del *Made in Italy*" in *Rapporto Istat-Ice 1999-2000*, Roma

1.5 La specializzazione internazionale dei Sistemi Locali del Lavoro campani

In questo paragrafo ci proponiamo un approfondimento dell'analisi delle specializzazioni esportative della Campania. Per far questo, adottiamo una combinazione originale di due "strumenti" statistici le cui potenzialità sono, a nostro avviso, rilevanti. Sotto il profilo della discriminazione geografica, le nostre elaborazioni si fondano sui dati Istat-Ateco relativi a tutti i Sistemi Locali del Lavoro (SLL) meridionali che hanno registrato esportazioni nell'anno di riferimento (345 su un totale di 365 SLL del Mezzogiorno, di cui 63 localizzati in Campania: si veda l'Appendice statistica della sezione 5). Tali dati, riferiti al 1996, ma con un potenziale interpretativo ormai generalmente riconosciuto, consentono di superare la ripartizione geografica per province e di individuare con maggior precisione gli ambiti locali delle attività di produzione ed esportazione. La ricostruzione metodologica e la descrizione statistica dei SLL italiani, che risale alla seconda metà degli anni novanta, è ampiamente riprodotta nel Rapporto Istat 1999 (Istat, 2000); basti qui ricordare che i SLL sono ricostruiti a partire dall'aggregazione di dati comunali sulla base di procedure statistiche che consentono di tener conto degli spostamenti quotidiani della popolazione per motivi di lavoro (pendolarismo). I dati relativi ai SLL sono di recente stati utilizzati per descrivere la specializzazione e la performance esportativa dei sistemi locali²¹. Queste ricerche hanno adottato una classificazione merceologica convenzionale, o in alcuni casi hanno presentato dati riferiti a micro-filiere produttive; in questo lavoro, adottiamo invece per i soli SLL del Mezzogiorno una tassonomia merceologica fondata sulla innovatività e sul contenuto tecnologico medio delle produzioni manifatturiere.

La nostra classificazione ha origine dal contributo di Pavitt (1984). In particolare, la tassonomia che utilizziamo rielabora quella originaria di Pavitt (a quattro macro-settori) per giungere ad una classificazione (cosiddetta "neo-Pavitt") nella quale figurano undici classi di beni (i servizi sono esclusi). Di queste undici classi, cinque fanno riferimento a prodotti agricoli o a materie prime e risorse naturali, cinque si riferiscono ai macro-settori dell'industria manifatturiera ed una è la classe residuale. La nostra analisi si concentra sulle cinque classi della trasformazione industriale, ed in particolare: l'industria alimentare (codice 6 della tassonomia neo-Pavitt); l'industria di tipo tradizionale (codice 7); i comparti industriali con significative economie di scala (codice 8); i settori cosiddetti "specialized suppliers", che comprendono quelli del macchinario e degli strumenti professionali (codice 9); ed infine le industrie ad elevato contenuto di innovazione scientifico-tecnologica (codice 10). La tassonomia neo-Pavitt, elaborata per confronti internazionali sulla base della classificazione merceologica standard, è stata adattata alla classificazione Ateco a tre cifre adottata dall'Istat per le esportazioni dei SLL.

Gli indicatori di specializzazione internazionale dei SLL del Mezzogiorno sono calcolati su dati Istat dell'export, utilizzando l'indice di Balassa dove al denominatore compare come riferimento la specializzazione media delle esportazioni italiane. Per consentire una lettura agevole dei risultati, abbiamo individuato due criteri (si veda l'Appendice alla sezione 5): un criterio di *intensità della specializzazione*, distinguendo tra SLL fortemente specializzati (FS, con indice di Balassa superiore a 3), specializzati (S, con indice compreso tra 1 e 3) e non specializzati (NS, con indice inferiore

²¹ Conti G. e S.Menghinello (2000), *Competitività e dimensione locale: alcune riflessioni sulla base di una nuova evidenza empirica, Rapporto ICE 1999-2000*, ICE, Roma. Istat (2000), *Rapporto annuale. La situazione del Paese nel 1999*, Istat, Roma, capitolo 4.

ad 1). Il secondo criterio è quello della *rilevanza della specializzazione* dei SLL campani. In questo caso, si tratta di valutare se i SLL specializzati abbiano una attività esportativa abbastanza rilevante da renderne lo studio significativo; come è noto infatti, l'indice di Balassa ci informa sull'orientamento relativo dell'export tra settori e prodotti diversi, ma nulla dice circa il peso assoluto che l'export di una nazione - o nel nostro caso di un sistema locale - ha rispetto all'area di riferimento. In questo caso abbiamo adottato due diversi termini di riferimento (il Mezzogiorno e l'Italia), e quattro soglie statistiche. Abbiamo definito come quote non significative (QNS) quelle dei SLL che in assoluto esportano meno dello 0.1% dell'area di riferimento (rispettivamente il Mezzogiorno o l'Italia); nel caso di esportazioni comprese tra lo 0.1 e l'1% del totale dell'area di riferimento, parliamo di quote scarsamente significative (QSS). Se l'export complessivo del SLL è compreso tra l'1 ed il 3% del totale dell'area di riferimento, definiamo la quota significativa (QS); infine se il SLL del Mezzogiorno esporta più del 3 per cento dell'area di riferimento, la quota è fortemente significativa (QFS). Adottando questi due criteri per gli indici di specializzazione dei cinque gruppi neo-Pavitt e considerando alternativamente il Mezzogiorno o l'Italia come il benchmark per valutare la rilevanza della specializzazione, possiamo classificare tutti i SLL esportatori del Mezzogiorno.

Prima di scendere nel dettaglio dei singoli macro-settori industriali della Campania, alcune considerazioni sul Mezzogiorno. La prima è che il confronto tra SSL specializzati e SSL specializzati con quote non trascurabili dell'export meridionale (le tavole A versus le B), mostra che, mentre nei settori 6, 7 e 9 c'è una forte discrepanza tra i due profili geografici, nei settori 8 e 10 c'è una più sostanziale uniformità. Ovvero, mentre nell'industria alimentare, tradizionale e nei settori specialized suppliers vi sono numerosi casi di sistemi locali anche fortemente specializzati che però contribuiscono molto poco all'export del Mezzogiorno (ed a fortiori dell'Italia), la specializzazione coincide più spesso con la rilevanza dei sistemi esportatori nel caso delle industrie con economie di scala o basate sulla scienza. Questo non stupisce se si considera che sia le dimensioni d'impresa, sia i costi fissi in termini di investimenti iniziali in infrastrutture, ricerca e sviluppo e formazione, richiedono per una specializzazione nei macro-settori 8 e 10 che si superi una "massa critica" industriale che soddisfa la soglia di rilevanza (peraltro modesta) che abbiamo imposto per l'export. Nei comparti alimentare, tradizionale e degli specialized suppliers, al contrario, si sono formati nel Mezzogiorno alcuni SLL che, pur specializzati, non hanno raggiunto la massa critica tale da consentirgli di assumere un peso rilevante nella geografia dell'export meridionale.

La seconda considerazione riguarda i modelli di specializzazione meridionali. Come richiamato in letteratura, l'interpretazione prevalente del modello di specializzazione meridionale è la seguente: la crisi di alcune industrie con economie di scala, ed a media-alta intensità di capitale ed energia, spesso legate ad imprese a partecipazione statale, ha lasciato il campo all'emergere di vantaggi comparati del Mezzogiorno connessi alla dotazione relativa di lavoro che si esprimono nelle produzioni tradizionali, ed a nuove iniziative talvolta di provenienza esterna (Centro-Nord o estero) in alcuni settori dinamici ad elevate economie di scala²². Tuttavia questo quadro si complica se si scende al livello regionale: infatti, si è assistito almeno fino al 1995 ad una netta divaricazione nei modelli di specializzazione tra regioni più ancorate al "vecchio" modello di industria (Calabria, Sicilia e Sardegna) e regioni più orientate verso il "nuovo" modello (la dorsale adriatica con Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, mentre la

²² Bodo G. e G. Viesti (1997), *La grande svolta*, Donzelli, Roma.

Campania mostra un quadro contraddittorio). Il passaggio ad un livello locale di analisi, com'era da attendersi, complica ulteriormente il panorama soprattutto se consideriamo i SLL con quote rilevanti dell'export meridionale. In questo caso, mentre la dorsale adriatica si conferma come l'asse di sviluppo per le produzioni tradizionali, e la localizzazione delle industrie con economie di scala sembra ancora in parte legata agli insediamenti del passato (pubblici o semi-pubblici), la geografia dei settori science based è assai complessa. Come si desume dalla tavola 5B, vi sono infatti SLL rilevanti e specializzati nelle industrie ad elevato contenuto di innovazione in Sicilia Orientale ma anche Occidentale, in Campania ed Abruzzo ma anche in Basilicata.

Infine, un ultimo rilievo concerne il ruolo dei grandi centri urbani. Qui occorre distinguere tra specializzazioni monosettore o policentriche. Nonostante la possibilità teorica che SLL fondati su specializzazioni multiple si sviluppino anche nei centri minori, sembra emergere una regolarità interessante per ciò che concerne il ruolo, e le potenzialità, dei grandi insediamenti cittadini. In assenza di una conurbazione di primo piano, si assiste infatti ad una concentrazione tendenzialmente monosettore, più frequente nei macro-settori 6, 7 e 9 che non nei macro-settori 8 e 10. I SLL centrati invece sulle grandi aree urbane mostrano una articolazione assai maggiore dell'export, con specializzazioni policentriche che spesso - com'era da attendersi - si accompagnano ad una rilevanza dell'export. Questo è vero ad esempio per le aree di Napoli, Potenza e Palermo. I centri urbani sembrano quindi più idonei, per la loro dotazione di fattori produttivi e per la circolazione di saperi e di risorse imprenditoriali che consentono, a sviluppare vocazioni industriali articolate in comparti diversi.

Concentrando l'attenzione sui SLL della Campania, per quanto concerne l'industria alimentare la specializzazione regionale della Campania è rilevante nel quadro complessivo nazionale. Emergono come significativamente specializzati i SLL di Napoli, Avellino, Nocera Inferiore, che insieme al sistema barese, al Salento, alla Sicilia Occidentale ed alla zona dello Stretto di Sicilia, costituiscono i nuclei della specializzazione agroalimentare del Sud. Mentre le attività di export agroalimentare caratterizzano la gran parte dei SLL meridionali, questi non raggiungono spesso neanche una soglia minima di rilevanza nel contesto regionale e nazionale. Come vedremo, questo fenomeno è comune anche alle specializzazioni nel comparto tradizionale. Vi è anzi di più: in molti casi, i SLL che soddisfano la "massa critica" nell'industria alimentare sono gli stessi che la soddisfano nei settori tradizionali (i quali coincidono, a grandi linee, con le industrie del cosiddetto *Made in Italy*).

Anche nel caso del macro-settore 7 della classificazione neo-Pavitt (filiera del cuoio-calzature, tessile-abbigliamento, legno-mobili, prodotti per l'edilizia, utensili ed oreficeria), osserviamo una notevole asimmetria tra il quadro complessivo delle specializzazioni meridionali e la geografia dei SLL specializzati con quote significative dell'export. Mentre i SLL specializzati nei comparti tradizionali sono diffusi in tutto il Mezzogiorno senza una chiara prevalenza regionale, i sistemi che abbiamo definito "rilevanti" sono fortemente concentrati sulla dorsale adriatica, in conformità con quanto indicato dagli studi sulla geografia industriale delle regioni meridionali. Per quanto concerne la Campania le concentrazioni esportative più significative emergono tra i sistemi locali del Napoletano (Nola, San Giuseppe Vesuviano).

Nel caso del macro-settore 8 della classificazione neo-Pavitt, quello delle industrie scale intensive e 9, quello della meccanica strumentale nonché di alcuni settori degli apparecchi professionali (ad esempio quelli di misurazione e quelli medico-chirurgici) dove la competenza tecnica - anche se non alla frontiera scientifica - è comunque fondamentale per la competitività dell'export, i SLL campani non dimostrano - almeno

fino al 1996 - una capacità esportativa significativa. In generale, è nell'ambito del macro-settore 9 che appare più evidente il divario tra Centro-Nord e Mezzogiorno d'Italia. Mentre infatti i SLL esportatori che avevano, nel 1996, una specializzazione nell'industria meccanica (che ricomprende gran parte degli *specialized suppliers*), erano la grande maggioranza nel Nord e molti nelle regioni centrali della dorsale adriatica (Istat, 2000, capitolo 4), il quadro nel macro-settore 9 al Sud è quello di una scarsa presenza che diviene una quasi-assenza di specializzazione se escludiamo i sistemi locali con export trascurabile. In effetti, i SLL meridionali che risultano significativamente specializzati nel macro-settore 9 sono soltanto cinque (con nessuno della Campania): questo dato fornisce la misura della distanza del Mezzogiorno dal Centro-Nord in un comparto-chiave della attività esportativa italiana. Al 1996, la proclamata convergenza del modello meridionale verso il più generale profilo di specializzazione italiana, quindi, sembra essersi realizzata con qualche difficoltà nei comparti tradizionali dove, ad una diffusione della specializzazione, non corrisponde un significativo contributo all'export se non in alcuni SLL della dorsale adriatica, mentre sembra del tutto irrealizzata nel comparto della meccanica strumentale e degli apparecchi professionali.

Diverso il panorama del macro-settore 10 (industrie *science-based*, o ad alta intensità d'innovazione tecnologica). È in questo macro-settore, a nostro avviso, che emergono i risultati più interessanti dall'analisi neo-Pavitt dei SLL della Campania. Anzitutto vi è qui una sostanziale uniformità tra sistemi specializzati e sistemi rilevanti. Inoltre la presenza di questi settori appare distribuita in SLL appartenenti a diverse regioni del Sud, dagli Abruzzi (L'Aquila e Avezzano, ma anche Atri, Manoppello e Penne), alla Sicilia Orientale (Catania, Acireale), oltre a Palermo, Potenza, Brindisi. In questo quadro, i SLL della Campania hanno una presenza di primo piano (Napoli, Caserta, Avellino, ma anche Aversa, Sessa Aurunca, Battipaglia). Si tratta di una evidenza statistica importante, ed in parte sorprendente, se si considera che il macro-settore 10 della classificazione neo-Pavitt comprende industrie ad elevata intensità di ricerca e sviluppo e di "capitale umano", quali la farmaceutica, l'informatica, l'aerospaziale e gli apparati per telecomunicazioni. In questo contesto, i SLL della Campania non sembrano sfigurare con le specializzazioni del Centro-Nord, anche se non siamo a conoscenza di studi analoghi che adottino la tassonomia neo-Pavitt per le regioni centro-settentrionali, e se il divario in termini di volumi di export è verosimilmente non ancora colmato. Il dato interessante è sia la diffusione geografica della specializzazione *science based*, sia la circostanza che, in alcuni dei casi menzionati, si tratta di sviluppi recenti e centrati sulle risorse produttive locali (in particolare, il capitale umano), e non di semplici trasposizioni nel Mezzogiorno di alcune fasi di processi produttivi incentrati in altre regioni.

1.6 Considerazioni conclusive

In sintesi, la principale specificità campana sembra essere quella della coesistenza tra filiere produttive "tradizionali" (particolarmente significativa è la presenza di sistemi locali del lavoro specializzati nell'esportazione, quali Benevento, Sarno, Nocera inferiore, Sant'Angelo dei Lombardi, Eboli, Teano, Nola e San Giuseppe Vesuviano) e segmenti anche rilevanti delle industrie *science-based* (queste ultime concentrate prevalentemente nei capoluoghi di provincia di Napoli, Caserta e Avellino), e la simultanea carenza di una specializzazione rilevante nell'industria meccanica, ed in specie nella meccanica strumentale. Questa carenza ha due controindicazioni: la prima è quella che

viene a mancare un anello fondamentale della filiera produttiva, quello dei beni strumentali, che consente importanti ricadute in termini di innovazione e di “indipendenza” dei distretti produttivi. La seconda controindicazione è che diminuisce a livello regionale il grado di diversificazione produttiva che, come dimostrato da studi recenti, è positivamente associato con la crescita dell’occupazione su base regionale²³ e nei SLL italiani²⁴.

Questo quadro della specializzazione internazionale consente di re-interpretare la geografia produttiva della Campania come quella di una realtà dove il tessuto delle imprese “tradizionali”, pur significativo e radicato, non si è evoluto nella direzione di costituire veri e propri sistemi distrettuali, poiché sembra venuto a mancare l’apporto decisivo dell’industria meccanica strumentale. È la connessione tra *Made in Italy* e Meccanica strumentale che ha consentito ai distretti del Centro-Nord Italia di costituire sistemi integrati di produzione sia intermedia (beni d’investimento) sia rivolta al consumo finale. Le analisi svolte nel Rapporto consentono anche di avanzare alcune ipotesi circa la natura dei processi di internazionalizzazione in atto nella Regione, che nel caso del *Made in Italy* appaiono ancora molto legati alla competitività di costo e troppo esposti alla delocalizzazione verso aree geografiche a basso salario.

Diverso è il caso dei segmenti *science-based*, per i quali il processo di internazionalizzazione si gioca soprattutto nell’attrazione di investimenti diretti e nella presenza sul territorio di fattori d’offerta specializzati (ricerca e sviluppo, capitale umano, finanza d’investimento): in questo caso, la Campania mantiene una capacità produttiva rilevante. Tuttavia, occorre qui segnalare un elemento di allarme: studi recenti attribuiscono infatti all’effetto dei Fondi strutturali dell’Unione Europea la creazione di capacità produttiva nei settori *science based* anche in Regioni che, per la loro dotazione di fattori produttivi, non sarebbero sedi “naturalmente” di quelle industrie²⁵. Se questo è vero, gli insediamenti *science-based* nelle Regioni UE-15 in ritardo di sviluppo sarebbero fragili se non sostenuti da una efficace politica dell’offerta di fattori produttivi, e questo tanto più nella prospettiva dell’ingresso di regioni ancor più povere dell’Est Europa nell’Unione.

Se consideriamo le tendenze globali dell’apertura dei sistemi industriali, notiamo che le caratteristiche intrinseche dei comparti industriali sono fondamentali per stabilire il modello di internazionalizzazione prevalente. Tra queste caratteristiche, spiccano quelle tecnologiche (investimento in R&S e grado di innovazione; appropriabilità della tecnologia); quelle legate alla natura del processo produttivo (intensità e livello delle economie di scala; intensità fattoriale delle fasi produttive); quelle connesse alla struttura dei mercati (concentrazione del mercato; contendibilità). Le possibilità ed i limiti della internazionalizzazione dipendono dall’interagire di elementi legati al territorio (dotazioni, domanda locale) con elementi specifici dei settori produttivi coinvolti. Ad esempio, ci si può attendere che gli investimenti diretti esteri (IDE) ad alta intensità tecnologica siano più rilevanti nei settori in cui le singole fasi di produzione presentano differenze nelle intensità fattoriali e, allo stesso tempo, le imprese possono stabilire vantaggi tecnologici che si estendono su più fasi della produzione. In questo caso, mentre

²³ Cainelli G., Leoncini R. e Montini A., “Struttura produttiva e sviluppo regionale di lungo periodo in Italia”, *Moneta e Credito*, 216, 461-485, 2001.

²⁴ Paci R. e Usai S., Externalities and local economic growth in manufacturing industries, *Contributi di ricerca* 01/13, Crenos, 2001.

²⁵ Midelfart-Knarvik K.H. e Overman H., Delocation and European integration, *Economic Policy*, 35, 323-359, 2002.

la segmentazione geografica della produzione permette di sfruttare l'eterogeneità territoriale (diverse dotazioni relative), la scelta dell'IDE invece di altre forme di internazionalizzazione (*outsourcing* esterno; commercio in beni intermedi) è dettata dall'esistenza di vantaggi tecnologici specifici dell'impresa nelle fasi a monte e a valle della produzione. Quest'ultima condizione è tendenzialmente assente nel caso di IDE motivati solo dai differenziali di costo, che quindi si dovrebbero osservare in settori nei quali la tecnologia non costituisce una barriera all'entrata rilevante, ad esempio alcuni comparti "tradizionali" ad alta intensità di risorse naturali o di lavoro. È quindi evidente che le prospettive di integrazione internazionale della struttura industriale di una regione dipendono dalle caratteristiche dei settori oltre che dallo specifico profilo economico locale.

Sembrano coesistere, nella realtà, almeno tre "modelli-base di internazionalizzazione": il primo, che possiamo definire della Ricerca&Sviluppo e dell'IDE orizzontale, prevede che le grandi imprese oligopolistiche effettuino investimenti diretti per conquistare mercati locali segmentati da norme tecniche (Farmaceutica, Aerospaziale), o caratterizzati da una forte competizione di prodotto (Computer). L'innovazione si concentra sovente presso la casa-madre, mentre si svolge una intensa attività di scambio intra-impresa di "servizi direzionali" e beni intermedi ad elevato contenuto tecnologico. Nel secondo modello, dei sistemi complessi e degli IDE verticale ad alta intensità tecnologica (Veicoli a motore, Elettronica di consumo), le imprese distribuiscono geograficamente le fasi della produzione per sfruttare le diverse dotazioni fattoriali dei paesi (regioni) pur mantenendo il controllo sulla leva tecnologica. In questo caso la produzione delle società affiliate viene in gran parte riesportata, sia che si tratti di beni intermedi (commercio intra-impresa) che di beni finali venduti sul mercato. Il terzo modello, quello dei settori "tradizionali", prevede che i vantaggi proprietari di tipo tecnologico siano meno rilevanti, e la quota degli IDE sugli investimenti totali sia bassa. L'internazionalizzazione si muove principalmente lungo i canali dell'*outsourcing* effettuato attraverso scambi realizzati sul mercato, mentre gli IDE sono principalmente di tipo verticale volto a sfruttare i differenziali di costo (del lavoro; delle materie prime). Tuttavia, essendo più debole la consistenza dei vantaggi proprietari, sia la convenienza relativa degli IDE rispetto ad altre forme di espansione esterna, sia la scelta della localizzazione produttiva sono assai meno stabili.

Questi tre modelli di internazionalizzazione comportano implicazioni differenti per la realtà campana. Partendo dall'export, e premesso che l'industria delle regioni del Mezzogiorno esporta storicamente meno di quella del Centro-Nord - in termini relativi, ovvero in relazione al valore aggiunto, l'analisi della seconda sezione ha confermato nella seconda metà degli anni novanta una vitalità delle esportazioni campane, in linea con quelle del "Meridione esportatore" (si veda Bodo e Viesti, 1997). Com'è noto, questo è in parte il riflesso della forte contrazione della dinamica della domanda interna nel Mezzogiorno nel periodo 1990-1997, dovuta alla riduzione dei trasferimenti pubblici. Questa diminuzione in parte dipende dalle minori importazioni di merci (in particolare, di beni capitali), ma in parte può essere la conseguenza di una maggior propensione all'export delle imprese meridionali nel corso di una difficile congiuntura sul mercato regionale (e, in minor misura, anche su quello nazionale). Dunque, la nuova capacità esportativa sembra emergere anche dalle difficoltà di un mercato interno in contrazione ed occorre valutarne le potenzialità nel lungo termine. La seconda qualificazione riguarda i caratteri del modello di specializzazione dell'industria campana. L'analisi statistica e la comparazione con il modello di specializzazione dell'industria del Centro-Nord, conducono a risultati solo in parte ottimistici. Si

saldano nel panorama della specializzazione campana comparti “tradizionali” (agroalimentare, *Made in Italy*), e settori *science-based*; manca invece, più che in altre aree del Mezzogiorno, una specializzazione nella Meccanica strumentale. Si noti che settori “tradizionali” non equivalgono necessariamente a “maturi” vi sono comparti tradizionali dinamici, e nei quali il contenuto di manodopera delle produzioni non è in forte diminuzione (Cuoio-calzature, Abbigliamento, Mobili, Prodotti in plastica e vetro): ma la connessione con la Meccanica strumentale appare decisiva per consentire ai sistemi locali “tradizionali” di evolvere verso strutture meno vincolate alla competitività di costo, e per consentire una “autonomia” strategica che non confini i sistemi campani al ruolo di soggetti “passivi” delle logiche di internazionalizzazione.

Nel caso dei settori tradizionali l'internazionalizzazione si persegue soprattutto attraverso i canali del commercio estero e dell'*outsourcing*, con un ruolo minore per gli IDE orientati ai differenziali di costo. Nel caso delle imprese campane, si tratta di stabilire fino a che punto le loro esportazioni rispondono ad una capacità competitiva e di penetrazione dei mercati autonoma, o se si tratta invece di segmenti “passivi” di strategie di internazionalizzazione eterodirette (ad esempio, produzioni ad alta intensità di lavoro per conto terzi). È infatti evidente che, in questi comparti, è fondamentale stabilire quale sia la componente ad alto valore aggiunto della produzione anche perché la localizzazione delle altre fasi, quelle a più basso valore aggiunto, è intrinsecamente “*footlose*” e gli insediamenti produttivi possono repentinamente ri-localizzarsi. Occorre quindi valutare se ed in che misura la Campania si è inserita nel circuito della internazionalizzazione produttiva dei comparti “tradizionali”, che si è andata affermando in anni recenti sia tramite il commercio sia tramite gli IDE. L'analisi della parte 3 mostra che, almeno sotto il profilo degli investimenti diretti dall'estero, la quota dei settori tradizionali sul totale degli IDE è in diminuzione in Campania rispetto al totale nazionale. Mentre questo dato può riflettere una specializzazione tardiva in alcuni settori tradizionali, la bassa incidenza di questi ultimi sul complesso degli IDE non depone comunque a favore della capacità di attrazione in questi comparti.

La carenza di una solida specializzazione nella meccanica strumentale tende ad esacerbare il carattere di *labour intensity* delle filiere “tradizionali”. Soprattutto nel caso del *Made in Italy*, le agglomerazioni produttive campane non riescono ad evolvere al rango di veri e propri “distretti” – in assenza del supporto di un settore dei beni strumentali che consenta di radicare sul territorio la filiera integrata. In questo caso, vengono a mancare l'innovazione incrementale consentita dal rapporto produttore-utilizzatore di macchine ed il contributo del *learning-by-using*, mentre si accentua invece il legame tra specializzazione e vantaggio fondato sul basso costo del lavoro (o sulla presenza di risorse naturali nel caso dell'agroalimentare). L'instabilità della specializzazione, la sua *footloseness*, tende allora ad accentuarsi, e questo è ancor più allarmante nel momento in cui il Mercato Interno Europeo si estende verso le regioni dell'Est il cui costo del lavoro è sensibilmente inferiore a quello campano (anche tenendo conto dei risparmi di costo connessi al sommerso).

Nel caso dei settori ad elevate economie di scala e media-alta intensità tecnologica, abbiamo in precedenza tratteggiato due modelli (quelli dell'IDE orizzontale o verticale). In presenza di economie di scala, alcuni studi mostrano che la domanda di beni finali svolge un ruolo centrale nella localizzazione della capacità produttiva in Europa, ma occorre qui distinguere tra investimenti diretti orizzontali e verticali. Mentre infatti nel primo caso la produzione delle affiliate è principalmente rivolta al *mercato regionale* o nazionale, e quindi la dimensione e la dinamica della domanda interna sono decisive nell'ambito delle strategie di localizzazione delle IMN, nel caso degli IDE ver-

ticali la produzione delle affiliate è destinata anche alla ri-esportazione e quindi al *mercato "globale"*, che nel caso della Campania possiamo identificare soprattutto con il Mercato Interno Europeo.

Nel caso degli IDE verticali ad alta intensità tecnologica, il mercato regionale o nazionale conta meno, e quindi la capacità delle regioni meridionali di attrarre gli IDE si gioca anche sulla possibilità di fornire fattori produttivi specializzati e funzionali alle tecnologie veicolate con gli investimenti esteri, nonché di disporre di infrastrutture moderne per il commercio internazionale. Se questo è vero, un vincolo che incontra la localizzazione di investimenti diretti è la disponibilità di fattori produttivi specifici (in particolare, lavoro specializzato) che consenta di avviare la produzione in nuovi siti, ed è sulla rimozione di questo vincolo che le politiche di attrazione dovrebbero concentrarsi. Sotto questo profilo, occorre moltiplicare gli sforzi per consentire sia un flusso adeguato di operai specializzati, tecnici e scienziati, sia un migliore *match* della domanda e dell'offerta di capitale umano. È altresì necessario potenziare i canali di trasmissione tra imprese ed Università, il cui ruolo fondamentale è testimoniato – ad esempio – dall'esperienza recente del polo tecnologico di Catania.

ALLEGATO I
Grafici e Tabelle

Gráfico 1.1 - Campania, Mezzogiorno e Italia: Pil pro-capite 1998 e tasso crescita 1995-98 rispetto all'Unione Europea (UE15=100)

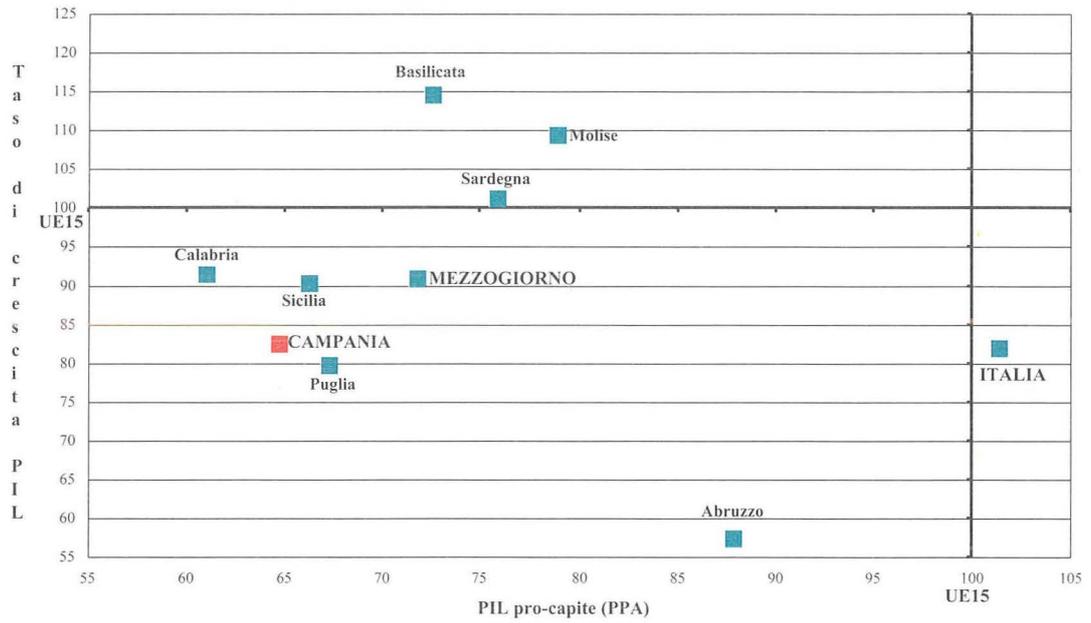
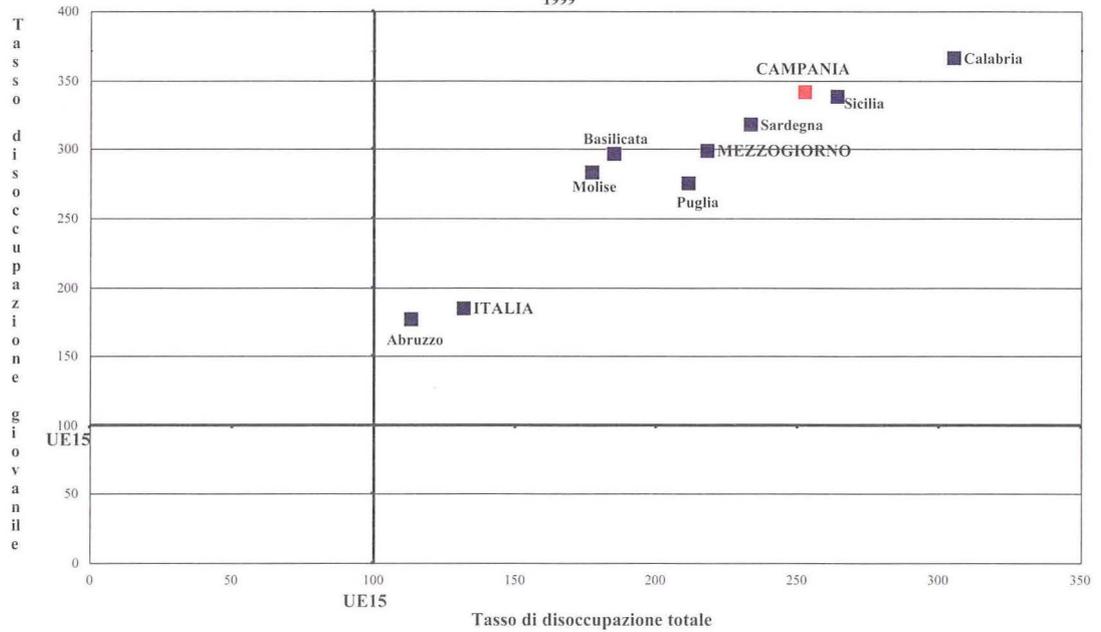
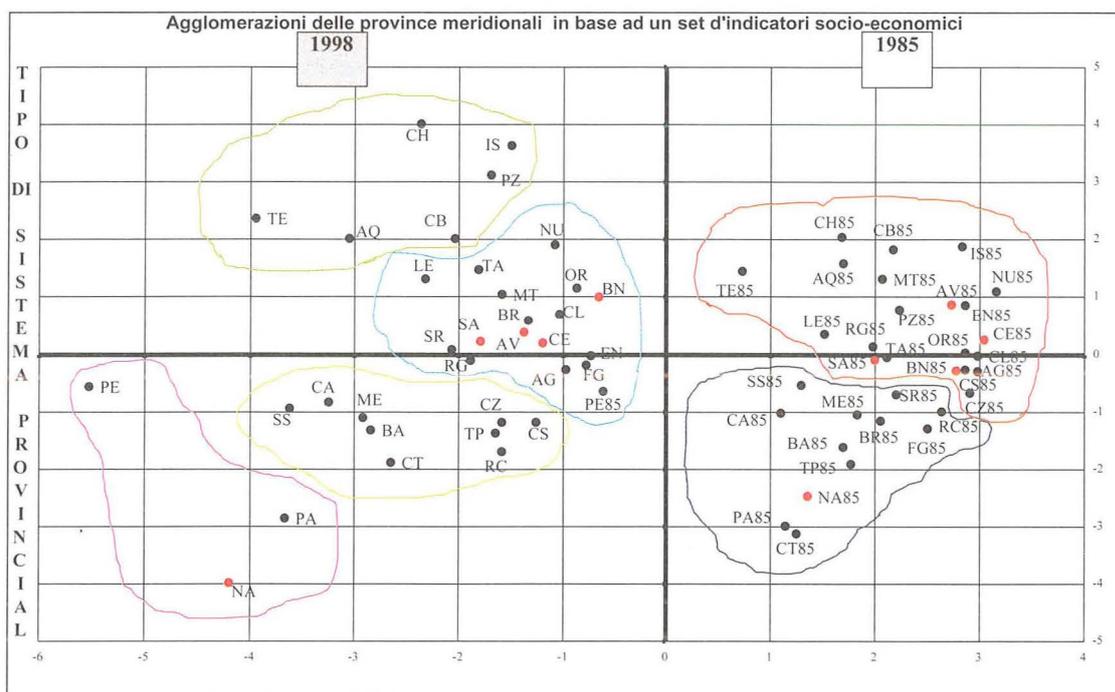


Gráfico 1.2 - Campania, Mezzogiorno e Italia: tassi di disoccupazione totale giovanile rispetto all'Unione Europea (UE 15=100); 1999





Appendice 1.1 - Indicatori per Provincia del Mezzogiorno

1	AVSIZE	= Dimensione media d'impresa	Adetti ind. manif. / Unità locali ind. manif.
2	VSE	= Quota di micro-imprese	Addetti ind. manif. classe 1-49 / Totale addetti ind. manif.
3	VAEMP	= Valore aggiunto per occupato	Valore aggiunto beni destinabili alla vendita / Totale addetti ind. manif.
4	SERVI	= Quota di servizi sul valore aggiunto	Valore aggiunto servizi / Valore aggiunto totale
5	AGRIC	= Quota dell'agricoltura sul valore aggiunto	Valore aggiunto agricoltura / Valore aggiunto totale
6	TRADE	= Saldo commerciale normalizzato	Export-Import / Export+Import
7	EXPEMP	= Esportazioni per occupato	Export / Totale occupati
8	ENER	= Consumi di energia pro-capite	Consumi di energia / Popolazione residente
9	BIRTH	= Saldo normalizzato nuove imprese	Registrazioni-Cancellazioni / Registrazioni+Cancellazioni
10	BANKRU	= Tasso di fallimento	Fallimenti / registrazioni
11	ACTRA	= Tasso di attività	Forza lavoro totale / Popolazione residente
12	UNEMP	= Tasso di disoccupazione	Persone in cerca di lavoro / Forza lavoro totale
13	EMPIND	= Quota occupazione ind. manif.	Addetti ind. manif. / Totale addetti
14	PUBEXP	= Spesa per opere pubbliche pro-capite	Spesa per opere pubbliche / Popolazione residente
15	STUDENT	= Tasso di istruzione secondaria	Studenti licenziati / Studenti iscritti
16	CULTEXP	= Spesa per attività culturali pro-capite	Spesa per attività culturali / Popolazione residente
17	CRIME	= Tasso di criminalità	Crimini denunciati / Popolazione residente
18	CIG-CASSA	= Integrazione guadagni	Ore autorizzate CIG / Totale occupati
19	FEMJOB	= Tasso femminile e liste collocamento	Donne iscritte liste di coll. / Totale iscritti liste coll.
20	PATENT	= Richieste di brevetto	Richieste di brevetto / Popolazione residente *1000
21	CREDIT	= Impieghi bancari	Impieghi bancari / Valore aggiunto totale
22	PENSION	= Spesa pensionistica pro-capite	Ammontare pensioni / Popolazione residente
23	HOSPIT	= Posti letto ospedalieri pro-capite	Posti letto ospedalieri / Popolazione residente *1000
24	DOCTOR	= Medici pro-capite	Medici / Popolazione residente *1000
25	VEHICLE	= Veicoli in circolazione pro-capite	Veicoli in circolazione / Popolazione residente

Fonti dei dati: ISTAT, Istituto Tagliacarne, Confindustria

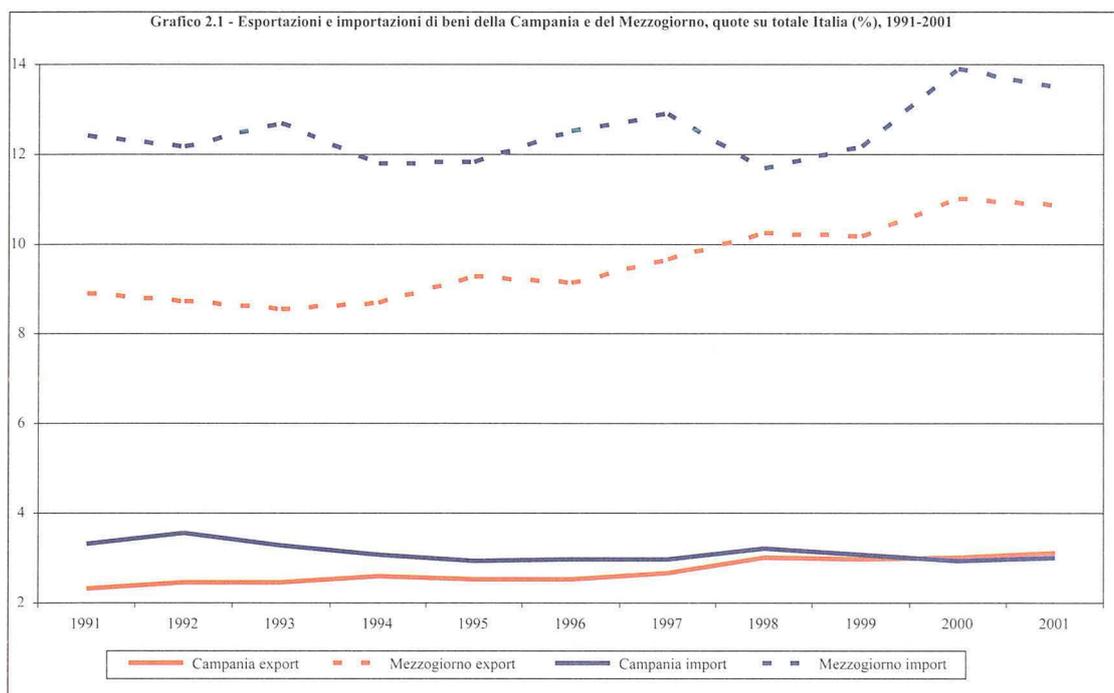


Tabella 2.1 - Esportazioni e importazioni per regione meridionale (var. % su anno precedente)

	EXPORT		
	1999/1998	2000/1999	2001/2000
	Abruzzo	-10,2	30,5
Molise	-1,0	2,0	8,3
Campania	-3,4	17,6	7,6
Puglia	-1,9	16,4	1,9
Basilicata	18,5	-2,8	7,0
Calabria	-6,3	33,7	-7,1
Sicilia	-4,7	57,7	-5,8
Sardegna	5,9	55,7	-7,0
MEZZOGIORNO	-3,0	27,3	2,2
ITALIA	-1,7	16,4	3,6
	IMPORT		
	1999/1998	2000/1999	2001/2000
	Abruzzo	16,7	20,1
Molise	16	6,4	35,1
Campania	-2,9	16,3	3,8
Puglia	1,5	21	4,1
Basilicata	12,8	31	8,7
Calabria	-5,9	15,8	8,9
Sicilia	17,5	72,2	-5,2
Sardegna	8,2	70,8	-15,5
MEZZOGIORNO	7,7	41,0	-2,3
ITALIA	4,1	23,6	0,7

Tabella 2.2 - Composizione settoriale delle esportazioni della Campania (%) - Anni 1992 e 2001

ATTIVITA ECONOMICA	CAMPANIA		ITALIA	MEZZOG.
	1992	2001	2001	2001
Prodotti dell'agri-coltura, caccia, silvicoltura e pesca	4,44	3,21	1,53	4,70
Prodotti delle miniere e delle cave	0,06	0,14	0,20	0,35
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	19,52	15,22	5,14	8,19
Prodotti delle industrie tessili (compresa la maglieria)	1,59	1,86	6,90	2,29
Articoli di abbigliamento (esclusa la maglieria); pellicce	2,60	2,92	3,68	3,50
Cuoio e prodotti in cuoio pelle e similari (comprese le calzature di qualsiasi materiale)	7,98	9,96	5,37	6,09
Legno e prodotti in legno (esclusi i mobili)	0,53	0,72	0,55	0,43
Pasta carta, carta e prodotti di carta; inclusi i prodotti e dell'editoria e della stampa	1,56	2,24	2,22	1,28
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari	0,38	0,12	1,83	13,29
Prodotti chimici e fibre sintetiche artificiali (compresi i prodotti farmaceutici)	7,35	7,35	9,48	8,57
Articoli in gomma e in materie plastiche	2,78	3,68	3,53	3,09
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi (esclusi gli articoli in materie plastiche)	1,24	1,66	3,46	2,17
Metalli e prodotti in metallo	3,64	3,82	8,00	5,91
Macchine e apparecchi meccanici	6,33	5,83	19,79	6,52
Macchine elettriche e apparecchiature elettriche, ottiche e di precisione	6,11	9,54	10,14	8,14
Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	15,29	17,27	7,68	14,41
Altri mezzi di trasporto	16,66	11,97	3,25	4,27
Mobili	0,61	1,14	3,46	5,02
Altri prodotti delle industrie manifatturiere (esclusi i mobili)	0,98	0,69	2,97	0,78
Energia elettrica, gas, acqua e prodotti dei servizi (a)	0,31	0,66	0,81	1,01
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00

(a) Attività informatiche, professionali e di altri servizi pubblici sociali e personali. Fonte ISTAT

**Tabella 2.2bis - Campania e Mezzogiorno: specializzazione settoriale dell'export rispetto all'Italia:
Indice di Vantaggio Rivelato Comparato (RCA)**

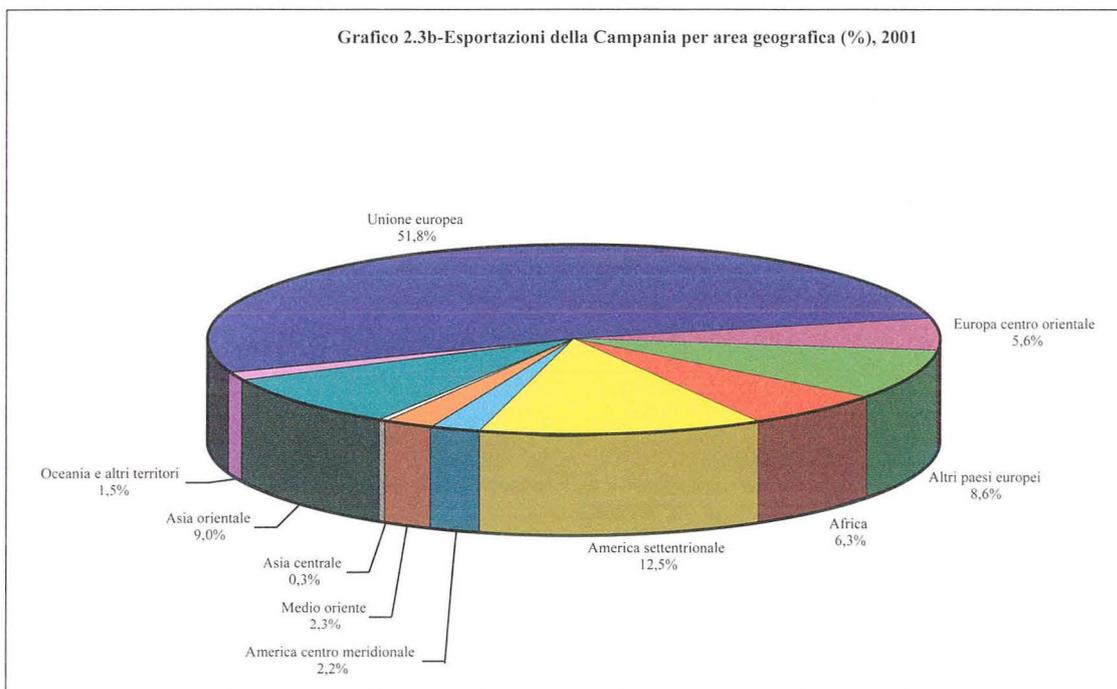
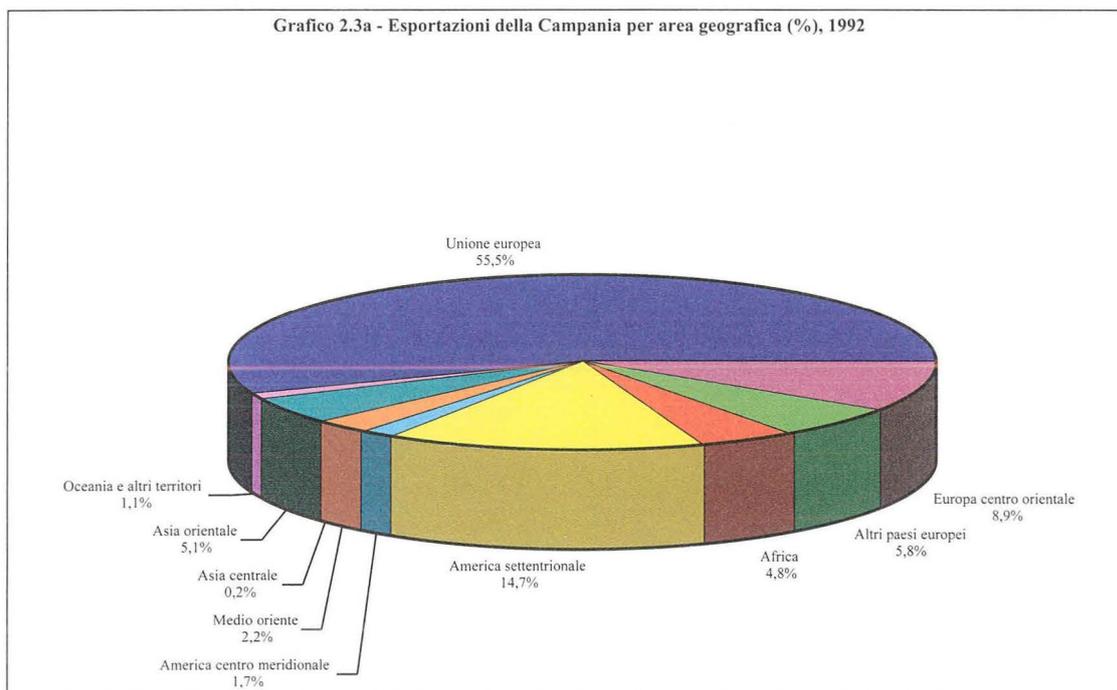
ATTIVITA ECONOMICA	1992		2001	
	RCA Campania	RCA Mezzogiorno	RCA Campania	RCA Mezzogiorno
Agric., caccia, silvicoltura, pesca	2,312	3,610	2,093	3,065
Minerali energetici e non energetici	0,253	2,502	0,712	1,750
Alimentari, bevande e tabacco	3,531	2,000	2,963	1,594
Prodotti tessili (incluso maglieria)	0,189	0,243	0,269	0,331
Abbigliamento, pellicce	0,694	0,681	0,795	0,952
Cuoio, prodotti in cuoio, pelle e similari (incluso calzature)	1,437	1,240	1,856	1,134
Legno, prodotti in legno (escluso i mobili)	1,094	0,452	1,308	0,785
Pasta da carta, carta, prodotti di carta, editoria e stampa	0,745	0,461	1,010	0,577
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari	0,199	8,225	0,065	7,250
Prodotti chimici, fibre sintetiche e artificiali (inclusi farmaceutici)	0,980	1,209	0,775	0,904
Articoli in gomma e in materie plastiche	0,813	0,791	1,042	0,875
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	0,309	0,694	0,480	0,626
Metalli e prodotti in metallo	0,433	0,923	0,478	0,738
Macchine e apparecchi meccanici	0,324	0,244	0,294	0,329
Macchine elettriche e apparecchiature elettriche, ottiche e di precisione	0,623	0,310	0,940	0,802
Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	2,078	1,671	2,249	1,877
Altri mezzi di trasporto	5,364	2,130	3,687	1,315
Mobili	0,189	0,757	0,329	1,452
Altri prodotti delle industrie manifatturiere	0,297	0,210	0,233	0,261
Energia elettrica, gas, acqua e prodotti dei servizi (a)	0,774	1,857	0,811	1,239
Totale	1,000	1,000	1,000	1,000

(a) Attività informatiche, professionali e di altri servizi pubblici sociali e personali. *Fonte ISTAT*

Tabella 2.3 - Composizione settoriale delle importazioni della Campania (%) - Anni 1992 e 2001

ATTIVITA ECONOMICA	CAMPANIA		ITALIA MEZZOG.	
	1992	2001	2001	2001
Prodotti dell'agri-coltura, caccia, silvicoltura e pesca	12,01	6,60	3,37	4,29
Prodotti delle miniere e delle cave	6,03	0,12	11,03	39,39
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	12,41	10,69	6,93	6,21
Prodotti delle industrie tessili (compresa la maglieria)	3,33	4,29	3,49	2,07
Articoli di abbigliamento (esclusa la maglieria); pellicce	0,98	1,36	1,76	1,05
Cuoio e prodotti in cuoio pelle e similari (comprese le calzature di qualsiasi materiale)	1,66	5,25	2,47	2,84
Legno e prodotti in legno (esclusi i mobili)	2,42	1,51	1,24	0,93
Pasta carta, carta e prodotti di carta; inclusi i prodotti e dell'editoria e della stampa	1,51	1,68	2,56	1,19
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari	5,48	3,58	1,77	6,29
Prodotti chimici e fibre sintetiche artificiali (compresi i prosotti farmaceutici)	4,22	10,29	12,95	6,92
Articoli in gomma e in materie plastiche	1,21	1,43	2,05	1,36
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi (esclusi gli articoli in materie plastiche)	1,69	1,39	1,12	0,87
Metalli e prodotti in metallo	9,69	10,35	9,76	4,93
Macchine e apparecchi meccanici	4,83	5,33	7,85	4,47
Macchine elettriche e apparecchiature elettriche, ottiche e di precisione	7,64	11,95	14,05	5,80
Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	14,22	7,89	11,50	4,93
Altri mezzi di trasporto	9,09	12,55	2,82	4,23
Mobili	0,14	0,51	0,40	0,37
Altri prodotti delle industrie manifatturiere (esclusi i mobili)	1,38	1,81	1,24	0,62
Energia elettrica, gas, acqua e prodotti dei servizi (a)	0,06	1,43	1,61	1,24
Totale	100,00	100,00	100,00	100,00

(a) Attività informatiche, professionali e di altri servizi pubblici sociali e personali. Fonte ISTAT



**Tabella 2.4 - Campania e Mezzogiorno: specializzazione geografica dell'export rispetto all'Italia:
Indice di Vantaggio Rivelato Comparato (RGA)**

AREA GEOGRAFICA	1992		2001	
	RGA Campania	RGA Mezzogiorno	RGA Campania	RGA Mezzogiorno
Unione europea	0,899	0,940	0,966	1,026
Europa centro orientale	1,886	1,338	0,593	0,834
Altri paesi europei	0,906	0,851	1,408	1,037
Africa settentrionale	0,921	1,997	0,821	1,635
Altri paesi africani	1,744	1,149	3,503	1,742
America settentrionale	1,907	1,346	1,172	1,103
America centro meridionale	0,617	0,611	0,574	0,516
Medio oriente	0,502	0,907	0,627	0,818
Asia centrale	0,280	2,520	0,407	0,392
Asia orientale	0,766	1,209	0,775	0,904
Oceania e altri territori	1,133	1,193	1,151	0,866
Mondo	1,000	1,000	1,000	1,000

Tabella 2.4bis - Esportazioni della Campania per settore e area geografica di destinazione (%) - Anno 2001

ATTIVITA ECONOMICA	AREA DI DESTINAZIONE						
	Unione europea	Altri paesi europei non Ue	Africa	America	Asia	Oceania e altri territori	Mondo
Prodotti dell'agricoltura, della caccia, della silvicoltura e della pesca	66,7	19,2	2,5	8,5	3,0	—	100,0
Minerali energetici e non energetici	—	—	—	75,3	20,0	—	100,0
Prodotti alimentari, bevande e tabacco	52,1	6,4	16,3	14,7	8,1	2,4	100,0
Prodotti delle industrie tessili (compreso la maglieria)	38,6	19,6	17,7	14,4	9,1	0,7	100,0
Articoli di abbigliamento (esclusa la maglieria): pellicce	28,7	21,7	11,9	26,8	9,5	1,5	100,0
Cuoio e prodotti in cuoio, pelle e similari (comprese le calzature di qualsiasi materiale)	19,9	15,5	3,7	10,8	49,2	0,8	100,0
Legno e prodotti in legno (escluso i mobili)	37,5	6,9	1,8	23,1	29,5	1,2	100,0
Pasta da carta, carta e prodotti di carta; prodotti dell'editoria e della stampa	62,4	9,3	6,0	6,0	8,9	7,4	100,0
Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili nucleari	68,3	14,7	6,5	—	8,8	—	100,0
Prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali (compresi i prodotti farmaceutici)	45,1	38,1	2,0	5,5	9,1	0,3	100,0
Articoli in gomma e in materie plastiche	62,2	9,2	4,1	14,5	7,6	2,3	100,0
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi (esclusi gli articoli in materie plastiche)	34,0	8,9	9,5	33,0	13,4	1,1	100,0
Metalli e prodotti in metallo	57,9	10,7	10,4	8,3	11,4	1,2	100,0
Macchine e apparecchi meccanici	62,2	11,9	5,8	9,1	9,3	1,7	100,0
Macchine elettriche e apparecchiature elettriche, ottiche e di precisione	70,6	7,5	7,2	6,2	8,1	0,3	100,0
Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	85,4	7,7	2,0	0,9	3,0	1,0	100,0
Altri mezzi di trasporto	16,6	26,0	2,2	47,1	6,1	2,0	100,0
Mobili	14,2	5,5	3,5	64,7	9,1	2,9	100,0
Altri prodotti delle industrie manifatturiere (esclusi i mobili)	36,0	—	—	1,7	—	6,3	100,0
Energia elettrica, gas, acqua e prodotti dei servizi (a)	90,7	19,2	2,5	8,5	3,0	—	100,0
Totale	51,8	14,1	6,3	14,7	11,6	1,5	100,0

(a) Attività informatiche, professionali e di altri servizi pubblici sociali e personali. Fonte ISTAT

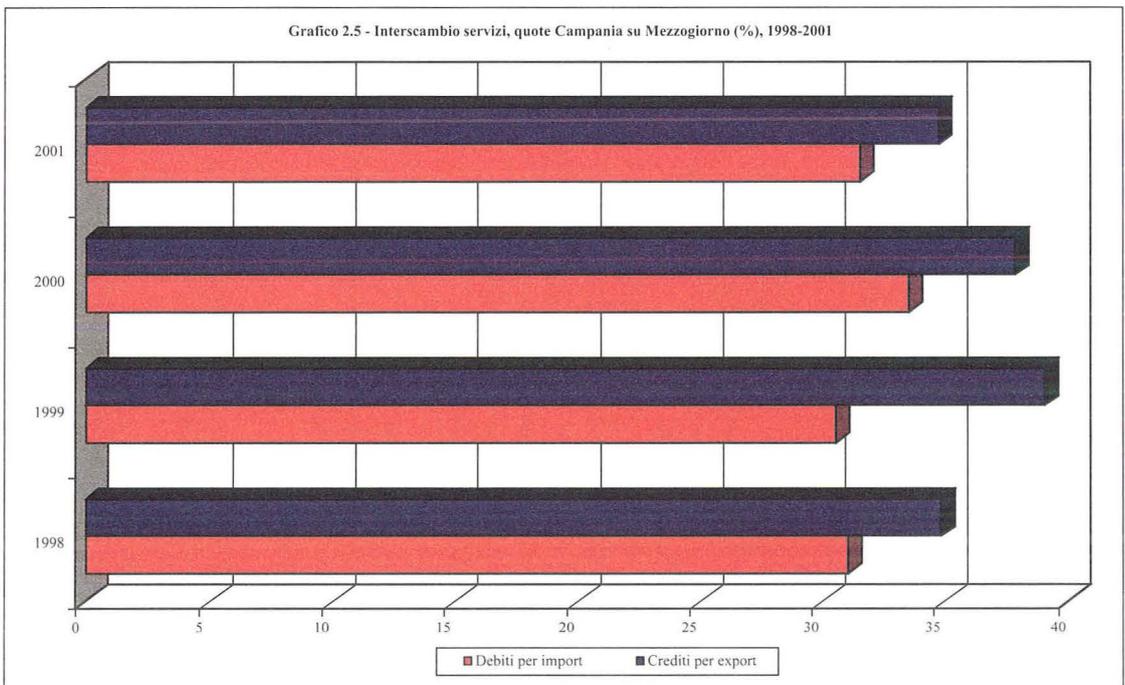
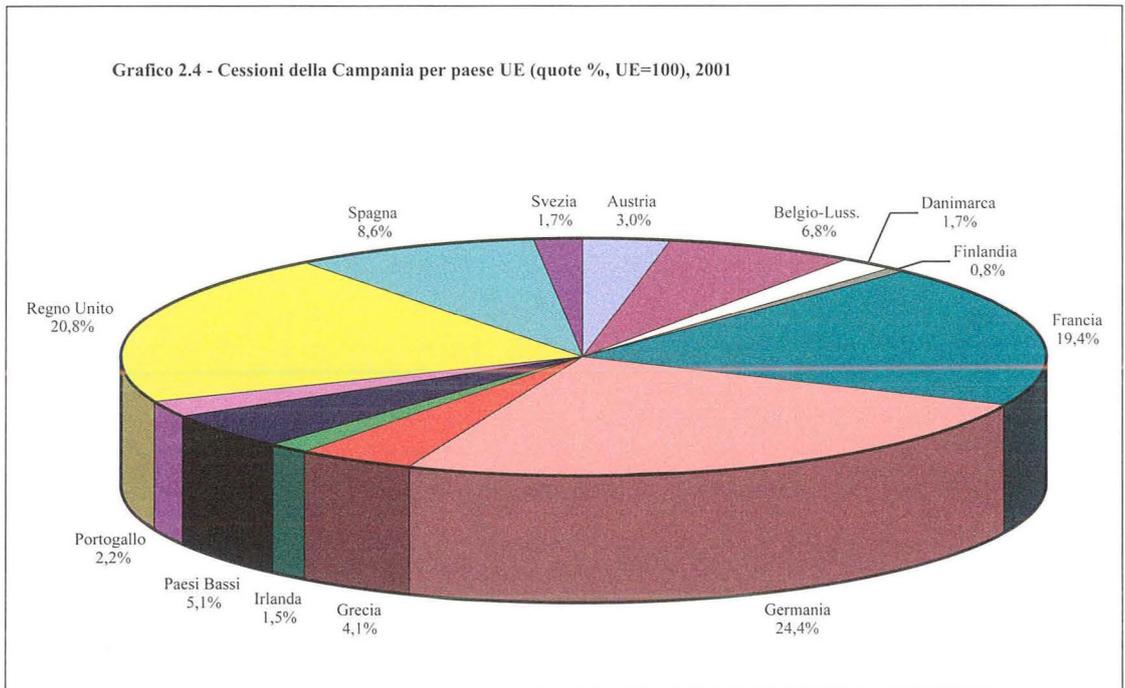


Tabella 2.5 - Crediti per esportazioni di servizi per tipologia (%), 2001

	CAMPANIA	MEZZOGIORNO	ITALIA
Assicurazioni	0,31	0,13	1,91
Comunicazioni	–	0,45	2,48
Costruzioni	0,46	1,47	2,85
Trasporti	–	–	14,25
Viaggi	88,10	85,43	44,93
Servizi finanziari	1,84	0,88	0,71
Servizi informatici	0,15	0,24	0,61
Royalties e licenze	0,15	0,29	0,77
Altri servizi	7,29	7,97	29,54
Servizi personali	0,23	0,27	0,94
Servizi per il governo	1,46	2,86	1,00
TOTALE	100,00	100,00	100,00

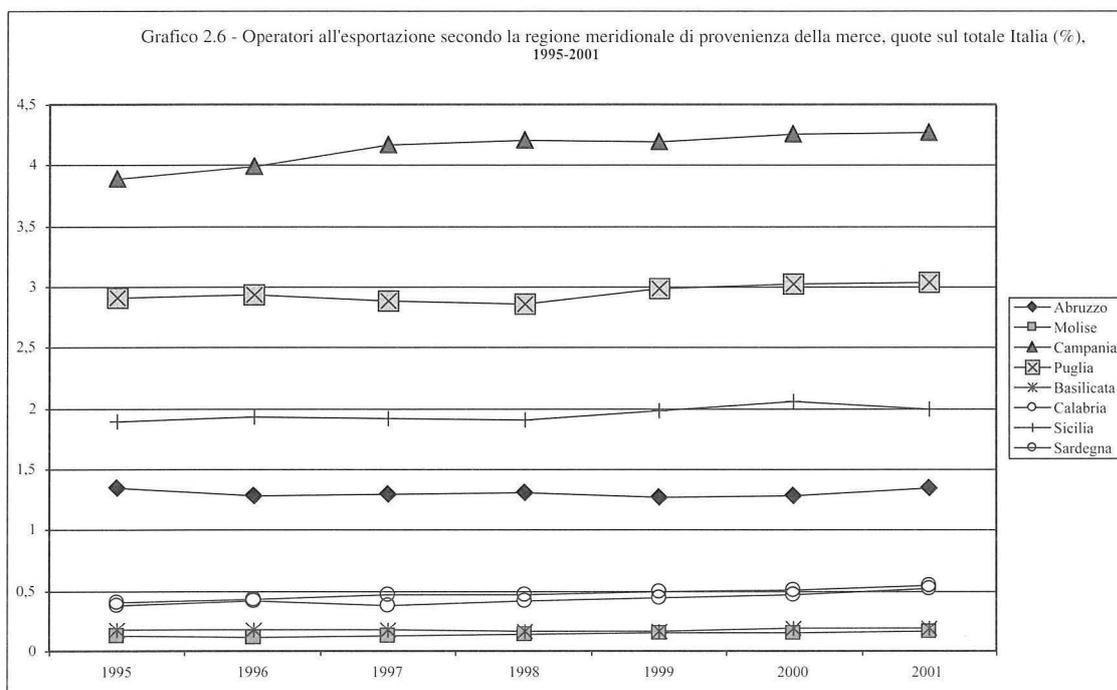
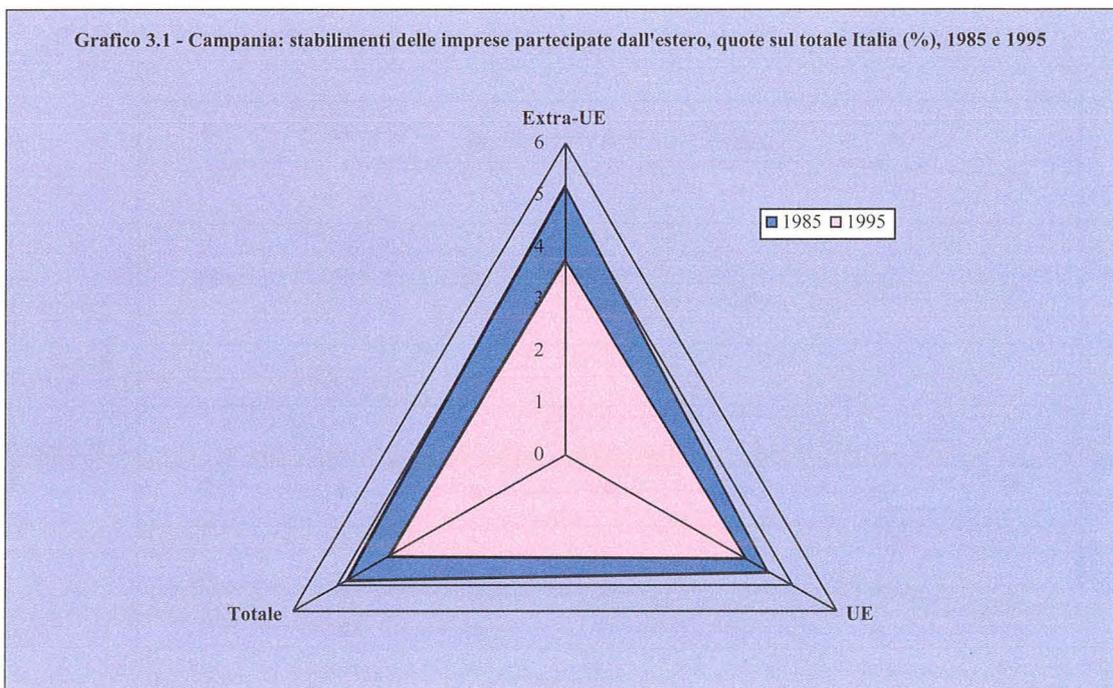


Tabella 3.1 - Stabilimenti delle imprese a partecipazione estera per regione meridionale, quote sul totale del Mezzogiorno (%), 1985 e 1995

REGIONI	1985			1995		
	Extra UE	UE	Totale	Extra UE	UE	Totale
Abruzzo	10,5	23,6	17,2	26,0	22,5	23,8
Molise	2,9	2,7	2,8	5,8	2,2	3,5
Campania	43,8	35,5	39,5	35,6	33,0	33,9
Puglia	15,2	8,2	11,6	12,5	12,6	12,6
Basilicata	0,0	2,7	1,4	3,8	5,5	4,9
Calabria	1,9	3,6	2,8	1,9	3,3	2,8
Sicilia	13,3	12,7	13,0	9,6	11,5	10,8
Sardegna	12,4	10,9	11,6	4,8	9,3	7,7
Mezzogiorno	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0



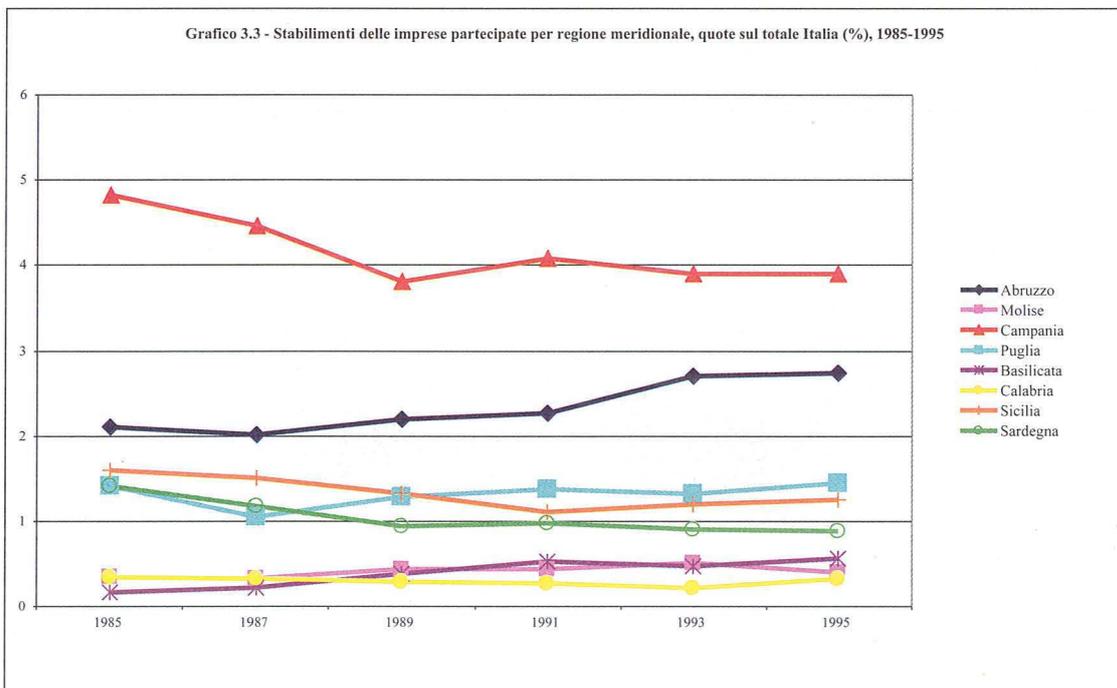
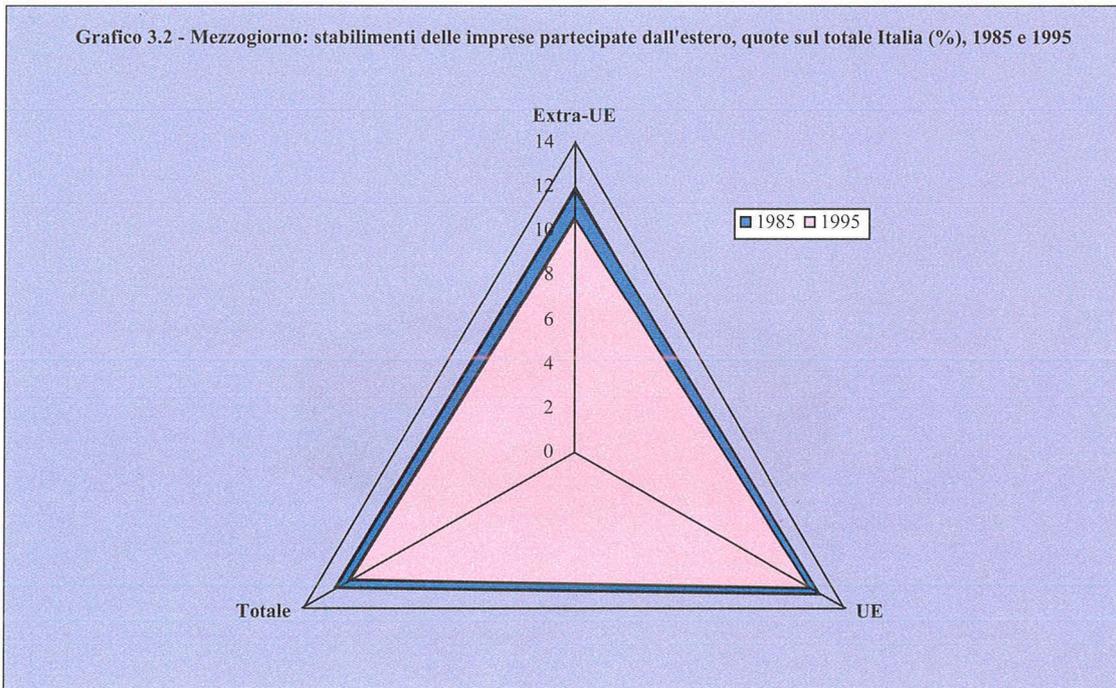


Grafico 3.4a - Campania: stabilimenti delle imprese partecipate dall'area EXTRA-UE per settore, 1985

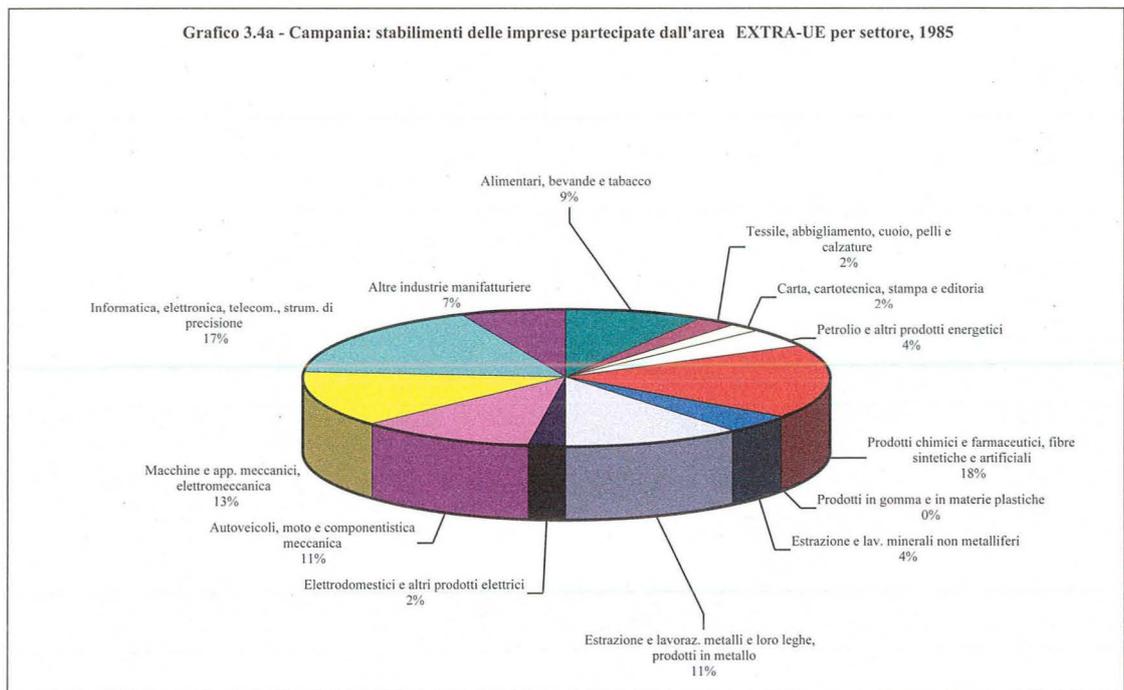


Grafico 3.4b - Campania: stabilimenti delle imprese partecipate dall'UE per settore, 1985

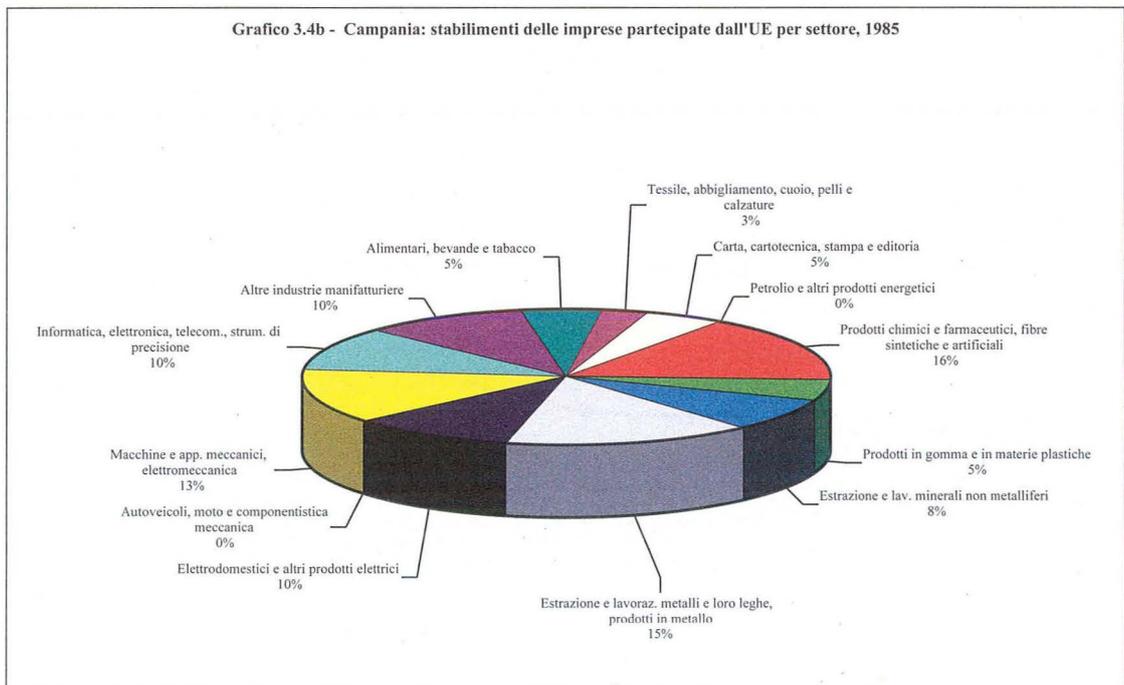


Gráfico 3.5a - Campania: stabilimenti delle imprese partecipate dall'area EXTRA-UE per settore, 1995

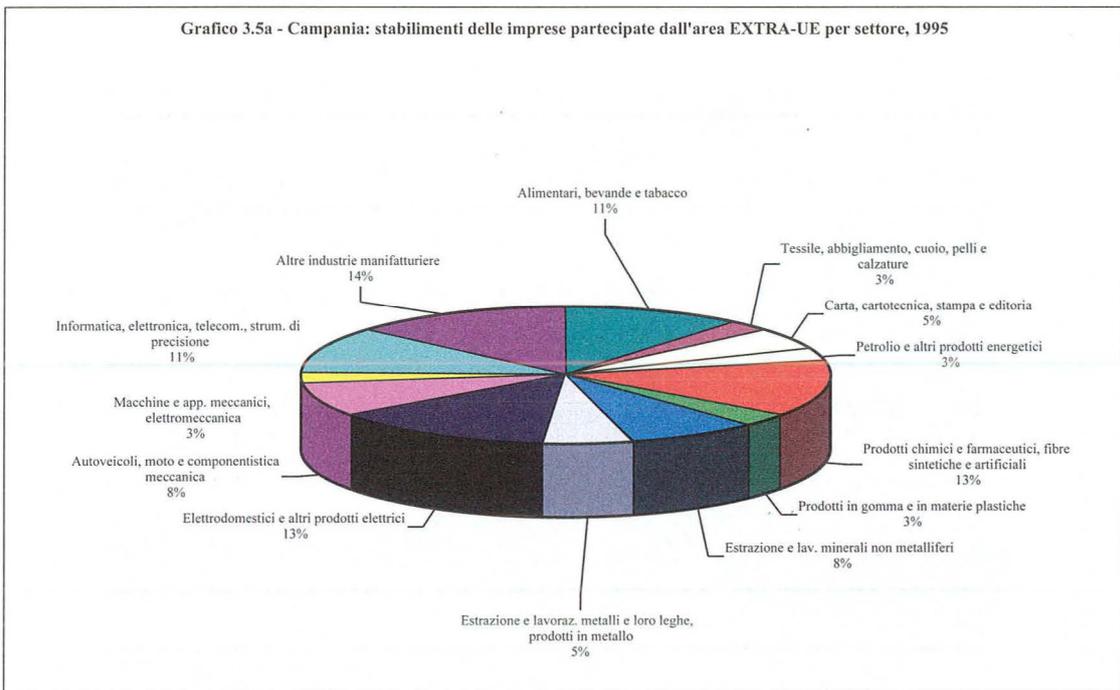


Gráfico 3.5b - Campania: stabilimenti delle imprese partecipate dall'UE per settore, 1995

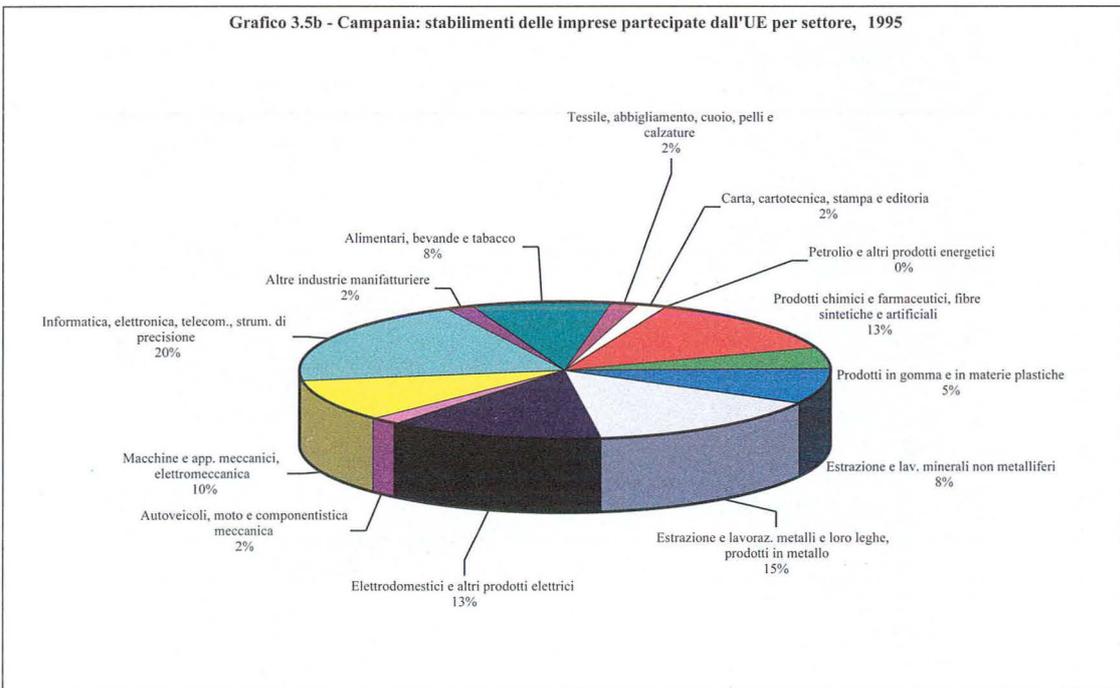


Grafico 3.6 - Campania: stabilimenti delle imprese partecipate dall'estero per settore, quota sul totale Italia (%)

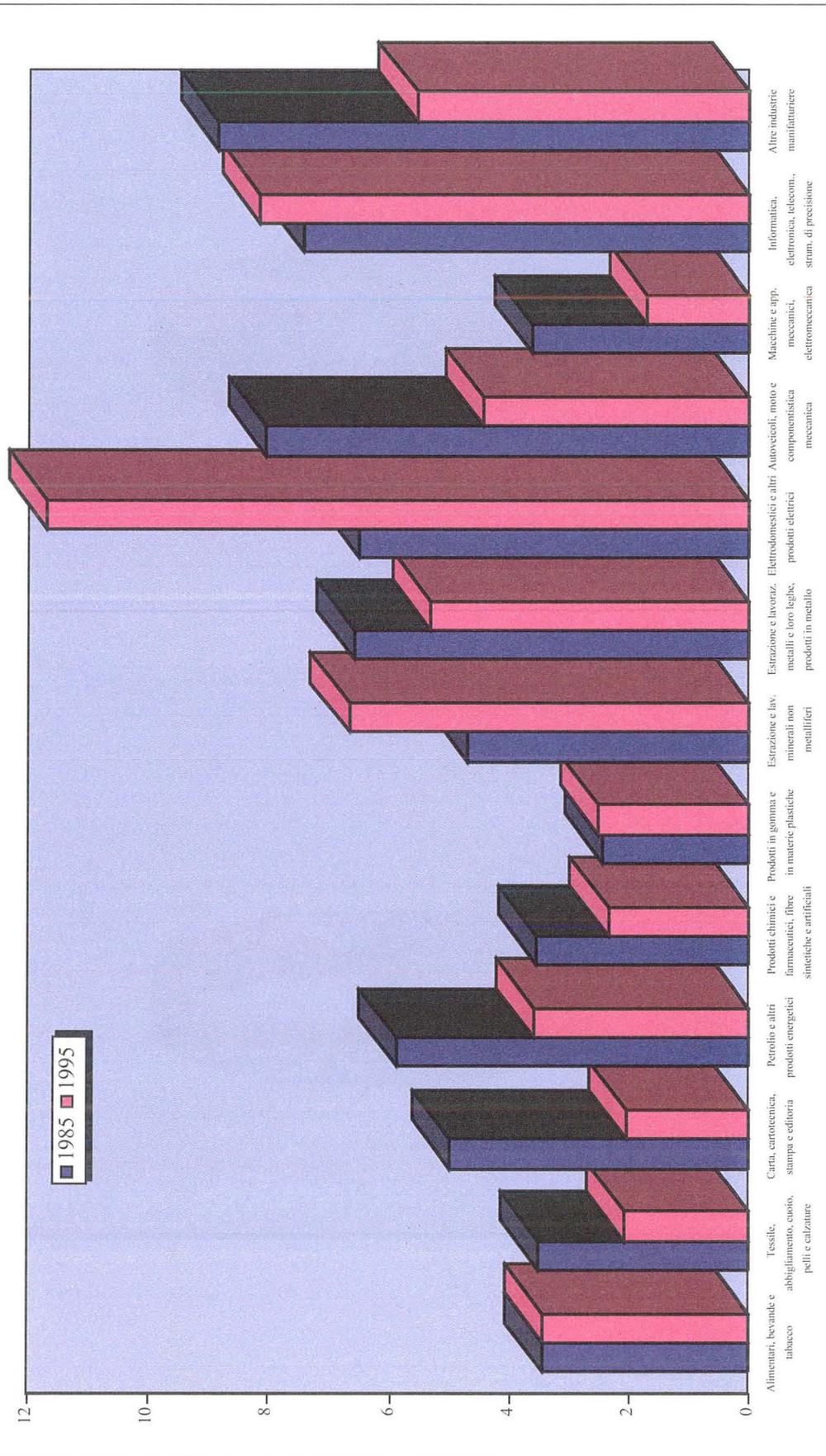


Grafico 3.7a - Campania: stabilimenti delle imprese partecipate dall'area EXTRA-UE per categoria di Pavitt, 1985

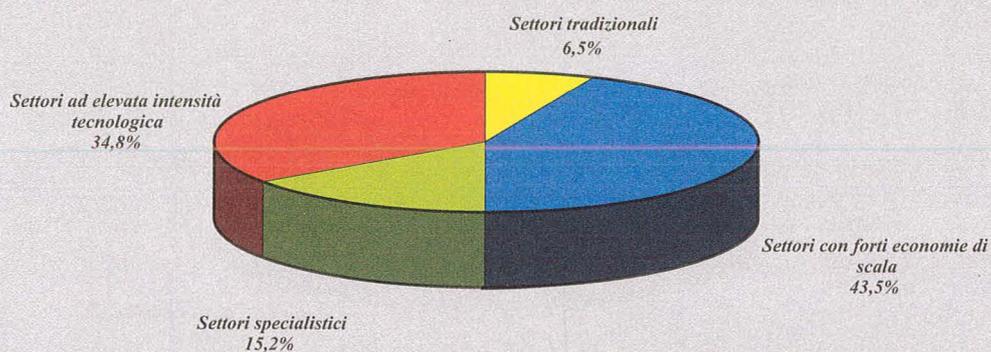


Grafico 3.7b - Campania: stabilimenti delle imprese partecipate dall'UE per categoria di Pavitt, 1985

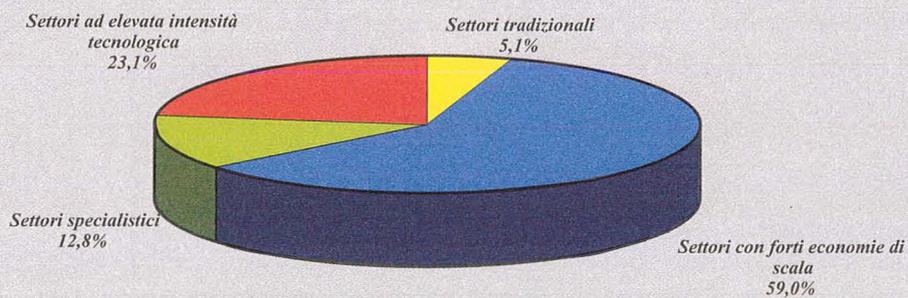


Grafico 3.8a - Campania: stabilimenti delle imprese partecipate dall'area EXTRA-UE per categoria di Pavitt, 1995

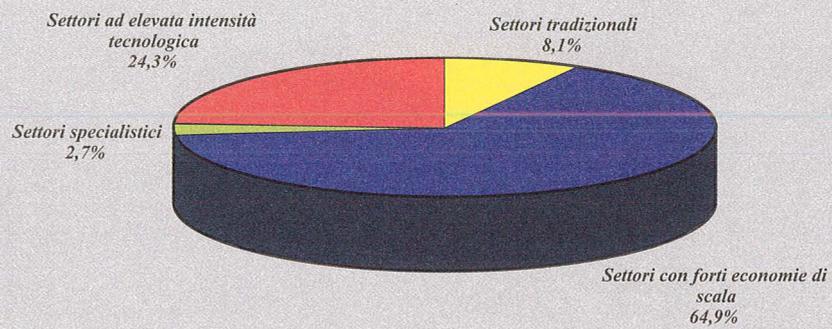


Grafico 3.8b - Campania: stabilimenti delle imprese partecipate dall'UE per categoria di Pavitt, 1995

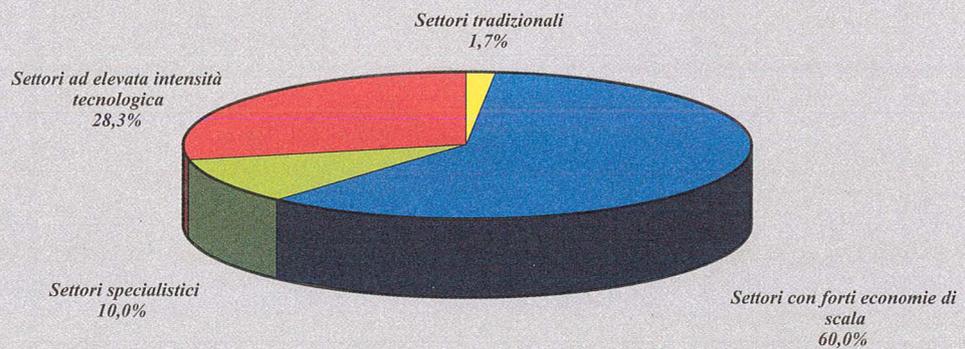


Grafico 3.9 - Investimenti diretti dall'estero per regione meridionale (quote sul totale Mezzogiorno, %), 2000

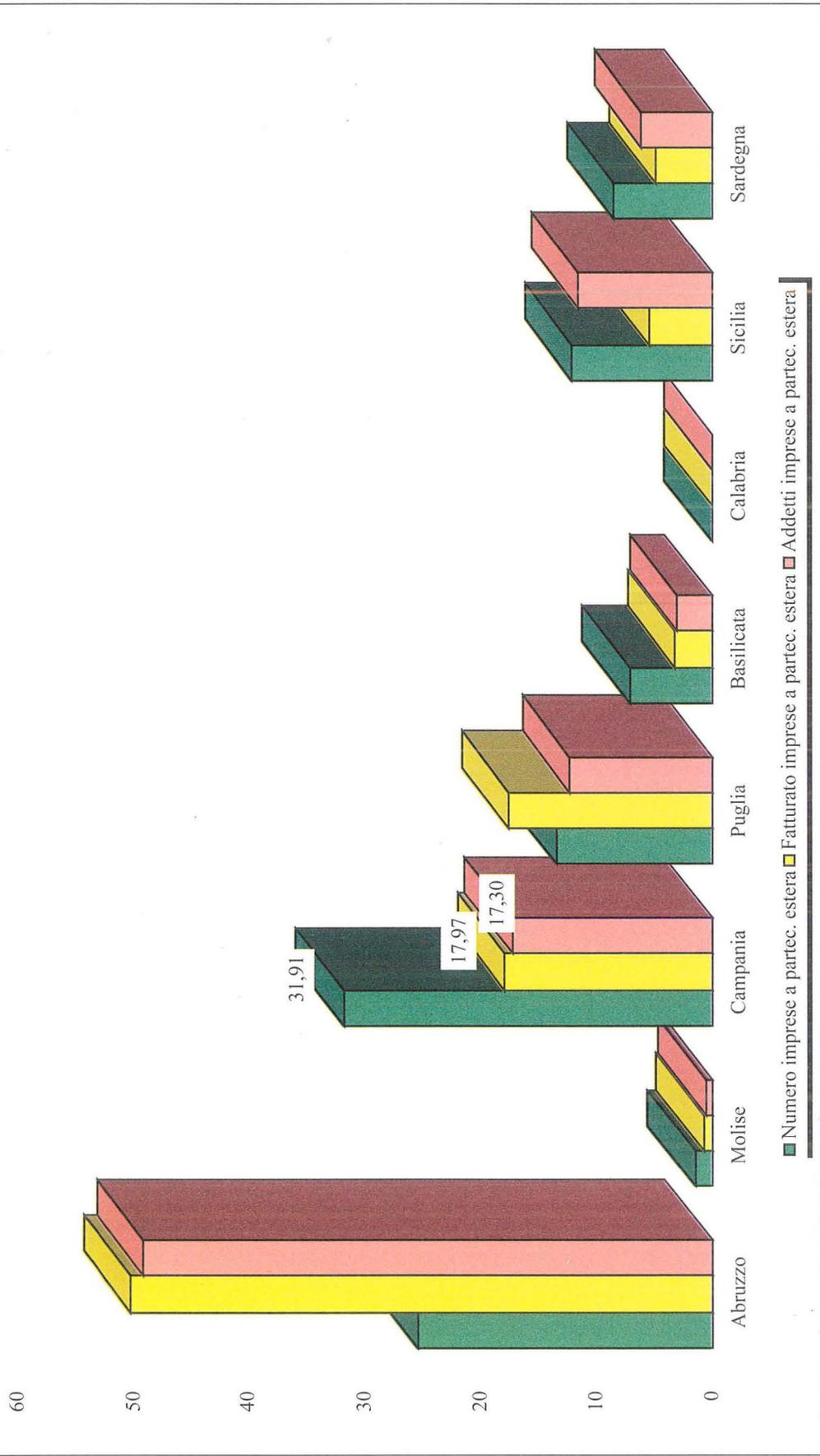


Grafico 3.10a - Campania: investimenti diretti dall'estero (quote sul totale Mezzogiorno, %), 1998 e 2000

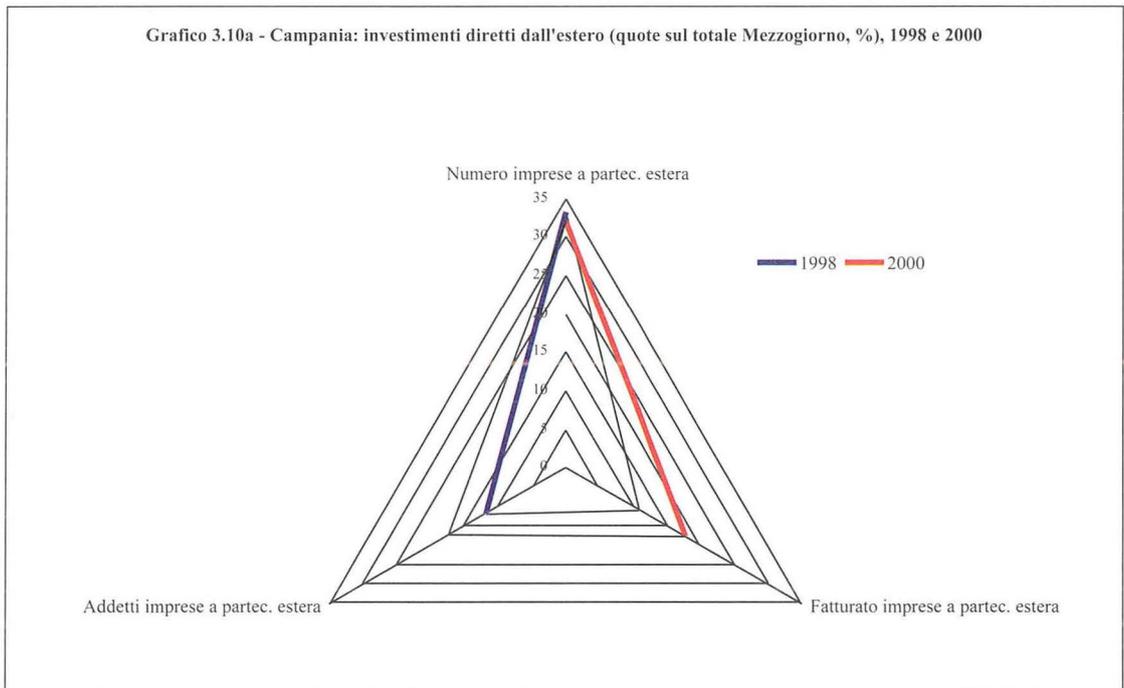


Grafico 3.10b - Campania: investimenti diretti dall'estero (quote sul totale Italia, %), 1998 e 2000

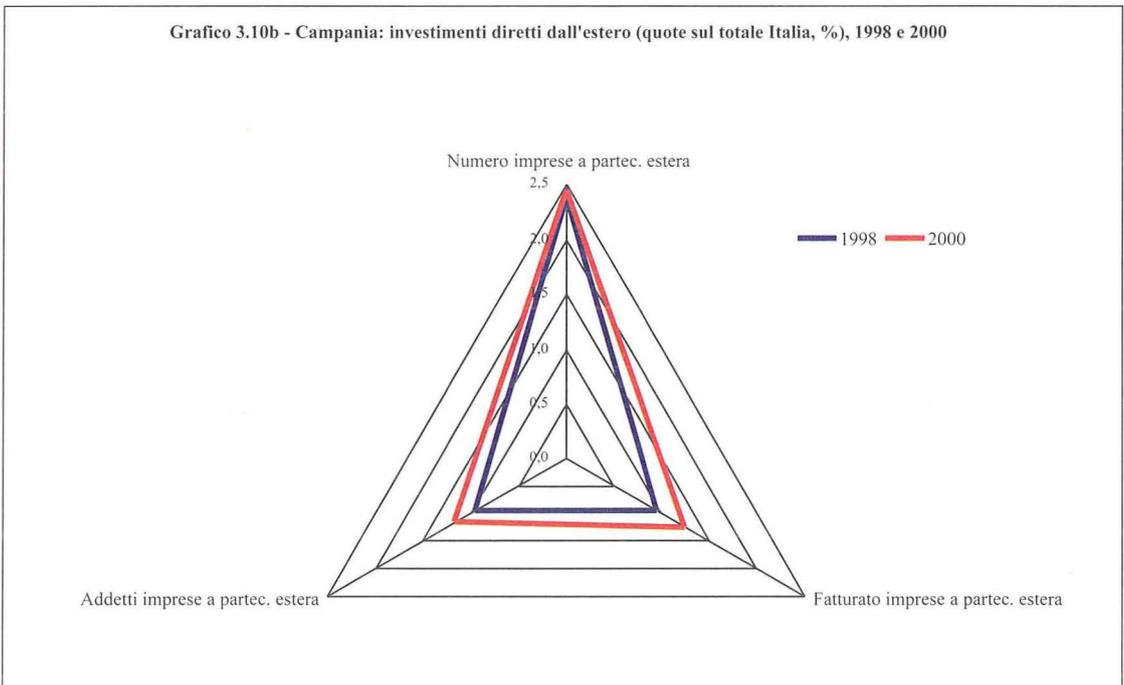


Grafico 3.11 - Campania: composizione settoriale del fatturato delle imprese a partecipazione estera (%), 1998 e 2000

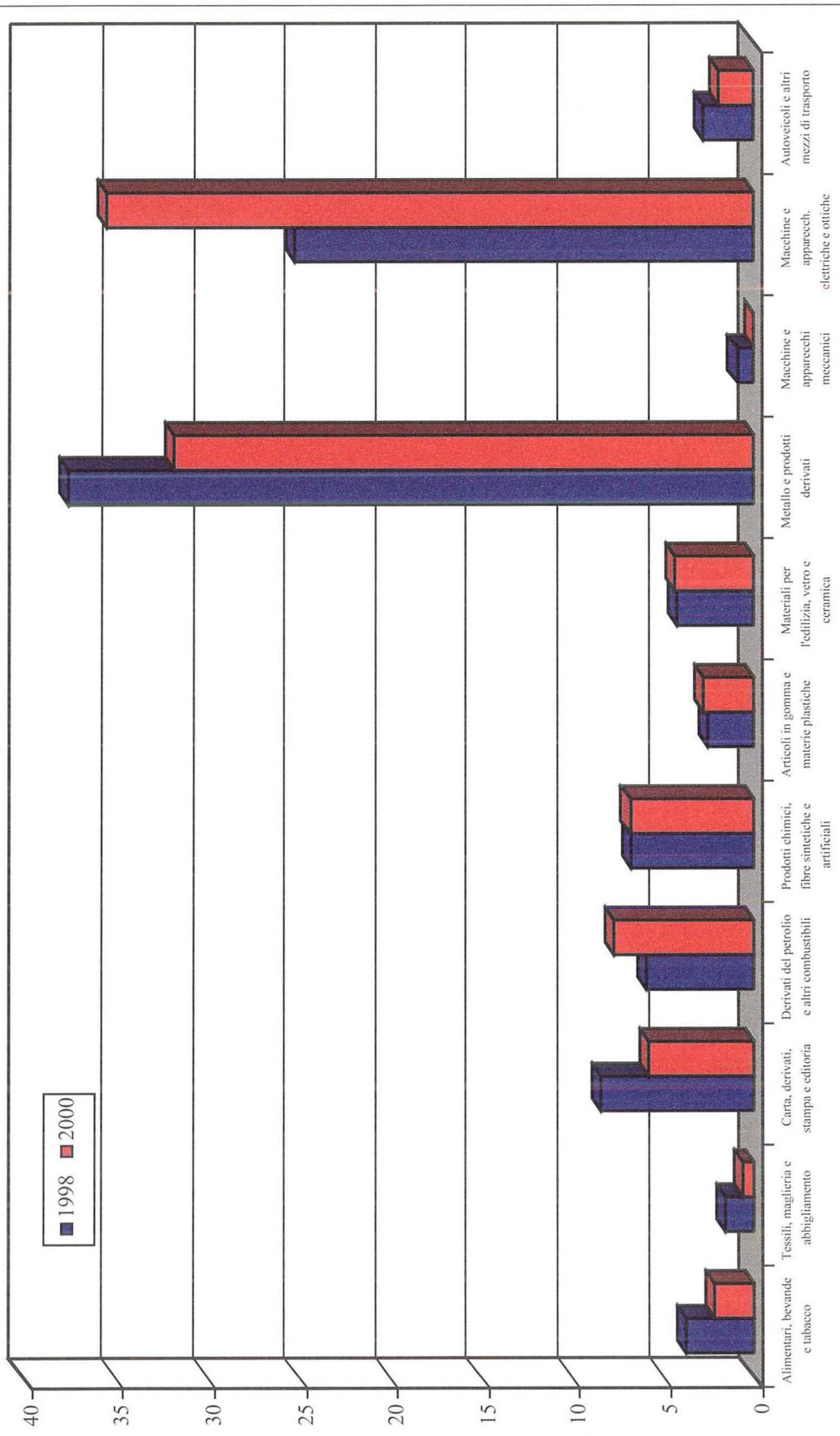


Grafico 3.12 - Campania: composizione settoriale dell'occupazione delle imprese a partecipazione estera (%), 1998 e 2000

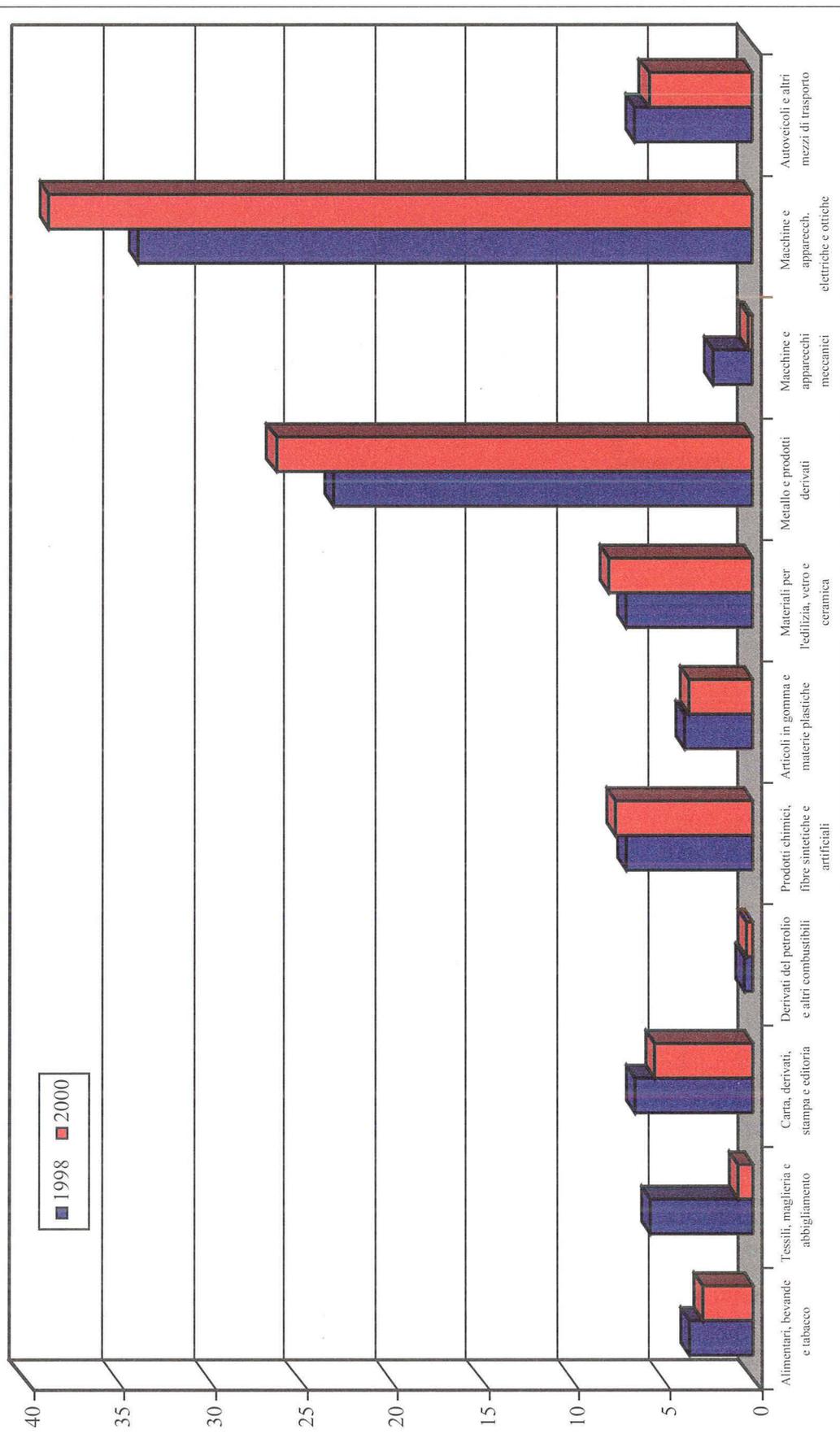
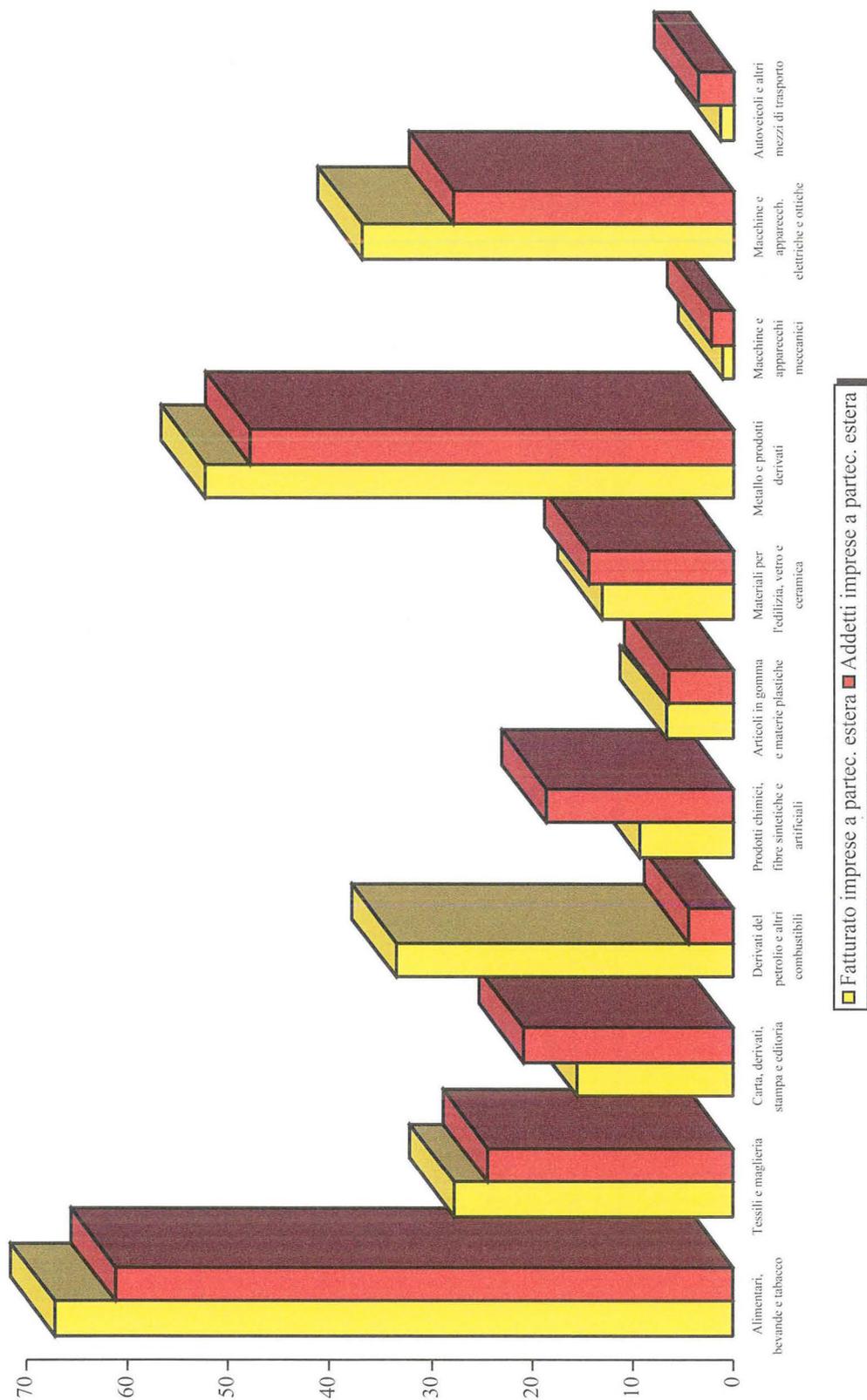


Grafico 3.13 - Campania: investimenti diretti dall'estero per settore (quote sul totale Mezzogiorno, %), 2000



■ Fatturato imprese a partec. estera ■ Addetti imprese a partec. estera

Tabella 4.1 - Campania: esportazioni pro-capite per provincia, indicatori per il 1985 e il 2000

Province	Export pro-capite 1985 (000 di lire)	Export pro-capite 2000 (000 di lire)	Export pro-capite 1985 (Italia = 100)	Export pro-capite 2000 (Italia = 100)	Export pro-capite 1985 (Mezzogiorno = 100)	Export pro-capite 2000 (Mezzogiorno = 100)
AVELLINO	805,6	4168,3	31,6	48,2	94,9	157,5
BENEVENTO	70,9	393,8	2,8	4,6	8,4	14,9
CASERTA	466,1	2615,4	18,3	30,3	54,9	98,8
NAPOLI	925,5	2742,1	36,3	31,7	109,1	103,6
SALERNO	583,8	2010,9	22,9	23,3	68,8	76,0

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Grafico 4.1 - Tasso di crescita medio annuo composto dell'export per provincia meridionale rispetto alla media del Mezzogiorno, 1985-2000

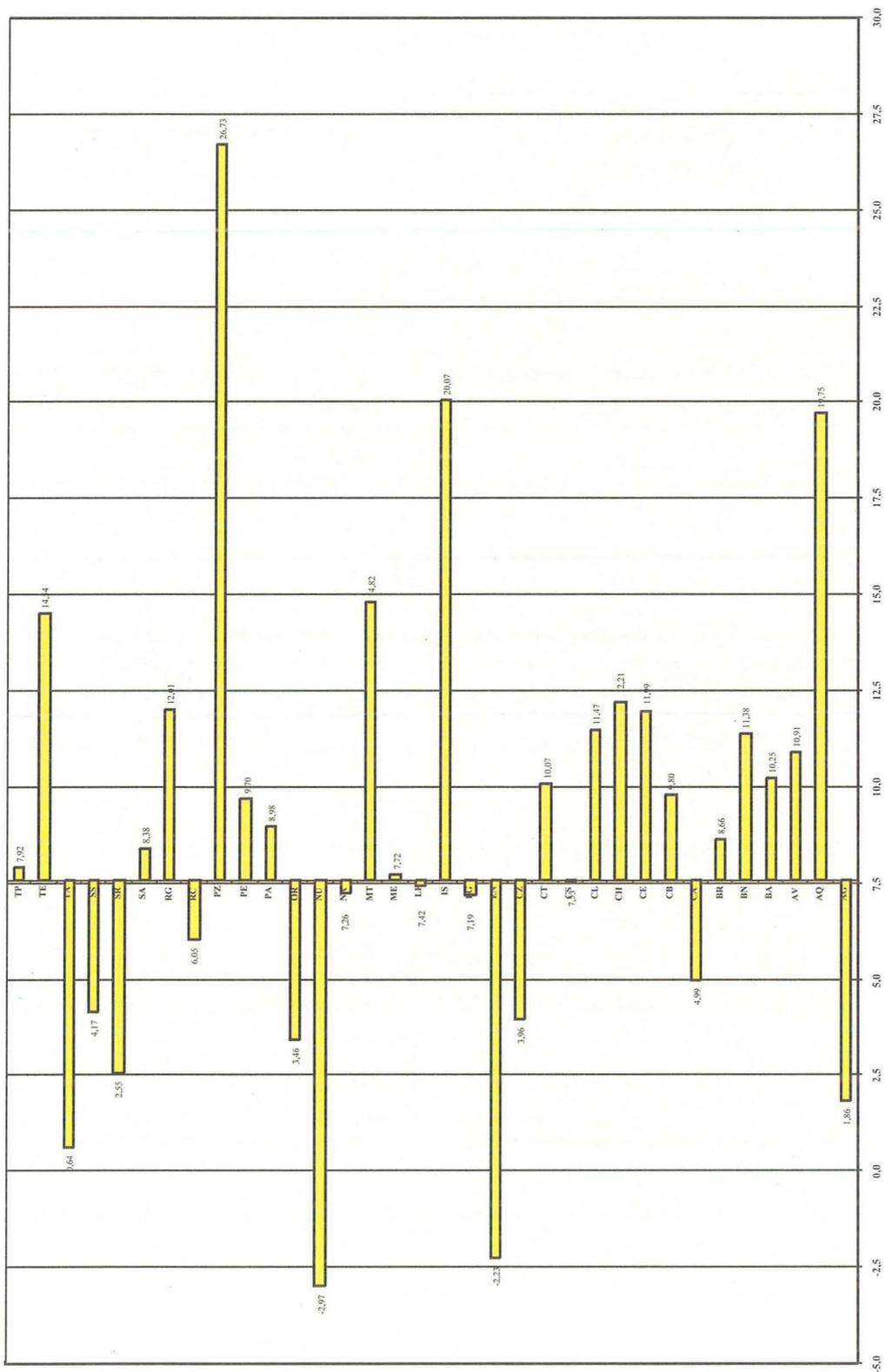


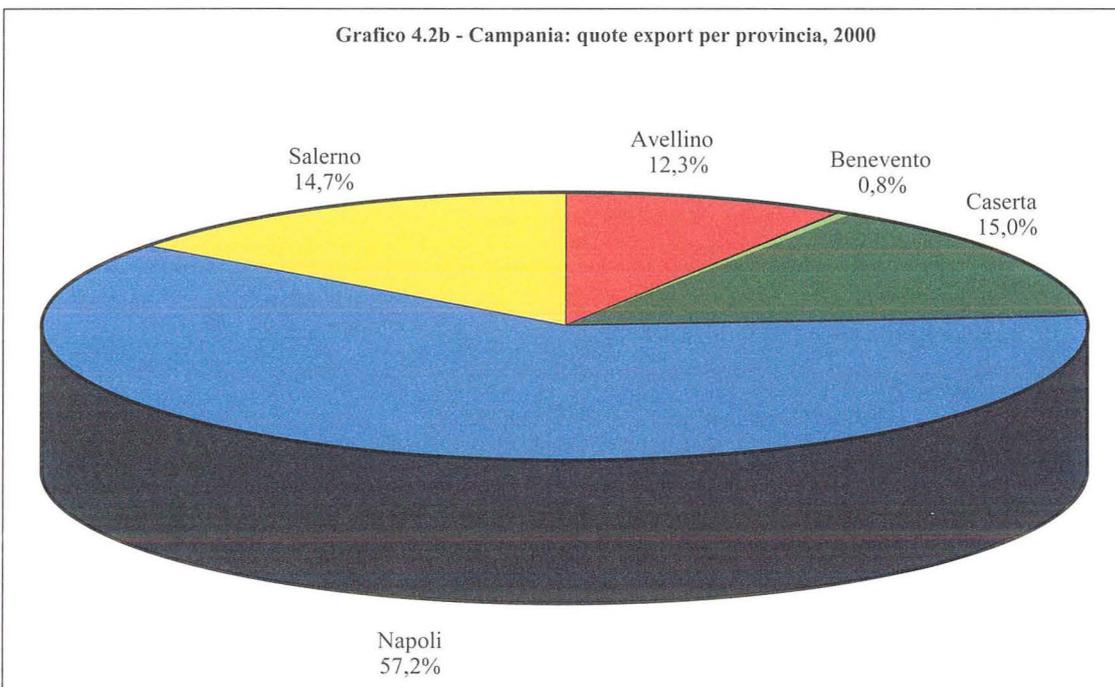
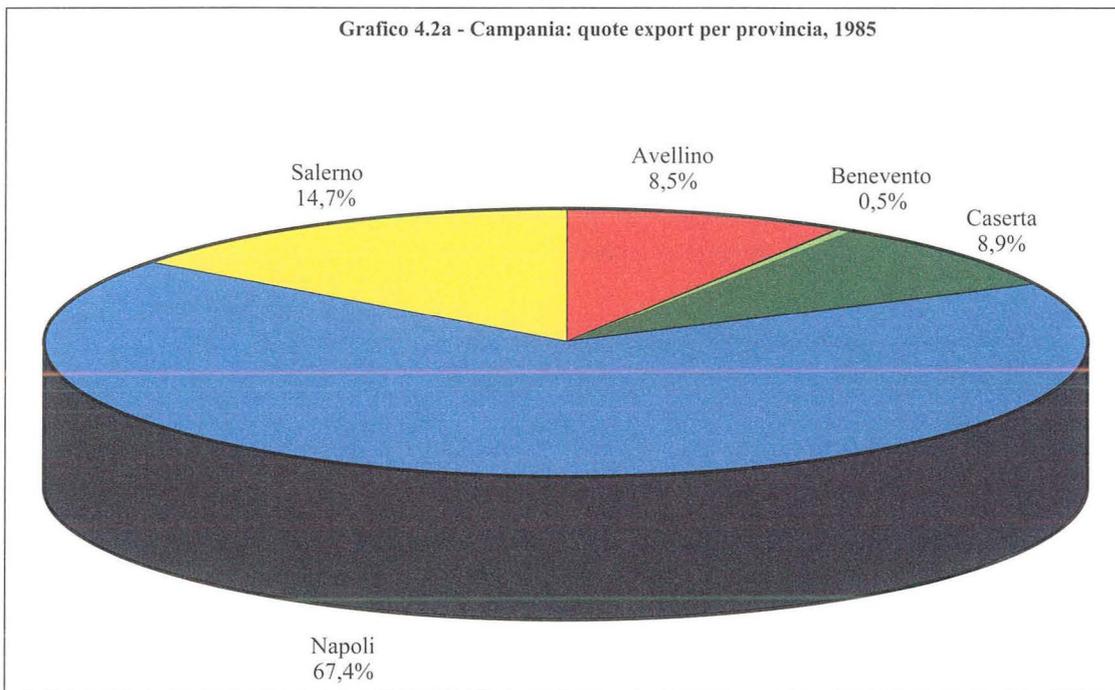
Figura 4.1 - Dinamica delle specializzazioni all'Export delle province del Mezzogiorno italiano

CONSOLIDAMENTO DEL PROFILO DI SPECIALIZZAZIONE INIZIALE		
STABILITA' AG, CB, NU, SS	CONCENTRAZIONE CA, CT, SR, TA, TE, TP	
CAMBIAMENTO DEL PROFILO DI SPECIALIZZAZIONE INIZIALE		
ROTTURA (CAMBIAMENTO RADICALE) BN, CE, CZ, EN, MT, PZ	EVOLUZIONE DIVERSIFICAZIONE AQ, AV, BA, CH, FG, LE, NA, OR, PA, PE, RC, RG, SA	
	SLITTAMENTO BR, CL, CS, IS, ME	

Tabella 4.2 - Graduatoria delle prime 10 province esportatrici del Mezzogiorno, 1985 e 200

1985				1985			
PROVINCE	Quota su Mezzogiorno (%)	Quota cumulata (%)		PROVINCE	Quota su Mezzogiorno (%)	Quota cumulata (%)	
1 SR	20,8	20,8		1 NA	15,4	15,4	
2 NA	16,1	36,9		2 BA	10,4	25,8	
3 CA	10,4	47,3		3 CH	9,7	35,6	
4 TA	9,5	56,8		4 SR	9,7	45,3	
5 BA	7,0	63,8		5 CA	7,1	52,3	
6 CH	4,9	68,7		6 CE	4,0	56,4	
7 SA	3,5	72,3		7 SA	4,0	60,3	
8 LE	2,9	75,1		8 AQ	3,6	63,9	
9 CT	2,4	77,5		9 CT	3,4	67,3	
10 FG	2,2	79,7		10 AV	3,3	70,7	

Fonte: elaborazioni su dati Istat



Appendice 4.1 - Aggregazione a 77 settori dalla classificazione a 236 settori NACE-CLIO

- 1 prodotti dell'agricoltura
- 2 Prodotti degli allevamenti zootecnici
- 3 Prodotti della silvicoltura
- 4 Prodotti della pesca e della caccia
- 5 Prodotti delle industrie estrattive e similari

Industria manifatturiera

- 6 Riso, farine, pasta e altri prodotti della panetteria
- 7 Zucchero, prodotti saccariferi e dolciari, malto e estratti
- 8 Carni
- 9 Pesci
- 10 Conserve, succhi, legumi e ortaggi conservati
- 11 Burro, formaggi e prodotti della caseina
- 12 Olio di oliva, altri oli e grassi per uso alimentare
- 13 Altri prodotti destinati alla alimentazione
- 14 Prodotti non destinati alla alimentazione umana e tabacchi lavorati
- 15 Vini
- 16 Altre bevande
- 17 Pelli e cuoio
- 18 Vegetali filamentosi, cotone, lane, seta, cascami e filati di fibre naturali
- 19 Tessuti
- 20 Maglieria
- 21 Tessuti speciali
- 22 Fibre artificiali e sintetiche e loro cascami
- 23 Altri prodotti delle industrie tessili
- 24 Oggetti cuciti
- 25 Lavori in pelliccia e guanti di pelle
- 26 Calzature di pelle
- 27 Calzature non di pelle (escluse quelle di gomma elastica)
- 28 Altri prodotti delle industrie del vestiario, abbigliamento, arredamento e affini
- 29 Legno
- 30 Mobili in legno
- 31 Altri lavori in legno e sughero
- 32 Carta e cartotecnica
- 33 Prodotti delle industrie poligrafiche ed editoriali
- 34 Prodotti delle industrie foto-fono-cinematografiche
- 35 Prodotti siderurgici
- 36 Metalli comuni e loro leghe
- 37 Argento, oro e platino
- 38 Macchine utensili e motrici non elettriche

- 39 Macchine ed apparecchi agricoli
- 40 Macchine per la estrazione ed il trattamento dei materiali
- 41 Macchine ed apparecchi per la industria tessile e del vestiario
- 42 Macchine grafiche e per la lavorazione della carta
- 43 Macchine ed apparecchi per le industrie alimentari
- 44 Cuscinetti e altre macchine non elettriche
- 45 Parti staccate di macchine ed apparecchi non elettrici
- 46 Generatori di elettricità, motori elettrici e loro parti
- 47 Apparecchi per telecomunicazioni e loro parti
- 48 Altri apparecchi per la applicazione della elettricità e loro parti
- 49 Orologi e loro parti
- 50 Macchine da scrivere e contabili
- 51 Cavi e conduttori elettrici isolati
- 52 Lampade elettriche e loro parti
- 53 Altri prodotti meccanici di precisione
- 54 Velocipedi, motocicli e parti
- 55 Autoveicoli
- 56 Trattori
- 57 Parti staccate di autoveicoli
- 58 Veicoli per strade ferrate e loro parti
- 59 Aeromobili e loro parti
- 60 Natanti e loro parti
- 61 Altri prodotti delle industrie metalmeccaniche
- 62 Lavorati di pietre, marmo e alabastro
- 63 Calce, cementi e altri materiali da costruzione
- 64 Porcellane, maioliche e terraglie
- 65 Lavoridi vetro e di cristallo
- 66 Concimi chimici, anticrittogamici ed antiparassitari
- 67 Profumerie, saponi, glicemia
- 68 Farmaceutica
- 69 Estratti per tinta, colori, vernici, inchiostri, ecc.
- 70 Altri prodotti chimici inorganici
- 71 Altri prodotti chimici organici
- 72 Materie plastiche artificiali e resine sintetiche
- 73 Prodotti vari delle industrie chimiche
- 74 Gomma elastica
- 75 Derivati della distillazione del petrolio e del carbone
- 76 Strumenti musicali e loro parti
- 77 Altri prodotti delle industrie manifatturiere varie

PARTE SECONDA

Politiche di offerta dei servizi reali e strategie per l'internazionalizzazione dell'economia campana



CAPITOLO II

LO SPORTELLO REGIONALE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLA REGIONE CAMPANIA: OBIETTIVI, STRATEGIE E LINEE D'AZIONE

2.1 Gli obiettivi

Lo Sportello regionale per l'internazionalizzazione rappresenta un servizio altamente innovativo che raccoglie per la prima volta in un'unica sede istituzionale decentrata i principali enti preposti a sostenere i processi di internazionalizzazione e ad erogare servizi reali alle imprese.

La creazione dello Sportello quale principale punto di riferimento sul territorio del Sistema Italia, segna un passaggio rilevante nel graduale processo di decentramento di strumenti e politiche per l'internazionalizzazione avviato nel nostro paese.

Il DPR 161/2001 attribuisce allo Sportello la duplice funzione di: indirizzare e gestire le attività di promozione economica regionale per l'internazionalizzazione, garantendo il coordinamento tra programmazione regionale e nazionale in materia di promozione all'export; sostenere sul territorio regionale una maggiore diffusione ed un più facile accesso agli strumenti comunitari, nazionali e regionali di politica commerciale verso l'estero, attraverso:

- la prestazione di servizi informativi, formativi e di assistenza tecnica relativi agli strumenti per l'internazionalizzazione di carattere promozionale, finanziario e assicurativo, nazionali e regionali;
- l'erogazione capillare di assistenza e consulenza tecnica per progetti di crescita del fatturato esportato e degli investimenti da e per l'estero;
- il supporto offerto alla Regione nella definizione degli indirizzi e nella relativa attuazione delle attività promozionali previste dal programma promozionale regionale.

Gli strumenti di attuazione

Affinché lo Sportello sia in grado di conseguire gli obiettivi sopra indicati e di agire come "polo di riferimento" sul territorio per le PMI campane, risulta prioritario attuare quattro fondamentali linee d'azione:

- predisporre attività volte a garantire un'assistenza qualificata e rispondente ai servizi "attesi" dagli operatori locali, mirando a rafforzare l'immagine e la reputazione dello Sportello così da incentivarne l'utilizzo, ciò anche attraverso il ricorso a mirate strategie promozionali indirizzate a diffondere la conoscenza e stimolare il contatto con Sprint Campania, aiutando a superare le radicate diffidenze nei confronti della Pubblica Amministrazione.
- effettuare un'attenta analisi dei bisogni (caratteristiche della domanda potenziale, effettiva e sua diversificazione territoriale) delle PMI e del tessuto produttivo cam-

- pani in relazione ai servizi da rendere disponibili presso lo Sportello e all'assistenza/consulenza da offrire.
- disporre all'interno dello Sportello di adeguate risorse umane dotate di un approccio “*problem solving*” e di una buona conoscenza del contesto economico territoriale e dei peculiari processi di internazionalizzazione delle imprese campane.
 - garantire un reale raccordo tra indirizzi, attività e risorse definiti a livello nazionale e regionale. Tale obiettivo va perseguito attraverso la predisposizione di adeguati meccanismi operativi e strategie condivise per le azioni a sostegno di una maggiore integrazione internazionale del tessuto produttivo campano nonché attraverso forme di cooperazione pubblico-privato nell'avvio di percorsi di internazionalizzazione.

2.2 Strategia

Lo Sportello rappresenta uno strumento rivolto a tutti gli imprenditori campani che vogliono avviare attività sui mercati esteri ed alle aziende straniere interessate a realizzare investimenti ed iniziative di insediamento produttivo in Campania. Lo Sportello si propone come “referente unico”, nodo centrale di una rete ampia di soggetti, in grado di fornire un servizio veloce, puntuale e rispondente alle caratteristiche della domanda espressa dagli operatori economici attivi nella regione.

Metodologie e finalità di azione dello Sportello devono indirizzarsi verso l'erogazione di un supporto semplificato, coordinato ed efficiente ai progetti di promozione dell'export e di internazionalizzazione in special modo delle piccole e medie imprese. Sprint Campania dovrà agire sul territorio (anche attraverso le sue sedi decentrate poste presso gli sportelli provinciali) come centro sinergico in grado di assistere le imprese nel passaggio da una dimensione di attività prevalentemente locale ad una collocazione internazionale, agevolando l'accesso degli imprenditori alla vasta gamma di servizi e strumenti pubblici per l'internazionalizzazione erogati a tale scopo. Un compito da realizzare anche attraverso la predisposizione di un collegamento operativo e funzionale con la rete estera dell'Ice, delle Ambasciate, dei Consolati e delle Camere di Commercio (soggetti che potrebbero essere presto riuniti in un'unica antenna estera: lo “Sportello Italia” previsto da un disegno di legge presentato dal Ministero delle Attività Produttive, già sottoposto al vaglio della Conferenza Stato Regioni ed ora in attesa di approvazione definitiva).

Sprint Campania – in linea con la sua configurazione di “*one stop shop*” per l'internazionalizzazione territoriale - ha il compito di operare quale supporto e guida nella selezione dei mercati esteri, nella definizione di partnership internazionali e come “facilitatore” dell'utilizzo di strumenti a sostegno della proiezione economica internazionale. In particolare:

- presso lo Sportello sono presentate le domande ed i progetti per accedere ai servizi di carattere finanziario, assicurativo, informativo e promozionale inerenti alle opportunità ed agli strumenti internazionali, comunitari, nazionali e regionali in materia di internazionalizzazione delle imprese;
- lo Sportello si assume il compito di attivare – insieme alle altre istituzioni a ciò deputate – azioni formative ed informative sugli strumenti (nazionali e regionali) e le opportunità di internazionalizzazione;
- lo Sportello coordina ed organizza in collaborazione con le istituzioni competenti le attività di assistenza e le azioni promozionali verso i mercati esteri. Ispira ed attua le linee del programma promozionale regionale e realizza il raccordo con

- eventi e programmi promozionali nazionali ed internazionali;
- lo Sportello, in linea con le politiche di sviluppo locale adottate dalle istituzioni di settore ed in collaborazione con gli enti preposti, promuove azioni di marketing territoriale e di attrazione degli Investimenti Diretti Esteri (IDE) nella Regione Campania (attività da realizzare nella fase di ottimizzazione dello Sportello);
 - lo Sportello promuove, insieme alle altre istituzioni competenti, la partecipazione regionale in iniziative di cooperazione economica internazionale, accoglie rappresentanti e delegazioni istituzionali ed imprenditoriali provenienti da altri paesi e regioni mondiali, organizza missioni all'estero ed iniziative di *match-making* territoriale. Organizza azioni di comunicazione e promozione della Campania all'estero presso potenziali partner o investitori stranieri (attività da realizzare nella fase di ottimizzazione dello Sportello).

Sprint Campania potrà inoltre procedere direttamente al rilascio di autorizzazioni attraverso procedure semplificate e con l'eventuale ricorso ad una "Conferenza dei Servizi" (ex DPR 161/2001).

Linee guida per l'azione

Il ruolo svolto ed i servizi offerti dallo Sportello

Attraverso lo Sportello, le imprese possono disporre di un'ampia gamma di servizi reali per l'internazionalizzazione (SRI) fino ad oggi erogati attraverso una molteplicità di strutture diverse.

Il principale - anche se ancora solo potenziale - punto di forza dello Sportello è rappresentato dalla fitta rete di relazioni e convenzioni che potrà stabilire e stimolare: un sistema policentrico capace di raccogliere in un nuovo soggetto istituzionale il patrimonio di conoscenze, di competenze e servizi propri di ogni ente coinvolto. La valorizzazione delle sinergie sul territorio e l'offerta organizzata di SRI potrebbero infatti ridurre la dispersione di risorse finanziarie ed umane ed i tempi di attesa per le imprese, fornendo al contempo input strategici (servizi di informazione sui mercati esteri, orientamento al mercato, formazione all'internazionalizzazione) che la piccola impresa spesso non è in grado di sviluppare al proprio interno.

Come rilevano i numerosi studi ed indagini effettuati, nel Mezzogiorno i problemi maggiori relativi all'erogazione dei servizi reali per l'internazionalizzazione sono rappresentati da:

- la "distanza" delle loro fonti di erogazione dalle aziende e dalle loro esigenze;
- la scarsa organicità della loro offerta;
- le difficoltà di "individuazione", e quindi di fruizione, degli output.

Tutto ciò causa delle asimmetrie nei circuiti di domanda/offerta di SRI e crea un mismatch tra le esigenze degli operatori locali e l'offerta di servizi.

Compito primario dello Sportello è di avvicinare tale offerta alla domanda che si forma nei diversi contesti territoriali favorendo una maggiore interazione tra i diversi attori coinvolti. L'avvio di legami operativi tra i soggetti impegnati all'interno dello Sportello nel sostegno all'internazionalizzazione territoriale mira ad innalzare il livello qualitativo dei servizi e delle informazioni utilizzabili dalle imprese per le loro strategie di proiezione internazionale, arrivando ad offrire "pacchetti integrati di servizi". Potranno

essere altresì offerte agli operatori valutazioni ex ante sulla validità dei progetti di internazionalizzazione presentati e sulla loro rispondenza ai requisiti richiesti per beneficiare delle agevolazioni normative esistenti oltre che dell'assistenza per l'utilizzo di tali agevolazioni.

Sprint Campania potrà inoltre sviluppare una serie di prodotti/servizi regionali che specializzino l'offerta complessiva di SRI in funzione della domanda locale e ne integrino i contenuti con l'offerta predisposta a livello nazionale.

Allo Sportello partecipano infatti in via diretta i rappresentanti degli enti promotori facenti capo alle principali istituzioni di politica economica estera i quali, attraverso il proprio personale specializzato, erogheranno presso gli uffici di Sprint Campania servizi alle imprese. Nello specifico si prevede la partecipazione:

- degli operatori dell'ICE, i quali, anche attraverso l'ausilio della propria rete nazionale ed internazionale, hanno il compito di fornire servizi informativi e di assistenza per la promozione degli scambi commerciali con l'estero;
- degli operatori della SIMEST, l'ente finanziario di sviluppo e di promozione delle imprese italiane all'estero che garantisce programmi di facilitazione e sostegno finanziario per progetti di internazionalizzazione;
- degli operatori della SACE, che rilascia garanzie assicurative sui rischi di varia natura legati alle attività internazionali d'impresa e sui crediti per il commercio estero;
- degli operatori dei cinque sportelli operativi provinciali delle Camere di Commercio della Campania o delle loro aziende speciali.

Ulteriore obiettivo dello Sportello è rappresentato dalla graduale costruzione di una rete distributiva sul piano territoriale dei servizi erogati da tali soggetti istituzionali ramificando i canali di accesso auspicabilmente anche attraverso "sportelli operativi locali" (sub-provinciali e collocati nelle aree – distretti, sistemi locali del lavoro ecc. - con maggiore potenzialità e più alta domanda di assistenza).

Per consentire allo Sportello di essere operativo in breve tempo, nei primi mesi di attività, è opportuno offrire un mix di servizi molto focalizzato sulle esigenze specifiche dei target di riferimento ed insieme garantire l'erogazione su base locale dei servizi primari offerti dai soggetti aderenti a Sprint Campania.

I servizi dello Sportello si rivolgono principalmente a tre fasce di operatori, ognuna delle quali necessita di un diverso supporto/assistenza:

- aziende campane "aperte all'internazionalizzazione", che hanno già rapporti commerciali con l'estero e/o sono operative su questi mercati esteri con iniziative di cooperazione industriale e di partecipazione finanziaria in società estere. Queste aziende rappresentano il bacino d'utenza primario per l'erogazione di servizi personalizzati (informativi e di assistenza) e per servizi di natura promozionale/consulenziale a sostegno delle attività di business internazionale;
- aziende campane che "muovono i primi passi" sui mercati internazionali ed hanno limitata esperienza nelle attività di internazionalizzazione. A queste aziende si rivolgono innanzitutto i servizi informativi e di assistenza di primo orientamento e di guida all'accesso delle forme di agevolazione esistenti;
- imprese non campane interessate ad avviare attività economiche nella regione. Per queste aziende va predisposta un'offerta informativa relativa al contesto normativo (fiscale, relativo al mercato del lavoro, agli incentivi di politica industriale, etc.) nazionale e regionale, alle peculiarità del tessuto produttivo e socio-culturale della Campania ed alle opportunità di localizzazione presenti in regione.

In una fase successiva – legata alla ottimizzazione delle attività di Sprint Campania – sarà possibile ampliare e diversificare la gamma di servizi offerta agli “operatori economici campani che non hanno alcuna esperienza d’internazionalizzazione” al fine di svolgere un ruolo più complesso di formazione-animazione territoriale e stimolare la conoscenza e l’utilizzazione di politiche, enti e strumenti per la proiezione economica internazionale. Dopo una necessaria fase di rodaggio ed una valutazione approfondita (*benchmarking*) delle caratteristiche produttive, socio-economiche del tessuto regionale sarà possibile intervenire per stimolare la domanda locale di SRI e fornire esternalità per lo sviluppo di un’adeguata “offerta di mercato” di SRI al fine di differenziare l’offerta esistente e meglio adeguarla alle esigenze della domanda territoriale campana.

Analisi dei modelli di riferimento

Per poter meglio definire il ruolo che lo Sportello deve svolgere nel contesto economico campano, sono state analizzate quattro delle regioni (Marche, Emilia Romagna, Piemonte, Toscana) nelle quali è già attivo lo Sportello Regionale per l’internazionalizzazione (vedi allegato 2). Dalle analisi relative ai casi studio è emerso un quadro di riferimento caratterizzato da differenze, più o meno sostanziali nelle modalità in cui lo Sportello è stato strutturato ed agisce. In virtù di quanto osservato si possono quindi individuare dei “modelli” di struttura, ciascuno dei quali caratterizzato da punti di forza e di debolezza.

Va innanzitutto rilevato che tutte le regioni condividono un denominatore comune che è rappresentato dalla finalità di base dello Sportello di rappresentare uno strumento di raccordo operativo, volto a facilitare:

- l’accesso da parte delle imprese territoriali ai servizi e strumenti nazionali e regionali a sostegno dell’internazionalizzazione;
- l’erogazione capillare di servizi base per l’internazionalizzazione.

Il modo in cui queste finalità vengono perseguite varia da regione a regione.

Da un lato vi è il modello che potremmo definire **Sportello “collettore” o “distributore”**, rappresentato dall’Emilia Romagna, che si configura quale interlocutore *unico, vicino e facilmente accessibile* per la risoluzione di un’ampia varietà di temi e problemi, specie di natura tecnica, relativi all’internazionalizzazione. Lo Sportello ha la finalità di raccogliere e diffondere capillarmente nel contesto regionale l’offerta di strumenti e servizi per l’internazionalizzazione presenti a livello nazionale e di favorire, all’interno dello Sportello, l’integrazione dei primi con i diversi servizi e strumenti disponibili a livello regionale. Esso in particolare:

- consente di accedere a tutti i servizi informativi, promozionali, di consulenza e formazione offerti da Sace, Ice, Simest e Sviluppo Italia. Lo Sportello ha focalizzato il proprio intervento principalmente sui servizi alle imprese di tipo finanziario e assicurativo nell’ambito di un coordinamento operativo e gestionale da parte della Regione. Esso offre una gamma ristretta di servizi *ad hoc* e – in base a quanto emerge dalle informazioni poste a disposizioni sul suo sito – non produce un’offerta informativa “autonoma” rispetto a quella predisposta dalle istituzioni nazionali di settore. Nella fase di implementazione delle sue attività sta intensificando l’organizza-

¹ Conti D., “Sostegno all’internazionalizzazione. Lo sportello unico, un primo bilancio dall’Emilia Romagna”, in *Commercio Internazionale*, n. 26, 2002.

zione di corsi di formazione per l'internazionalizzazione (relativi a contenuti e modalità di accesso ai servizi finanziari per l'internazionalizzazione) presso il sistema bancario, associativo e camerale locale;

- Le attività di diffusione/promozione della conoscenza dello Sportello e dei suoi servizi si è incentrata principalmente sull'organizzazione di incontri commerciali e seminariali. Non sono stati creati finora nuovi prodotti nel campo dei servizi informativi e della promozione, né, in questa prima fase di attività, sono stati effettuate ri-elaborazioni delle fonti informative esistenti. Non si registrano piani specifici di self-promotion o il ricorso a strumenti interattivi (predisposti all'interno del proprio sito) per realizzare tali fini.

I suoi punti di forza sono rappresentati da:

- la fitta rete di relazioni e sinergie che è riuscito a stabilire e che consente di favorire l'integrazione tecnica degli strumenti offerti e di qualificarsi come interlocutore professionale nel campo del finanziamento e assicurazione del credito all'esportazione;
- il suo approccio “*problem solving*” e l'opportunità di offrire, attraverso la presenza di personale qualificato all'interno dello Sportello, veri e propri “pacchetti di servizi integrati per l'internazionalizzazione”. Tale approccio mira ad approfondire il più possibile il grado di conoscenza relativo alle caratteristiche delle società da assistere con riferimento a: il tipo di prodotti, le dotazioni finanziarie, la natura del successo in Italia e all'estero, e soprattutto i punti di forza e di debolezza del progetto che propone;
- la sua “vicinanza” agli imprenditori, garantita da una presenza capillare sul territorio (grazie agli accordi raggiunti con il sistema bancario e fieristico, con le associazioni di categoria, Unioncamere e camere di commercio locali).

I vantaggi principali dell'adozione di questo modello sono rappresentati da:

- i bassi costi di *set up* e di gestione, dal momento che non sono necessari investimenti per la creazione di servizi informativi *ad hoc* e per la formazione di personale specializzato;
- la possibilità di renderlo operativo in tempi brevi essendo esso focalizzato su una fascia mirata di servizi da erogare.

Gli svantaggi sono dati dal fatto che lo Sportello così strutturato svolge una limitata azione di *policy* e di indirizzo per lo sviluppo industriale/economico delle aree regionali. Le sue caratteristiche di offerta si attagliano inoltre ad un tessuto produttivo – come quello dell'Emilia Romagna – all'interno del quale è già presente una domanda ampia di SRI e dove la propensione all'internazionalizzazione deve essere più che altro assecondata. Altro rischio insito nel modello collettore è che lo Sportello finisca per configurarsi come un semplice “*back office*” che decentra un'offerta prodotta altrove e come una sorta di “camera di compensazione tra le esigenze degli imprenditori attivi sul territorio e quelle dei gestori degli strumenti agevolativi nazionali”².

Un secondo assetto organizzativo si concreta nel modello dello **Sportello “interattivo”**, rappresentato dalle Marche e dal Piemonte (sebbene la “sezione servizi” del sito del Piemonte non sia ancora attiva, il modo in cui è strutturato il sito e le anticipazioni fornite in merito alla sua futura configurazione lasciano già intravedere il suo posizionamento).

² Conti, Op. ult. cit.

Anche in questo caso, la funzione primaria dello Sportello è quella di offrire all'imprenditore l'insieme dei servizi disponibili in materia di internazionalizzazione, ma in più si mira a:

- garantire la possibilità di consultare una serie di banche dati / servizi on-line specifici per le diverse fasi delle proprie attività di business (es. informazioni sulle aree/mercati di primario interesse per i produttori locali, finanziamenti agevolati ecc.);
- monitorare costantemente la realtà imprenditoriale locale;
- creare dei collegamenti funzionali e strategie di raccordo tra le azioni e gli indirizzi delle diverse istituzioni coinvolte a vario titolo nelle attività di informazione.

Il suo principale punto di forza è rappresentato dal fatto che esso mantiene un “canale di comunicazione on line” sempre aperto e che tende ad integrare i servizi offerti in nuovi modelli operativi. Ciò avviene, per le Marche, attraverso la “scheda richiesta servizi”, compilabile direttamente sul sito, che rappresenta uno strumento di comunicazione diretta Sportello-imprese e consente un aggiornamento costante dei loro bisogni, fornendo informazioni preziose per la creazione di una banca dati delle aziende operanti sul territorio e per canalizzare la domanda verso la fonte di offerta più adeguata.

I vantaggi dell'adozione di questo “modello” sono rappresentati da:

- La possibilità di accentramento delle attività da parte di un ufficio principale in modo da monitorare e meglio indirizzare (anche attraverso le proprie antenne territoriali) tutte le attività economiche rivolte al processo di internazionalizzazione.
- I ridotti costi di gestione legati al limitato impiego di strutture e personale specializzato. Il contatto con l'utente avviene prevalentemente on line e ciò potrebbe consentire la creazione di sedi periferiche meno strutturate. Tale modello può rappresentare una soluzione di tipo funzionale per realtà regionali più piccole e/o con meno personale e risorse da dedicare allo Sportello.

I principali svantaggi sono rappresentati dalla necessità di interfacciarsi con una realtà imprenditoriale già in grado di ottimizzare l'utilizzo delle nuove tecnologie informatiche e dunque preparata ad avvalersi del web come principale strumento di contatto ed informazione. Vi è dunque il rischio che le attività così organizzate non riescano a diffondere capillarmente sul territorio gli strumenti e a fidelizzare il rapporto con gli operatori economici locali. Anche in questo caso l'efficacia di azione di questo modello è condizionata dalla presenza di una domanda esplicita di SRI.

Infine abbiamo il modello dello Sportello “*policy maker*”, presente in Toscana, che svolge un ruolo di propulsione nei confronti del tessuto imprenditoriale regionale ed integra le sue attività all'interno del più ampio quadro di attuazione delle politiche regionali di sviluppo e di sostegno all'integrazione internazionale delle imprese toscane.

In questo caso lo Sportello non si limita all'erogazione di servizi di base per l'internazionalizzazione ma rappresenta uno strumento di attuazione di specifiche linee di *policy* volte ad:

- indirizzare le aziende nelle strategie di internazionalizzazione;
- contribuire alle attività promozionali regionali ed alle azioni a sostegno della creazione di una “identità di marca toscana” in grado di diffondere e radicare un'imma-

gine positiva della Toscana come “marchio di qualità” finalizzato ad aggiungere valore alle produzioni regionali.

Il suo principale punto di forza è rappresentato dal legame con l’Apet, l’Agenzia di Promozione Economica della Toscana (ora denominata “Toscana Promozione”), primo esempio in Italia di soggetto pubblico regionale avente compiti unitari di coordinamento operativo, razionalizzazione e gestione delle attività regionali di promozione economica e di sostegno ai processi di internazionalizzazione.

I vantaggi dell’adozione di questo modello consistono nella possibilità di utilizzare lo Sportello come strumento di attuazione nelle scelte di sviluppo economico ed industriale. La ventilata costituzione di un Osservatorio regionale per l’internazionalizzazione potrebbe inoltre consentire un innalzamento del livello di informazione e conoscenza delle caratteristiche del tessuto produttivo locale e delle sue modalità di proiezione esterna così da informare in maniera più accurata l’elaborazione delle linee direttrici delle attività di promozione economica della Toscana da perseguire anche attraverso lo Sportello.

Gli svantaggi sono rappresentati dagli alti costi e dalle difficoltà connesse alla creazione, organizzazione e gestione di una struttura complessa in grado di coordinare, razionalizzare e gestire le attività regionali di sostegno ai processi di internazionalizzazione. Altro rischio è quello di duplicare le iniziative rispetto al livello nazionale e/o di agire in una scala d’intervento non adeguata rispetto agli obiettivi preposti, disperdendo risorse umane e finanziarie.

Più che modelli alternativi i tre assetti possono essere considerati degli stadi successivi di un processo evolutivo dello Sportello regionale che può prendere le mosse dallo “Sportello collettore” per arrivare alla fase più avanzata dello “Sportello policy maker”. I tre modelli possono così corrispondere a tre distinte fasi evolutive dell’attività e dei servizi offerti dallo Sportello – start up, implementazione, ottimizzazione – lungo le linee prospettate nella matrice evolutiva delle attività dello Sportello (allegato 3).

Si può così disegnare un percorso graduale nel tempo che potrebbe consentire nella prima fase l’impiego di risorse umane e finanziarie limitate, indirizzate a razionalizzare e gestire servizi già disponibili, per arrivare a sviluppare una struttura più complessa, in termini di risorse, organizzazione e competenze, in grado sia di erogare servizi specifici e tagliati sulla domanda locale sia di svolgere compiti di indirizzo ed intervento sulla base dei punti di forza e debolezza della struttura produttiva territoriale.

Schema di sintesi

	Sportello "collettore"	Sportello "interattivo"	Sportello "policy maker"
Regioni	Emilia Romagna	Marche e Piemonte	Toscana
Caratteristiche	Agisce principalmente come "collettore"/ distributore di servizi offerti dagli Enti Istituzionali aderenti allo Sportello	Offre la possibilità di consultare banche dati / servizi on-line e collega in via telematica i propri servizi a quelli forniti da altri soggetti aderenti allo Sportello Effettua un monitoraggio costante della realtà imprenditoriale locale	Attraverso il collegamento operativo con Apeti indirizza le aziende e le attività regionali nelle strategie di internazionalizzazione Contribuisce all'attuazione delle politiche economiche a sostegno della regione e delle sue attività internazionali
Punti di forza	Attraverso l'integrazione tecnica dei servizi e la capillarizzazione sul territorio delle sue sedi decentrate, lo Sportello ha evidenziato forti potenzialità di aumentare il numero di interventi a sostegno delle imprese locali	Mantiene un "canale di comunicazione on line" sempre aperto e ramifica i canali di accesso al servizio da parte delle imprese	E' fortemente integrato con gli altri soggetti istituzionali coinvolti nella gestione delle attività di promozione economica della Regione ed agisce sulla base di specifiche linee strategiche
Vantaggi nell'adozione del modello	Bassi costi di set up e di gestione Possibilità di rendere operativo lo Sportello in tempi brevi	Possibilità di accentramento delle attività da parte di un ufficio principale Ridotti costi di gestione	Possibilità di utilizzare lo Sportello come strumento di attuazione delle scelte di sviluppo economico ed industriale
Svantaggi nell'adozione del modello	Limitata azione di indirizzo per lo sviluppo industriale / economico delle aree regionali e raggio di azione limitato nei casi di una bassa domanda territoriale di SRI	Necessità di interfacciarsi con una realtà imprenditoriale in grado di interagire con le nuove tecnologie informatiche e di esprimere una domanda ampia di SRI	Alti costi e difficoltà connesse alla creazione, organizzazione e gestione di una struttura complessa

2.3 I servizi

2.3.1 Servizi informativi e di assistenza

Lo Sportello svolge un importante ruolo di informazione alle imprese nella finalità di promuovere la conoscenza dei principali strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione e di ciò che la Campania, le istituzioni nazionali, e le istituzioni finanziarie internazionali offrono in campo normativo, finanziario e promozionale alle imprese che

vogliono radicare la propria presenza sui mercati internazionali ed esportare all'estero i propri prodotti, o a quelle straniere interessate ad individuare opportunità localizzative nel territorio regionale. Deve inoltre garantire un'offerta decentrata delle informazioni atte a fornire un quadro conoscitivo delle caratteristiche dei mercati internazionali assicurando così agli operatori economici dei riferimenti utili ad elaborare le proprie strategie di internazionalizzazione.

La disponibilità di informazioni costituisce una risorsa strategica per l'ingresso delle imprese nei nuovi mercati e per il buon esito dei processi di internazionalizzazione. Le attività internazionali d'impresa richiedono infatti approfondite e differenziate conoscenze relative alle caratteristiche socio economiche dei mercati d'insediamento o di destinazione delle esportazioni. La pianificazione delle diverse fasi ed attività di internazionalizzazione, dalle più "leggere" connesse all'esportazione di beni e servizi sino alle più articolate (investimento estero, insediamento produttivo e *joint venture* internazionale) sono inevitabilmente legate alla possibilità di disporre di informazioni mirate e di adeguata qualità, modulate in funzione delle esigenze del fruitore dei dati. Un'offerta organizzata e puntuale di tale tipologia di servizi può dunque assumere una funzione di sostegno importante per le imprese, specie di piccola dimensione.

Sul fronte dell'offerta informativa lo Sportello si configura come un "ente di raccordo" che raccoglie, seleziona e rielabora le informazioni poste a disposizione dei soggetti ad esso aderenti in modo da svolgere il lavoro di ricerca per conto dell'utente ed offrirgli una sintesi semplice, utile e fruibile dei dati informativi. Nella fase di ottimizzazione delle attività Sprint Campania dovrà inoltre avviare un'autonoma attività di elaborazione e produzione di informazioni specificamente orientate verso le esigenze delle imprese attive territorialmente.

Si ipotizzano tre categorie di servizi:

- servizi informativi standardizzati, da offrire gratuitamente ed a pagamento (informazioni sulle forme di finanziamento agevolato previste sia in Italia per investimenti all'estero che nel paese dove si intende investire; informazioni su adempimenti amministrativi e/o burocratici, sul sistema legislativo, fiscale e contributivo/previdenziale, informazioni sui mercati esteri, sui canali distributivi, sulle attività dei concorrenti; offerta informativa di base sui mercati esteri);
- servizi informativi personalizzati o modulabili, da offrire a pagamento (effettuazione di ricerche su determinati paesi / settori di attività ad hoc per singoli utenti);
- servizi di orientamento al mercato volti a creare un collegamento tra le imprese ed i consulenti/enti più adatti a risolvere le problematiche in oggetto. Lo Sportello potrà infatti mettere in contatto gli imprenditori italiani sia con le istituzioni locali (es. per l'espletamento di tutti gli adempimenti necessari / per informazioni su agevolazioni) che con il sistema bancario e assicurativo italiano (es. Sace, Simest) e locale (es. Banche locali disposte ad aprire linee di credito ecc.) e le società di consulenza. A tale scopo è indispensabile la definizione di alcuni "parametri di qualità" per la valutazione dei potenziali "fornitori di servizi" da inserire nella banca dati da utilizzare a tale scopo.

A questi si aggiunge una funzione di "assistenza e supporto di base" che viene offerta dal personale della Front Line agli imprenditori che si rivolgono allo Sportello per avere delle prime informazioni generali e di orientamento.

Il personale di primo contatto deve essere in grado di trasmettere "fiducia" all'imprenditore e deve dunque disporre della necessaria competenza tecnica e di formazione spe-

cialistica per fornire tutte le informazioni richieste e l'assistenza necessaria. Deve rappresentare un interlocutore qualificato in grado di fornire soluzioni operative e di supportare l'imprenditore nella valutazione delle opportunità e dei rischi legati alla attività economiche e di investimento all'estero.

L'offerta informativa

Il primo *step* avviato dal Gruppo di lavoro IAI per definire la gamma di servizi informativi da offrire è stata un'analisi comparativa delle tipologie di servizi informativi offerti presso gli Sportelli regionali per l'internazionalizzazione già attivi nelle diverse regioni italiane, sviluppata con il duplice obiettivo di identificare le tipologie di servizi-base da predisporre nella fase di *start up* ed implementazione dello Sportello e fornire indicazioni e suggerimenti concernenti servizi *ad hoc* da attivare in prima battuta all'interno del sito di Sprint Campania.

La prima ricognizione si è quindi incentrata sulle caratteristiche dell'offerta informativa di base degli sportelli e sulle finalità generali che ispirano definizione e modalità di erogazione dei servizi informativi.

Riguardo all'obiettivo di policy, che gli Sportelli si pongono nell'erogazione dei servizi informativi, l'indagine evidenzia una linea comune a tutti gli Sportelli. In estrema sintesi si può affermare che le finalità che muovono le attività dello Sportello in questo settore sono volte a:

- decentrare e rendere più capillare l'offerta informativa elaborata a livello nazionale;
- stimolare la domanda locale di informazione ed innalzare la sua qualità media;
- aumentare il numero degli interventi delle istituzioni pubbliche di politica economica estera a sostegno delle imprese campane, specie di media e piccola dimensione;
- qualificare e monitorare le caratteristiche della domanda informativa proveniente dall'imprenditoria regionale così da elaborare, in una seconda fase, servizi informativi personalizzati e/o rivolti a specifiche fasce di operatori economici locali.

L'esercizio comparativo effettuato ha inoltre posto in evidenza come l'offerta informativa predisposta dagli Sportelli, pur denotando differenziazioni e specificità nell'erogazione dei servizi, si fonda su un modello base di contenuti/prodotti. Secondo tale modello lo Sportello regionale per l'internazionalizzazione, in aderenza con la sua missione istituzionale, deve prefiggersi il compito/obiettivo di decentrare l'erogazione e promuovere la conoscenza dell'insieme dei servizi informativi relativi ai mercati internazionali, offerti principalmente (ma non in via esclusiva) dall'ICE e dalle Camere di Commercio.

Si tratta di servizi in prevalenza standardizzati (prima informazione sui mercati esteri, schede e guide paese, banche dati sull'export, guida agli investimenti, servizi di informazione commerciale, liste di nominativi, informazioni e guide relative alle normative a sostegno dell'internazionalizzazione ecc.) elaborati sulla base delle esigenze più diffuse degli imprenditori presenti in tutto il territorio nazionale.

Le principali tipologie di servizi da erogare attraverso lo Sportello sono, dunque, le seguenti:

Informazioni di primo orientamento

Lo Sportello in collaborazione con l'ICE, gli organismi camerali e regionali e gli altri soggetti fondatori ha il compito di fornire:

- informazioni e dati di base concernenti le principali caratteristiche dei mercati internazionali (dati su dimensione del mercato, popolazione, trasporti, clima, aziende etc.);
- dati macroeconomici, microeconomici e congiunturali, dati su reddito e potere d'acquisto;
- struttura e destinazione delle esportazioni, importazioni, IDE regionali e provinciali verso i diversi mercati.

Le fonti di informazione di settore a cui l'impresa italiana/campana può accedere sono numerose ma, nella fase di *start up* dello Sportello, l'offerta potrebbe focalizzarsi sulla "erogazione decentrata" di:

- schede paese, offerte attraverso l'ICE e le Camere di Commercio, esse raccolgono dati e informazioni di base concernenti l'andamento economico, l'analisi dei settori economici, le caratteristiche dei canali distributivi, il regime doganale e valutario, gli investimenti esteri, il regime societario fiscale e doganale dei diversi paesi/mercati internazionali;
- informazioni statistiche sull'import export regionale e provinciale, offerte attraverso l'ICE e le fonti regionali, contengono dati statistici sul commercio estero della Campania ripartite per aree, principali paesi (e relative quote percentuali) e settori. La prima offerta, da predisporre anche on line, deve comprendere raffronti in serie storica delle principali destinazioni dell'export campano e delle provenienze dell'import regionale nonché le quote di mercato settoriali dei prodotti campani. Gli stessi dati dovranno inoltre essere disponibili in via disaggregata per provincia e per settore.

Informazioni/Analisi su paesi e mercati esteri

Lo Sportello deve decentrare l'offerta di prodotti/servizi informativi (elaborati da ICE e Camere di Commercio ed altri soggetti, ed offerti in prevalenza a pagamento) incentrati sull'analisi dei mercati esteri e finalizzati a fornire alle imprese informazioni utili e dettagliate per elaborare le proprie strategie di internazionalizzazione e selezionare i mercati potenziali di sbocco. Potrà inoltre elaborare e distribuire prodotti informativi specificamente rivolti alle esigenze delle imprese campane. Obiettivo ultimo dello Sportello è rimuovere le difficoltà di acquisizione ed interpretazione delle informazioni sui mercati ed i concorrenti esteri, difficoltà che rappresentano per le piccole e medie imprese uno dei principali ostacoli all'elaborazione di strategie di presenza attiva sui mercati internazionali.

Attraverso il collegamento con l'ICE, lo Sportello è in grado di offrire i tradizionali servizi informativi, di assistenza ed orientamento ai mercati internazionali per:

- l'accesso alle gare d'appalto comunitarie ed internazionali;
- l'analisi dei mercati;
- la ricerca partner;
- l'assistenza operativa all'estero.

Per quel che riguarda i Servizi Informativi, si ricordano:

- le Guide Paese (solitamente a pagamento) che analizzano il contesto socio-economico del paese osservato, la congiuntura economica, gli andamenti settoriali, le mag-

giori opportunità per il “*Made in Italy*”, le caratteristiche dei canali distributivi, il regime doganale e valutario, i finanziamenti e le agevolazioni (sia nazionali che internazionali) e tutte le normative doganali e societarie del paese;

- le Guide agli investimenti, che analizzano le situazioni di contesto economico, le varie forme di presenza diretta degli investitori internazionali, gli aspetti fiscali e le tematiche degli investimenti utili a formulare strategie di radicamento nei mercati internazionali;
- le Analisi rischio paese, che forniscono una valutazione dei fattori di rischio nei diversi paesi sulla base di un'analisi delle principali variabili economiche, dei più importanti avvenimenti di carattere politico e degli elementi critici che influenzano le opportunità commerciali, la stabilità monetaria e finanziaria e gli investimenti esteri;
- le segnalazioni di Opportunità d'affari, che elencano le occasioni di business segnalate quotidianamente dalla rete degli Uffici ICE e dalle Rappresentanze Diplomatiche e sono articolate in
 - Opportunità commerciali, segnalazioni di richieste ed offerte di servizi dall'estero;
 - Gare, brevi informazioni sulle gare internazionali, solitamente corredate da una sintesi del bando ed i riferimenti necessari per la richiesta del capitolato d'appalto e la presentazione dell'offerta;
 - Finanziamenti internazionali, segnalazioni complete ed aggiornate dei progetti di sviluppo e di assistenza tecnica finanziati dalle Istituzioni Finanziarie Internazionali.

Ad essi si affianca la possibilità di effettuare indagini riferite a specifici settori merceologici. Alle imprese che vogliono affacciarsi sui mercati esteri lo Sportello deve inoltre essere in grado di fornire:

- informazioni sui principali adempimenti amministrativi e/o burocratici legati alle attività di internazionalizzazione;
- informazioni sul sistema legislativo (in particolare sulla presenza o meno di norme a tutela dell'impresa e dei consumatori locali), fiscale e contributivo/previdenziale (qualora si preveda la creazione di punti vendita o centri di produzione) del paese d'interesse.

L'informazione sui mercati esteri: una Guida on line per l'operatore

Ai fini di attenuare le difficoltà che le imprese campane, specie di piccola dimensione, possono incontrare nell'individuazione dei mercati esteri più dinamici e promettenti per le loro attività di business è stata realizzata un'apposita guida on line (capitolo conclusivo del presente volume), che vuole fornire una sorta di vademecum interattivo - corredato da indicazioni pratiche e valutazioni operative - sulle principali fonti di informazione per l'attività d'internazionalizzazione delle PMI. Contenuti e indicazioni della guida si basano su un'approfondita mappatura dei servizi informativi relativi alle attività d'internazionalizzazione disponibili, a livello italiano ed internazionale, gratuitamente on line e/o a pagamento. Tali prodotti informativi sono stati analizzati e classificati per quanto riguarda le loro finalità, caratteristiche, modalità di utilizzo e potenziali vantaggi. Le indicazioni formulate nella guida sono indirizzate a facilitare sia le

attività di reperimento da parte della singola azienda di dati ed informazioni relativi ai mercati esteri che l'individuazione del servizio/soggetto presente sul mercato più adatto a soddisfare le specifiche esigenze conoscitive di ciascuna azienda. Possono inoltre costituire una buona base di partenza ai fini della selezione di fonti secondarie alle quali attingere per l'eventuale costruzione di una banca dati dello Sportello. La articolazione on line della guida è stata organizzata secondo un sistema di approfondimento progressivo in base al quale, attraverso collegamenti ipertestuali ed una struttura espositiva "ad albero", l'utente potrà approfondire (seguendo un percorso guidato che conduce direttamente alla fonte madre ed alla sotto-sezione descritta) le informazioni più rispondenti alle proprie esigenze. Il metodo utilizzato è in grado di proporre all'interno della Guida un'ampia combinazione di ricerche informative pre-definite, consentendo all'imprenditore utente di acquisire nozioni ed indicazioni di dettaglio in maniera diretta e, soprattutto, in tempi rapidi.

Accesso alle banche dati

Lo sportello avrà il compito di facilitare un accesso integrato alle principali banche dati nazionali sul commercio estero (Since, Globus, Starnet etc.) ed internazionali (specie comunitarie) oltre che un collegamento con banche dati e sistemi informativi di alcuni dei principali paesi di sbocco dell'export campano.

Costruzione di banche dati

Lo Sportello dovrà sin dall'avvio delle sue attività occuparsi dell'acquisizione di dati ed informazioni sia da fonti primarie (informazioni originali) che da fonti secondarie (informazioni prodotte da altri soggetti). Tali dati ed informazioni potranno poi essere rielaborati e finalizzati. L'obiettivo ultimo è arrivare nella fase di implementazione dello Sportello alla gestione coordinata dell'insieme di strumenti e procedure (software; sviluppo di banche dati e di sistemi informativi integrati; ideazione di metodologie interattive di valutazione/selezione dei mercati di sbocco e settori più rilevanti per le produzioni campane da utilizzare nelle fasi di lettura ed interpretazione dei dati raccolti) archiviando i flussi informativi, integrandoli con le informazioni già esistenti, ridistribuendoli in base alla differenziata domanda espressa dagli operatori locali.

2.3.2 Servizi di assistenza

I servizi di assistenza hanno lo scopo di aiutare operativamente le imprese nella risoluzione di tutte le problematiche che possono presentarsi nelle diverse fasi di un processo di internazionalizzazione commerciale o produttivo.

Attraverso l'analisi comparativa delle attività realizzate dagli Sportelli già operanti in Italia, è stato possibile individuare le categorie fondamentali di servizi che Sprint Campania dovrà erogare:

- servizi di consulenza di base;
- servizi di consulenza personalizzata

I servizi di consulenza di base devono essere disponibili fin dalla prima fase di vita dello Sportello poiché la loro erogazione avviene direttamente attraverso gli Enti Istituzionali ad esso aderenti. Tra questi si sottolineano in particolare:

- l'assistenza di base e di primo orientamento;
- la definizione di studi di fattibilità per la verifica di progetti di investimento all'estero (analisi economico-finanziaria; valutazione della redditività, consulenza legale, fiscale, societaria etc.);
- il sostegno ad iniziative di assistenza tecnica per la realizzazione di business plan per investimenti all'estero;
- i servizi finanziari ed assicurativi.

Così come riscontrato nel caso della Regione Emilia Romagna, nella prima fase di vita lo Sportello si limiterà ad attivare un collegamento efficace con i servizi offerti da SACE, SIMEST ed ICE.

I servizi di consulenza personalizzati sono principalmente offerti a pagamento. Si tratta di consulenza diretta oppure affidata a terzi, da attuare nella fase di implementazione delle attività in quanto essa richiede un'organizzazione più articolata e l'acquisizione di *know-how* specifico. I principali servizi da erogare si incentrano su:

- consulenza legale in materia di commercio internazionale;
- consulenza fiscale e tributaria con particolare riferimento alle tematiche correlate al commercio con l'estero;
- consulenza relativa a dogane e trasporti internazionali;
- assistenza in programmi di collaborazione industriale e tecnologica;
- assistenza e consulenza ad hoc per la partecipazione a gare e appalti internazionali.

Servizi finanziari

Presso lo Sportello l'impresa potrà ricevere informazione ed assistenza e presentare le domande per avvalersi dei servizi finanziari ed agevolativi nazionali e regionali a supporto delle proprie strategie di internazionalizzazione commerciale e produttiva. I finanziamenti e le agevolazioni nazionali sono gestiti principalmente dalla SIMEST, che è specializzata nel finanziamento di progetti di investimento o di sviluppo commerciale all'estero e che amministra, per conto dello Stato, anche i principali interventi agevolativi relativi all'internazionalizzazione delle imprese italiane.

Grazie al collegamento con la SIMEST lo Sportello dovrà inoltre offrire in via diretta le seguenti tipologie di servizi finanziari:

- redazione di piani di copertura finanziaria per i progetti di investimento (ricerca delle fonti finanziarie ordinarie e agevolate, delle banche, delle garanzie ecc.);
- partecipazione al capitale di rischio;
- finanziamento a medio/lungo termine a tasso agevolato per la partecipazione italiana al capitale di rischio in imprese estere e la realizzazione di un programma di sviluppo commerciale finalizzato al "radicamento" dell'impresa italiana nel mercato estero;
- finanziamento per la partecipazione a gare internazionali;
- agevolazione dei crediti all'esportazione.

Per rendere più semplice la fruizione di queste informazioni da parte degli imprenditori potrebbero essere predisposte delle schede sintetiche (le quali nel caso piemonte-

se e toscano sono state raccolte in un apposito volume informativo) sulle varie leggi di finanziamento agevolato, sia regionali che nazionali, divise per settore di attività, potenziale destinatario delle agevolazioni, dimensione/ragione sociale dell'impresa, tipologia di attività internazionale da realizzare.

Sull'esempio di quanto è in via di realizzazione nel caso dello Sportello della Regione Piemonte, si auspica la creazione di un *database* da inserire all'interno del sito Sprint Campania attraverso il quale le imprese possano individuare il provvedimento agevolativo più rispondente alle caratteristiche del proprio business plan. Il servizio seleziona automaticamente tutti i finanziamenti agevolati specifici per i vari settori di impresa ed è accessibile esclusivamente agli utenti registrati sul sito.

Il *database* va predisposto in modo da rendere la consultazione il più semplice possibile: l'utente dovrà inserire alcuni dati relativi alla propria attività (settore di attività/tipologia di impresa/localizzazione geografica) ed al tipo di investimento per cui vorrebbe ricevere un finanziamento ed il servizio selezionerà e mostrerà automaticamente tutte le leggi regionali e quelle nazionali rispondenti alle caratteristiche della propria richiesta.

E' possibile predisporre l'utilizzo di più criteri di ricerca in modo da soddisfare le diverse esigenze:

- la **ricerca per provvedimenti**, può essere effettuata specificando uno o più parametri (il numero della legge, l'anno di promulgazione, il titolo del provvedimento, il tipo di provvedimento ecc.) di identificazione del provvedimento richiesto; essa è indirizzata all'utente esperto, già a conoscenza dell'esistenza della legge;
- la **ricerca guidata**, consente di ridurre notevolmente l'ambito di consultazione attraverso la selezione di alcuni parametri predefiniti ed è adatta all'utente che desidera disporre velocemente di specifici approfondimenti informativi. In particolare è possibile selezionare alcune predefinite schede relative alle agevolazioni che rispondono a determinate tipologie di imprese o attività (localizzazione e dimensione dell'impresa, settore di attività, tipo di investimento);
- la **ricerca per "parole-chiave"**, effettuata inserendo una o più parole all'interno di un campo di ricerca, consente di trovare tutte le forme agevolative inerenti ad una determinata area di interesse.

Servizi assicurativi

Lo Sportello rappresenta l'interfaccia tra le Aziende Campane e la Sace, l'Istituto per i Servizi Assicurativi del Commercio Estero che assume in assicurazione e/o in riassicurazione i rischi a cui sono esposti gli operatori italiani nelle loro transazioni internazionali e negli investimenti all'estero.

Lo Sportello offre l'accesso a tutti i servizi previsti dalla SACE, chiamata a svolgere anche attività di informazione ed assistenza tecnica favorendo la conoscenza da parte degli imprenditori degli strumenti assicurativi disponibili e delle condizioni di rischio presenti nei diversi mercati di sbocco delle produzioni campane. Regione e Sace possono inoltre promuovere accordi con gli Istituti di Credito per favorire lo smobilizzo del credito all'estero. Accordi tra banche locali e Sace sono inoltre stipulati nella finalità di distribuire territorialmente attraverso gli sportelli bancari le polizze Sace.

Servizi di consulenza alle aziende campane

I servizi di assistenza e consulenza hanno lo scopo di aiutare le imprese nella risoluzione di tutte le problematiche che possono presentarsi in relazione alle proprie attività internazionali.

Nella fase di implementazione della propria attività, lo Sportello potrebbe offrire a tutti gli utenti registrati sul sito la possibilità di usufruire di **servizi di consulenza “on line”** consistenti in informazioni ed assistenza sulle opportunità di business nei paesi stranieri. Attraverso tale servizio potrebbe inoltre essere garantita l'erogazione di liste personalizzate di nominativi di operatori economici esteri. E' inoltre prevista la possibilità di porre quesiti e richiedere consulenza specializzata nella predisposizione di progetti di internazionalizzazione ed in materia di contrattualistica internazionale.

La richiesta di consulenza avviene attraverso la compilazione della “scheda richiesta servizi”. La scheda svolge la duplice funzione di offrire agli imprenditori un servizio rapido e facilmente accessibile e dare la possibilità allo Sportello di raccogliere informazioni in merito alle aziende ed alle loro esigenze.

A tal fine è importante che la scheda sia predisposta in modo da raccogliere il maggior numero possibile di informazioni sull'impresa, la sua attività e le sue aree di interesse senza però appesantirla al punto da scoraggiare coloro i quali devono compilarla o formulando richieste che possano generare una sensazione di diffidenza, come accade ogni qual volta gli imprenditori sono chiamati a fornire informazioni troppo approfondite concernenti la propria azienda.

In un secondo momento lo Sportello potrebbe fornire, con la collaborazione di qualificati professionisti esterni, una gamma più ampia di servizi di consulenza personalizzati ed a pagamento.

A questo riguardo si suggerisce di prendere spunto da esperienze avviate in altri paesi europei (si segnala in particolare la Scozia) e di predisporre un'offerta integrata di servizi dai costi contenuti (nel caso scozzese l'intero pacchetto *Export explorer* offerto dallo *Scottish Development International Office* ha un costo di 99 Sterline) destinati alle PMI campane interessate all'accesso in nuovi mercati.

L'offerta potrebbe essere articolata in tre diversi pacchetti di servizi semi-personalizzati:

- il primo è dedicato alle imprese alle prime esperienze di export ed offre agli operatori un *training all'export* ed una serie di indicazioni sulle informazioni da raccogliere per decidere l'entrata in un nuovo mercato estero. In alternativa, può essere offerta la possibilità di una “visita guidata” presso gli export manager presenti nei mercati esteri d'interesse (in una fase iniziale è possibile limitare il servizio solo ad un ristretto numero di mercati-paesi) così da ricevere utili informazioni ed indicazioni sui passi successivi da compiere;
- il secondo pacchetto è rivolto ad imprenditori con maggiore esperienza nelle attività di *export* ed offre *briefing* di pre-ingresso sui mercati focalizzati su specifiche tematiche quali gli ostacoli e le difficoltà di accesso al mercato, l'organizzazione di visite guidate alle zone di localizzazione produttiva di maggiore interesse ed un meeting per la valutazione delle informazioni così acquisite oltre che la predisposizione di eventuali azioni di *follow up*;
- il terzo pacchetto è rivolto a soggetti alla prima esperienza di internazionalizzazione ed organizza visite di gruppo in paesi europei che includono seminari tecnici per la fornitura di informazioni *ad hoc*, indicazioni e dossier relativi al paese d'interesse.

In vista della visita, lo Sportello avrà cura di contattare i possibili partner esteri locali informandoli sulle caratteristiche ed attività di business delle aziende campane in visita e sui loro *business plan* al fine di favorire contatti, incontri e possibili *Joint Venture* evitando il ricorso a metodi e strumenti più costosi e complessi.

I diversi servizi possono essere offerti attraverso un *network* collegato allo Sportello e composto dalle diverse istituzioni di politica economica estera, Camere di Commercio, Associazioni industriali e commerciali, consorzi ed altri soggetti.

Attraverso lo Sportello, si potrebbe inoltre offrire alle imprese l'opportunità di accedere ai servizi ed alle informazioni offerte dalla rete degli IRC (*Innovation Relay Centre*), attualmente presenti nei paesi della Unione Europea ed in altri paesi associati al network. La rete IRC rappresenta un buon canale di accesso per il trasferimento e la diffusione di *know how* tecnologico a livello internazionale. Il suo obiettivo primario è aiutare le PMI ad identificare nuove soluzioni per innovare le proprie strategie operative ed ad accedere al patrimonio tecnologico disponibile a livello europeo attraverso "scambi di tecnologie".

L'IRC è attualmente presente anche a Napoli nella sede dell'ARPA (Agenzia per la Ricerca e la Produzione Avanzata) e sarebbe pertanto auspicabile la creazione di accordi con essa al fine di consentire agli imprenditori campani l'accesso ai servizi offerti dal *network*.

Servizi di assistenza alle aziende estere

In una fase avanzata di implementazione dello Sportello potrebbero essere predisposti dei primi servizi da offrire on line ad aziende ed operatori stranieri interessati all'inseadimento nella Regione Campania. L'obiettivo è stimolare i potenziali investitori promuovendo all'esterno i punti di forza e le caratteristiche competitive del territorio così da fornire adeguati incentivi per investimenti dall'estero in Campania.

Sull'esempio di quanto offrono lo *Scottish Development International Office* e l'*Enterprise Ireland*, si potrebbero predisporre i seguenti servizi:

- ***Investor Directory***, un *database* consultabile on-line che fornisce dati e nominativi di imprese campane ed estere che hanno avviato *Joint Venture* internazionali, alleanze produttive e partnership distributive all'interno della regione Campania. Il *database*, consultabile gratuitamente attraverso una ricerca per settore e per nazionalità delle imprese coinvolte, consente di individuare potenziali partner per iniziative d'investimento in Campania e verificare numero e caratteristiche degli operatori internazionali presenti in un determinato settore/contesto produttivo;
- ***Campania insight***, è un servizio on line volto a far conoscere le caratteristiche economiche, culturali, turistiche, di qualità della vita dei sistemi locali e fornire informazioni di varia natura unitamente a mappe interattive riguardanti i principali poli produttivi campani.
- ***International business linkage***, un servizio rivolto alle aziende straniere interessate a prendere contatti con potenziali fornitori campani. Lo Sportello, avvalendosi della sua approfondita conoscenza del tessuto produttivo locale, dovrebbe essere in grado di identificare le aziende che meglio rispondono alle richieste di fornitura estera favorendo il contatto tra le parti ed accelerando in questo modo il processo di internazionalizzazione dell'imprenditoria campana.

Il servizio potrebbe rappresentare un'ulteriore opportunità anche per le imprese cam-

pane, offrendo nuovi sbocchi di mercato per la produzione locale. Ciò è condizionato dall'incisività dello Sportello nello svolgere un'azione di "promozione di *relationship*", seguendo le aziende nelle varie fasi del processo di contatto e definizione degli accordi commerciali.

L'erogazione di tale tipologia di servizi sarà possibile solo mediante un'approfondita attività di pianificazione delle strategie operative da perseguire, da far precedere da un attento monitoraggio e valutazione delle "buone pratiche" avviate in tale campo in Italia ed in Europa.

2.3.3 Servizi formativi

Lo Sportello ha il compito di offrire programmi di formazione per la preparazione degli imprenditori campani insieme a strumenti cognitivi adeguati per affrontare le problematiche legate all'internazionalizzazione.

Lo Sportello potrà altresì organizzare corsi di formazione per imprenditori, funzionari pubblici e personale degli sportelli bancari regionali sui temi del commercio estero, sui servizi e gli strumenti agevolativi/assicurativi per le attività economiche internazionali. Nella prima fase di *start up* si può ipotizzare di veicolare verso l'ICE, la SIMEST e gli altri soggetti aderenti allo Sportello e già attivi in questo settore, la domanda di formazione proveniente dall'imprenditoria locale.

Nelle fasi successive è auspicabile che lo Sportello attivi iniziative e programmi autonomi rivolti alla formazione ed all'aggiornamento degli operatori campani, anche attraverso l'organizzazione di corsi e seminari di formazione specializzata. Ciò presuppone la valorizzazione delle risorse umane operanti all'interno delle strutture che offrono SRI alle imprese e una analisi dei fabbisogni formativi-informativi sui temi dell'internazionalizzazione attenta e calibrata sulle singole realtà produttive presenti in regione.

2.3.4 Servizi di promozione

Obiettivo primario di tutte le azioni promozionali gestite attraverso lo Sportello deve essere quello di promuovere all'estero il territorio campano e le sue imprese agendo a favore di una maggiore conoscenza e visibilità internazionale delle specificità e degli elementi competitivi del contesto produttivo regionale. Ciò anche attraverso la possibile promozione di un marchio d'identità campana in grado di accreditarsi come "marchio di qualità" e di aggiungere valore a tutti i prodotti provenienti dalla regione.

Lo Sportello dovrà organizzare e cogestire i servizi di promozione (fiere, missioni, seminari, workshop, azioni di comunicazione e *trade promotion*) previsti da:

- ICE;
- Centro Regionale per il Commercio Estero delle Camere di Commercio della Campania;
- Regione Campania.

Per favorire l'internazionalizzazione delle PMI, l'ICE promuove, agevola e sviluppa gli scambi commerciali dell'Italia con gli altri paesi del mondo attraverso servizi di promozione ed azioni di comunicazione volti a:

- rafforzare l'immagine del *Made in Italy*;
- promuovere la collaborazione industriale con partner esteri;
- attirare gli investimenti esteri in Italia.

I servizi di promozione aziendale si concretizzano nella predisposizione di piani pubblicitari, presentazioni aziendali e di prodotti, organizzazione di simposi e conferenze stampa, partecipazione a fiere e mostre autonome al fine di selezionare gli strumenti promozionali più idonei al mercato coinvolto, pubblicizzare i prodotti aziendali ed ampliare i canali distributivi.

Dall'ICE è inoltre possibile ottenere tutte le informazioni riguardanti le "Fiere" e le "Attività promozionali". Attualmente, per poter accedere a questo servizio è necessario essere iscritti all'Export Club o possedere una Carta Servizi ma potrebbe ipotizzarsi un accesso diretto per gli utenti dello Sportello.

Attraverso lo Sportello, la Regione Campania, in raccordo con il Programma ICE e con azioni di coordinamento e operativo e gestionale, avrà il compito di:

- contribuire alla definizione del **Programma Promozionale Regionale** annuale e promuovere accordi con enti fieristici e associazioni imprenditoriali per la sua realizzazione;
- promuovere **iniziative di marketing territoriale** realizzate attraverso progetti comuni con enti locali, Camere di commercio e associazioni imprenditoriali per favorire gli investimenti esteri in Campania e accrescere l'attrattività della Campania come luogo di localizzazione di nuove attività economiche, anche attraverso l'assistenza agli investitori nella individuazione delle aree di maggiore interesse (da attuare nella fase di ottimizzazione dello Sportello) e proponendosi così come snodo strategico tra investitori ed interlocutori locali;
- organizzare **workshop ed eventi** finalizzati alla promozione del territorio e dei contesti produttivi locali, alla cooperazione industriale e commerciale. Tali iniziative possono essere organizzate anche in occasione di fiere internazionali e missioni promozionali (con seminari tecnici pre e post-evento) con l'obiettivo di approfondire i legami tra le imprese campane partecipanti e la clientela estera ed accrescere gli effetti di ritorno dell'iniziativa intrapresa;
- promuovere **studi e convegni** su tematiche di primario interesse per la proiezione economica internazionale delle imprese e del tessuto produttivo campano quali: caratteristiche dei potenziali mercati di sbocco, specificità territoriali, settoriali ed imprenditoriali presenti in Campania; *performance* internazionale di settori e comparti; buone pratiche avviate nel campo dell'internazionalizzazione da regioni con significative esperienze nel campo dell'autogoverno del territorio e delle politiche economiche territoriali. Tali attività potranno inoltre fornire *input* strategici alle attività di sostegno all'internazionalizzazione regionale e consentiranno di meglio individuare i mercati esteri di sbocco sui quali indirizzare l'attività di promozione oltre a segnalare settori, comparti e realtà territoriali da coinvolgere ogni anno nei piani di promozione e sostegno industriale;
- coordinare e gestire la **partecipazione a fiere e missioni promozionali** nazionali ed internazionali. Per meglio allocare le risorse regionali disponibili e amplificare l'impatto potenziale delle iniziative avviate è necessaria un'attenta definizione dei target intersettoriali, settoriali e geografici.

Al pari di quanto avviene in Emilia Romagna, lo Sportello deve agire di concerto con la sede regionale dell'ICE per promuovere il sistema imprenditoriale locale nel mondo. In questo ambito potrebbero essere definite specifiche azioni di intervento promozionale oggetto di Convenzione ad hoc tra Ministero Attività Produttive, Regione e ICE.

In relazione alle strategie promozionali (di settori, sistemi locali e in specifici mercati

di sbocco) è auspicabile, in via generale, un'attenta definizione-selezione degli obiettivi di breve, medio e lungo periodo da perseguire per arrivare a scelte mirate, che siano basate su approfondite analisi delle potenzialità d'internazionalizzazione presenti nel contesto regionale. Il costante monitoraggio dei processi di internazionalizzazione, presenti e potenziali nella regione, eviterà, nei programmi da definirsi su base regionale, di doversi limitare alla riproposizione di linee programmatiche già fissate a livello nazionale, che rispondono ad obiettivi solo in parte funzionali e compatibili con quelli locali. Va inoltre evitata un'allocatione eccessivamente frammentata delle risorse disponibili (distribuzione 'a pioggia') in quanto l'efficacia ed il successo delle attività di *trade promotion* sono legate sia al raggiungimento di una necessaria ampia massa critica d'intervento sia ad azioni che rispondano a logiche integrate (ciò vale anche per l'utilizzo delle risorse nazionali finalizzate alla promozione e co-finanziate dall'ICE).

Le modalità di accesso allo Sportello

Presso lo Sportello possono essere richieste informazioni, assistenza e consulenza in merito ai servizi alle imprese con diverse modalità comunicative:

- attraverso il Web;
- *face-to-face*;
- per telefono (è da valutare l'opportunità di creare un Numero verde).

Sul modello offerto dai siti di altre Regioni deve essere offerta agli imprenditori la possibilità di usufruire di una serie di servizi direttamente on line.

- **consulenza on line**, per ricevere informazioni, assistenza e consulenza specializzata in materia di internazionalizzazione;
- **ricerca delle agevolazioni**, per conoscere le forme di agevolazione finanziaria più adatte alle esigenze dell'azienda;
- **servizio di aggiornamento via E-mail**, per essere costantemente aggiornati su tutte le novità per l'internazionalizzazione delle imprese e sulle attività promosse da Sprint Campania.

Per potere accedere a tali servizi è necessario che l'imprenditore si registri sul sito compilando una scheda informativa sull'attività e gli interessi dell'azienda.

Nella scheda vanno indicate informazioni relative ai dati identificativi dell'azienda (ragione sociale, responsabile da contattare, recapiti e partita iva/codice fiscale) all'attività dell'azienda (fatturato, settore di attività e numero di addetti).

In questo modo si raggiunge un triplice obiettivo:

- migliorare qualità e tempi di risposta dei servizi alle imprese;
- fornire la possibilità allo Sportello di creare una banca dati delle aziende contenente informazioni di tipo operativo (dimensione, settore, mercati esteri di riferimento, etc.);
- raccogliere delle prime informazioni sui bisogni delle aziende attraverso le richieste di consulenza on line. Dal tipo di quesito posto si possono infatti individuare quali siano le esigenze informative dell'azienda.

Ciò consente di effettuare una prima "mappatura" delle aziende in modo da identificare i bisogni delle varie tipologie di imprese senza sostenere il costo di una ricerca di

mercato *ad hoc*. Le informazioni così raccolte non possono considerarsi esaurienti ed è comunque necessaria una indagine più approfondita per poter arrivare ad una significativa segmentazione delle aziende in base ai bisogni, ma questo primo *step* rappresenta una buona indagine esplorativa. Ovviamente l'efficacia dell'azione è subordinata al fatto che:

- la presenza dello Sportello e del sito siano efficacemente promosse e che quindi l'affluenza al sito sia elevata;
- la scheda sia predisposta in modo da raccogliere il maggior numero possibile di informazioni sull'impresa, la sua attività e le sue aree di interesse.

Questo sistema implica inoltre un costo inferiore di quello necessario per garantire la presenza costante di una risorsa umana in grado di offrire risposte per telefono poiché rende possibile “concentrare” le risposte in 2/3 giorni alla settimana.

Il sito

Il sito rappresenta il “biglietto da visita” dello Sportello. E' pertanto indispensabile che sia realizzato in modo da soddisfare le esigenze dell'utente in modo efficiente, chiaro e tempestivo.

A tal fine è necessario che:

- il sito sia di facile consultazione. Anche gli utenti che hanno minore dimestichezza nell'uso del web devono poter essere in grado di trovare facilmente ciò che cercano attraverso percorsi semplici e veloci;
- le pagine non siano appesantite e si aprano molto velocemente;
- le informazioni contenute siano fruibili anche da parte di persone non particolarmente esperte nell'utilizzo di mezzi informatici. Il risultato della consultazione del sito deve essere rappresentato da informazioni sintetiche, chiare e di facile interpretazione in grado di fornire un quadro informativo ampio ed esauriente, ferma restando la possibilità di effettuare ulteriori approfondimenti attraverso l'utilizzo dei link suggeriti.

E' indispensabile che, fin dalla prima fase di avvio dello Sportello attraverso il sito, l'imprenditore:

- possa accedere ai siti ed ai servizi offerti dagli altri Enti Istituzionali attraverso link;
- possa contattare lo Sportello via E-mail.

Per rendere il sito web il più possibile coerente con le esigenze degli utenti, sarebbe utile effettuare delle interviste motivazionali o meglio ancora un Focus Group per sottoporre ad un campione di imprenditori campani una “demo” del sito e raccogliere le loro opinioni per migliorarne la struttura ed i contenuti fin dalla fase iniziale.

Data la rilevanza strategica che la comunicazione on line può assumere per il buon esito delle attività di Sprint Campania, il Gruppo di lavoro dello IAI ha svolto un'indagine ad hoc per verificare contenuti e modalità di presentazione/comunicazione dei siti web degli altri Sportelli regionali per l'internazionalizzazione e in un momento successivo ha elaborato uno schema della possibile articolazione contenutistica ed espositiva dello Sportello Campania che costituisce parte integrante del presente rapporto finale (capitolo 3).

2.4 Le modalità di verifica e feedback delle attività di Sprint Campania

Come più volte evidenziato nei precedenti paragrafi, l'efficacia di azione dello Sportello sarà fortemente condizionata dalla sua capacità di garantire prestazioni e servizi che riducano difficoltà ed ostacoli delle imprese locali impegnate sui mercati internazionali e di perseguire nel lungo periodo un incontro tra domanda ed offerta locale di SRI.

In tale prospettiva protrebbe assumere un valore strategico la creazione di un meccanismo costante di monitoraggio e feedback da attuare durante tutte le fasi di vita dello Sportello (sia nella fase di creazione e predisposizione della struttura che nella fase di piena attività ed erogazione dei servizi).

Esso deve essere strutturato in modo da consentire la valutazione:

- della percezione e del livello di soddisfazione delle imprese in relazione ai servizi erogati (l'assenza di *feedback* può portare alla perdita di qualità del servizio con conseguente insoddisfazione dell'utente);
- dei risultati conseguiti grazie agli SRI offerti dallo Sportello (verificando le imprese che hanno effettivamente avviato attività di internazionalizzazione).

L'ampiezza dei temi da trattare e la necessità di esplorare a fondo le attese da parte degli utenti suggeriscono un disegno della ricerca di tipo integrato, che dovrà essere oggetto di uno specifico piano di analisi. Di seguito sono riportati brevemente la struttura e le linee guida da seguire per l'attuazione di questo progetto di monitoraggio.

La ricerca deve essere articolata in due *step* di lavoro successivi: una prima fase "esplorativa", di carattere qualitativo, ed una seconda fase "estensiva" di tipo quantitativo.

Fase qualitativa

Nella fase iniziale di set up dello Sportello, l'azione ha una valenza esplorativa e deve porsi l'obiettivo di:

- rilevare le attese, le aspettative e le esigenze dei clienti in relazione alle modalità in cui lo Sportello deve essere strutturato ed ai servizi che deve offrire;
- individuare i bisogni degli imprenditori della regione Campania in materia di internazionalizzazione al fine di individuare le aree critiche di intervento per lo Sportello.

La rilevazione può essere effettuata attraverso *focus group* o colloqui motivazionali. La scelta del piano metodologico dipende dall'ampiezza dei temi da trattare e dalle risorse a disposizione: il *focus group* è infatti uno strumento che consente un'analisi più approfondita ma implica costi maggiori. Il target di questa prima rilevazione è rappresentato dagli imprenditori della Regione Campania, da selezionare in modo da avere un panorama completo delle varie aree di attività e delle diverse peculiarità regionali.

Fase quantitativa

Nella fase successiva di operatività dello Sportello, si potrebbero predisporre delle azioni estensive di monitoraggio volte a:

- segmentare i clienti ed individuare esigenze ed aspetti specifici al fine di poter offrire agli utenti servizi "mirati" alla soddisfazione delle loro esigenze;
- valutare il livello di soddisfazione dei clienti in relazione ai servizi offerti;

– individuare le “aree critiche di miglioramento” al fine di incrementare la qualità dei servizi offerti, individuare nuovi servizi da erogare e/o la necessità di modificare servizi già erogati.

Questa seconda fase prevede la somministrazione di un breve questionario “semi-strutturato” agli “utenti” dello Sportello intesi come tutti coloro i quali hanno preso contatto con la struttura, indipendentemente dal fatto che abbiano o meno utilizzato i servizi offerti. Anche in questo caso la scelta metodologica è condizionata dalle risorse a disposizione: le interviste possono essere effettuate telefonicamente o *face to face*.

La rilevazione deve essere ripetuta periodicamente, con cadenza trimestrale o semestrale, al fine di:

- mantenere un monitoraggio costante sulla *customer satisfaction*;
- valutare l’impatto delle azioni correttive di volta in volta attuate in base alle indicazioni ricevute.

Per avere risultati statisticamente significativi, si suggerisce di effettuare non meno di 150/200 interviste per ciascuna fase di rilevazione.

2.5 La promozione dello Sportello e delle sue attività

Le politiche promozionali si concretizzano nello stabilire gli obiettivi, le modalità ed i mezzi di comunicazione con l’ambiente esterno ed in particolare con le diverse tipologie di utenza con cui la struttura entra in contatto. La promozione di un soggetto quale lo Sportello si sostanzia nella predisposizione di servizi ed incentivi finalizzati ad indurre l’utente a testare i servizi offerti ed a diventarne un fruitore abituale ed è pertanto caratterizzata da un contenuto informativo molto focalizzato sulle specificità operative e conoscitive delle imprese campane.

Gli obiettivi delle politiche di promozione dello Sportello devono mirare a:

- informare dell’esistenza dello Sportello e farne conoscere le caratteristiche ed i servizi offerti;
- spingere le aziende Campane ad avvicinarsi allo Sportello attraverso azioni promozionali volte ad attribuire una connotazione *user friendly* ai suoi servizi ed attività;
- mantenere un contatto costante con le imprese rendendo lo Sportello uno snodo strategico tra gli operatori locali ed il mercato internazionale.

Questi obiettivi andrebbero perseguiti attraverso l’attuazione di un articolato piano di promozione e comunicazione da realizzare in modo graduale e continuativo. Risulta infatti fondamentale non lasciare trascorrere troppo tempo tra un’azione e l’altra senza dare segnali tangibili della propria attività poiché, altrimenti, si correrebbe il rischio di perdere l’efficacia “evocativa” delle azioni intraprese e con essa l’interesse ed attenzione degli imprenditori.

Il piano prevede due momenti:

- primo *step* di “penetrazione”;
- secondo *step* di “*Follow up*”, articolato in una fase di animazione ed un’altra dedicata all’organizzazione di eventi.

Primo Step: azioni di penetrazione

In questa fase si potrebbero privilegiare interventi destinati a fornire la conoscenza dello Sportello presso il più ampio numero di soggetti possibile ed avviare campagne pubblicitarie volte a promuovere l'immagine di Sprint Campania ed i suoi obiettivi operativi e funzionali un'identità operativa e funzionale per lo Sportello.

Nella primissima fase di vita dello Sportello, la sua creazione potrebbe essere promossa attraverso un'azione di mailing, rivolta a tutte le imprese campane, da effettuare per posta ordinaria. La scelta di questo canale è dettata dalla difficoltà di reperire gli indirizzi E-mail delle aziende. Gli indirizzi postali possono invece essere facilmente forniti dalle Camere di Commercio.

Questa prima comunicazione potrebbe contenere una presentazione sintetica ed incisiva di Sprint Campania e dei servizi offerti. Obiettivo principale da perseguire in tale fase è spingere le imprese a registrarsi sul sito per poter usufruire dei servizi on line che saranno offerti dallo Sportello non appena esso sarà completamente operativo, ed in particolare del "servizio di aggiornamento via E-mail".

Il tono ed i contenuti della comunicazione devono evidenziare il supporto strategico che Sprint può fornire nei momenti cruciali delle scelte di internazionalizzazione, garantendo un aiuto tecnico/operativo per: individuare le imprese partner all'estero, accedere a fonti di finanziamento agevolato, superare gli ostacoli burocratici ed ottenere servizi di sostegno alla collaborazione industriale e commerciale con imprese estere.

Può essere opportuno valutare la possibilità di effettuare comunicazioni differenziate in base al fatturato/settore di attività delle aziende (anche questi dati reperibili attraverso le Camere di Commercio).

Oltre ad informare dell'esistenza dello Sportello, questa azione ha il duplice vantaggio di:

- abituare sin dall'inizio le imprese ad accedere allo Sportello attraverso il sito;
- raccogliere ulteriori informazioni (primo tra tutti l'indirizzo E-mail) per poter creare una Banca Dati delle imprese Campane.

Per spingere le aziende a registrarsi ed a fornire allo Sportello il maggior numero possibile di informazioni, va sottolineato che:

- l'inserimento nella mailing list consente di usufruire del servizio di "aggiornamento in tempo reale" e ricevere tempestivamente informazioni su contributi a fondo perduto, agevolazioni, incentivi e sgravi fiscali a favore delle imprese;
- i dati relativi all'impresa sono necessari ai fini della personalizzazione del servizio: quanto più saranno precisi e completi, tanto più utile sarà l'informazione ricevuta.

Per tutte le imprese che non si registrano, può essere previsto l'invio a mezzo posta di una seconda comunicazione, alla quale verrà allegata una busta pre-affrancata da usare per inviare allo Sportello i propri dati per posta ordinaria.

Le informazioni relative a queste imprese verranno poi gestite come un *cluster* separato: solo ad esse verrà inviato per posta periodicamente materiale informativo ed aggiornamenti poiché, per ridurre i costi di gestione delle attività promozionali, si consiglia di comunicare con tutte le altre aziende attraverso la posta elettronica.

Accanto a questa formula promozionale di tipo interattivo vanno predisposti interventi di carattere più tradizionale quali: l'organizzazione di Road Show (già richiamati nella sezione eventi promozionali) presso le antenne provinciali dello Sportello e pres-

so sedi associative e bancarie dislocate sul territorio; la definizione di alcuni convegni pubblici e seminari tecnici per le imprese; pubblicità su riviste specializzate e campagne conoscitive a mezzo stampa.

Follow up: azioni di animazione

Questa seconda fase di *Follow Up*, da attivare dopo aver diffuso l'informazione, si articola in varie attività finalizzate a fidelizzare il rapporto con le imprese ed ad accompagnarle nelle diverse fasi operative e di gestione del business. Una volta raccolti tutti gli indirizzi E-mail delle aziende campane sarà necessario mantenere con esse un contatto costante. Si suggeriscono le seguenti modalità:

Servizio di aggiornamento via E-mail

A tutte le imprese Campane registrate sul sito, lo Sportello offrirà un servizio gratuito di posta elettronica per fornire periodicamente informazioni sintetiche sulle attività ed i programmi promozionali avviati dallo Sportello. Il servizio di aggiornamento via e-mail darà notizia degli eventi fieristici più rilevanti per l'export campano ed aggiornerà sulle modifiche ed interventi normativi relativi ad i contributi a fondo perduto, le agevolazioni, gli incentivi e gli sgravi fiscali a favore delle imprese.

Questo servizio consentirà alle imprese di ricevere, direttamente presso la propria sede, informazioni mirate e di rapida lettura ed allo Sportello di essere sempre "presente" nella realtà aziendale.

Qualora l'impresa non disponga di un indirizzo di posta elettronica è da valutare l'opportunità di predisporre, come già avviene in Piemonte, la comunicazione delle informazioni attraverso SMS direttamente sul cellulare. L'iscrizione al servizio può essere richiesta nel momento in cui l'impresa si registra sul sito dello Sportello.

Newsletter

La newsletter potrebbe costituire un ulteriore strumento informativo volto a "fidelizzare" le imprese e - attraverso strategie di comunicazione mirate - a fornire notizie ed informazioni di carattere pratico, incentrate sulle opportunità di sviluppo internazionale dell'imprenditoria campana.

A tutte le imprese registrate sul sito, lo Sportello invierà gratuitamente via E-mail una newsletter. La newsletter conterrà informazioni sulle principali opportunità di investimento all'estero, sulle agevolazioni finanziarie per le imprese italiane che desiderano investire o esportare all'estero ed informazioni relative ad eventuali accordi internazionali stipulati con gli Enti locali/nazionali ed un resoconto delle attività realizzate da Sprint Campania.

Una delle possibili fonti di informazione per la newsletter può essere rappresentata dai dati raccolti dal servizio: "Le Opportunità d'affari" dell'ICE dove sono segnalate periodicamente le occasioni di business (in particolare: informazioni brevi sulle gare internazionali con una sintesi del bando ed i riferimenti necessari per la richiesta del capitolato d'appalto e la presentazione dell'offerta; segnalazioni complete ed aggiornate dei progetti di sviluppo e di assistenza tecnica finanziati dalle Istituzioni Finanziarie Internazionali; anticipazioni circa i piani di privatizzazione, finanziamenti, realizzazione di grandi opere nelle diverse aree e mercati mondiali).

E' necessario stabilire la cadenza temporale della Newsletter sulla base delle risorse disponibili in modo da garantire l'uscita puntuale dei numeri alla scadenza.

Eventi

Ai fini di promuovere la conoscenza dello Sportello e dei suoi servizi presso la popolazione imprenditoriale campana lo Sportello potrà organizzare una serie di *roadshow* promozionali presso le sedi provinciali di Sprint Campania al fine di illustrare agli operatori *mission*, servizi, opportunità e modalità di contatto ed utilizzo dello Sportello. Tale primo contatto necessiterà di una continua alimentazione, attraverso l'organizzazione di convegni, seminari tecnici, iniziative di *trade promotion* nelle diverse province campane.

ALLEGATO II

**Gli sportelli regionali per l'internazionalizzazione:
una matrice di analisi e confronto di alcuni sportelli già operativi**

Allegato 2: Gli sportelli regionali per l'internazionalizzazione: una matrice di analisi e confronto di alcuni sportelli già operativi*

* (Fonti di informazione: siti degli sportelli, opuscoli informativi; dati aggiornati al gennaio 2003)

	EMILIA ROMAGNA	MARCHE	PIEMONTE	TOSCANA
Soggetti partecipanti	<p>I soggetti fondatori dello Sportello sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regione Emilia-Romagna - MINCOMES/Ministero Att. Prod. - ICE - SACE - SIMEST <p>Ad essi si aggiungono in forma associata:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sviluppo Italia - Camere di Commercio - Associazioni imprenditoriali - Sistema bancario - Enti fieristici 	<p>Lo Sportello Regionale per l'internazionalizzazione nasce da un'intesa fra il Ministero delle Attività Produttive e la Regione Marche.</p> <p>I soggetti costituenti sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ICE - SACE - SIMEST - Unioncamere delle Marche 	<p>Lo Sportello è nato da un'intesa tra l'allora Ministero per il Commercio estero e la Regione Piemonte.</p> <p>I soggetti partecipanti sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regione Piemonte - Ministero Attività Produttive - UNIONCAMERE Piemonte - ICE - SACE - SIMEST - Finpiemonte Spa - Eurofidi <p>Ad essi si aggiungono (in formula associativa) l'Unione Industriali di Alessandria, la Federpiemonte, la Federapi.</p>	<p>La Convenzione che ha dato vita allo sportello è stata sottoscritta dal Ministero Attività Produttive, Regione Toscana, ICE, SACE, SIMEST, UNIONCAMERE regionale ed Apet (che acquisirà il nuovo nome e marchio: "Toscana Promozione").</p>
Soggetti a cui sono rivolti i servizi	<p>Aziende emiliano-romagnole di qualsiasi settore, interessate ad avviare progetti d'internazionalizzazione ed imprese straniere interessate ad investire in regione.</p>	<p>I servizi dello Sportello sono rivolti a tutte le PMI della Regione Marche.</p>	<p>I servizi sono rivolti a aziende piemontesi di qualsiasi settore, interessate ad espandersi sul mercato estero.</p>	<p>Lo sportello rivolge i propri servizi agli imprenditori toscani che vogliono avviare iniziative sui mercati internazionali e alle aziende straniere interessate ad insediarsi in Toscana.</p>
Sito Web	www.intersportello.com	www.internazionalizzazione.marche.it	www.intersportello-piemonte.it	www.sprintoscana.it
Organizzazione sul territorio	<p>Lo Sportello, attivo da Febbraio 2000, si compone di un modulo operativo situato a Bologna presso l'Ufficio regionale ICE e di una fitta rete di sportelli locali situati sul territorio regionale presso Unioncamere, CdC, Associazioni imprenditoriali, sistema bancario ed Enti fieristici.</p>	<p>Lo Sportello, attivo da Settembre/Ottobre 2001, ha una struttura operativa centrale, con sede ad Ancona presso la Regione, ed una rete di Sportelli provinciali presso le Camere di Commercio e loro Aziende Speciali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ancona, CCIAA e Ancona Promuove - Ascoli Piceno, CCIAA e Piceno Promozione - Macerata, CCIAA e Exit - Pesaro e Urbino, CCIAA e Aspin 2000 	<p>Lo Sportello, attivo dal marzo 2001, è dotato di una sede centrale a Torino presso l'Ufficio regionale ICE ed una serie di sedi decentrate presso gli sportelli Globus operanti presso ogni Camera di Commercio del territorio piemontese.</p>	<p>Sprint Toscana, attivo dal Febbraio 2002, è dotato di una sede centrale a Firenze e di antenne provinciali presso le Camere di commercio di tutte le province toscane.</p> <p>La rete dello sportello è stata recentemente allargata con la firma nel maggio 2002 della convenzione tra Apet (Toscana Promozione) e le undici associazioni di categoria regionali finalizzata a diffondere sul territorio i servizi dello Sportello rivolti alle imprese e agli operatori.</p>

<p>Organico</p>	<p>EMILIA ROMAGNA Organico Presso lo Sportello sono presenti: - un responsabile Regionale - un rappresentante ICE - un rappresentante SACE - un tecnico SIMEST Il Coordinatore dello sportello è un Consulente esterno, esperto in materia di finanziamenti alle imprese.</p>	<p>MARCHE Presso lo Sportello centrale sono presenti: - un rappresentante ICE - un rappresentante SACE - un rappresentante SIMEST I rappresentanti dell'ICE e della SIMEST sono disponibili in sede solo in determinati giorni della settimana mentre il rappresentante SACE è disponibile solo su appuntamento. E' anche possibile anche fissare un appuntamento con i rappresentanti della SACE e della SIMEST per incontrarli direttamente in azienda. Le attività dello sportello sono indirizzate da un comitato di coordinamento presieduto dall'Assessore regionale all'industria, artigiano, attività promozionali all'estero</p>	<p>PIEMONTE Presso lo Sportello sono presenti: - un rappresentante SIMEST che svolge anche le funzioni di coordinatore dello sportello - un rappresentante della Regione Piemonte - un rappresentante ICE - un rappresentante SACE contattabile su appuntamento.</p>	<p>TOSCANA Presso lo Sportello lavorano full time personale dell'Apet e della CdC. Funzionari ICE sono presenti solo in alcuni giorni della settimana, mentre funzionari della SACE e della SIMEST sono disponibili su appuntamento. Il coordinatore delle attività dello sportello è il direttore dell'Apet.</p>
------------------------	--	---	--	---

	EMILIA ROMAGNA	MARCHE	PIEMONTE	TOSCANA
<p>Servizi informativi</p> <p>L'impresa può accedere ai servizi specifici, anche personalizzati, forniti da ICE, SACE, SIMEST ed altri organismi pubblici.</p> <p>In particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> - selezione dei mercati esteri attraverso lo sviluppo di "Progetti Paese" - ricerca di opportunità di investimento e/o partner esteri adeguati allo sviluppo del proprio specifico progetto di internazionalizzazione - servizi finanziari ed alle agevolazioni nazionali e regionali per l'internazionalizzazione. <p>Attraverso l'ICE sono inoltre fornite informazioni di base statistiche, doganali, fiscali, finanziarie e valutarie.</p> <p>Attraverso la Regione Emilia Romagna sono inoltre disponibili on line due fonti di informazione relative alle opportunità di localizzazione ed alle modalità di investimento nell'ambito della Regione (Temisia e Atlante).</p>	<p>Lo Sportello offre informazioni di base gratuite ed approfondimenti a pagamento in relazione a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Paesi e Mercati - Imprese Estere - Opportunità di affari - Gare di appalto internazionali - Strumenti finanziari regionali, nazionali e comunitari. <p>Presso gli uffici camerati sono disponibili i seguenti servizi a pagamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - visite e informazioni di imprese italiane ed estere - informazioni statistiche su import export per prodotti e per Paesi - elenchi di imprese nazionali che operano con Paesi esteri - atti e certificati per l'estero. <p>Lo sportello offre statistiche relative ai dati import-export della Regione Marche con gli altri paesi del mondo. Sono disponibili tabelle dettagliate, relative ai rapporti con i paesi dell'UE, la Federazione Russa, il Nord America, il Sud America e la Cina. L'arco temporale preso in considerazione, riguarda tutte le operazioni effettuate tra il 2000 ed il 1° semestre 2002. C'è inoltre la possibilità di creare tabelle personalizzate attraverso un collegamento con il sito ICE che offre servizi di elaborazione di dati statistici per prodotto, settore e Paese, nonché informazioni su normative tecniche per i mercati esteri. Un servizio che può essere anche personalizzato (servizi a pagamento).</p>	<p>Presso lo Sportello l'impresa può accedere ai servizi specifici di informazione/assistenza, anche personalizzati, forniti da ICE, SACE, SIMEST ed altri organismi regionali pubblici. In particolare sono disponibili:</p> <ul style="list-style-type: none"> - informazioni sui mercati esteri, segnalazioni di gare e servizi informativi personalizzati - informazioni di base, statistiche, doganali, fiscali, finanziarie e valutarie - ricerca di opportunità di investimento e/o partner esteri - informazioni sui servizi finanziari ed agevolativi nazionali e regionali per l'internazionalizzazione - servizi di orientamento e di aggiornamento agli imprenditori sulla scelta dei mercati e sulle opportunità di investimento nei singoli paesi - informazione e consulenza fiscale doganale legale per l'esportazione e gli investimenti all'estero. <p>Lo Sportello pone tra i suoi obiettivi quello di collaborare (anche se non risultano essere stati conclusi accordi o convenzioni formali a tal fine) con l'Agenzia ITP, (Agenzia per gli Investimenti a Torino e in Piemonte), la prima agenzia regionale italiana dedicata all'attrazione di investimenti esteri, nazionali ed esteri. La sua attività è finalizzata a sviluppare azioni di marketing territoriale, comunicazione ed attività di servizio per gli investitori internazionali.</p>	<p>Lo Sportello pone al servizio degli operatori locali tutti i servizi informativi prodotti dall'ICE. Insieme ad Apet lo Sportello dispone di informazioni e dati relativi agli andamenti dell'economia regionale e dell'export. Queste informazioni non risultano al momento disponibili on line sul sito di Apet e/o dello Sportello. E' in via di costituzione un Osservatorio regionale per l'internazionalizzazione che avrà il fine di analizzare le dinamiche di internazionalizzazione regionale.</p> <p>Relativamente ai programmi comunitari lo Sportello fornisce una prima informazione anche attraverso l'ufficio della Regione Toscana e dell'Unioncamere a Bruxelles. In particolare lo Sportello Regionale fornisce informazioni e prima assistenza sulle misure comunitarie relative all'internazionalizzazione. L'agenzia ha firmato nel maggio 2002 una convenzione con le associazioni di categoria regionali che prevede tra l'altro, da parte di Apet, il coordinamento tra i vari Siti (a cominciare da S.I.N.C.E e i relativi collegamenti con la rete GLOBUS) e la creazione di una banca dati informativa dei servizi attivi sul territorio regionale in tema di internazionalizzazione. E' inoltre attivo dal dicembre 2002 il sito www.invest.toscana.it che costituisce il punto di riferimento on line per gli investitori esteri interessati alle attività.</p>	

	EMILIA ROMAGNA	MARCHE	PIEMONTE	TOSCANA
Servizi informativi (continua)			I servizi resi da ITP sono quelli tradizionalmente offerti dalle agenzie europee di attrazione di IDE: Informazioni sui macrosettori, definizioni e informazioni su finanziamenti ed agevolazioni disponibili, ricerca e selezione di opportunità localizzabili, realizzazione di dossier di prefattibilità e assistenza post insediamento. Sul fronte informativo ITP si è dotata di due banche dati, una sulle agevolazioni ed incentivi per le attività di insediamento e l'altra sull'offerta localizzativa e le business opportunities regionali.	
Servizi formativi	Lo Sportello emiliano ha in due anni di attività organizzato 40 corsi di formazione per operatori di banche, sistema camerale, sistema associativo. I corsi hanno riguardato la normativa relativa ai servizi e gli strumenti agevolativi per le attività economiche internazionali e di assicurazione di esportazioni e investimenti all'estero, oltre agli aspetti tecnici delle procedure di commercio estero.	Lo Sportello centrale, attraverso le Camere di Commercio delle varie province, informa sulle attività formative organizzate dalla Regione, dalla SACE e dalla SIMEST, sui corsi di formazione attivati in Italia e all'estero e sulle altre attività inserite nell'ambito del Programma promozionale dell'ICE. Per conto della Regione Marche le sedi provinciali dell'ICE provvedono ad organizzare corsi generali di primo orientamento e/o corsi su materie specifiche, interventi formativi per promuovere i prodotti / servizi marchigiani all'estero. Gli interventi possono articolarsi in corsi di formazione e visite aziendali.	Lo Sportello organizza corsi di formazione ad hoc per il settore export rivolti a funzionari di enti ed istituzioni (CdC provinciali, Banche locali, etc.) impegnate nella promozione dell'internazionalizzazione regionale. Informa inoltre sui servizi di formazione per manager e specialisti in commercio estero offerti dall'ICE.	Lo Sportello non svolge al momento in via diretta attività di formazione limitandosi a veicolare verso l'ICE la domanda di formazione proveniente dall'imprenditoria locale. Organizza e svolge insieme a Toscana Promozione seminari tematici su problematiche e normative attinenti al commercio estero.

Servizi di assistenza	EMILIA ROMAGNA	MARCHE	PIEMONTE	TOSCANA
<p>Lo Sportello offre:</p> <p>Servizi di Consulenza</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assistenza di base e di primo orientamento, standardizzata e/o personalizzata - definizione di studi di fattibilità per la verifica dei progetti di investimento all'estero (analisi economico-finanziaria; valutazione della redditività; consulenza legale; fiscale e societaria etc.) - sostegno alle iniziative di assistenza tecnica per la realizzazione di business plan per investimenti all'estero <p>PROMECC - l'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Modena - con il cofinanziamento della</p> <p>REGIONE EMILIA ROMAGNA</p> <p>Regionale Triennale per lo sviluppo delle attività produttive 1999-2001 ed in collaborazione con il Sistema Camerale emiliano romagnolo, ha recentemente attivato un Centro Servizi, localizzato a Shanghai, a disposizione delle imprese e degli Enti interessati al mercato cinese. Il Centro erogherà servizi alle imprese sia gratuiti che a pagamento e sarà collegato ad uno show room permanentemente per presentare, promuovere e vendere i prodotti delle aziende presenti.</p> <p>Servizi Finanziari</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assistenza e presentazione delle domande per utilizzare i servizi finanziari ed agevolativi nazionali e regionali; - strutturazione di piani di copertura finanziaria per i progetti di investimento - partecipazione al capitale di rischio. 	<p>Lo Sportello offre:</p> <p>Servizi di consulenza</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agevolazione all'accesso delle PMI e degli operatori economici ai servizi promozionali, assicurativi e finanziari e agli strumenti internazionali, comunitari, nazionali e regionali disponibili, con una maggiore presenza e informazione diretta sul territorio - informazione sui diversi percorsi possibili da seguire per nuove relazioni commerciali, opportunità di mercato e possibilità di investimento e/o partenariato - attraverso le CCIAA ricerca potenziali partner e clienti e organizza incontri d'affari - orientamento nel reperimento di informazioni su dazi e norme di importazione/esportazione da/verso Paesi Terzi, normative relative a trasporti, imballaggi, regimi fiscali esteri. Questo servizio a pagamento è offerto attraverso gli uffici Camerali e dell'ICE - informazione su normative, usi contrattuali esteri e consulenze di esperti (online o attraverso gli uffici camerali o ICE). Le consulenze in questa materia vengono offerte a pagamento con modalità diverse, sia dalla Rete Estera degli uffici ICE che dagli uffici camerali. <p>Servizi finanziari e assicurativi</p> <p>Lo Sportello centrale e la rete coordinata offrono informazioni e assistenza gratuita per l'utilizzo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - dei servizi finanziari e delle agevolazioni nazionali gestite da SIMEST sul territorio marchigiano - dei servizi assicurativi offerti dalla SACE. 	<p>Lo Sportello decentra l'offerta dei servizi di consulenza erogati da SIMEST, ICE, SACE, CCIA e offre collegamenti operativi e funzionali con i servizi di assistenza/consulenza finanziaria predisposti dalle principali istituzioni bancarie e finanziarie regionali.</p>	<p>Lo Sportello offre in maniera decentrata i Servizi Finanziari di SIMEST, relativi all'agevolazione dei crediti all'esportazione, programmi di penetrazione commerciale, partecipazione delle imprese italiane a gare internazionali, partecipazione al capitale di imprese estere e relativi contributi agli interessi. Allo stesso modo offre i Servizi assicurativi di SACE relativi alla copertura del rischio di credito per attività di internazionalizzazione.</p> <p>Presso lo Sportello, anche con la collaborazione di professionisti esterni, Apet fornisce servizi di consulenza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - legale in materia di commercio internazionale; - fiscale e tributaria con particolare riferimento alle tematiche correlate al commercio con l'estero; - relativa a dogane e trasporti internazionali; - specialistica per il mercato americano (assistenza per la penetrazione nel mercato Usa in collaborazione con un consulente statunitense) - per la cooperazione internazionale e il marketing territoriale (servizio di consulenza per aspetti legali, societari e finanziamenti nei paesi nell'America Latina in rapporto a progetti di cooperazione; servizio di assistenza di primo orientamento alle aziende estere che intendano insediarsi in Toscana a fini produttivi e/o commerciali relativamente ad informazioni quali l'individuazione della più opportuna forma societaria e l'analisi dei relativi aspetti costitutivi, legali, finanziari, fiscali, amministrativi e agevolativi). 	

	EMILIA ROMAGNA	MARCHES	PIEMONTE	TOSCANA
<p>Servizi di assistenza (continua)</p>	<p>- Finanziamento a m/1 termine a tasso agevolato per la partecipazione italiana al capitale di rischio in imprese estere e la realizzazione di un programma di sviluppo commerciale che permetta l'avvio del "radicamento" dell'impresa italiana nel mercato estero</p> <p>- finanziamento per la partecipazione a gare internazionali</p> <p>- agevolazione dei crediti all'esportazione.</p> <p><u>Servizi Assicurativi</u></p> <p>Lo Sportello offre l'accesso a tutti i servizi di assicurazione di crediti all'esportazione previsti dalla SACE, compreso il servizio di garanzia on-line dei crediti all'esportazione.</p> <p>La Regione ha stipulato una convenzione con la SACE per favorire l'accesso delle PMI alla copertura assicurativa dei rischi politici e commerciali fino al 95% di un credito all'esportazione. La convenzione prevede tempi di erogazione della copertura assicurativa veloci anche attraverso l'immediata assicurabilità tramite Internet.</p> <p><u>Modalità di erogazione</u></p> <p>- I servizi di consulenza sono garantiti direttamente dalla Regione o attraverso l'ICE</p> <p>- i servizi finanziari sono offerti dalla SIMEST e dal sistema bancario presente sul territorio</p> <p>- i servizi assicurativi sono offerti dalla SACE in convenzione con la Regione.</p>	<p>Presso gli uffici camerati sono disponibili i seguenti servizi a pagamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - norme tecniche UNI (scontate del 50%) - norme tecniche EN - ISO - brevetti e marchi - attività di arbitrato internazionale 	<p><u>Servizi Assicurativi</u></p> <p>Lo Sportello offre l'accesso a tutti i servizi di assicurazione di crediti all'esportazione previsti dalla SACE, compreso il servizio di garanzia on-line dei crediti all'esportazione.</p> <p>La Regione ha stipulato una convenzione con la SACE per favorire l'accesso delle PMI alla copertura assicurativa dei rischi politici e commerciali fino al 95% di un credito all'esportazione. La convenzione prevede tempi di erogazione della copertura assicurativa veloci anche attraverso l'immediata assicurabilità tramite Internet.</p> <p><u>Modalità di erogazione</u></p> <p>- I servizi di consulenza sono garantiti direttamente dalla Regione o attraverso l'ICE</p> <p>- i servizi finanziari sono offerti dalla SIMEST e dal sistema bancario presente sul territorio</p> <p>- i servizi assicurativi sono offerti dalla SACE in convenzione con la Regione.</p>	<p><u>Servizi Assicurativi</u></p> <p>Lo Sportello offre l'accesso a tutti i servizi di assicurazione di crediti all'esportazione previsti dalla SACE. La partecipazione di SACE all'attività dello sportello si traduce essenzialmente in attività di informazione, formazione ed assistenza tecnica favorendo sia la conoscenza da parte degli imprenditori degli strumenti assicurativi disponibili, sia l'innalzamento delle capacità da parte delle imprese stesse di valutazione dei rischi cui vanno incontro operando nei mercati internazionali. Regione e SACE promuovono inoltre accordi con gli Istituti di Credito per favorire lo smobilizzo del credito all'estero.</p>

	EMILIA ROMAGNA	MARCHE	PIEMONTE	TOSCANA
<p>Servizi di promozione</p>	<p>Lo Sportello offre i servizi di promozione (fiere, missioni, seminari, workshops, azioni di comunicazione) previsti dall'ICE.</p> <p>Ulteriori servizi sono definiti nell'ambito di Accordi di Programma aventi per oggetto azioni di intervento promozionale, derivanti da specifiche Convenzioni tra Ministero del Commercio Estero, Regione Emilia-Romagna e ICE.</p> <p>Il programma si realizza con la definizione e il sostegno di eventi e progetti organici, attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - accordi con enti fieristici regionali di rilievo internazionale per la realizzazione di iniziative fieristiche all'estero e altre attività di promozione del sistema produttivo regionale - accordi per iniziative di marketing territoriale realizzate tramite progetti comuni di enti locali, Camere di Commercio, associazioni imprenditoriali e di marchi di qualità. 	<p>Lo Sportello offre la possibilità di consultare on line i programmi della Regione, dell'ICE e delle Camere di Commercio che organizzano la partecipazione a fiere e predispongono missioni di operatori e altre iniziative anche di settore.</p> <p>Lo Sportello fornisce un supporto per lo sviluppo di progetti di promozione all'export e di internazionalizzazione assicurando il coordinamento fra programmazione nazionale e regionale.</p>	<p>Lo Sportello offre i servizi di promozione (fiere, missioni, seminari, workshops, azioni di comunicazione) previsti dall'ICE e dal Centro Estero delle Camere di Commercio Piemontesi. Nell'ambito degli Accordi di Programma, vengono coordinate e ripartite le azioni di intervento promozionale, derivanti da specifiche Convenzioni tra Ministero del Commercio Estero, Regione Piemonte ed ICE.</p>	<p>L'Apet (Toscana Promozione) è responsabile della gestione delle attività promozionali. L'agenzia organizza e coordina la partecipazione delle aziende toscane alle manifestazioni fieristiche nazionali ed internazionali previste dal programma regionale annuale di promozione economica, anche in collaborazione con ICE ed Enit. Realizza mostre autonome, missioni economiche ed istituzionali all'estero, incontri, seminari, workshop ed accoglienza di delegazioni straniere.</p> <p>Lo Sportello distribuisce i servizi ICE relativi all'analisi personalizzata dei mercati, di ricerca dei partner, di promozione aziendale all'estero, di assistenza operativa in loco, oltre che all'assistenza alle imprese italiane impegnate in progetti di cooperazione internazionale.</p> <p>Le informazioni ed il supporto relativi a programmi di cooperazione internazionale sono gestite da Toscana Promozione.</p>

Servizi specifici on line	EMILIA ROMAGNA	MARCHE	PIEMONTE	TOSCANA
<p>Non è disponibile alcun servizio specifico on line. Il sito offre solo la possibilità di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - accedere agli altri Enti tramite link - contattare lo sportello via E-mail. 	<p>Lo Sportello offre la possibilità di sottoporre quesiti direttamente attraverso il sito. Attraverso la compilazione di una <u>Scheda richiesta servizi</u> e di accedere a numerosi altri servizi on-line. I principali sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la guida <u>"Le agevolazioni finanziarie per le piccole e medie imprese"</u>, dove gli operatori economici della Regione Marche possono trovare informazioni sulle modalità di accesso a contributi e a finanziamenti agevolati e ordinari - la banca dati delle aziende <u>marchigiane per l'import e l'export</u>, un database che contiene informazioni sulle attività e sui prodotti di 3125 aziende marchigiane - <u>Geographic Business Search Engine</u>, un motore di ricerca specializzato nel trovare opportunità di Business - la Guida al <u>"Sistema Finanziario Regionale"</u>, dove sono disponibili informazioni e risorse su temi di natura finanziaria e di politica monetaria. 	<p>Il sito web è attivo solo per alcune sezioni ma, secondo quanto annunciato dagli organizzatori dello sportello in occasione della convention degli sportelli tenutasi a Torino, conterrà insieme alle informazioni base che descrivono funzioni, obiettivi e servizi dei Sprint Piemonte, anche una serie di servizi specifici:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sarà attivato un collegamento di rete tra lo sportello e le istituzioni nazionali che ne prendono parte: tale collegamento permetterà di informare in tempo reale le istituzioni erogatrici di SRI (SIMEST e SACE) della presenza di una domanda all'interno del territorio piemontese e/o dell'avvio di un'operazione con un imprenditore locale - lo Sportello informerà sulle linee di credito sia aperte che chiuse disponibili presso i diversi gruppi bancari presenti sul territorio evitando all'imprenditore l'onere di contattare direttamente le varie banche. Attraverso il sito, che agirà in collaborazione con l'ABI ed i principali istituti creditizi piemontesi, egli potrà ricevere in tempo reale un quadro informativo sull'intera offerta presente nel contesto regionale con i relativi referenti - il sito conterrà anche una sezione dedicata all'informazione sulla situazione congiunturale dei settori di primario interesse per l'economia regionale e segnerà delle business opportunities nei diversi mercati e settori. 	<p>Non vi sono al momento servizi on line ad hoc utilizzabili attraverso il collegamento al sito dello sportello. Il sito di Sprint Toscana si presenta anche come sottosezione del sito Apet pur disponendo di un proprio indirizzo web. Contiene delle schede che descrivono gli obiettivi dello sportello, i soci fondatori, i servizi offerti, i contatti operativi ed una sezione news (la quale ha fornito in questa prima fase di attività informazioni relative ai seminari organizzati dallo sportello insieme ad Apet e al programma dei road-show presso le camere di commercio finalizzati a diffondere la conoscenza delle opportunità offerte dallo Sportello).</p> <p>E' da segnalare la recente attivazione del sito Invest in Tuscany (http://www.apet.toscana.it/investintuscany/index2.html) destinato all'utenza estera e finalizzato a promuovere l'attrazione di nuovi insediamenti produttivi ed investimenti nella regione.</p> <p>Si struttura in otto sezioni dedicate a:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. descrizione dell'economia toscana 2. i distretti toscani 3. mercati e fornitori 4. la Toscana nell'economia internazionale 5. business assets 6. business story 7. location della Toscana 8. credits e contatti operativi. 	

	EMILIA ROMAGNA	MARCHES	PIEMONTE	TOSCANA
<p>Attività realizzate allo sportello: informazioni</p>	<p>Nei due anni di attività sono stati organizzati 1500 incontri con le aziende, la SIMEST ha realizzato più di 100 operazioni nel biennio, la SACE ha realizzato attraverso lo Sportello il 20% delle operazioni nazionali completate nel 2001. Secondo quanto indicato nel Programma Triennale per le Attività Produttive, nei primi 3 mesi di attività dello Sportello si è registrato un raddoppio delle operazioni regionali con la Legge 100/90 per gli investimenti esteri (+109%).</p>	<p>Dati attualmente non disponibili</p>	<p>L'attività svolta ha riguardato finora (gennaio 2003) l'assistenza a oltre 200 aziende per la promozione dei loro prodotti all'estero. Inoltre Sprint ha seguito più di 20 progetti di internazionalizzazione, con il supporto di diversi enti coordinati dallo sportello, quali Camere di Commercio, associazioni imprenditoriali, istituti bancari. Sono stati realizzati anche quattro corsi di formazione per addetti degli enti impegnati nei diversi progetti, e si sono raggiunti accordi di collaborazione con l'Associazione Orafa Valenzana, con il "distretto del freddo" di Casale Monferrato, con il distretto industriale di Canelli e con il consorzio Texbima di Biella.</p>	<p>Nei suoi primi 7 mesi di attività si sono rivolte a Sprint Toscana oltre 200 aziende, di cui il sessanta per cento opera tra le province di Firenze e Lucca, formulando complessivamente 327 quesiti. Sono state fornite consulenze per lo più di natura doganale (29%), legale (20%) e relative all'informazione sul mercato americano (17%).</p> <p>Relativamente ad Apet nel 2001 l'Agenzia ha svolto oltre 650 consulenze specialistiche ed ha realizzato 149 iniziative (con un impegno di 5.105.093,72 euro), il 43% delle quali ha riguardato la partecipazione a manifestazioni fieristiche. Il 41% delle azioni promozionali è indirizzato al settore del turismo, seguono quelle all'artigianato e PMI (con particolare attenzione al comparto del cuoio-pelli-calzature) ed al settore agroalimentare nel quale si sono registrati impegni pari al 23% sul totale. Gli interventi hanno riguardato il continente europeo, i mercati del Far East e dell'America settentrionale ed hanno coinvolto 688 soggetti per un totale di 954 partecipazioni (per la massima parte appartenenti alla tipologia di impresa industriale e consorzi).</p>

Note e commenti	EMILIA ROMAGNA	MARCHE	PIEMONTE	TOSCANA
<p>Lo Sportello dell'Emilia agisce come "distributore" e moltiplicatore dei canali di offerta dei servizi offerti dagli Enti nazionali.</p> <p>Il sito web è molto semplice, organico, ben suddiviso e facile da usare ma dai contenuti estremamente ridotti (si presenta come un collettore di link e dunque riflette la funzione ed il modello organizzativo dello Sportello).</p> <p>Va sottolineato che l'attività dello Sportello - secondo i dati pubblicati - ha favorito un incremento significativo del numero di interventi offerti alle imprese regionali dalle diverse istituzioni di politica economica estera.</p>	<p>E' molto interessante la possibilità di porre quesiti allo Sportello attraverso il sito.</p> <p>Nella "Scheda richiesta servizi" l'imprenditore deve indicare tutti i dati relativi all'azienda (ragione sociale, fatturato, settore di attività), il paese di interesse, l'area nell'ambito della quale si desidera una consulenza (formazione, promozione etc.) ed il quesito specifico.</p> <p>In questo modo si ottiene il triplice vantaggio di soddisfare le richieste degli utenti in modo economico, di creare una banca dati delle aziende e di raccogliere delle informazioni sui loro bisogni.</p> <p>Per ogni area, il sito dello Sportello offre non più di due o tre link "utili" consentendo così maggiori approfondimenti ma senza un'eccessiva dispersione.</p>	<p>L'attività dello Sportello regionale si colloca in un'azione più ampia di politica per l'internazionalizzazione focalizzata non solo nello sviluppo all'estero delle imprese Piemontesi ma anche sull'attrazione di investimenti stranieri attraverso le attività di ITP. Rispetto agli altri Sportelli vi è da rilevare il ruolo di primo piano svolto dal Centro estero delle camere di commercio piemontesi ed il collegamento funzionale con le finanziarie regionali per il sostegno allo sviluppo industriale regionale.</p>	<p>Lo Sportello si configura come uno strumento di raccordo operativo tra politiche di sviluppo regionale e azioni di promozione all'internazionalizzazione. E' volto a facilitare l'accesso da parte delle imprese territoriali ai servizi e strumenti nazionali e regionali a sostegno dell'internazionalizzazione.</p> <p>L'elemento distintivo di Sprint Toscana e il suo legame con l'APET-Agenzia per la Promozione Economica della Toscana - primo esempio in Italia di soggetto pubblico regionale avente compiti unitari di coordinamento operativo, razionalizzazione e gestione delle attività regionali di promozione economica e di sostegno ai processi di internazionalizzazione.</p> <p>Il sito dello Sportello presenta una sottosezione del sito Apet, ha una finalità eminentemente informativa e non fornisce servizi ad hoc.</p> <p>Il sito Apet è ben più strutturato. Particolarmente ampia è la parte relativa alla "comunicazione" (dove sono raccolti comunicati stampa e news sulle attività effettuate ed in corso) come anche la sezione dedicata alle attività promozionali organizzate e gestite da Apet.</p>	

ALLEGATO III

Matrice evolutiva di sviluppo della struttura e dei servizi di Sprint Campania

Allegato 3: Matrice evolutiva di sviluppo della struttura e dei servizi di Sprint Campania

	FASE DI START UP		FASE DI UPGRADING
	Modello di riferimento	Implementazioni	
Soggetti partecipanti	<p>I soggetti partecipanti sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regione Campania - Ministero Attività Produttive - UNIONCAMERE - ICE - SACE - Simest - Unione Industriale - Camere di Commercio <p>I protocolli operativi firmati nelle diverse regioni configurano un "modello decisionale" dello sportello pressoché uniforme: esso prevede la costituzione di un Comitato di coordinamento le cui deliberazioni richiedono un'intesa tra il Ministero delle Attività Produttive e la Regione. Il Comitato, composto solitamente dai soggetti fondatori dello sportello, è competente per le attività di indirizzo, programmazione, coordinamento e monitoraggio delle attività realizzate e dei diversi servizi erogati. Al comitato spetta la partecipazione alla definizione degli indirizzi in materia di promozione all'internazionalizzazione elaborati dalla Regione. La Regione rappresenta infatti, in tutti i casi analizzati, il soggetto motore delle attività di promozione e sostegno alla proiezione economica internazionale dei sistemi territoriali di riferimento, le cui linee portanti vengono stabilite annualmente attraverso il programma promozionale regionale.</p>	<p>In base al modello dell'Emilia Romagna, ed in linea con alcune azioni già intraprese dalla Regione Campania, sarebbe auspicabile anche un coinvolgimento, attraverso specifici accordi, di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sviluppo Italia - Associazioni imprenditoriali - Sistema bancario - Enti fieristici 	<p>In una fase successiva, al fine di implementare lo sviluppo tecnologico delle imprese campane anche in una prospettiva internazionale, potrebbe assumere rilievo strategico stipulare un accordo con l'ARPA (Agenzia per la Ricerca e la Produzione Avanzata) al fine di creare un collegamento tra lo Sportello e la rete internazionale degli IRC (Innovation Relay Centres)</p>

	FASE DI START UP	FASE DI UPGRADING
<p>Soggetti a cui sono rivolti i servizi</p>	<p><i>Modello di riferimento</i></p> <p>Per consentire allo Sportello di essere operativo in breve tempo è necessario, in questa prima fase di attività, offrire un mix di servizi molto focalizzato e dunque rivolto in maniera prevalente a due categorie di operatori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aziende campane di qualsiasi settore, già "aperte all'internazionalizzazione" e che quindi hanno già rapporti commerciali con l'estero e/o sono operative sul mercato estero con sedi amministrative o industriali - imprese non campane interessate ad avviare attività economiche nella regione 	<p><i>Implementazioni</i></p> <p>In questa fase successiva, sarà possibile ampliare / diversificare la gamma di servizi offerta per rivolgersi anche a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aziende campane che "nuovono i primi passi" sui mercati internazionali ed hanno limitata esperienza nelle attività di internazionalizzazione. A queste aziende si rivolgono innanzitutto i servizi informativi e di assistenza di primo orientamento e di guida all'accesso delle forme di agevolazione esistenti - operatori economici campani che non hanno alcuna esperienza d'internazionalizzazione al fine di svolgere un ruolo più complesso di formazione-animazione territoriale e stimolare la conoscenza e l'utilizzazione di politiche, enti e strumenti per la proiezione economica internazionale.

	FASE DI START UP	FASE DI UPGRADING
<p>Servizi informativi</p>	<p>Modello di riferimento</p> <p>Lo sportello avrà innanzitutto il compito di decentrare l'erogazione e promuovere la conoscenza dell'insieme dei servizi offerti dall'ICE e dalle Camere di Commercio che informano su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - caratteristiche dei mercati internazionali (prima informazione sui mercati esteri, schede e guide paese, guide agli investimenti, dati sull'export, analisi rischio paese) - fiere e manifestazioni di trade promotion, missioni commerciali all'estero. - opportunità commerciali, anteprima di grandi progetti, finanziamenti, gare ed appalti internazionali. - imprese ed operatori esteri (servizi di "Ricerca Partner" comprendenti: liste nominativi di imprese per settori, distributori, società di import-export, joint venture industriali già esistenti sui mercati esteri, informazioni e accesso a banche dati anagrafico-commerciali su imprese estere). <p>Con l'ausilio del personale della Regione Campania, di Simest e Sace dovrà fornire informazioni ed assistenza relativi alle normative ed agli strumenti finanziari e assicurativi regionali, nazionali e comunitari a sostegno dell'internazionalizzazione.</p> <p>Lo sportello dovrà inoltre garantire l'offerta di dati e statistiche riguardanti il commercio estero della Campania, delle sue Province e dei settori dell'export regionale.</p>	<p>Implementazioni</p> <p>L'esercizio comparativo effettuato ha posto in evidenza come l'offerta informativa predisposta dagli sportelli, pur denotando differenze e alcune specificità nella erogazione dei servizi, si fonda su un comune modello base di contenuti/prodotti. Le maggiori differenziazioni vertono sulla modalità di presentazione/erogazione on line dei servizi. A tal riguardo il modello Marche si distingue per garantire una prima offerta di servizi informativi direttamente attraverso la consultazione on line del proprio sito. Al fine di innalzare la qualità dell'offerta informativa dello sportello e facilitare l'erogazione dei servizi, sarebbe auspicabile prevedere un sistema di utilizzo integrato delle reti statistiche/informative esistenti a livello nazionale e regionale (ICE, SINCE, STARNET, ISTAT, Globus etc. ed i vari servizi informativi della regione Campania) e la realizzazione di una metodologia di gestione dei dati sul Commercio Estero della Campania che consenta elaborazioni personalizzate riportanti informazioni relative all'internazionalizzazione secondo specifiche esigenze dell'utente. Lo Sportello dovrà sin dall'inizio occuparsi dell'acquisizione di dati ed informazioni sia da fonti primarie (informazioni originali) che da fonti secondarie (informazioni prodotte da altri soggetti).</p>
		<p>Dopo il primo periodo di start up sarà importante predisporre dei servizi di carattere modulare e ad "alto valore aggiunto" che facilitino l'accesso delle PMI alle fonti informative.</p> <p>Innanzitutto, al fine di attenuare le difficoltà che le imprese campane, specie di piccola dimensione, possono incontrare nell'individuazione dei mercati esteri più dinamici e promettenti per le loro attività di business è stata predisposta un'apposita guida on line, che vuole fornire una sorta di vademecum interattivo - corredato da indicazioni pratiche e valutazioni operative - sulle principali fonti di informazione per l'attività d'internazionalizzazione delle PMI.</p> <p>Contenuti e indicazioni della guida si basano su una approfondita mappatura dei servizi informativi disponibili, a livello italiano ed internazionale, gratuitamente on line e/o a pagamento.</p> <p>Tali prodotti informativi vengono descritti e classificati per quanto riguarda loro finalità, caratteristiche modalità di utilizzo e potenziali vantaggi.</p>

	FASE DI START UP	FASE DI UPGRADING
<p>Servizi informativi (continua)</p>	<p><i>Modello di riferimento</i></p> <p>L'insieme dei servizi indicati costituisce l'offerta base da predisporre nella fase di start up dello sportello regionale per l'intermodalizzazione campana (presso i propri uffici e attraverso il sito web). Essi risultano in prevalenza standardizzati ed elaborati sulla base delle esigenze più diffuse degli imprenditori.</p> <p>Gli obiettivi di policy che gli sportelli si pongono nella erogazione dei servizi informativi risultano comuni a tutti gli sportelli. Dall'indagine effettuata emerge come le finalità che muovono le attività degli sportelli in questo settore siano principalmente volte a: (i) decentrare e rendere più capillare l'offerta informativa elaborata a livello nazionale; (ii) stimolare la domanda locale di informazione ed innalzarne la qualità media; (iii) aumentare il numero degli interventi delle istituzioni pubbliche regionali e nazionali a sostegno delle imprese campane, specie di media e piccola dimensione; (iv) qualificare e monitorare le caratteristiche della domanda informativa proveniente dall'imprenditoria regionale così da elaborare in una seconda fase servizi informativi personalizzati e/o rivolti a specifiche aree/fasce di operatori economici locali.</p>	<p><i>Implementazioni</i></p> <p>Tali dati ed informazioni potranno poi essere rielaborati e finalizzati. L'obiettivo ultimo è arrivare nella fase di implementazione dello Sportello alla gestione coordinata dell'insieme di strumenti e procedure (software; sviluppo di banche dati e di sistemi informativi integrati; ideazione di metodologie interattive di valutazione/selezione dei mercati di sbocco e settori più rilevanti per le produzioni campane da utilizzare nelle fasi di lettura ed interpretazione dei dati raccolti) archiviando i flussi informativi, integrandoli con le informazioni già esistenti, ridistribuendoli in base alla differenziata domanda espressa dagli operatori locali. A tal fine pur prevedendo la sua costituzione in una seconda fase, sarebbe utile programmare, in linea con quanto programmato dalla Regione Toscana, la realizzazione di un Osservatorio regionale per l'intermodalizzazione. L'Osservatorio potrebbe inoltre consentire un innalzamento del livello di informazione e conoscenza delle caratteristiche del tessuto produttivo locale e delle sue modalità di proiezione esterna così da informare in maniera più accurata le strategie di politica economica, di trade promotion e l'elaborazione delle linee direttrici delle attività di promozione economica della Regione.</p>

	FASE DI START UP	FASE DI UPGRADING
<p>Servizi di assistenza</p>	<p style="text-align: center;">Modello di riferimento</p> <p>Si tratta per lo più di servizi offerti da enti istituzionali aderenti allo sportello e specializzati nel sostegno finanziario assicurativo ai processi di internazionalizzazione:</p> <p><u>I Servizi Finanziari</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - strutturazione di piani di copertura finanziaria per i progetti di investimento (ricerca delle fonti finanziarie ordinarie e agevolate, delle banche, etc, attraverso SIMEST). - Partecipazione al capitale di rischio (SIMEST) - Finanziamento a m/l termine a tasso agevolato per la partecipazione italiana al capitale di rischio in imprese estere (SIMEST) e la realizzazione di un programma di sviluppo commerciale finalizzato al "radicamento" dell'impresa italiana nel mercato estero - finanziamento per la partecipazione a gare internazionali (SIMEST) - agevolazione dei crediti all'esportazione (SIMEST) <p><u>Servizi assicurativi</u></p> <p>Lo Sportello offre l'accesso a tutti i servizi di assicurazione dei crediti all'esportazione previsti dalla SACE. La partecipazione di Sace all'attività dello sportello si concretizza inoltre in attività di informazione, formazione ed assistenza tecnica favorendo sia la conoscenza da parte degli imprenditori degli strumenti assicurativi disponibili, sia l'innalzamento, da parte delle imprese stesse, delle capacità di valutazione dei rischi cui vanno incontro operando nei mercati internazionali. Regione e SACE promuovono inoltre accordi con gli Istituti di Credito per favorire lo smobilizzo del credito all'estero.</p>	<p style="text-align: center;">Implementazioni</p> <p>Utili spunti rispetto a tale tipologia di servizi emergono da quanto realizzato dallo Sportello della Regione MARCHE, il quale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pone a disposizione informazioni su normative, usi contrattuali esteri e consulenze di esperti (on-line o presenti periodicamente presso gli uffici camerali o dell'ICE). Le consulenze vengono offerte a pagamento con modalità diverse, sia dalla Rete Estera degli uffici ICE che dagli uffici camerali. - offre la possibilità di accedere ai servizi offerti dall'ICE per l'elaborazione di dati statistici per prodotto, settore e Paese e informazioni su normative tecniche per i mercati esteri.
		<p>In questa fase più avanzata, in linea con quanto è offerto da altri sportelli, è possibile predisporre una gamma più ampia di servizi di consulenza personalizzati ed a pagamento. Si tratta di consulenza diretta oppure offerta grazie alla collaborazione di qualificati professionisti esterni, che richiede però un'organizzazione più articolata e l'acquisizione di know-how specifico.</p> <p>A questo riguardo si suggerisce di prendere spunto da alcune esperienze internazionali per rimodulare i servizi esistenti e predisporre un'offerta integrata di servizi a basso costo (ad esempio nel sistema scozzese l'intero pacchetto Export explorer offerto dallo Scottish Development International Office ha un costo di 99 Sterline) destinati alle PMI campane interessate all'accesso in nuovi mercati.</p> <p>L'offerta potrebbe essere articolata in tre diversi pacchetti di servizi semi-personalizzati:</p> <ul style="list-style-type: none"> - il primo è dedicato alle imprese alle prime esperienze di export ed offre agli operatori un training all'export ed una serie di indicazioni mirate sulle informazioni da raccogliere per decidere l'entrata in un nuovo mercato estero. - il secondo è rivolto ad imprenditori con maggiore esperienza nelle attività all'export ed offre briefing di pre-ingresso sui mercati, focalizzati su specifiche tematiche quali gli ostacoli e le difficoltà di accesso al mercato e la predisposizione di eventuali azioni di follow up.

FASE DI UPGRADING	FASE DI START UP	
	<i>Modello di riferimento</i>	<i>Implementazioni</i>
<p>- Il terzo è rivolto a soggetti alla prima esperienza di internazionalizzazione e consiste nella organizzazione di visite di gruppo in paesi europei con seminari tecnici volti a fornire un quadro informativo diretto sul paese di interesse e ad avviare una serie di primi contatti con operatori economici ed istituzionali locali.</p> <p>I diversi servizi possono essere offerti attraverso un network internazionale collegato allo Sportello e costituito da Camere di Commercio, Uffici ICE, Associazioni industriali e commerciali, consorzi ed altri soggetti.</p>		
<p>Servizi di assistenza (<i>continua</i>)</p>		

	FASE DI START UP	FASE DI UPGRADING
<p>Servizi promozionali</p>	<p><i>Modello di riferimento</i></p> <p>Lo Sportello dovrà coordinare ed organizzare l'offerta dei servizi di promozione (fiere, missioni, seminari, workshop, azioni di comunicazione e trade promotion) previsti da:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ICE - Centro Regionale per il Commercio Estero delle Camere di Commercio della Campania. - Regione Campania <p>Nell'ambito degli Accordi di Programma, dovranno essere coordinate e ripartite le azioni di intervento promozionale, derivanti da specifiche Convenzioni tra Ministero del Commercio Estero, Regione Campania ed ICE. Il programma si realizza con la definizione e il sostegno di eventi e progetti di interesse regionale, attraverso il coinvolgimento dei soggetti locali attivi nel campo della promozione economica internazionale.</p> <p>Gli Accordi di Programma dovranno fornire una cornice operativa e programmatica alla organizzazione di eventi e progetti organici, attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - accordi con enti fieristici regionali di rilievo internazionale per la realizzazione di iniziative fieristiche all'estero; altre iniziative espositive e di supporto/promozione alla partecipazione di imprese estere ad eventi fieristici nella regione; iniziative rivolte alla promozione di settori, comparti, filiere del sistema produttivo regionale; - accordi per iniziative di marketing territoriale realizzate tramite progetti comuni di enti locali, Camere di Commercio, associazioni imprenditoriali e attraverso la promozione di marchi di qualità; 	<p><i>Implementazioni</i></p> <p>Obiettivo primario di tutte le azioni promozionali gestite attraverso lo Sportello deve essere quello di promuovere all'estero il territorio campano e le sue imprese agendo a favore di una maggiore conoscenza, reputazione, e proiezione esterna delle specificità e degli elementi competitivi del contesto produttivo regionale, anche attraverso la eventuale promozione di un marchio d'identità campana in grado di accreditarsi come "marchio di qualità" e di aggiungere valore a tutti i prodotti provenienti dalla regione.</p> <p>Attraverso lo Sportello, la Regione Campania in raccordo con il Programma ICE e con azioni di coordinamento e operativo e gestionale, ha il compito di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - contribuire a definire il Programma Promozionale Regionale annuale; - organizzare workshop ed eventi finalizzati alla promozione del territorio e dei contesti produttivi locali ed alla cooperazione industriale / commerciale. - promuovere studi e convegni su tematiche di primario interesse per la proiezione economica internazionale delle imprese e del tessuto produttivo campano. - coordinare e gestire la partecipazione a fiere e missioni promozionali nazionali ed internazionali.

	<p style="text-align: center;">FASE DI START UP</p>	<p style="text-align: center;">FASE DI UPGRADING</p>
<p>Servizi specifici on line</p>	<p style="text-align: center;"><i>Modello di riferimento</i></p> <p>Con la finalità di offrire indicazioni e suggerimenti relativi ai contenuti da inserire nel sito web dello sportello il Gruppo di lavoro dello IAI ha realizzato un apposito schema relativo alla possibile articolazione espositiva e contenutistica del Sito Sprint Campania a cui si rimanda (cap. 3).</p>	<p style="text-align: center;"><i>Implementazioni</i></p> <p>Il sito web rappresenta il "biglietto da visita" dello Sportello. Esso ha la duplice finalità di informare in maniera esauriente riguardo alle attività di Sprint Campania e di attribuire una chiara identità operativa e funzionale allo sportello (contribuendo a costruire un'immagine positiva del suo operato).</p> <p>A tal fine, è necessario che, in linea con quanto realizzato da MARCHE ed EMILIA ROMAGNA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - il sito sia di facile navigazione. Anche gli utenti che hanno minore dimestichezza nell'uso del web devono essere in grado di reperire dati ed informazioni attraverso percorsi guidati. - le pagine non siano appesantite e si aprano molto velocemente - le informazioni contenute siano brevi, aggiornate costantemente e fruibili anche da parte di utenti non particolarmente esperti. L'offerta informativa on-line è finalizzata alla elaborazione di un quadro conoscitivo ampio ed esauriente, fermo restando la possibilità di effettuare ulteriori approfondimenti attraverso l'utilizzo dei link suggeriti. <p>E' indispensabile che, fin dalla prima fase di avvio dello Sportello, l'imprenditore, attraverso il sito:</p> <ul style="list-style-type: none"> - possa accedere ai siti ed ai servizi offerti dagli altri Enti Istituzionali attraverso dei links di rimando - possa contattare lo Sportello via E-mail <p>Da un'analisi comparativa dei siti degli sportelli già operativi, si segnala la "scelta" dello Sportello MARCHE di fornire sul proprio sito insieme al classico "rimando" ai prodotti offerti da ICE/Sace/Simest/CdC anche una selezione di pochissimi indirizzi (linkati) di siti specializzati nell'informazione relativa ai mercati esteri.</p>
		<p>In questa fase successiva, sull'esempio di quanto è in via di realizzazione nel caso dello Sportello della Regione Piemonte, si auspica la creazione di un database da inserire all'interno del sito Sprint Campania attraverso il quale le imprese possano individuare il provvedimento agevolativo più rispondente alle proprie esigenze.</p> <p>Il servizio seleziona automaticamente tutti i finanziamenti agevolati specifici per i vari settori di impresa ed è accessibile esclusivamente agli utenti registrati sul sito. Il database va predisposto in modo da rendere la consultazione il più semplice possibile: si inseriscono le caratteristiche dell'impresa (settore di attività/tipologia di impresa/localizzazione geografica) e del tipo di investimento per cui si desidera avere un finanziamento ed il servizio seleziona e mostra automaticamente tutte le leggi pertinenti elencando prima quelle regionali (più specifiche) e poi quelle nazionali</p> <p>E' possibile predisporre l'utilizzo di più criteri di ricerca in modo da soddisfare le diverse esigenze:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ricerca per provvedimenti, - ricerca guidata, - ricerca per "parole-chiave". <p>In una fase di implementazione più avanzata dello Sportello si possono prevedere dei primi servizi da offrire on line ad aziende ed operatori stranieri interessati all'insediamento nella Regione Campania con l'obiettivo di stimolare i potenziali investitori promuovendo all'esterno i punti di forza e le caratteristiche competitive del territorio così da fornire adeguati incentivi per investimenti dall'estero in Campania.</p>

	FASE DI START UP	FASE DI UPGRADING
<p>Servizi specifici on line <i>(continua)</i></p>	<p><i>Modello di riferimento</i></p>	<p><i>Implementazioni</i></p>
	<p>Le segnalazioni, se ispirate da criteri di selettività e di utilità reale per l'utente, potrebbero formare una vera e propria banca dati on line in grado di soddisfare alcune prime esigenze informative delle imprese.</p> <p>Nella finestra dedicata agli approfondimenti (focus) il sito dello sportello Marche seleziona inoltre dei prodotti informativi di attualità e particolare interesse per le imprese. Tra gli altri servizi specifici on line predisposti dalla Regione Marche si segnala:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la guida "Le agevolazioni finanziarie per le piccole e medie imprese" dove gli operatori economici della regione Marche possono trovare informazioni sulle modalità di accesso a contributi e finanziamenti agevolati e ordinari. Http://www.marcheimpresa.net/italian/default.htm - informazioni di base su paesi e mercati per le aziende che vogliono esportare/importare prodotti con un link http://www.unioncamere.it/schede/ - La banca dati delle aziende marchigiane per l'import e l'export, un database che contiene informazioni sulle attività e sui prodotti di 3125 aziende marchigiane http://www.marcheimpresa.net/italian/default.htm - Globus, un nuovo servizio telematico delle Camere di Commercio per le Aziende che vogliono operare con l'estero. Permette l'accesso ai servizi offerti dagli Sportelli delle Camere di Commercio italiane presenti nel mondo http://www.globus.camcom.it/intranet/ - Geographic Business Search Engine, un motore di ricerca specializzato nel trovare opportunità di Business, accessibile da un link nella sezione servizi http://www.marcheimpresa.net/ita/GeoBiz/default.htm - la Guida al "SISTEMA FINANZIARIO REGIONALE", dove sono disponibili informazioni e risorse su temi di natura finanziaria e di politica monetaria http://www.marcheimpresa.net/ita/IstCred/default.asp 	<p>Sull'esempio di quanto offerto da diverse regioni internazionali si segnala nello specifico il "caso Scozia" si potrebbero predisporre i seguenti servizi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Investor Directory, un database consultabile on-line che fornisce dati e nominativi di imprese campane ed estere che hanno avviato Joint Venture internazionali, alleanze produttive e partnership distributive all'interno della regione Campania. - Campania insight, un servizio on line volto a far conoscere le caratteristiche culturali, turistiche, di qualità della vita dei sistemi locali e fornire informazioni di varia natura unitamente a mappe interattive riguardanti la geo-economia campana. - Supplier selection, un servizio rivolto alle aziende straniere interessate a prendere contatti con potenziali fornitori campani. <p>L'erogazione di tale tipologia di servizi sarà possibile solo mediante una approfondita attività di pianificazione e di strategie operative, da far precedere da un attento monitoraggio e valutazione delle best practices avviate in tale campo in Italia ed in Europa.</p>

	FASE DI START UP		FASE DI UPGRADING
	<i>Modello di riferimento</i>	<i>Implementazioni</i>	
AREA GESTIONE			
Organizzazione sul territorio	Lo Sportello deve essere presente in ogni capoluogo di provincia e attraverso le CdC in ogni provincia della regione.		Sulla base del modello Emilia Romagna la rete dello sportello andrebbe estesa anche a Sviluppo Italia, Associazioni imprenditoriali, Sistema bancario ed Enti fieristici.
Organico	Lo Sportello ha il compito di fornire all'imprenditore un'ampia gamma di servizi di consulenza in materia di internazionalizzazione. A tal fine si rende necessaria la presenza di un rappresentante della Regione e di ICE, SACE e SIMEST. Per quel che riguarda i rappresentanti di questi Enti, non è però necessaria (se pur auspicabile) una presenza full time ma è ipotizzabile la individuazione di giorni / fasce orarie di ricevimento oppure l'incontro su appuntamento. Il personale di primo contatto deve inoltre essere in grado di fornire "fiducia" all'imprenditore ed essere dunque adeguatamente preparato ed in grado di fornire tutte le informazioni richieste e l'assistenza necessaria. Tutti i soggetti operanti presso lo sportello devono poter essere contattati via telefono o via E-mail		In una fase successiva è ipotizzabile la creazione di rapporti di collaborazione stabili con consulenti specializzati nelle varie aree di interesse, che potrebbero essere a disposizione degli imprenditori su appuntamento.
Servizi formativi	Lo Sportello ha il compito di offrire programmi di formazione per la preparazione degli imprenditori campani e l'offerta di strumenti conoscitivi adeguati ad affrontare le problematiche legate all'internazionalizzazione. In una fase iniziale è ipotizzabile la possibilità di veicolare verso l'ICE/Simest e gli altri soggetti aderenti allo sportello (già attivi in questo settore) la domanda di formazione proveniente dall'imprenditoria locale.		In questa fase potrebbe configurarsi la possibilità che lo Sportello attivi iniziative e programmi autonomi rivolti alla formazione, all'aggiornamento ed alla riqualificazione professionale (in materia di commercio estero) degli operatori campani, anche attraverso la creazione di nuovi corsi di formazione specializzata. Ciò presupporrebbe la valorizzazione delle risorse umane operanti all'interno delle strutture che offrono SRI alle imprese e una analisi dei fabbisogni formativi-informativi attenta e calibrata sulle singole realtà produttive presenti in regione.

	FASE DI START UP	FASE DI UPGRADING
<p>Servizi di comunicazione e valutazione</p>	<p><i>Modello di riferimento</i></p> <p>Il sito è in costruzione e dunque attualmente non è possibile fornire indicazioni rispetto alla eventuale presenza di sistemi di comunicazione e valutazione.</p>	<p><i>Implementazioni</i></p> <p>Lo Sportello della regione MARCHE offre la possibilità di sottoporre questi direttamente attraverso il sito compilando una "Scheda richiesta servizi".</p> <p>Nella scheda l'imprenditore deve indicare una serie di informazioni tra cui i dati relativi all'azienda (ragione sociale, fatturato, settore di attività ecc.), il paese di interesse, l'area nell'ambito della quale desidera una consulenza (formazione, promozione ecc.) ed il quesito.</p> <p>Questo strumento ha una triplice valenza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - soddisfare le esigenze degli imprenditori offrendo un servizio rapido e facilmente accessibile - raccogliere delle prime informazioni sui bisogni delle aziende. Dal tipo di quesito posto si possono infatti capire quali sono le esigenze informative dell'azienda. <p>Ciò consente di effettuare una prima "mappatura" delle aziende in modo da identificare i bisogni delle varie tipologie di imprese senza sostenere il costo di una ricerca di mercato ad hoc. Le informazioni così raccolte non possono considerarsi esaurienti ed è comunque necessaria una ricerca più approfondita per poter arrivare ad una significativa segmentazione delle aziende in base ai bisogni, ma questo primo step rappresenta una buona indagine esplorativa.</p> <p>Ovviamente l'efficacia dell'azione è subordinata al fatto che la presenza dello sportello e del sito siano efficacemente promosse e che quindi l'accesso al sito sia elevato.</p>
		<p>Sul modello offerto dai siti di altre Regioni devono essere creati i presupposti per instaurare un rapporto costante con gli imprenditori.</p> <p>Ciò può avvenire innanzitutto attraverso l'iscrizione al sito, che sarà indispensabile per poter usufruire dei servizi on line (consulenza e ricerca delle agevolazioni).</p> <p>La registrazione avverrà attraverso la compilazione di una scheda informativa sull'attività e gli interessi dell'azienda.</p> <p>Nella scheda andranno indicate informazioni relative ai dati identificativi dell'azienda (ragione sociale, responsabile da contattare, recapiti e partita iva/codice fiscale) e della sua attività (fatturato, settore di attività e numero di addetti).</p> <p>Ciò darà allo Sportello la possibilità di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - creare una banca dati delle aziende contenente informazioni di tipo operativo (dimensione, settore, assetto proprietario, etc.) - instaurare un rapporto continuativo con le imprese attraverso la fornitura del servizio di aggiornamento via E-mail, che consente agli imprenditori di essere costantemente aggiornati su tutte le novità per l'internazionalizzazione delle imprese e sulle attività promosse da Sprint Campania ricevendo, direttamente presso la propria sede, informazioni mirate e di rapida lettura. <p>Affinché lo Sportello Regionale sia in grado di offrire alle imprese servizi efficienti e fruibili, e diventi uno strumento realmente utile per gli imprenditori è indispensabile che sia strutturato in modo da essere coerente con le esigenze dell'utenza e le caratteristiche della domanda locale.</p>

	FASE DI START UP	FASE DI UPGRADING
<p>Servizi di comunicazione e valutazione (continua)</p>	<p><i>Modello di riferimento</i></p> <p>Questo sistema implica inoltre un costo inferiore di quello necessario per garantire la presenza costante di una risorsa umana in grado di offrire risposte per telefono poiché sarà possibile "concentrare" le risposte a 2 / 3 giorni alla settimana.</p> <p>Al fine di rendere il sito web il più possibile rispondente alle esigenze degli utenti, sarebbe auspicabile effettuare delle interviste motivazionali o meglio ancora un Focus Group per sottoporre ad un campione di imprenditori campani una "demo" del sito e raccogliere le loro opinioni per migliorarne la struttura ed i contenuti fin dalla fase iniziale. Questa proposta è ovviamente subordinata alle disponibilità di risorse della Regione.</p>	<p>A tal fine è indispensabile la creazione di un meccanismo costante di monitoraggio e feedback da attuare durante tutte le fasi di vita dello Sportello.</p> <p>Esso deve essere strutturato in modo da consentire la valutazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> - della percezione e del livello di soddisfazione delle imprese in relazione ai servizi erogati (l'assenza di feedback può portare alla perdita di qualità del servizio con conseguente insoddisfazione dell'utente); - dei risultati conseguiti grazie ai servizi reali per l'internazionalizzazione offerti dallo Sportello <p>L'ampiezza dei campi da indagare e la necessità di esplorare a fondo le attese da parte degli utenti suggeriscono un disegno della ricerca di tipo integrato, articolato in due step di lavoro successivi: una prima fase "esplorativa", di carattere qualitativo, ed una seconda fase "estensiva" di tipo quantitativo</p>

CAPITOLO III

LA PROMOZIONE INTERATTIVA DI SPRINT CAMPANIA: SCHEMA FINALE SULL'ARTICOLAZIONE DEL SITO DELLO SPORTELLO REGIONALE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Sito Sprint Campania: indicazioni per l'utilizzo dei testi

Il documento che segue rappresenta uno schema di base per la definizione della configurazione e dei contenuti del sito dello Sportello.

Nelle prime due pagine è riportata la struttura del sito con l'indicazione di tutti i temi trattati. Si tratta di una articolazione ad albero che consente, attraverso l'uso di link, di accedere alle aree di interesse ed ai relativi approfondimenti.

Il punto di partenza è rappresentato da 5 sezioni principali (Lo Sportello - Servizi offerti - Informazioni Utili - Leggi - Contatti), che sono indicate in grassetto nei riquadri ed alle quali si può accedere dalla HOME PAGE del sito.

Ogni sezione principale a sua volta si articola in sotto-sezioni, (contrassegnate dal simbolo □) che a loro volta si sviluppano in capitoli (contrassegnati da un simbolo *) e paragrafi (contrassegnati dal simbolo ●).

Il sito è strutturato in modo da poter essere visitato cliccando sulle varie sezioni le quali forniscono la possibilità di aprire e consultare pagine di ulteriore approfondimento.

In "grassetto sottolineato" sono state evidenziate tutte le parole/frasi che devono consentire l'apertura di altre pagine del sito contenenti approfondimenti. Tutte le parole/frasi che permetteranno l'accesso diretto ad altri siti, contengono il relativo collegamento ipertestuale e sono contraddistinte da una sottolineatura. Infine, laddove i collegamenti ipertestuali non sono stati inseriti, si è provveduto ad indicare tra parentesi l'indirizzo web della pagina da collegare.

Sportello regionale per l'internazionalizzazione della Campania: schema del sito**Lo Sportello**

- La storia
- La missione
- Dove opera
- I partner
- Come opera

Servizi offerti Servizi Informativi

* Mercati esteri

- informazioni di primo orientamento
- informazioni sui mercati esteri
- guide agli investimenti
- analisi rischio paese
- informazioni sui mercati internazionali disponibili presso le rappresentazioni italiane all'estero
- ricerche di mercato

* Imprese estere

- ricerca partner
- opportunità d'affari

* Informazioni statistiche

* Guida per l'operatore ai mercati internazionali

 Servizi finanziari ed assicurativi

- * Contributi e finanziamenti agevolati e ordinari previsti a livello regionale, nazionale e comunitario
- * Servizi assicurativi del commercio estero
- * Servizi amministrativi e documentali
- * Investimenti e programmi di penetrazione all'estero
- * Gare d'appalto internazionali

Servizi on line

- * Consulenza (on line)
- * Ricerca delle agevolazioni
- * Servizio di aggiornamento via E-mail

 Servizi promozionali

- * Fiere e mercati
- * Attività formative
- * Invest in Campania (da attivare in seguito)

Informazioni utili

- FAQ (Una interpretazione per il pubblico)
- News ed Eventi
- Banche
- Link

Leggi

- Informazioni e consulenze doganali
- Consulenza giuridica, economica e finanziaria
- Normativa e programmi comunitari

Contatti

Servizi Offerti

❑ Servizi informativi

Lo Sportello offre agli imprenditori campani un'ampia offerta di servizi informativi utili a tracciare un profilo approfondito dei mercati-obiettivi, conoscerne i rischi e le opportunità, i possibili spazi di inserimento, i potenziali partner.

Lo Sportello fornisce

- Informazioni sui mercati esteri
- Informazioni sulle imprese estere
- Informazioni statistiche

Attraverso il sito è inoltre possibile accedere alla Guida per l'operatore ai mercati internazionali.

* Mercati esteri

• **Informazioni di primo orientamento**

Lo Sportello offre in collaborazione con l'ICE e le Camere di Commercio informazioni per un primo orientamento sui mercati internazionali. Presso le sedi centrali e provinciali dello Sportello è possibile richiedere analisi e dati statistici sulle principali caratteristiche socio-economiche del mercato di interesse.

Per un più completo quadro di riferimento sui diversi paesi/mercati lo Sportello offre a pagamento schede paese relative ad un vasto numero di mercati (indicazioni per il web master: inserire la lista schede paese disponibili ed il modulo di richiesta on line per ricevere in via telematica o cartacea le schede).

• **Informazioni sui mercati esteri**

Sprint Campania fornisce un'ampia offerta di prodotti/servizi informativi dedicati all'analisi dei mercati esteri e finalizzati a fornire alle imprese campane informazioni utili e dettagliate per elaborare le proprie strategie di internazionalizzazione e selezionare i mercati potenziali di sbocco.

L'ICE pone a disposizione, presso lo Sportello ma anche attraverso la consultazione on line, una serie di prodotti tra cui le:

– *Guide paese*

Le guide paese ICE (<http://www.ice.it/informazioni/gp.htm>) offrono descrizioni sui mercati, ne analizzano le dinamiche economiche e settoriali, segnalando i settori più promettenti e le business opportunities più favorevoli per le imprese italiane. Illustrano modalità operative e di accesso ai mercati e informano sui regimi doganali e valutari vigenti, sugli investimenti diretti esteri, sul regime societario e fiscale locale.

Link

Tra i servizi on-line volti a fornire un'offerta informativa sulle caratteristiche dei mercati esteri e sulle opportunità esistenti per le PMI, segnaliamo i seguenti siti:

Globus (<http://www.globus.camcom.it/intranet/>): il nuovo servizio telematico delle Camere di Commercio per le aziende che vogliono operare con l'estero.

Schede export Unioncamere (<http://www.unioncamere.it/schede/>): riportano notizie e dati relativi a 180 paesi.

Country Commercial Guides (in inglese: [ww1.usatrade.gov/website/ccg.nsf/ByCountry?OpenView](http://www1.usatrade.gov/website/ccg.nsf/ByCountry?OpenView)): contiene informazioni (in inglese) economiche, legislative, fiscali elaborate dall'agenzia Commercial Service degli Stati Uniti per le imprese connazionali.

• Guide agli investimenti

Le guide agli investimenti ICE (<http://www.ice.it/informazioni/gi.htm>) contengono analisi su condizioni politico-economiche, fattori di rischio politico e commerciale e sulle opportunità di investimento nei mercati esteri: dalla congiuntura economica al costo dei fattori produttivi, dai rapporti commerciali con l'Italia alle procedure di insediamento e al trattamento fiscale e societario.

• Analisi rischio paese

Le Analisi rischio paese ICE (<http://www.ice.it/informazioni/rischio.htm>) sono rivolte ad operatori economici ed analisti interessati ad acquisire informazioni sui fattori di rischio politico, commerciale, macroeconomico e finanziario esistenti nei mercati internazionali. Le analisi offrono dati ed informazioni utili ad orientare scelte commerciali e finanziarie.

LINK

Tra i servizi on line relativi al rischio paese si segnalano le:

Schede Rischio Paese MPS (http://www.mps.it/sche_pa/default.asp): le schede, elaborate dal Servizio Rischio Paese e Controparti Estere del Monte dei Paschi di Siena, forniscono analisi aggiornate sui rischi delle maggiori economie definite "emergenti".

Guide rischio paese COFACE group @rating (<http://www.trading-safely.com>): la COFACE, assicuratrice pubblica dei crediti all'export francese, fornisce on line (in inglese) dati ed analisi sul grado di affidabilità dei mercati internazionali.

• Informazioni sui mercati internazionali disponibili presso le rappresentanze italiane all'estero

Gli imprenditori campani interessati ad esportare possono richiedere assistenza informativa e tecnica anche presso:

- Le sedi estere dell'ICE (<http://www.ice.it/uffici/estero.htm>)
- Le Camere di Commercio italiane all'estero (<http://www.assocamerestero.it/Sito/index2.asp>)
- Gli Uffici Commerciali delle Ambasciate e dei Consolati (<http://www.esteri.it/lafarnesina/indirizzi/index.htm>).

Lo Sportello si serve dei suoi collegamenti operativi con le rappresentanze italiane all'estero sopraindicate per assistere le imprese campane attive sui mercati internazionali e per favorire un più agevole accesso ai servizi di informazione ed assistenza operativa forniti in loco.

• Ricerche di Mercato

Lo Sportello offre pubblicazioni settoriali, indagini di mercato e studi specifici per paesi e settori allo scopo di fornire agli operatori economici le indicazioni necessarie per valutare le caratteristiche e prospettive dei mercati locali e trarre indicazioni utili a verificare la fattibilità del progetto di internazionalizzazione da realizzare.

I funzionari ICE presso Sprint Campania sono a disposizione degli operatori per fornire assistenza informativa relativa ai prodotti ICE. Una elencazione di tutte le pubblicazioni di settore è consultabile anche attraverso il catalogo on line (<http://www.ice.it/servizi/default1.htm>) dell'istituto.

Sprint Campania, in collaborazione con l'ICE le camere di commercio regionali e con esperti e professionisti del settore, effettua inoltre indagini personalizzate di mercato e sondaggi di prodotto.

Per richiedere informazioni personalizzate è possibile anche contattare la Camera di Commercio di riferimento: Camera di Commercio di Avellino, Camera di Commercio di Benevento, Camera di Commercio di Caserta, Camera di Commercio di Napoli, Camera di Commercio di Salerno o direttamente la sede centrale di Sprint Campania (indicazioni per il web master: collegamento all'indirizzo e-mail dello sportello).

Tra le diverse strutture e servizi offerti dalle CCIAA campane, segnaliamo:

INTERTRADE

http://www.sa.camcom.it/intertrade.htm#i_servizi

Azienda Speciale della Camera di Commercio, costituita per favorire l'internazionalizzazione delle imprese della provincia di Salerno.

L'Eurosportello (Euro Info Centre IT 352) è l'Azienda Speciale della CCIAA di Napoli con il compito di favorire i processi di internazionalizzazione delle imprese locali, è sede di uno degli oltre 280 Euro Info Centre, centri comunitari di informazione e assistenza alle imprese, che fanno capo alla Commissione europea-DG Imprese.

Caserta-Export

<http://www.ce.camcom.it/offerte/offerte.htm>

Rubrica della CCIAA di Caserta, nata per promuovere la produzione delle aziende della Provincia di Caserta sui mercati esteri e favorire i contatti con gli operatori economici nazionali ed internazionali.

* Imprese estere

Lo Sportello fornisce informazioni, liste di nominativi e indirizzi di operatori econo-

mici esteri ed elenchi delle imprese esportatrici e importatrici (organizzate per settori ed area di attività) al fine di promuovere nuove relazioni commerciali, opportunità di mercato e possibilità di investimento e/o partenariato per le PMI campane. Questi i principali servizi offerti:

- **Ricerca partner**

Lo Sportello informa sui diversi percorsi possibili per instaurare nuove relazioni commerciali, opportunità di mercato e possibilità di investimento e partenariato. In particolare, alle Camere di Commercio e agli Uffici ICE è possibile chiedere i seguenti servizi a pagamento:

- liste generiche di nominativi di operatori economici esteri;
- liste di importatori, esportatori, trading e agenti;
- liste di aziende, potenziali partner, selezionate sulla base di specifiche indicazioni delle imprese clienti;
- ricerca di potenziali partner e clienti e organizzazione di incontri d'affari.

Presso la rete dello Sportello il rappresentante SIMEST fornisce informazioni, a titolo gratuito, sulle attività di “business scouting” (segnalazione/ricerca di opportunità all'estero) e iniziative di match-making (reperimento di soci).

Per verificare il grado di solvibilità di un nuovo cliente o partner, è possibile avvalersi del servizio (a pagamento) “Credit Report”, che si può ottenere dalle Camere di Commercio, dagli Uffici ICE di Napoli o della Rete Estera.

Il personale dello Sportello centrale è a disposizione delle imprese per illustrare il servizio, che è realizzato in collaborazione con enti specializzati.

LINK

InfoImprese (<http://www.infoimprese.it/>) è un'iniziativa delle Camere di Commercio italiane che raccoglie online informazioni anagrafiche relative a più di 5 milioni di imprese italiane.

Europages (www.europages.it) offre su scala europea un servizio analogo a quello di InfoImprese.

Import-Export: Annuario delle imprese campane (<http://www.eurosportello.napoli.it/EICIT352/euroinfocentre.nsf/htmlmedia/export-import.html>) contiene i profili di circa 2300 imprese di Napoli e provincia operanti con l'estero.

- **Opportunità d'affari**

Le Camere di Commercio (Camera di commercio di Avellino, Camera di commercio di Benevento, Camera di commercio di Caserta, Camera di Commercio di Napoli, Camera di Commercio di Salerno) forniscono informazioni e segnalazioni sulle opportunità d'affari presenti nei mercati internazionali (servizio gratuito).

L'ICE segnala online le opportunità commerciali individuate dalla propria Rete Estera (servizio a pagamento).

L'operatore SIMEST (www.simest.it) è a disposizione presso lo Sportello per fornire indicazioni alle imprese interessate alle opportunità di investimento individuate dall'ente.

*** Informazioni statistiche**

Lo Sportello raccoglie e distribuisce presso i propri uffici dati sul commercio estero regionale/provinciale e informazioni statistiche utili per gli operatori economici locali.

E' possibile consultare on line le seguenti tavole relative ai dati Import-Export della Regione Campania (periodo 1992 - 2002):

- Esportazioni-importazioni campane per area geografica
- Esportazioni per attività economica
- Importazioni per attività economica
- Esportazioni per provincia.

Sprint Campania realizza inoltre studi ed indagini ad hoc relativi alle specializzazioni regionali ed ai mercati prioritari per l'export campano.

LINK

Per elaborare dati statistici sul commercio estero e ricavare informazioni personalizzate:

ICE: Selettore Tavole (www.ice.it/statist_esterno/fr_ric_semplice.htm)

Per ulteriori approfondimenti e informazioni sulle statistiche del commercio estero italiano si segnalano:

Banca Dati Starnet (www.starnet.it)

Dati Istat sul commercio estero (www.coeweb.istat.it)

Per consultare statistiche ed informazioni sul commercio Europeo:

EU Statistical Office (http://europa.eu.int/comm/trade/bilateral/index_en.htm)

*** Guida per l'operatore ai mercati internazionali**

PER IL WEBMASTER: INSERIRE COLLEGAMENTO IPERTESTUALE

□ Servizi finanziari ed assicurativi

Lo Sportello fornisce un servizio di assistenza professionale e sempre aggiornato su tutti gli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione: un'offerta integrata dei servizi che la Campania e le istituzioni nazionali per l'internazionalizzazione garantiscono in campo legislativo, finanziario e legale alle imprese impegnate in attività di proiezione economica internazionale e di esportazione dei propri prodotti ed a quelle straniere che desiderano insediarsi nel sistema produttivo regionale.

In particolare, lo Sportello fornisce agli operatori economici della regione informazioni ed assistenza relativi a:

- modalità di accesso ai **contributi ed ai finanziamenti agevolati e ordinari** previsti a livello regionale, nazionale e comunitario destinati alle PMI
- **servizi assicurativi del commercio estero** offerti dalla SACE
- **servizi amministrativi e documentali**
- **investimenti e programmi di penetrazione all'estero**
- **gare d'appalto internazionali**

* Contributi e finanziamenti agevolati e ordinari previsti a livello regionale, nazionale e comunitario

I finanziamenti dell'Unione europea costituiscono una interessante opportunità di sostegno all'investimento delle imprese ma non sempre i potenziali beneficiari dispongono di informazioni adeguate e dell'assistenza necessaria per assolvere a tutte le procedure - spesso complesse - richieste per ottenere i fondi. Lo Sportello si fa carico - insieme ai soggetti che con esso collaborano - di fornire l'assistenza e le informazioni necessarie per poter beneficiare delle agevolazioni comunitarie e delle facilitazioni garantite dalle diverse misure a favore dell'internazionalizzazione previste dalla Regione Campania.

Presso lo Sportello l'impresa può inoltre ricevere informazioni e presentare domande per utilizzare i servizi finanziari ed agevolativi nazionali e regionali a supporto delle proprie strategie di internazionalizzazione commerciale e produttiva.

Lo Sportello offre assistenza, informazione e consulenza su:

- **strumenti regionali a sostegno delle imprese**
- **strumenti finanziari della SIMEST**
- **altri strumenti nazionali**

Lo Sportello offre anche l'opportunità di accedere alle informazioni ed all'assistenza per i progetti comunitari, forniti in collaborazione con l'Ufficio della Regione Campania a Bruxelles.

* **Gli strumenti regionali**

Lo Sportello informa le imprese campane e fornisce loro assistenza sulle misure del **Complemento di Programmazione** del POR Campania 2000-2006, rivolte all'internazionalizzazione.

- **Disciplina delle manifestazioni fieristiche** (legge regionale Campania n.11 del 04/04/95 BURC n.17 del 10/04/95).

La Regione, al fine di valorizzare le produzioni agricole, artigianali ed industriali della Campania promuove iniziative intese a sviluppare le funzioni di commercializzazione delle produzioni stesse sui mercati nazionali ed esteri, nonché l'inserimento delle piccole e medie imprese (singole od associate), nei circuiti di mercato.

Interventi ammissibili:

- Inserimento delle piccole e medie imprese commerciali nei circuiti nazionali e internazionali.
- Svolgimento di fiere, mostre ed esposizioni volte a valorizzare le produzioni agricole, artigianali e industriali.

Per ricevere informazioni ed assistenza ci si può rivolgere a:

Infopoint Sprint Campania
Centro Direzionale Isola G-1 – 80143 Napoli
tel. 081123456
fax 081567890
info@sprintcampania.it

Giunta Regionale della Campania
Area Sviluppo Attività Settore Terziario
Settore Sviluppo e Promozione delle Attività Commerciali
Centro Direzionale Isola A/6
80143 Napoli
tel. 0817966902-09
fax 0817966904
l.califano@regione.campania.it
f.peyrani@regione.campania.it

* **Gli strumenti finanziari della SIMEST**

La SIMEST S.p.A., Società per le Imprese Italiane all'Estero, è un ente specializzato nel finanziamento di progetti di investimento e/o di sviluppo commerciale all'estero, partecipato, per il 75%, dal Ministero delle Attività Produttive. Ad esso spetta la gestione dei principali strumenti finanziari a sostegno dell'internazionalizzazione imprenditoriale italiana tra i quali:

- **Partecipazione e finanziamento agevolato per la realizzazione di investimenti all'estero** (Legge 100/90)

L'intervento di SIMEST è dato dalla partecipazione azionaria di minoranza nella società estera e nella agevolazione (con contributo in conto interessi) del rifinanziamento fino a 5 anni dell'impresa italiana per la sua quota di partecipazione. La SIMEST, inoltre, affianca le imprese italiane nella identificazione ed eventuale reperimento di ulteriori coperture finanziarie (da parte di Banche e Istituzioni nazionali e/o sovranazionali).

Tutte le informazioni su contenuti e modalità di accesso ai finanziamenti sono disponibili presso i siti della SIMEST e del Ministero del Commercio con l'Estero ai seguenti link:

http://www.simest.it/prodotti/interne/default.htm?p=naviga/impres_estero.htm

<http://www.mincomes.it/strumenti/c1.htm>

– **Finanziamento di programmi di penetrazione commerciale** (legge 394/81)

Con questo strumento è possibile finanziare, per una durata massima di 7 anni ed a tasso fisso agevolato, la realizzazione di un programma di sviluppo commerciale finalizzato a favorire una presenza stabile delle imprese italiane nei mercati esteri (non facenti parte dell'Ue) mediante la realizzazione di strutture permanenti (costituzione di rappresentanze permanenti all'estero, uffici o filiali di vendita, centri di assistenza ai clienti, magazzini, depositi e sale espositive) e lo sviluppo di un programma di marketing coerente e focalizzato. Il finanziamento deve essere garantito da una fideiussione che può essere bancaria, assicurativa o di un Confidi.

Ulteriori informazioni sono disponibili presso i siti della SIMEST e del Ministero del Commercio con l'Estero ai seguenti link:

<http://www.simest.it/prodotti/interne/default.htm?p=naviga/ael394id.htm>

<http://www.mincomes.it/strumenti/b3.htm>

In alternativa è possibile contattare direttamente il:

MINISTERO COMMERCIO ESTERO

Viale America, 341 – 00144 ROMA

Tel. 0659931 – fax 0659932153

Servizio per il coordinamento degli strumenti e degli studi in materia di internazionalizzazione delle attività produttive Tel. 0659932380

– **Finanziamento per la partecipazione a gare internazionali** (legge 304/90)

Questa legge consente di finanziare a tassi fissi agevolati le spese per la partecipazione da parte di imprese italiane a gare d'appalto internazionali in paesi non appartenenti all'Unione europea. La durata del finanziamento è di 4 anni, compreso un periodo di pre-ammortamento non superiore ad 1 anno e mezzo.

Per ulteriori informazioni:

<http://www.simest.it/prodotti/interne/default.htm?p=naviga/ael304id.htm>

<http://www.mincomes.it/strumenti/b4.htm>

MINISTERO COMMERCIO ESTERO

Viale America, 341 – 00144 ROMA

Tel. 0659931 – fax 0659932153

Servizio per il coordinamento degli strumenti e degli studi in materia di internazionalizzazione delle attività produttive Tel. 0659932380

– **Agevolazione dei crediti all'esportazione** (legge 143/98, ex legge 277/77)

La legge 143/98 permette alle imprese italiane di offrire agli acquirenti/committenti esteri dilazioni di pagamento a medio lungo termine a tassi di interesse competitivi, in media con quelli offerti dagli altri paesi OCSE. L'intervento Simest si concretizza attraverso contributi, in conto interessi, sul finanziamento bancario ottenuto a smobilizzo dei crediti concessi da imprese italiane ai loro acquirenti esteri e originati

dalla dilazione di pagamento, credito assicurabile con SACE, e finalizzato a sviluppare l'esportazione di impianti e macchinari.

Per ulteriori informazioni:

<http://www.simest.it/prodotti/interne/default.htm?p=naviga/ael227id.htm>

MINISTERO COMMERCIO ESTERO

Viale America, 341 – 00144 ROMA

Tel. 0659931 – fax 0659932153

Servizio per il coordinamento degli strumenti e degli studi in materia di internazionalizzazione delle attività produttive Tel. 0659932380

- *Agevolazioni relative alla realizzazione di studi di prefattibilità, di fattibilità e programmi di assistenza tecnica* (DLGS 143/98 art. 22, comma 5, lett. a) – D.M. 23 marzo 2000, n. 136

La Simest è deputata alla erogazioni di contributi in conto interessi su finanziamenti a tasso fisso per:

- a) spese relative a studi di prefattibilità e fattibilità connesse all'aggiudicazione di commesse nell'ambito di finanziamenti di progetto (project financing);
- b) spese relative a studi di fattibilità collegati alle esportazioni o ad investimenti italiani all'estero;
- c) spese relative a programmi di assistenza tecnica collegati alle esportazioni o ad investimenti italiani all'estero

Per ulteriori informazioni:

<http://www.simest.it/prodotti/interne/default.htm?p=naviga/fattibilita.htm>

<http://www.mincomes.it/strumenti/b1.htm>

MINISTERO DEL COMMERCIO CON L'ESTERO

Viale America, 341 – 00144 ROMA

Tel. 0659931 – fax 0659932153

Servizio per il coordinamento degli strumenti e degli studi in materia di internazionalizzazione delle attività produttive

Tel. 0659932380

Il funzionario Simest riceve presso lo Sportello le imprese interessate per fornire loro assistenza informativa e tecnica relativa a tutte le agevolazioni erogate dall'Istituto.

* **Gli altri strumenti nazionali:**

- *Collaborazione con i Paesi dell'Europa centrale ed orientale* (legge n.212 del 26/02/92)

E' uno strumento finanziario che prevede il sostegno di programmi bilaterali o plurinazionali per la promozione della collaborazione dell'Italia con i Paesi dell'Est Europa, annualmente individuati dal CIPE, per favorire la loro transizione verso forme di economia di mercato e l'integrazione con l'Europa. Possono beneficiare dei finanziamenti: consorzi e società consortili, cooperative, società e imprese con particolare riguardo alle PMI italiane. Per il 2002 i paesi beneficiari della legge sono:

Albania, Algeria, Armenia, Azerbaijan, Bosnia-Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Egitto, Estonia, Federazione Russa, Georgia, Kazakistan, Kirghizistan, Lettonia, Libia, Lituania, Macedonia, Marocco, Moldavia, Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Serbia e Montenegro, Slovacchia, Slovenia, Tajikistan, Tunisia, Ucraina, Ungheria e Uzbekistan.

Il Ministero per le Attività produttive è il soggetto competente alla erogazione di contributi in conto capitale concessi, i quali possono coprire sino al 50% della spesa prevista.

Per ulteriori informazioni rivolgersi allo Sportello ed a:

<http://www.mincomes.it/strumenti/d1.htm>

Ministero Attività Produttive
Viale America 341 - 0144 ROMA
Tel. 06/59931

– **Acquisizione di partecipazioni** (legge n.237 del 19/07/93)

La legge intende favorire i processi di crescita ed una migliore capitalizzazione delle imprese tramite la concessione di anticipazioni alle banche e agli istituti finanziari che acquisiscano quote temporanee di partecipazione e di minoranza al capitale di rischio delle P.M.I.

Per ulteriori informazioni rivolgersi allo Sportello ed a:

Mediocredito Centrale S.p.A.
Via Piemonte 51 - 00187 Roma
Tel 0647911 fax 064791577 www.mcc.it

– **Creazione di joint-venture nei Paesi in via di sviluppo** (Art.7 della legge n.49 del 26/02/87)

La legge prevede facilitazioni per la creazione di Joint Venture nei PVS riguardanti nuove iniziative o ristrutturazioni di imprese locali già esistenti. E' favorito lo sviluppo nei settori agricolo, industriale, trasporti, telecomunicazioni ed energia. L'investitore locale deve detenere almeno il 25% del capitale di rischio.

Per ulteriori informazioni rivolgersi allo Sportello ed a:

<http://www.esteri.it/polestera/cooperaz/uffviii/index.htm>

MINISTERO AFFARI ESTERI
Direzione Generale Cooperazione allo Sviluppo
Piazzale della Farnesina, 1 - 00100 ROMA
Tel. 0636911 – Fax. 063235982/36914193

MEDIOCREDITO CENTRALE S.p.A.
Servizio Agevolazioni Estero
Via Piemonte, 51 – 00187 ROMA
Tel. 0647911 - Fax. 064791577

MINISTERO DEL COMMERCIO CON L'ESTERO

Viale America, 341 – 00144 ROMA

Tel. 0659931 – fax 0659932153

Servizio per il coordinamento degli strumenti e degli studi in materia di internazionalizzazione delle attività produttive

Tel. 0659932380

– AL – INVEST Internazionalizzazione

E' un programma volto a sostenere le relazioni commerciali, le iniziative di partenariato e di cooperazione internazionale con imprese latino-americane. L'iniziativa si articola in due programmi principali di attività:

- a) informazione e promozione nei Paesi beneficiari dei Programmi Comunitari, come BC-NET, Europartenariato-Interprise e BRE.
- b) Creazione e assistenza tecnica a livello locale di Centri per lo sviluppo della cooperazione tra imprese e avvio di progetti pilota che favoriscano la creazione di Piccole e medie imprese.

Le attività previste dal Programma comprendono :

- l'organizzazione di incontri settoriali tra imprenditori latino - americani e imprese di almeno tre stati membri dell'Unione Europea;
- la partecipazione a forum, fiere, incontri commerciali;
- la diffusione di proposte ed offerte di collaborazione commerciale, finanziaria e tecnica attraverso le reti di corrispondenti BRE e BC-NET;
- la valorizzazione delle risorse umane locali al fine di incentivare i processi di innovazione e lo stabilirsi di progetti comuni.

Per ulteriori informazioni rivolgersi allo Sportello ed a:

<http://www.esteri.it/polestera/cooperaz/uffviii/index.htm>

*** Servizi assicurativi del commercio estero**

Lo Sportello offre l'accesso ai servizi assicurativi previsti dalla SACE, l'Istituto per i Servizi Assicurativi del Commercio Estero, che assume in assicurazione e/o in riassicurazione i rischi di natura politica, catastrofica, commerciale, economica e di cambio, derivanti dalle esportazioni di merci, servizi, lavori civili e investimenti commerciali a cui sono esposti gli operatori italiani nelle loro attività internazionali.

La SACE offre due categorie di servizi che si differenziano in base al tipo di rapporto da instaurare tra l'Ente e le imprese: diretto, oppure indiretto e cioè mediato da Banche e/o Società assicurative private.

Gli *interventi diretti*:**– La Polizza individuale**

meglio conosciuta come polizza di "credito fornitore", è uno strumento con il quale le imprese italiane possono garantirsi contro uno o più rischi cui vanno incontro nell'esportazione di merci, nelle prestazioni di servizi o nell'esecuzione di lavori all'estero.

– La Polizza globale

è lo strumento che meglio si adatta alle forniture ripetitive e per importi non molto elevati verso lo stesso cliente poiché la sua caratteristica principale è la rotatività dei fidi concessi che consente di reintegrare il fido sulla base dei pagamenti effettuati dal debitore alle scadenze dovute. Il rischio assicurabile è quello del credito.

Gli *interventi indiretti* consentono di beneficiare degli effetti dell'intervento assicurativo, rivolgendosi direttamente alle Banche e/o alle Società assicurative private garantite dall'Istituto, senza ulteriori adempimenti burocratici. I più interessanti sono:

– Gli Accordi di riassicurazione

SACE è autorizzata ad agire anche in qualità di riassicuratore di rischi del credito all'esportazione assunti da compagnie di assicurazione private quali La Viscontea (Gruppo Coface) e Euler Siac.

Sono esclusi i rischi commerciali di durata inferiore a due anni verso Paesi della UE ed altri Paesi industrializzati dell'area OCSE, che SACE non può assicurare in base alla comunicazione della Commissione Europea del 17.9.1997.

– L'individuazione di Banche convenzionate con la SACE.

Tutti i servizi SACE, sono accessibili direttamente attraverso il sito di Sprint Campania.

Per maggiori approfondimenti, è possibile fissare un appuntamento con il responsabile SACE disponibile presso lo Sportello (indicazioni per il web master: inserire dati e recapiti della persona).

* **Servizi amministrativi e documentali**

Lo Sportello assiste le aziende interessate ad operare all'estero offrendo assistenza relativa alle normative ed agli usi contrattuali ed in particolare:

- Consulenza fiscale e tributaria con particolare riferimento alle tematiche correlate al commercio con l'estero, tra cui: agevolazioni per la ricerca industriale e lo sviluppo precompetitivo, agevolazioni fiscali alle imprese, ristrutturazione societaria, problematiche fiscali delle imprese all'estero, etc.
- Informazioni relative alle formalità ed ai documenti necessari per esportare nei paesi terzi
- Informazioni relative a dogane e trasporti internazionali quali Carnet A.T.A., Carnet C.P.D., Certificati d'origine CEE e Carnet T.I.R.

Ulteriori informazioni e documentazioni sono reperibili presso lo Sportello ed attraverso:

– Le Camere di Commercio delle varie Province campane

CAMERA DI COMMERCIO DI AVELLINO

CAMERA DI COMMERCIO DI BENEVENTO

CAMERA DI COMMERCIO DI CASERTA

CAMERA DI COMMERCIO DI NAPOLI

CAMERA DI COMMERCIO DI SALERNO

- gli uffici ICE della Rete Estera
- l'Agenzia delle Dogane che fornisce dati aggiornati periodicamente
- Il Market Access Databas e il servizio informativo (in inglese) indirizzato a tutti gli operatori europei che offre una rassegna relativa alle normative dei diversi paesi riguardanti l'accesso ai mercati e le barriere al commercio.

* **Investimenti e programmi di penetrazione all'estero**

Presso lo Sportello si possono ottenere informazioni ed assistenza per l'utilizzo dei servizi finanziari e delle agevolazioni nazionali alle iniziative di radicamento delle imprese italiane nei mercati internazionali gestite dalla SIMEST ed in particolare:

- Partecipazione SIMEST al capitale sociale delle imprese all'estero (extra UE), sia di imprese interamente italiane che di imprese miste con partner locali/esteri.
- Finanziamenti agevolati di programmi di penetrazione commerciale (extra UE), costituzione di sedi di rappresentanza permanenti all'estero, uffici o filiali di vendita, centri di assistenza ai clienti, magazzini, depositi e showroom.
- Agevolazione dei crediti all'esportazione per forniture di macchinari, impianti, studi, progettazioni, lavori e servizi con dilazioni di pagamento a medio/lungo termine - a condizioni e tassi di interesse competitivi - per gli acquirenti committenti esteri (tutti i Paesi).
- Finanziamenti agevolati per studi di fattibilità collegati ad investimenti, esportazioni o aggiudicazioni di commesse (extra UE).
- Finanziamenti agevolati per programmi di assistenza tecnica relativi all'installazione di macchinari, all'attività di formazione e a tutte le spese strettamente collegate al programma (extra UE).
- Finanziamenti agevolati delle spese sostenute per la partecipazione a gare internazionali (extra UE).
- Servizi di assistenza alle imprese per progetti di investimento all'estero che prevedono una partecipazione SIMEST, attività di scouting (ricerca di opportunità all'estero), iniziative di match-making (reperimento di soci).

Per ulteriori informazioni, contattare il rappresentante SIMEST:
(indicazioni per il web master: inserire dati e recapiti della persona)

* **Gare d'appalto internazionali**

Attraverso lo Sportello è possibile ottenere informazioni sui bandi di gara internazionali.

In particolare si segnalano:

- i bandi di gara esteri, disponibili sul sito ICE, contenenti informazioni relative a scadenza e capitolati
- le segnalazioni di gare del Ministero degli Affari Esteri

Per ricevere informazioni sui finanziamenti agevolati delle spese sostenute per la partecipazione a gare internazionali (in paesi extra UE) è possibile contattare direttamente il rappresentante SIMEST presente presso lo Sportello.

□ Servizi on line

Lo Sportello offre la possibilità di usufruire di alcuni servizi direttamente on line:

- **consulenza on line**, per ricevere informazioni ed assistenza sulle opportunità di business nei paesi stranieri; per disporre di liste personalizzate di nominativi di operatori economici esteri; per porre quesiti e richiedere consulenza specializzata nella predisposizione di progetti di internazionalizzazione e in materia di contrattualistica internazionale
- **ricerca delle agevolazioni**, per conoscere le forme di agevolazione finanziaria più adatte all'esigenza dell'azienda
- **servizio di aggiornamento via E-mail**, per essere costantemente aggiornati su tutte le novità per l'internazionalizzazione delle imprese e sulle attività promosse da Sprint Campania.

Per potere accedere a tali servizi è necessario registrarsi sul sito compilando la seguente scheda informativa sull'attività e gli interessi dell'azienda.

1 - Dati identificativi dell'azienda:

- Ragione sociale
- Responsabile da contattare
- Indirizzo E-mail / Telefono / Fax
- Indirizzo (comprensivo di CAP)
- Partita IVA o Codice Fiscale

2 - Dati relativi alla attività dell'azienda

- Settore di attività /codice ISTAT
- Classe di fatturato
- Numero di addetti

3 - Inserimento di nome utente e password (a scelta dell'imprenditore)

* Consulenza on line

Lo Sportello offre la possibilità di usufruire di servizi di consulenza "on line" attraverso la compilazione della "scheda richiesta servizi".

Per disporre di questo servizio è necessario essere registrati sul sito e compilare integralmente la seguente scheda, indicando tutte le informazioni richieste. In presenza di campi vuoti o incompleti la domanda non potrà infatti essere inoltrata e verrà automaticamente annullata.

- 1 – Dati relativi alle aree di interesse dell'azienda
- Presenza o meno dell'azienda sul mercato estero. In caso di risposta affermativa indicare:
 - le modalità di presenza (esportazioni, impianti produttivi o sedi di rappresentanza, accordi di collaborazione, accordi di subfornitura, joint venture, etc.)
 - la percentuale del fatturato generato da tali attività
 - paese/paesi in cui opera
 - paese/paesi di interesse, nei quali l'azienda intende effettuare attività di investimento e/o esportazione
- 2 – Dati relativi ai servizi richiesti
- L'area nell'ambito della quale rientra il quesito da porre (es. informazioni doganali, attività fieristiche, finanziamenti agevolati, etc). Selezionare un'area dalla lista pre-codificata.
 - Il quesito specifico. (Indicazioni per il web master: deve essere predisposto uno spazio libero dove l'utente può scrivere la propria domanda).

(Indicazioni per il web master: le modalità di risposta: una volta compilata ed inoltrata la scheda, appare sullo schermo il seguente messaggio).

La Sua richiesta è stata inoltrata con successo. Le invieremo una risposta via E-mail entro.... (Indicazioni per il web master: stabilire ed indicare i giorni di attesa).

* **Ricerca delle agevolazioni**

Per aiutare le imprese a conoscere i provvedimenti agevolativi di cui possono usufruire, lo Sportello offre a tutti gli utenti registrati sul sito, l'accesso ad un database di facile consultazione.

Il database prevede quattro modalità di consultazione

- **Ricerca per provvedimenti**
- **Ricerca guidata**
- **Ricerca per "parole-chiave"**

La ricerca per provvedimenti è il tipo di consultazione adatto all'utente esperto, già a conoscenza dell'esistenza della legge.

La ricerca può essere effettuata specificando uno o più dei seguenti parametri:

- il numero della legge
- il titolo del provvedimento
- il tipo di provvedimento (legge, decreto legge, legge regionale, etc.)

(Indicazioni per il web master: per ciascun parametro, vanno predisposte delle liste precodificate).

La **ricerca guidata** è un servizio adatto all'utente che desidera ottenere velocemente solo alcune informazioni selezionate. Si tratta infatti di uno strumento che consente di ridurre notevolmente l'ambito di consultazione, attraverso la selezione di alcuni parametri specifici.

Il suo scopo è quello di consentire all'utente finale il reperimento delle sole informazioni che lo riguardano. In particolare è possibile selezionare solamente le schede relative alle agevolazioni che rispondono a determinati requisiti. Questi sono individuati in base a quattro parametri:

- Localizzazione
- Dimensione dell'impresa
- Settore di attività
- Tipo di investimento

L'impostazione di ciascun parametro avviene, indipendentemente dagli altri, tramite la selezione di una delle voci presenti nella "casella di selezione". All'inizio di ogni lista compare una voce che consente l'esclusione di quel particolare criterio dalla selezione (es: "Qualsiasi località"); la selezione terrà conto, in questo caso, solo dei rimanenti criteri.

Una volta terminata la selezione è possibile ottenere la lista ed il numero delle schede richieste, tramite la digitazione del pulsante di avvio della ricerca. La lista consiste di una serie di riferimenti ipertestuali in grado di attivare e visualizzare le schede a cui i titoli si riferiscono. Per ognuna di esse, sarà possibile effettuare un ulteriore approfondimento, corredato di tutti i riferimenti giuridici e i rimandi operativi o tornare alla pagina di selezione per consultare le altre pagine della lista.

La **ricerca per "parole-chiave"**, consente di trovare tutte le forme agevolative inerenti ad una determinata area di interesse.

La consultazione viene effettuata inserendo una o più parole all'interno di un campo di ricerca.

Il database selezionerà automaticamente tutti i provvedimenti che contengono le parole-chiave oggetto di ricerca. Quanto più dettagliate saranno le parole-chiave inserite tanto più preciso sarà il risultato.

* **Servizio di aggiornamento via E-mail**

A tutte le imprese Campane registrate sul sito, lo Sportello offre un servizio gratuito di posta elettronica che fornisce periodicamente informazioni sintetiche e tempestive sulle attività ed i programmi promozionali avviati dallo Sportello. Il servizio di aggiornamento via e-mail darà notizia degli eventi fieristici più rilevanti per l'export campano ed aggiornerà sulle modifiche ed interventi normativi relativi ad i contributi a fondo perduto, le agevolazioni, gli incentivi e gli sgravi fiscali a favore delle imprese.

Questo servizio consente alle imprese di ricevere, direttamente presso la propria sede, informazioni mirate e di rapida lettura.

E' possibile richiedere questo servizio al momento della registrazione sul sito, attivando la casella corrispondente:

(Indicazioni per il web master: inserire casella).

□ **Servizi promozionali**

Sprint Campania promuove e coordina in collaborazione con le altre istituzioni competenti, ed in particolare con l'ICE, le attività di promozione economica e di sostegno all'internazionalizzazione del sistema produttivo campano. Organizza attraverso il Piano di programmazione promozionale regionale la presenza delle imprese campane nelle principali manifestazioni fieristiche nazionali ed internazionali. Predispose iniziative economiche, workshop e missioni di imprenditori campani all'estero ed organizza visite ed incontri tra operatori locali e delegazioni di imprenditori esteri. E' inoltre responsabile per le attività di sostegno alla costituzione di consorzi export tra piccole e medie imprese industriali, commerciali e artigiane.

Lo Sportello eroga nel territorio campano i servizi promozionali forniti dall'ICE sotto gli indirizzi del Ministero delle attività produttive.

Per favorire l'internazionalizzazione delle PMI, l'ICE promuove, agevola e sviluppa gli scambi commerciali dell'Italia con gli altri paesi del mondo attraverso servizi di promozione (fiere, missioni, seminari, workshops, azioni di comunicazione) volti a rafforzare l'immagine del Made in Italy, promuovere la collaborazione industriale e l'attrazione degli investimenti esteri in Italia.

La Regione Campania predispose ogni anno insieme all'ICE un Accordo di programma finalizzato a coordinare risorse ed iniziative ed a elaborare progetti integrati di promozione delle produzioni regionali campane e all'estero.

I principali servizi di promozione aziendale si concretizzano nella predisposizione di:

- Eventi promozionali
- Piani pubblicitari personalizzati
- Inserzioni su stampa estera
- Inserzioni su siti Internet e pubblicazioni ICE in loco
- Azioni di mailing diretto
- Distribuzione di materiale informativo

I servizi sono resi attraverso dagli uffici ICE della Sede Centrale, Rete Italia e Rete Estero.

Lo Sportello coordinando le attività di Regione, ICE e Camere di Commercio organizza inoltre la partecipazione delle imprese campane a **fiere e mercati**.

* **Fiere e Mercati**

Lo Sportello offre la possibilità di consultare online le iniziative per l'anno previste da:

- Il Programma promozionale regionale (Indicazioni per il web master: inserire collegamento con il documento)
- Il Programma Promozionale Nazionale
- Le camere di Commercio delle varie provincie campane

CAMERA DI COMMERCIO DI AVELLINO
CAMERA DI COMMERCIO DI BENEVENTO
CAMERA DI COMMERCIO DI CASERTA
CAMERA DI COMMERCIO DI NAPOLI
CAMERA DI COMMERCIO DI SALERNO

LINK

Per maggiori informazioni sui programmi delle fiere all'estero ed in Italia, si può consultare Expofairs, un servizio specializzato nel fornire dati relativi ad eventi promozionali a livello internazionale.

*** Attività formative**

Attraverso lo Sportello è possibile accedere al programma promozionale dell'ICE che prevede corsi di formazione sia in Italia che all'estero ed altre iniziative (convegni, seminari e giornate tecnologiche) per la formazione di manager, funzionari ed imprenditori.

Lo Sportello organizza in collaborazione con l'ICE e gli altri soggetti aderenti allo Sportello, dei corsi di formazione per imprenditori, funzionari pubblici e personale degli sportelli bancari regionali sui temi del commercio estero e sulle caratteristiche e modalità di utilizzo dei servizi e strumenti agevolativi/assicurativi per le attività economiche internazionali.

*** INVEST IN CAMPANIA**

IN COSTRUZIONE

Informazioni utili**□ FAQ (Una interpretazione per il pubblico)**

(Indicazioni per il web master: di seguito è riportata una prima bozza delle FAQ da inserire sul sito dello Sportello. Per il momento sono state individuate e sviluppate unicamente delle domande generali relative alla struttura ed alla attività dello Sportello.

E' ovviamente opportuno inserire anche domande più specifiche relative alle caratteristiche ed alle modalità di funzionamento dei servizi accessibili on line ma ciò sarà possibile solo dopo che il sito sarà stato predisposto. Ulteriori spunti potranno inoltre essere ricavati dall'esame delle schede richiesta servizi compilate direttamente dagli utenti).

CHI SIAMO***Cos'è lo Sportello regionale per l'internazionalizzazione della Campania (Sprint Campania)?***

Lo Sportello regionale per l'internazionalizzazione è un nuovo soggetto istituzionale che rivolge le proprie attività a tutti gli imprenditori campani interessati ad avviare iniziative economiche sui mercati esteri ed alle aziende straniere che intendano effettuare investimenti nella regione o entrare in contatto con aziende campane. Esso si articola in una struttura operativa centrale ed una rete di sportelli decentrati attivati a livello provinciale.

Qual è l'obiettivo di Sprint Campania?

Lo Sportello si pone l'obiettivo di garantire una maggiore diffusione sul territorio regionale degli strumenti comunitari, nazionali e regionali di politica commerciale verso l'estero e di agevolare l'accesso delle imprese ai servizi ed agli strumenti pubblici per l'internazionalizzazione attraverso la loro articolazione sul territorio. Vuole inoltre agire nei confronti dell'imprenditore come un "referente unico" a cui rivolgersi, in grado di fornire in maniera puntuale e qualificata un'ampia gamma di servizi prima dispersi in una molteplicità di strutture diverse. Lo Sportello è inoltre responsabile del coordinamento tra programmazione nazionale e regionale in materia di promozione all'export (anche tramite la stipula di appositi Accordi di programma con l'ICE e il Ministero delle attività produttive) e vuole coinvolgere le piccole e medie imprese locali nelle attività di supporto all'internazionalizzazione avviate dalla Regione Campania.

Dove si trova Sprint Campania?

Lo Sportello per l'internazionalizzazione è presente in ciascun capoluogo di provincia. La sede centrale si trova a Napoli, presso l'Ufficio regionale ICE, e la rete di sportelli provinciali è dislocata presso le Camere di Commercio. Attraverso il sito web è possibile raccogliere informazioni relative agli orari degli uffici ed al personale disponibile in sede (Indicazioni per il web master: collegamento alla relativa sezione).

I SERVIZI DELLO SPORTELLO

Quali sono i servizi offerti dallo Sportello?

Lo Sportello riunisce in un'unica sede i servizi offerti dalle principali istituzioni che si occupano di internazionalizzazione ed erogano servizi reali alle imprese. Esso agisce sul territorio come interlocutore unico in grado di assistere le imprese nel passaggio da una dimensione prevalentemente locale ad una collocazione internazionale.

In particolare lo Sportello offre:

- Servizi di informazione ed orientamento all'export. Presso lo Sportello si possono richiedere informazioni sui mercati esteri, sulle opportunità di affari presenti nei diversi mercati, sulle gare di appalto internazionali, sulla ricerca di partner all'estero.
- Servizi di assistenza per facilitare l'accesso da parte delle imprese ai servizi ed agli strumenti nazionali e regionali a sostegno dell'internazionalizzazione. Presso lo Sportello si possono presentare le domande ed i progetti per l'utilizzo dei servizi e delle agevolazioni - nazionali e regionali - promozionali, finanziarie e assicurative per le attività esportative e di radicamento all'estero.
- Servizi di promozione e formazione in materia di internazionalizzazione.

Presso lo Sportello è possibile anche richiedere delle consulenze specialistiche e personalizzate in funzione delle proprie esigenze d'impresa e delle caratteristiche del progetto di internazionalizzazione da attuare.

I servizi sono offerti gratuitamente o a pagamento?

Lo Sportello offre una vasta ed articolata gamma di servizi ripartibili in due categorie fondamentali:

- i servizi "Standardizzati", offerti gratuitamente e a pagamento ed in parte accessibili on line, direttamente attraverso il sito web.
- i servizi "Personalizzati" che sono a pagamento e per i quali è prevista la predisposizione di un preventivo di spesa.

Cosa devo fare per contattare e ricevere un servizio dallo Sportello?

Ci sono molti modi per contattare lo Sportello: per telefono/fax/E-mail, attraverso il sito web o di persona. Inoltre:

- Si può consultare il sito per raccogliere informazioni
Ci si può registrare sul sito, per usufruire dei servizi on line (consulenza on line, ricerca delle Agevolazioni per il proprio progetto di internazionalizzazione, aggiornamento via E-mail sulle iniziative dello Sportello e sulle normative per il commercio estero).
- Si può telefonare, inviare un fax o una E-mail per richiedere informazioni aggiuntive o per fissare un appuntamento con il personale dello Sportello. Sul sito web sono indicate le modalità ed i recapiti per contattare il personale addetto.
- Ci si può recare di persona presso la sede più vicina. Questi gli indirizzi degli sportelli:
(Indicazioni per il web master: inserire indirizzi delle sedi)

IL SITO INTERNET

Cosa posso trovare nel sito dello Sportello?

Il sito offre una descrizione di tutto ciò che riguarda lo Sportello (organizzazione, obiettivi, staff, servizi offerti, link utili, news ed eventi, etc.) e fornisce agli utenti la possibilità di dialogare in maniera interattiva con il personale di Sprint Campania e di richiedere direttamente on line servizi di informazione e di assistenza.

E' difficile fare ricerche ed avere informazioni attraverso il sito?

Il sito è stato progettato e strutturato in modo da consentire, anche agli utenti che hanno minore dimestichezza nell'uso del web, un facile accesso a tutte le informazioni ed i servizi in esso contenuti. Per questo motivo:

- il sistema di funzionamento del sito è “user friendly”, di facile navigazione, con pagine leggere che si aprono rapidamente e percorsi di ricerca semplici e veloci.
- le informazioni in esso contenute sono fruibili anche da parte di operatori ai primi passi nelle attività di internazionalizzazione. Il sito contiene informazioni sintetiche ma sufficienti a fornire un quadro completo delle attività dello Sportello, fermo restando la possibilità di effettuare ulteriori approfondimenti attraverso l'utilizzo dei link suggeriti.

Cosa è ed a cosa serve la “scheda richiesta servizi”?

La Scheda richiesta servizi rappresenta uno strumento di comunicazione diretto tra l'impresa e lo Sportello, un modo rapido per ricevere assistenza rispetto alle diversificate esigenze che emergono nelle fasi di ideazione ed attuazione di un progetto di internazionalizzazione o nelle attività commerciali sui mercati esteri.

Si tratta di una scheda da compilare direttamente sul sito, attraverso la quale è possibile porre dei quesiti ai responsabili dello Sportello e ricevere le risposte via E-mail.

Per facilitare risposte puntuali ed esaurienti è necessario indicare il maggior numero di informazioni possibili relative alla azienda ed alla attività che svolge.

□ News ed Eventi

A completamento delle informazioni riportate sul sito, lo Sportello ha predisposto per gli operatori campani un ulteriore strumento di aggiornamento che consente di essere informati in tempo reale sui principali eventi promossi dallo sportello e sulle attività promozionali da esso condotte. Il servizio informa inoltre sui provvedimenti ed opportunità in materia di internazionalizzazione e sulle novità/modifiche relative alle normative di agevolazione per il commercio estero.

Le News sono articolate in cinque categorie:

- Anticipazioni
- Bandi e Scadenze
- Leggi e Decreti
- Eventi
- Iniziative promozionali

Selezionando una di queste categorie, verrà visualizzato sullo schermo l'elenco delle novità relative a quello specifico argomento. Per ognuna di esse, sarà possibile effet-

tuare un ulteriore approfondimento, corredato di tutti i riferimenti giuridici ed i rimandi operativi o tornare alla pagina di selezione per consultare un'altra "novità". Le notizie verranno eliminate via via che perderanno di utilità. Ciò significa che alcune potranno avere una vita brevissima mentre altre potranno restare disponibili on line per un periodo di tempo più lungo.

□ **Banche**

Proposta per il webmaster:

Attraverso il "servizio banche" (da inserire in questa sezione del sito) lo Sportello informerà sulle linee di credito all'export sia aperte che chiuse disponibili presso i diversi gruppi bancari presenti nel contesto regionale. Attraverso il sito sarà possibile disporre in tempo reale di un quadro informativo relativo all'intera offerta di servizi bancari per l'internazionalizzazione presente in Campania. Per ogni servizio/istituto segnalato verranno indicati nominativi e relativi indirizzi dei funzionari da contattare. Ciò assolverà gli imprenditori campani dall'onere di dover compiere lunghe ricerche per individuare l'istituto che dispone della linea di credito rispondente alle proprie esigenze. Tale servizio richiederà un lavoro di mappatura sull'offerta regionale di servizi bancari per l'internazionalizzazione da effettuare in collaborazione con l'ABI o attraverso un programma di networking diretto con i vari gruppi bancari presenti in Campania.

□ **Link**

FINANZIAMENTI INTERNAZIONALI

I siti delle organizzazioni internazionali che finanziano progetti di cooperazione economica e di assistenza tecnica:

Banca Africana di Sviluppo (<http://www.afdb.org>)

Banca Asiatica di Sviluppo (<http://www.adb.org>)

Banca Europea per la Ricostruzione e lo Sviluppo – BERS (<http://www.ebrd.com>)

Banca Europea degli Investimenti (<http://www.eib.org>)

Banca Interamericana di Sviluppo (<http://www.iadb.org>)

Banca Mondiale IBRD, IDA, GEF (<http://www.worldbank.org>)

IPAnet - Investment Promotion Network (<http://www.ipanet.net>)

MIGA - Multilateral Investment Guarantee Agency (<http://www.miga.org>)

PrivatizationLink-Privatization and Investment in Emerging Markets
(<http://www.privatizationlink.com>)

Unione Europea (<http://europa.eu.int>)

Unione Europea: MEDA

(http://europa.eu.int/comm/external_relations/euromed/meda.htm)

Unione Europea: PHARE

(<http://europa.eu.int/comm/enlargement/pas/phare/index.htm>)

Unione Europea: SIMAP (<http://simap.eu.int/IT/pub/src/welcome.htm>)

Unione Europea: TACIS

(http://europa.eu.int/comm/external_relations/ceeca/tacis/index.htm)

IL COMMERCIO ESTERO: LE PRINCIPALI ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI

I siti delle organizzazioni che si occupano di promuovere e/o regolamentare i rapporti economici e commerciali internazionali

EU: Bilateral Trade Relations

(http://europa.eu.int/comm/trade/bilateral/index_en.htm)

FAO-Food and Agriculture Organization (<http://www.fao.org>)

Fondo Monetario Internazionale (www.imf.org)

Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico-OECD

(<http://www.oecd.org/EN/home/0,,EN-home-0-nodirectorate-no-no-no-0,FF.html>)

Organizzazione Mondiale per il Commercio-WTO (<http://www.wto.org>)

Une Tradesnet (<http://www.unece.org/etrades/welcome.htm>)

United Nations Conference on Trade and Development-Unctad

(<http://www.unctad.org>)

DATI E STATISTICHE

Aiace (<http://www.globus.camcom.it/intranet/Aiace/index.htm>)

Eurostat (<http://europa.eu.int/comm/eurostat/>)

Istat: statistiche del commercio con l'estero (<http://www.coeweb.istat.it>)

Marco Polo: il commercio estero della Campania

(<http://www.na.camcom.it/marcopolo/corpo.htm>)

Regione Campania: servizio statistico

(<http://www.regione.campania.it/statistiche/servizio%20statistica/index.htm>)

Starnet: il portale statistico economico delle CdC

(<http://www.starnet.unioncamere.it>)

Unioncamere: Atlante competitività province

(http://www.unioncamere.it/Atlante/selreg_frame800.htm)

World Bank: Data and Statistics ([http://www.worldbank.org/cgi-](http://www.worldbank.org/cgi-bin/sendoff.cgi?page=%2Fdata%2Fcountrydata%2Fictglance.htm)

[bin/sendoff.cgi?page=%2Fdata%2Fcountrydata%2Fictglance.htm](http://www.worldbank.org/cgi-bin/sendoff.cgi?page=%2Fdata%2Fcountrydata%2Fictglance.htm))

ALTRE ISTITUZIONI INTERNAZIONALIZZAZIONE

Assocamere estero (<http://www.assocamerestero.com/Sito/index2.asp>)

Globus (<http://www.globus.camcom.it/intranet>)

Ministero affari esteri (www.esteri.it)

Ministero Attività Produttive (<http://www.minindustria.it>)

Ministero Attività Produttive (ex Ministero commercio estero) (www.mincomes.it)

Sviluppo Italia (www.sviluppoitalia.it)

Unioncamere (www.unioncamere.it)

Leggi

- Informazioni e consulenze doganali**
- Consulenza giuridica, economica e finanziaria**
- Normativa e programmi comunitari**

Contatti

PARTE TERZA**Le informazioni sui mercati esteri di riferimento per le produzioni campane**

CAPITOLO IV

L'INFORMAZIONE SUI MERCATI ESTERI: GUIDA ON-LINE PER L'OPERATORE

Introduzione

La disponibilità di informazioni costituisce una risorsa strategica per l'entrata delle imprese in nuovi mercati e per il buon esito dei processi di internazionalizzazione. Le attività internazionali d'impresa richiedono, infatti, approfondite e differenziate conoscenze relative alle caratteristiche socio-economiche dei mercati d'insediamento o di destinazione delle esportazioni. La pianificazione delle diverse fasi ed attività di internazionalizzazione, dalle più "leggere" connesse all'esportazione di beni e servizi sino alle più articolate (investimento estero, insediamento produttivo e joint venture internazionale) sono inevitabilmente legate alla possibilità di disporre di informazioni mirate e di adeguata qualità, modulate in funzione delle esigenze del fruitore dei dati.

La rapida espansione dell'IT (Information Technology) ha reso, da un lato, più agevole l'accesso all'offerta pubblica e privata dei servizi informativi a sostegno dell'internazionalizzazione, ma, dall'altro, nel moltiplicare i soggetti erogatori ed i canali di accesso alle fonti conoscitive, ha reso più complesse l'individuazione, utilizzazione ed ottimizzazione dei servizi/fonti più rispondenti alla situazione ed attività delle singole aziende (produzione, vendita, commercializzazione, promozione, ricerca partner, distribuzione sui mercati esteri, etc.).

Tenuto conto delle difficoltà che le imprese campane, specie di piccola dimensione, possono incontrare nell'individuazione dei mercati esteri più dinamici e promettenti per le loro attività di business, è stata elaborata questa breve guida che vuole essere una sorta di vademecum interattivo - corredato da indicazioni pratiche e valutazioni operative - sulle principali fonti di informazione per l'attività d'internazionalizzazione delle PMI.

La guida è il frutto di una approfondita mappatura dei servizi informativi disponibili, a livello italiano ed internazionale, gratuitamente on line e/o a pagamento. Tali prodotti informativi vengono descritti e classificati in base alle loro finalità, caratteristiche, modalità di utilizzo e potenziali vantaggi. Le indicazioni formulate nella guida sono indirizzate a facilitare sia le attività di reperimento da parte della singola azienda dei dati e delle informazioni sui mercati esteri che l'individuazione del servizio/soggetto presente sul mercato più adatto a soddisfare le specifiche esigenze conoscitive di ciascuna azienda.

4.1 La prima informazione sui mercati esteri

Il primo passo per avviare un'attività economica internazionale è certamente indirizzato verso la ricerca di informazioni e nozioni base utili a valutare caratteristiche ed opportunità dei potenziali mercati di sbocco. Ciò presuppone una ricognizione genera-

le dei dati relativi a dimensione del mercato, popolazione, trasporti, costumi, clima, contesto politico istituzionale, aziende etc. Tale tipologia di servizio viene solitamente predisposta attraverso l'elaborazione di schede paese o brevi Country Profile.

Tra i servizi di prima informazione sui mercati esteri segnaliamo:

- **Globus: Schede Paese**
- **Business Atlas**
- **L'analisi dei mercati ICE: i servizi informativi di base**
- **Unioncamere – Mondimpresa (info flash)**
- **Country Commercial Service**
- **Schede Export Unioncamere**
- **Banca Dati Merlino**

Globus: Schede paese

Soggetto erogatore del servizio: Globus è il servizio telematico delle Camere di Commercio per le aziende che vogliono operare con l'estero. Esso offre un ampio ventaglio di servizi informativi e di assistenza per le imprese, specie di piccola e media dimensione.

Contenuti dell'informazione: tra le sezioni tematiche del sito Globus (iniziative a favore dell'internazionalizzazione; gare d'appalto; fiere e missioni; opportunità di affari) in quella dedicata a "Paesi e mercati" troviamo delle schede paese contenenti informazioni di carattere generale sui principali paesi industrializzati ed in via di sviluppo, sui settori economici più rilevanti e sulle caratteristiche dei mercati locali. La scheda comprende: dati generali, ordinamento dello Stato, presenza di comunità italiane, quadro dell'economia, commercio estero, interscambio con l'Italia, notizie per l'operatore, costo dei fattori produttivi, indirizzi utili.

Paesi analizzati: (a gennaio 2003) sono presenti 11 Paesi: Argentina, Brasile, Cile, Cina e Hong-Kong, Giappone, India, Paraguay, Singapore, Sud Africa, Thailandia, Uruguay.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: il servizio è indirizzato alle PMI italiane che intendono operare con l'estero. L'obiettivo specifico è fornire informazioni su paesi, settori e mercati di particolare interesse per i tessuti economici locali italiani.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione è gratuita e si effettua attraverso il collegamento on line.

Indicazioni e commenti: le schede sono strutturate in maniera snella e sintetica; offrono la possibilità di acquisire in tempi rapidi un aggiornato quadro informativo relativo al paese d'interesse; sono però disponibili per un numero ristretto di mercati ed i dati in esse contenuti sono prevalentemente finalizzati ad un primo approccio conoscitivo delle caratteristiche dei mercati internazionali.

Business Atlas di Assocamere Estero

Soggetto erogatore del servizio: Assocamere Estero è l'associazione delle Camere di Commercio Italiane nel mondo, nata per valorizzare e sviluppare le attività delle Camere all'estero, diffondendo interesse e conoscenza sulla rete e sulle sue peculiarità presso le istituzioni italiane ed internazionali e presso le organizzazioni imprenditoriali.

Contenuti dell'informazione: Business Atlas è una "piccola guida agli affari nei mercati esteri" che si articola in schede informative relative a 41 mercati nel mondo. Contiene: dati generali, ordinamento dello Stato, presenza di comunità italiane, quadro dell'economia, commercio estero, interscambio con l'Italia, notizie per l'operatore, costo dei fattori produttivi, indirizzi utili ed una sezione dedicata agli aspetti normativi e legislativi quali la regolamentazione degli scambi, delle attività d'investimento e insediamento e di tutela dei brevetti.

Paesi analizzati: (2002) sono disponibili 41 Paesi divisi per area geografica: EUROPA: Austria, Belgio, Francia, Germania, Gran Bretagna, Grecia, Lussemburgo, Malta, Olanda, Portogallo, Repubblica Slovacca, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ungheria; MEDIO ORIENTE E AFRICA: Egitto, Israele, Marocco, Sud Africa, Tunisia; ASIA: Cina e Hong Kong S.A.R., Giappone, India, Singapore, Thailandia. OCEANIA: Australia, NORD AMERICA: Canada, Messico, Stati Uniti. AMERICA CENTRO MERIDIONALE: Argentina, Brasile, Cile, Colombia, Costa Rica, Paraguay, Perù, Repubblica Dominicana, Uruguay, Venezuela.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: rivolto in maniera specifica alle imprese di dimensioni minori attive sui mercati internazionali. Finalità del servizio è garantire un primo insieme di dati conoscitivi relativi ai principali mercati esteri ed alle modalità operative attraverso il quale l'imprenditore italiano può avviare una iniziativa di internazionalizzazione.

Condizioni e modalità di consultazione: la guida Business Atlas è al momento disponibile soltanto in versione cartacea. E' prevista presto anche la possibilità di consultazione on-line sul sito di Assocamere Estero. E' possibile richiedere il prodotto in via gratuita direttamente presso la sede dell'Associazione (info@assocamerestero.com) e negli uffici delle CCIIE.

Indicazioni e commenti: il Business Atlas costituisce uno strumento in grado di fornire alle imprese ed alle organizzazioni un pacchetto di informazioni puntuali per un primo orientamento ai mercati corredato da riferimenti per chiedere servizi ed assistenza nei paesi d'insediamento. La guida, nella sua versione cartacea, non prevede aggiornamenti costanti e continuativi delle informazioni raccolte annualmente; di conseguenza non è in grado di offrire indicazioni su possibili variazioni del quadro (economico e relativo a informazioni/nominativi/indirizzi utili a svolgere le proprie attività sui mercati) descritto.

L'analisi dei mercati ICE: i servizi informativi di base

Soggetto erogatore del servizio: ICE, Istituto nazionale per il Commercio Estero è

l'Ente pubblico che ha il compito di sviluppare, agevolare e promuovere i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero. Pone a disposizione delle imprese italiane una vasta gamma di servizi di assistenza e promozione di prodotti informativi e servizi editoriali.

Contenuti dell'informazione: mirano a fornire alle imprese un quadro delle possibilità di accesso al mercato prescelto attraverso l'elaborazione e l'offerta di dati su dimensione dei mercati, popolazione, trasporti, clima, istituzioni, aziende, alcuni indicatori macro e micro, dati su interscambio etc.

Paesi analizzati: i paesi analizzati sono 94 divisi per area geografica. EUROPA: Albania, Austria, Belgio, Bielorussia, Bosnia, Bulgaria, Croazia, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Macedonia, Malta, Moldavia, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Rep. Ceca, Rep. Fed. di Jugoslavia, Rep. Slovacca, Romania, Russia, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ucraina, Ungheria. AMERICA: Argentina, Bolivia, Brasile, Canada, Cile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Giamaica, Guatemala, Honduras, Messico, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perù, Puerto Rico, Rep. Dominicana, Stati Uniti, Uruguay, Venezuela. ASIA: Arabia Saudita, Azerbaijan, Bangladesh, Bahrein, Bhutan, Brunei, Cina, Cipro, Corea del Sud, Corea del Nord, Emirati Arabi Uniti, Filippine, Georgia, Giappone, Giordania, Hong Kong, India, Indonesia, Iran, Iraq, Israele, Kazakistan, Kirghizistan, Kuwait, Libano, Macao, Malaysia, Maldive, Mongolia, Nepal, Oman, Pakistan, Palestina, Qatar, Singapore, Siria, Sri Lanka, Taiwan, Thailandia, Uzbekistan, Vietnam. AFRICA: Algeria, Costa d'Avorio, Egitto, Kenya, Libia, Marocco, Nigeria, Rep. Sudafricana, Senegal, Tunisia, Zambia, Zimbabwe. OCEANIA: Australia; Nuova Zelanda.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: tutti gli imprenditori italiani.

Condizioni e modalità di consultazione: il servizio è gratuito. Un apposito staff fornisce, direttamente le informazioni di base disponibili ed indirizza gli operatori verso gli Uffici competenti per informazioni più specifiche e complesse. Ci si può rivolgere allo Sportello Sprint Campania scrivendo alla mail: info@sprintcampania.it, e all'Ufficio Assistenza e Vendita dell'ICE: telefono: 06 5992 9388; e-mail: assistenza.vendita@ice.it.

Indicazioni e commenti: i dati conoscitivi raccolti e/o rielaborati dall'Ice sono ricavati dalle principali fonti informative e statistiche nazionali ed internazionali e coprono un'ampia fascia di prodotti e paesi.

Unioncamere-Mondimpresa: info flash

Soggetto erogatore del servizio: Mondimpresa è l'Agenzia per la mondializzazione per l'impresa, costituita mediante società consortile per azioni. I soci sono: Unioncamere, Confindustria, Confcommercio, Confartigianato, e Confagricoltura. Mondimpresa promuove e sostiene i processi di internazionalizzazione, in particolare delle PMI. Fornisce alle imprese servizi di assistenza e informativi dedicati alle analisi dei mercati esteri.

Contenuti dell'informazione: ogni scheda info flash contiene: cartina geografica; contesto generale, principali indicatori economici, rischio paese, prospettive economiche future, settori produttivi, interscambio commerciale, principali trattati, informazioni di viaggio, indirizzi utili.

Paesi analizzati: le info flash paese prendono in considerazione 130 paesi divisi per area geografica. ASIA: Bangladesh, Birmania, Brunei, Cina, Corea del Nord, Corea del Sud, Filippine, Giappone, India, Indonesia, Malesia, Mongolia, Pakistan, Singapore, Sri Lanka, Thailandia, Taiwan, Vietnam. MEDITERRANEO: Algeria, Cipro, Egitto, Giordania, Israele, Libano, Libia, Malta, Marocco, Palestina, Siria, Tunisia, Turchia. EST EUROPA: Albania, Bielorussia, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Estonia, Jugoslavia, Federazione Russa, Lettonia, Lituania, Macedonia, Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Ucraina, Ungheria. AMERICA LATINA: Argentina, Bolivia, Brasile, Cile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, Honduras, Messico, Nicaragua, Panama, Paraguay, Perù, Trinidad e Tobago Uruguay, Venezuela. EUROPA: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda, Italia, Lussemburgo, Norvegia, Paesi Bassi, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia, Svizzera. AFRICA: Congo, Costa d'Avorio, Etiopia, Gabon, Ghana, Kenya, Lesotho, Liberia, Madagascar, Mauritania, Mauritius, Mozambico, Namibia, Nigeria, Repubblica democ. Congo (ex Zaire), Seychelles, Senegal, Somalia, Sud Africa, Sudan, Swaziland, Tanzania, Togo, Zambia, Zimbabwe. MEDIO ORIENTE: Arabia Saudita, Bahrein, Emirati Arabi Uniti, Irak, Iran, Kuwait, Oman, Yemen. AMERICA del NORD: Canada, Stati Uniti. CSI: Armenia, Azerbaïjan, Georgia, Kazakistan, Kirghizistan, Moldavia, Tagikistan, Turkmenistan, Uzbekistan. AUSTRALIA: Australia, Nuova Zelanda.

Gruppo 1 € 260,00	Algeri Almaty Amman Bangkok Beirut Belgrado Bratislava Bucarest Budapest Cairo Canton Casablanca Damasco Giacarta	Hochiminh City Istanbul Johannesburg Karachi Kiev Kuala Lumpur Lima Manila Mosca Mumbai New Delhi Novosibirsk Praga Pechino	Riga San Pietroburgo Sarajevo Seoul Shanghai Sofia Taipei Teheran Tirana Tripoli Tunisi Varsavia Zagabria
Gruppo 2 € 300,00	Amsterdam Atene Barcellona Bogotà Buenos Aires Caracas Città del Messico Dubai	Dublino Helsinki Hong Kong Lisbona Lubiana Madrid Montevideo Montreal	Riyadh San Paolo Santiago Sydney Singapore Skopje Tel Aviv Toronto
Gruppo 3 € 360,00	Atlanta Berlino Bruxelles Chicago Copenaghen Dusseldorf	Londra Los Angeles New York Osaka Oslo Parigi	Seattle Stoccolma Tokyo Vienna Uffici della Rete Italia

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: imprese italiane specie di piccola e media dimensione interessate ad avviare iniziative di internazionalizzazione. Le info flash consentono di disporre di un primo quadro generale dei diversi Paesi.

Condizioni e modalità di consultazione: Le schede info-flash sono consultabili gratuitamente sul sito di mondimpresa sotto la sezione "Prodotti e Servizi". Per maggiori approfondimenti sono disponibili le schede paese export Mondimpresa consultabili a pagamento (vedi sezione Guide Paese).

Indicazioni e commenti: i dati delle schede info-flash vengono aggiornati annualmente, e forniscono informazioni di carattere operativo ed analitico sui mercati esteri. Le info-flash consentono una rapida acquisizione di nozioni base sui mercati. Le informazioni non risultano però sempre omogenee rispetto ai diversi mercati analizzati e denotano in alcuni casi ritardi nei processi di aggiornamento.

Country Commercial Service

Soggetto erogatore del servizio: le Country commercial guides sono elaborate dall'US Commercial Service, il Dipartimento per il Commercio estero statunitense che offre il servizio in collaborazione con le sezioni commerciali delle Ambasciate USA nel mondo.

Contenuti dell'informazione: Le Country Commercial Guides (CCG) sono redatte annualmente sulla base dei dati raccolti direttamente in loco e contengono informazioni sulla situazione economica e politica dei diversi paesi nel mondo. On line è possibile consultare la versione breve ed in schede della guida. Tutte le CCG sono strutturate nel seguente modo: 1. Sintesi; 2. Andamenti economici e prospettive; 3. Contesto economico; 4. Commercializzazione dei prodotti e servizi statunitensi; 5. Principali settori di esportazione ed investimento statunitensi; 6. Regolamentazione commerciale e doganale; 7. Contesto favorevole/sfavorevole agli investimenti; 8. Finanziamento del commercio e dei progetti; 9. Viaggi d'affari; 10. Statistiche economiche e commerciali; 11. Contatti utili; 12. Ricerca di mercato; 13. Programma di fiere ed esposizioni.

Paesi analizzati: Sono 136 i Paesi analizzati, di seguito elencati in ordine alfabetico: Albania, Algeria, Angola, Arabia Saudita, Argentina, Armenia, Australia, Austria, Azerbaijan, Bahamas, Bahrein, Bangladesh, Barbados, Belgio, Belize, Benin, Bolivia, Botswana, Brasile, Bulgaria, Burkina Faso, Burma, Cambogia, Camerun, Canada, Capo Verde, Chad, Cile, Cina, Colombia, Comoros, Corea del Sud, Congo, Costa d'Avorio, Costa Rica, Croazia, Repubblica Ceca, Danimarca, Gibuti, Repubblica Dominicana, Ecuador, Egitto, El Salvador, Eritrea, Estonia, Etiopia, Fiji, Filippine, Finlandia, Francia, Germania, Ghana, Grecia, Guatemala, Grecia, Guyana, Haiti, Honduras, Hong Kong, Inghilterra, India, Indonesia, Irlanda, Israele, Italia, Giamaica, Giappone, Giordania, Kazakistan, Kenya, Kuwait, Laos, Lettonia, Libano, Liberia, Lituania, Lussemburgo, Macao, Madagascar, Malawi, Malesia, Maldive, Mali, Malta, Marocco, Mauritania, Mauritios, Messico, Moldavia, Mongolia, Mozambico, Namibia, Nepal, Nuova Guinea, Nuova Zelanda, Nicaragua, Niger, Nigeria, Norvegia, Oman, Olanda, Pakistan, Panama, Papua Nuova Guinea, Paraguay, Perù, Polonia, Portogallo, Qatar, Romania, Russia, Senegal, Seychelles, Singapore, Repubblica Slovacca, Slovenia, Sud Africa, Spagna, Sri Lanka, Svizzera, Svezia, Siria, Taiwan, Thailandia, Togo, Trinidad, Tunisia, Turchia, Turkmenistan, Ucraina, Uganda, Uruguay, Yemen, Zambia, Zimbabwe.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: l'informazione è rivolta principalmente ad imprese ed operatori statunitensi e vuole promuovere la conoscenza delle caratteristiche ed opportunità presenti nei contesti economici internazionali. Nonostante questa focalizzazione informativa verso gli imprenditori statunitensi, le schede contengono alcune nozioni di sicuro interesse anche per gli altri investitori internazionali.

Indicazioni e commenti: i dati e le indicazioni contenuti nelle schede provengono da fonti attendibili ed autorevoli e denotano un approccio molto operativo e business oriented. Data la loro finalità e utenza di riferimento possono risultare però soltanto in parte rispondenti agli interessi delle PMI italiane. La consultazione della Guida richiede inoltre una buona conoscenza della lingua inglese.

Schede Export Unioncamere

Soggetto erogatore del servizio: il servizio è offerto da Unioncamere in collaborazione con la Camera di Commercio ed Industria di Parigi (che fornisce le informazioni di carattere generale sul Paese) e Mondimpresa (che fornisce le informazioni specifiche per gli esportatori italiani).

Contenuti dell'informazione: il servizio è composto da una banca dati contenente informazioni sui dati generali, sui documenti e le procedure per esportare le merci, oltre a notizie ed informazioni sulle performance economiche relative ai Paesi analizzati.

Nello specifico le informazioni della Banca dati sono così organizzate:

- Dati generali
- Cartina geografica
- Documenti e formalità per esportare
- Indirizzi utili
- Note

Paesi analizzati: attualmente sono 160 i Paesi consultabili on-line in ordine alfabetico, contenuti nella banca dati.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: il servizio è rivolto sia agli operatori italiani che intendono operare con l'estero sia alle Camere di Commercio.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione delle schede è gratuita e si effettua attraverso il collegamento on line. Per alcuni documenti è disponibile un file in doppio formato (Word o PDF, individuabile attraverso l'icona al lato del testo) che può essere stampato o scaricato sul proprio PC.

Indicazioni e commenti: tra le sezioni contenute nelle schede particolarmente approfondita è quella che si occupa dei documenti necessari per operare od esportare nei diversi paesi. Il servizio presenta aspetti d'interesse, tenuto conto che in alcuni Paesi le disposizioni in materia di importazioni subiscono spesso modifiche dovute a situazioni interne politiche e/o economiche. Le informazioni raccolte forniscono un quadro

generale del paese d'interesse e non tutte le schede mostrano lo stesso livello di aggiornamento.

Banca dati Merlino

Soggetto erogatore del servizio: Mondimpresa, Agenzia per la mondializzazione per l'impresa, costituita mediante società consortile per azioni. I soci sono: Unioncamere, Confindustria, Confcommercio, Confartigianato, e Confagricoltura. Mondimpresa promuove e sostiene i processi di internazionalizzazione, in particolare delle PMI. Fornisce alle imprese servizi di assistenza e informativi dedicati alle analisi dei mercati esteri.

Contenuti dell'informazione: la banca dati Merlino è un servizio di informazione ed assistenza sulle tematiche dell'Unione europea, dell'internazionalizzazione e delle agevolazioni pubbliche (internazionali, comunitarie e nazionali).

L'offerta informativa si articola in 16 settori e 77 sottosectori di ricerca riguardanti:

- le agevolazioni di fonte comunitaria e nazionale: sono fornite informazioni ragionate, anticipazioni, commenti e riferimenti normativi, bandi, scadenze e sull'operatività dei Fondi strutturali comunitari e degli altri programmi europei di interesse per le imprese e per le Amministrazioni, nonché sulle agevolazioni di fonte nazionale.
- le norme europee per le imprese: vengono elaborate indicazioni informative sulle regole poste dall'Unione europea per disciplinare l'attività di imprese ed Enti: caratteristiche dei prodotti, responsabilità del produttore, tutela dei lavoratori, certificazioni e marchi di qualità, fiscalità, diritto societario, ambiente, energia, ecc. Sono inoltre prese in considerazione le norme italiane con le quali si dà attuazione al diritto comunitario.
- l'internazionalizzazione delle imprese: sono elaborate e raccolte informazioni sul regime commerciale comunitario (dazi, contingenti, restituzioni all'export, ecc.), sulle opportunità derivanti da programmi europei di collaborazione internazionale (Phare, Tacis, Jop, Ecip, Jev, ecc), sulle attività rilevanti di altri organismi internazionali (Banca mondiale, FMI, ecc.), le proposte di partenariato per le imprese, sui mercati esteri, etc.

La Banca dati è corredata da:

- Notizie flash, a cadenza quotidiana, su bandi, scadenze, pubblicazioni di normative di interesse immediato, ecc.;
- Glossario della terminologia comunitaria, che consente di verificare il significato dei termini comunitari di uso corrente, nonché degli acronimi che contraddistinguono i programmi dell'Unione Europea.

Modalità e condizioni di consultazione: Merlino è un servizio a pagamento. Per maggiori informazioni sui costi del servizio è disponibile l'e-mail: commerciale@mondimpresa.it Per accedere alle notizie ed all'intera banca dati è necessaria una password rilasciata da Mondimpresa. Per richiedere la password occorre seguire la procedura di abbonamento dalla Homepage di Merlino. L'informazione è distribuita mediante una immissione, a cadenza quindicinale (ogni 15 e 30 del mese) e di un pacchetto di schede articolate per argomento, che vanno a costituire una banca dati ad accumulo provvista di un motore di ricerca che permette diverse modalità di interrogazione. Nell'intervallo tra un numero e l'altro, sono immesse le Notizie flash.

Disponibilità dati: il servizio è operativo dal 1° gennaio 1999 e contiene notizie ed informazioni dal 1991 ad oggi.

Indicazioni e commenti: Il servizio è stato pensato per tutti coloro che sono interessati ad avere un'informazione rapida e di carattere operativo. Si segnala tra le altre la sezione relativa alle news sull'internazionalizzazione, raccolte in una newsletter on line, dotata di un sommario interattivo che offre la possibilità di accedere in maniera diretta e rapida alle informazioni ordinate per titolo. Per la consultazione dell'intera banca dati delle notizie presenti, è possibile avvalersi di una ricerca guidata per settore o di un sistema di ricerca avanzata che permette di effettuare interrogazioni all'interno della banca dati con un vero e proprio motore di ricerca full-text, simile ai motori di ricerca Internet. Un help più dettagliato sulle modalità di ricerca è presente all'interno della sezione ricerca.

4.2 Guide paese

Per identificare il mercato obiettivo più adatto al proprio progetto di internazionalizzazione l'operatore deve tracciare un quadro approfondito dello scenario politico-economico di possibile insediamento o esportazione, conoscerne le potenzialità future, gli spazi d'inserimento, gli elementi di rischio, e le specificità operative. Le guide paese sono finalizzate a rispondere a tali esigenze e coprono con analisi, dati ed informazioni tutti gli aspetti citati. Tra le guide paese segnaliamo in particolare:

- **Guida Paesi Ice**
- **Economist Intelligence Unit (EIU)**
- **Informest**
- **Business Monitor International**
- **Unioncamere – Mondimpresa (schede paese export)**

Guida paese ICE

Soggetto erogatore del servizio: l'ICE, Istituto nazionale per il commercio estero è l'ente pubblico che ha il compito di sviluppare, agevolare e promuovere i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero. Pone a disposizione delle imprese italiane una vasta gamma di servizi di promozione ed assistenza, di prodotti informativi ed editoriali.

Descrizione del servizio: le Guide offrono descrizioni dei mercati, ne analizzano le dinamiche economiche e settoriali, segnalando i settori più promettenti e le business opportunities più favorevoli per le imprese italiane. Illustrano modalità operative e di accesso ai mercati e informano sui regimi doganali e valutari vigenti, sulle norme relative agli investimenti diretti esteri, sul regime societario e fiscale locale.

Contenuti della Informazione: le Guide sono solitamente articolate in sei sezioni principali: 1) Quadro sintetico di base (Indicatori economici generali e Tendenze economiche e socio-politiche) 2) Caratteristiche dell'economia 3) Commercio con l'estero 4) Opportunità di mercato per il made in Italy 5) Approccio al mercato (normativa doganale-fiscale, disciplina regolamentare e tecnica sugli affari, normativa sugli investimenti).

Paesi analizzati: sono disponibili 67 Paesi divisi per area geografica: AFRICA: Arabia Saudita, Egitto, Emirati Arabi Uniti, Israele, Libia, Marocco, Siria, Sudafrica, Tunisia. ASIA-OCEANIA: Australia, Cina, Corea del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, India, Indonesia, Iran, Libano, Malaysia, Singapore, Thailandia, Taiwan, Uzbekistan, Vietnam. AMERICHE: Argentina, Bolivia, Brasile, Canada, Cile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Messico, Stati Uniti, Uruguay, Venezuela. EUROPA: Albania, Austria, Belgio, Bulgaria, Croazia, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Lettonia, Macedonia, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Rep. Ceca., Rep. Slovacca, Romania, Russia, Slovenia, Spagna, Svezia, Turchia, Ucraina, Ungheria.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: il servizio è destinato agli operatori economici, imprenditori italiani, studiosi, operatori finanziari ed istituzioni di politica economica estera.

Condizioni e modalità di consultazione: Le Guide possono essere consultate gratuitamente previa registrazione all'Export Club, o scaricate in formato pdf al costo di _ 8,00 più IVA, pari a 15 credits per i sottoscrittori di una delle Carte Servizi dell'ICE.

Indicazioni e commenti: le guide forniscono un ampio quadro d'informazione relativa alle dinamiche di mercato ed ai settori più promettenti per l'export italiano nei diversi mercati. Si segnala inoltre una sezione specificamente rivolta all'analisi del comportamento dei principali concorrenti e della loro penetrazione nel mercato osservato. L'alimentazione tramite la rete telematica dell'Istituto consente inoltre un costante aggiornamento delle Guide Paese on-line

Economist Intelligence Unit (EIU)

Soggetto erogatore del servizio: l'Economist Intelligence Unit è considerato la maggiore organizzazione privata di elaborazione/distribuzione di informazione politiche - economiche relativa alla quasi totalità degli stati mondiali. L'obiettivo che l'EIU persegue è quello di guidare qualsiasi organizzazione, dalle imprese multinazionali alle istituzioni finanziarie, nelle decisioni di allocazione degli investimenti a livello internazionale, fornendo informazioni (guide, bollettini, servizi statistici etc.) affidabili ed imparziali sugli andamenti e sulle prospettive di sviluppo dei mercati mondiali e sulle condizioni di stabilità politico-amministrativa in essi presenti.

Contenuti dell'informazione: le guide paese della EIU forniscono analisi ed informazioni sulla situazione economica e politica di oltre 180 paesi. La guida ha cadenza annuale (Country Profile) con la possibilità di avvalersi di tre rapporti quadrimestrali di aggiornamento (Country Report). In circa 50 pagine informa su: 1) eventi politici ed economici correnti alla luce del contesto politico/economico dei veri paesi; 2) infrastrutture, maggiori settori industriali dell'economia e valutazioni sulle politiche di sviluppo a medio-lungo termine; 3) per ogni paese inoltre forniscono tabelle statistiche quinquennali e dati storici.

Paesi analizzati: le guide analizzano oltre 180 paesi, selezionabili on-line.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: alle imprese multinazionali, alle istituzioni finanziarie, e, più in generale, a tutti gli operatori economici.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione delle guide paese avviene previa registrazione al sito. Il costo della sottoscrizione del servizio è di 245\$ pagabili mediante carta di credito.

Indicazioni e commenti: informazioni sempre aggiornate, affidabili e soprattutto imparziali (l'EIU è completamente indipendente da governi, organizzazioni commerciali o gruppi di interesse vari). L'alimentazione tramite la rete telematica dell'Istituto consente il costante aggiornamento delle Guide Paese on-line. I profili paese seguono tutti una struttura standard, che rende agevole il confronto delle informazioni nei vari anni e tra i diversi paesi. I profili paese sono a pagamento e i costi sono piuttosto rilevanti. Le Guide sono rivolte ad un'utenza ampia e non denotano un approccio particolarmente orientato al business: richiedono inoltre una buona conoscenza della lingua e della terminologia economica inglese.

Informest

Soggetto erogatore del servizio: Informest è il Centro di Servizi e Documentazione per la Cooperazione Economica Internazionale, struttura pubblica creata dalla L.19/91 per fornire alle imprese formazione, documentazione, assistenza e consulenza sui Paesi dell'Est Europa.

Contenuti dell'informazione: Informest pubblica le Business Guides, le Guide Informest agli investimenti nei Paesi dell'Est. Le Business Guides ai paesi dell'Est Europa offrono informazione su: 1) quadro economico; 2) investimenti stranieri; 3) società e contratti; 4) sistema valutario e regime di import-export; 5) regime fiscale; 6) lavoro e costi di produzione; 7) banche, crediti e servizi alle imprese; 8) fiere ed esposizioni.

Paesi analizzati: sono 25 i paesi analizzati divisi per area geografica: 1. BALCANI: Albania, Bosnia, Bulgaria, Romania, Serbia e Montenegro, 2. EUROPA CENTRALE: Croazia, Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Slovenia, Ungheria; 3. PAESI EUROPEI EX URSS: Bielorussia, Estonia, Lituania, Moldavia, Russia, Ucraina; 4. ASIA CENTRALE: Armenia, Azerbaïjan, Cina, Kazakistan, Mongolia, Uzbekistan, Vietnam.

A chi è diretta l'informazione: Il servizio è destinato ad operatori economici, imprenditori italiani ed analisti finanziari interessati alle attività legate al commercio estero dei paesi appartenenti all'area dei Balcani, dell'Europa centrale, dei Paesi europei ex URSS o dell'Asia centrale.

Condizioni e modalità di consultazione: per accedere alle Guide Informest agli investimenti nei Paesi dell'Est occorre abbonarsi al servizio. Per abbonarsi bisogna riempire il modulo reperibile su Abbonamenti. Il costo dell'abbonamento in euro, prezzi IVA 20% esclusa, è di 130 Euro per un paese a scelta tra quelli disponibili, di 650 Euro per un'area paese a scelta tra quelle disponibili e di 2.300 Euro per tutti i paesi disponibili. I dati delle guide paese Informest vengono costantemente aggiornati. Inoltre dalla pagina web di Informest si possono ricavare indirizzi e collegamenti utili a siti che forniscono anche essi schede paese o comunque informazioni sul commercio estero. Infine accedendo al news service nella home page di Informest è possibile consul-

tare comunicati, bollettini e varie altre informazioni, provenienti da enti, fonti governative nazionali e internazionali, come ad esempio la Guida Ministero Attività Produttive ai Balcani, che fornisce informazioni utili al commercio estero in Albania, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Macedonia, Romania, Repubblica federale Jugoslava

Indicazioni e commenti: è compreso nel servizio a pagamento Business guide, un aggiornamento on-line, fornito dalla rete dei corrispondenti Informest all'estero, contenente notizie aggiornate su informazioni varie di natura economica, finanziaria, sulle pratiche doganali, legali, sulle cooperazioni e finanziamenti internazionali del paese desiderato. L'informazione è mirata alle attività di business e contiene molte indicazioni di ordine pratico per le imprese con minore esperienza di internazionalizzazione.

Business Monitor International: le analisi dei mercati esteri

Soggetto erogatore del Servizio: Business Monitor International (BMI) è un'azienda di servizi di Londra specializzata nelle attività di business information e di analisi dei mercati emergenti delle diverse aree geo-economiche mondiali.

Contenuti dell'informazione: BMI pubblica informazioni specializzate sulle opportunità di affari nei mercati emergenti. Il servizio informativo da richiedere può essere giornaliero, settimanale, mensile e trimestrale; copre argomenti quali il rischio politico, finanziario, performance economiche sia macro che micro, resoconti e previsioni, settori industriali e previsioni, settori industriali ed ambiente economico. Questi i principali prodotti offerti da BMI:

Emerging Markets Online: servizio giornaliero di informazione sull'andamento economico e finanziario delle economie emergenti.

Monthly Regional Monitors: ogni mese contiene un'analisi paese per paese strutturata nel seguente modo: 1) valutazione del rischio paese (rischio politico, macroeconomico, ed affari); 2) analisi macroeconomica e prospettive; 3) resoconto finanziario; 4) aggiornamento sulle regolamentazioni commerciali, degli investimenti e dei mercati finanziari.

Quarterly Forecast Reports: fornisce previsioni ed analisi sullo sviluppo delle principali economie dei paesi emergenti su di un arco temporale di tre anni. L'analisi è articolata nel seguente modo: 1) previsioni sulla stabilità politica; 2) prospettive di crescita dell'economia nazionale; 3) settori economici chiave; 4) previsioni per il settore esterno; 5) prospettive di crescita globale; 6) mercati finanziari; 7) clima d'affari; 8) contatti utili.

Paesi analizzati: sono 145 i Paesi analizzati, divisi per area geografica: ASIA: Bangladesh, Cambogia, Cina, Hong Kong, India, Indonesia, Laos, Malesia, Myanmar, Corea del Nord, Pakistan, Filippine, Singapore, Corea del Sud, Sri Lanka, Thailandia, Taiwan, Vietnam; EUROPA: Albania, Armenia, Azerbaijan, Belarus, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Croazia, Repubblica Ceca, Estonia, Georgia, Grecia, Ungheria, Kazakistan, Kirgizstan, Lettonia, Lituania, Macedonia, Moldova, Polonia, Romania, Russia, Repubblica Slovacca, Slovenia, Tagikistan, Turkmenistan, Ucraina, Uzbekistan, Repubblica federale Jugoslavia. AMERICA LATINA E CARAIBI:

Anguilla, Antigua & Barbuda, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Belize, Bermuda, Bolivia, Brasile, BV Virgin Islands, Cayman Islands, Cile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Dominica, Repubblica Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Grenada, Guyana, Guadalupa, Haiti, Honduras, Giamaica, Martinica, Messico, Montserrat, Netherlands Antilles, Nicaragua, Panama, Paraguay, Perù, Porto Rico, Suriname, St Kitts and Nevis, St Lucia, St Maarten/St Martin, St Vincent and the Grenadines, Trinidad & Tobago, Turks and Caicos Islands, Uruguay, US Virgin Islands, Venezuela. MEDIO ORIENTE E AFRICA: Algeria, Angola, Bahrein, Benin, Botswana, Burkina Faso, Camerun, Repubblica Centro Africana, Ciad, Costa d’Avorio, Congo, Egitto, Emirati Arabi Uniti, Eritrea, Etiopia, Gabon, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Iran, Iraq, Israel, Giordania, Kenya, Kuwait, Libano, Lesotho, Libia, Malawi, Mali, Marocco, Mozambico, Namibia, Niger, Nigeria, Oman, Qatar, Arabia Saudita, Senegal, Somalia, Sud Africa, Sudan, Swaziland, Siria, Tanzania, Togo, Tunisia, Turchia, Uganda, , West Bank and Gaza, Yemen, Zambia, Zimbabwe.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione dei servizi BMI avviene solo dietro pagamento. Per scegliere a quale servizio BMI abbonarsi occorre consultare la voce subscription titles sulla home page di BMI. Una volta scelto il servizio cui abbonarsi basta compilare la scheda di sottoscrizione relativa al servizio (expl. sottoscrizione a Emerging Markets Monitor). Informazioni utili sulle condizioni d’uso dei servizi BMI possono, inoltre, essere trovate presso la sezione: conditions.

Indicazioni e commenti: le informazioni vengono aggiornate quotidianamente e sono reperite da fonti diverse garantendo l’imparzialità dei giudizi ed un approccio molto orientato alle attività commerciali e di investimento. I servizi forniscono informazioni molto settoriali indirizzate verso esigenze specifiche di business. Non hanno di conseguenza quell’approccio omnicomprensivo tipico delle guide paese e risulta a volte complesso trarre indicazioni complessive e di scenario rispetto al paese analizzato del quale bisogna già conoscere le caratteristiche socio-economiche fondamentali, da integrare con le analisi formulate da BMI.

Schede Paese Export Mondimpresa

Soggetto erogatore del servizio: Mondimpresa è l’agenzia per la mondializzazione per l’impresa, costituita mediante società consortile per azioni. I soci sono: Unioncamere, Confindustria, Confcommercio, Confartigianato, e Confagricoltura. Mondimpresa promuove e sostiene i processi di internazionalizzazione, in particolare delle PMI. Fornisce alle imprese servizi di assistenza e informativi dedicati alle analisi dei mercati esteri.

Descrizione del servizio: le Schede Paese Export Mondimpresa raccolgono le informazioni raccolte ed elaborate dall’agenzia consortile ed offerte in versione breve dal servizio info-flash analizzato nella sezione “Le prime informazioni sui mercati esteri” di questa guida. Il servizio informativo analizza e descrive il quadro economico e commerciale di ciascun paese, e raccoglie dati macroeconomici e relativi ai principali settori commerciali.

Contenuti dell’informazione: le schede paese, disponibili sotto la sezione “Prodotti e Servizi”, contengono: informazioni generali, situazione politico - economica generale

del paese, principali indicatori economici, quadro della congiuntura economica, settori produttivi principali e infrastrutture, scambi con l'estero, interscambio commerciale con l'Italia, investimenti esteri, privatizzazioni, normativa societaria, normativa fiscale e doganale, sistema bancario e finanziario, relazioni esterne del Paese, strumenti tecnici e finanziari italiani, comunitari ed internazionali a sostegno degli scambi commerciali per favorire la cooperazione fra imprese, principali eventi promozionali e indirizzi utili.

Paesi analizzati: le schede paese export (al pari delle info flash), prendono in considerazione 130 paesi divisi per area geografica: ASIA: Bangladesh, Birmania, Brunei, Cina, Corea del Nord, Corea del Sud, Filippine, Giappone, India, Indonesia, Malesia, Mongolia, Pakistan, Singapore, Sri Lanka, Thailandia, Taiwan, Vietnam. MEDITERRANEO: Algeria, Cipro, Egitto, Giordania, Israele, Libano, Libia, Malta, Marocco, Palestina, Siria, Tunisia, Turchia. EST EUROPA: Albania, Bielorussia, Bosnia Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Estonia, Jugoslavia, Federazione Russa, Lettonia, Lituania, Macedonia, Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia, Ucraina, Ungheria. AMERICA LATINA: Argentina, Bolivia, Brasile, Cile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, Honduras, Messico, Nicaragua, Panama, Paraguay, Perù, Trinidad e Tobago Uruguay, Venezuela. EUROPA: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda, Italia, Lussemburgo, Norvegia, Paesi Bassi, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia, Svizzera. AFRICA: Congo, Costa d'Avorio, Etiopia, Gabon, Ghana, Kenya, Lesotho, Liberia, Madagascar, Mauritania, Mauritius, Mozambico, Namibia, Nigeria, Repubblica democ. Congo (ex Zaire), Seychelles, Senegal, Somalia, Sud Africa, Sudan, Swaziland, Tanzania, Togo, Zambia, Zimbabwe. MEDIO ORIENTE: Arabia Saudita, Bahrein, Emirati Arabi Uniti, Irak, Iran, Kuwait, Oman, Yemen. AMERICA del NORD: Canada, Stati Uniti. CSI: Armenia, Azerbaigian, Georgia, Kazakistan, Kirghizistan, Moldavia, Tagikistan, Turkmenistan, Uzbekistan. AUSTRALIA: Australia, Nuova Zelanda.

A chi è diretta l'informazione: Il servizio è destinato agli operatori economici, imprenditori italiani, operatori finanziari che desiderano avere un quadro generale della situazione socio- economica dei diversi Paesi.

Condizioni e modalità di consultazione: Le schede paese sono disponibili a pagamento, sia in versione cartacea che on line, è inoltre possibile avviare servizi di abbonamento. Per richiedere dietro pagamento le schede paese è necessario contattare: commerciale@mondoimpresa.it o il servizio informazione: rispostaquesiti@mondimpresa.it

Indicazioni e commenti: le schede paese denotano un grado intermedio di dettaglio ed attualità d'informazione e coprono un ampio spettro di temi. Le informazioni contenute sono di rapida consultazione e mostrano un approccio di spiccato carattere operativo.

4.3 Le statistiche sul commercio estero italiano e campano

La selezione dei mercati verso i quali indirizzare le proprie attività richiede un'analisi delle principali direttrici del commercio estero dell'Italia, del suo ruolo negli scambi

internazionali, e delle sue modalità di proiezione economica rispetto a settori e mercati. Tali informazioni possono essere ricavate attraverso la consultazione e l'utilizzo mirato dei dati statistici relativi al commercio estero dell'Italia, ai suoi orientamenti geografici e settoriali ed al quadro evolutivo nelle diverse aree geo-economiche. In questa sezione segnaliamo i principali enti deputati a garantire tale offerta informativa – anche in relazione al commercio estero della Campania - di cui vengono descritte le principali caratteristiche contenutistiche e tecnico-operative di offerta.

- **Coeweb – Istat**
- **Ice**
- **Uic**
- **Starnet**
- **Marco Polo**
- **Servizio Statistico Regione Campania**

Coeweb ISTAT

Soggetto erogatore del servizio: Istituto Nazionale di Statistica, è l'ente pubblico deputato a fornire i dati statistici ufficiali. Provvede alla compilazione, interpretazione e pubblicazione delle statistiche generali e speciali disposte dal governo. Attraverso la banca dati Coeweb, l'Istat divulga statistiche ed informazioni sui mercati esteri frutto delle rilevazioni condotte in collaborazione con l'Agenzia delle dogane.

Contenuti dell'informazione: Coeweb è la banca dati dell'ISTAT sulle statistiche del commercio con l'estero dell'Italia.

E' possibile approfondire l'analisi della posizione italiana nel contesto internazionale attraverso la consultazione di molte tipologie di dati. Sono disponibili i flussi di importazione ed esportazione dell'Italia, anche in riferimento alle regioni ed alle province di destinazione e di provenienza.

I dati elaborati riguardano oltre 240 paesi partner e vengono aggiornati mensilmente.

Le informazioni sono disponibili a partire dal 1990.

La tipologia di dati disponibili riguarda:

- Serie storiche per merci, paesi e territorio.
- Interscambio nazionale per merci e paesi.
- Analisi territoriale delle esportazioni e delle importazioni.
- Interscambio per modo di trasporto.
- Interscambio per regime statistico.
- Interscambio per valuta di fatturazione.
- Numeri indice del commercio con l'estero (base 1995=100).
- Operatori ed imprese che effettuano scambi commerciali con l'estero.

In merito alle tipologie di estrazione/consultazione dei dati sono inoltre presenti le seguenti sezioni:

Dati nazionali: questa sezione offre l'informazione statistica relativa ai singoli prodot-

ti (nomenclatura combinata con tutti i livelli di dettaglio delle classificazioni CPATECO91 e CTCI/Rev.3), per ciò che concerne l'interscambio dell'Italia rispetto a singoli paesi, aree geografiche o geoeconomiche. E' inoltre disponibile la classificazione delle merci secondo la destinazione economica, differenziata per i paesi di destinazione UE ed extra UE. Tale sezione consente inoltre di effettuare elaborazioni per modo di trasporto e regime statistico.

Dati territoriali: questa sezione offre dati aggiornati con periodicità trimestrale ed opzione di calcolo del periodo cumulato e permette di ottenere informazioni di dettaglio sull'interscambio dell'Italia rispetto a singoli paesi e/o province amministrative in relazione sia ai gruppi di prodotti (oltre 100 voci) della classificazione CPATECO91 sia alle divisioni (oltre 60 voci) della classificazione CTCI/Rev.3. E' possibile effettuare elaborazioni per modo di trasporto e regime statistico.

Serie storiche: questa sezione riporta informazioni di sintesi relative all'interscambio commerciale dell'Italia, rispettivamente, per gruppi di merci, paesi e province in relazione alle principali classificazioni merceologiche geografiche e territoriali impiegate. E' inoltre possibile effettuare le seguenti elaborazioni: calcolo di variazioni, di rapporti di composizione e di graduatorie. Il sistema consente di ricavare informazioni distinte per i paesi Ue o Extra-Ue.

Indici: tale sezione permette, con periodicità mensile ed opzione di calcolo del periodo cumulato, di ottenere informazioni di dettaglio sull'interscambio dell'Italia in volume e valori medi unitari, rispettivamente, per destinazione economica, gruppi della classificazione CPATECO91 e principali paesi ed aree geografiche. E' inoltre possibile ottenere le informazioni per attività e destinazione economica. Le tavole visualizzate riportano sia livelli sia variazioni tendenziali. Gli indici, calcolati a base mobile secondo la formula di Fisher, sono disponibili raccordati su base 1995=100 per facilitare l'analisi da parte dell'utente.

Attività internazionali delle imprese: tale sezione contiene un'ampia serie di tavole statistiche relative sia alle imprese dell'industria e dei servizi sia agli operatori che svolgono scambi commerciali con l'estero.

Chiavi di elaborazione:

- 1) Il Commercio con l'estero in breve: questa sezione riporta informazioni di sintesi, sulla base di tavole statistiche aggiornate all'anno 2000, relative all'interscambio commerciale dell'Italia con gli altri paesi.
- 2) Consultazione predefinita: attraverso questa chiave di elaborazione l'utente ha accesso ad un'ampia serie di tavole predefinite in cui la struttura della tavola, cioè le variabili di riga, la colonna e il filtro sono già predeterminate sulla base delle interrogazioni maggiormente richieste.
- 3) Consultazione libera: questa modalità di interrogazione permette, nell'ambito dell'area tematica selezionata, di costruire la tavola che si desidera.
- 4) Documentazione: questa sezione fornisce all'utente un'ampia documentazione ripartita in sezioni che facilita l'estrazione dei dati a disposizione.

Condizioni e modalità di consultazione: gratuita previa registrazione on line.

Disponibilità dati: 1991-2002.

Indicazioni e commenti: i dati Coeweb Istat costituiscono la fonte ufficiale per ciò che

concerne l'indagine statistica sul commercio estero dell'Italia oltre che la fonte base per la gran parte delle ri-elaborazioni disponibili. I dati sono rivolti principalmente ad operatori economici, imprese, ricercatori interessati alle statistiche sul commercio con l'estero, comprendenti rilevazioni sull'interscambio commerciale, numeri indici, elaborazioni per operatore economico e per imprese ed indicatori vari. Pur fornendo una completa ed adeguata fonte di dati ed informazioni, tuttavia non sempre si registra una facile accessibilità (di molto migliorata grazie alla messa in rete delle statistiche) ai dati contenuti, i cui metodi di consultazione richiedono alcune minime competenze di base di natura sia statistica che tecnica da parte dei potenziali utenti.

ICE

Soggetto erogatore del servizio: l'ICE, Istituto nazionale per il Commercio Estero, è l'Ente pubblico che ha il compito di sviluppare, agevolare e promuovere i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero, con particolare attenzione alle esigenze delle piccole e medie imprese, dei loro consorzi e raggruppamenti.

Contenuti dell'informazione: la banca dati dell'ICE fornisce dati sull'interscambio di prodotti e servizi e sugli investimenti esteri a livello mondiale. Consente di ottenere un quadro generale per paese (quadro macroeconomico o commercio estero), settore o prodotto (commercio estero), regione o provincia (commercio estero) a scelta dell'utente. Le fonti della banca dati sono: ISTAT, Ufficio Italiano Cambi, Comtrade, Banca Mondiale, GTI Atlante del Commercio Internazionale.

I principali settori analizzati sono i seguenti:

- 01 Prodotti dell'agricoltura, della silvicoltura
- 02 Prodotti delle miniere e delle cave
- 03 Prodotti alimentari, bevande e tabacco
- 04 Prodotti tessili
- 05 Articoli di abbigliamento e pellicce
- 06 Cuoio e prodotti in cuoio (comprese le calzature)
- 07 Legno e prodotti in legno (escluso i mobili)
- 08 Pasta da carta, carta e prodotti di carta
- 09 Coke, prodotti petroliferi raffinati e combustibili naturali
- 10 Prodotti chimici e fibre sintetiche artificiali
- 11 Articoli in gomma e in materie plastiche
- 12 Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi
- 13 Metallo e prodotti in metallo
- 14 Macchine ed apparecchi meccanici
- 15 Macchine elettriche ed apparecchiature elettriche
- 16 Autoveicoli
- 17 Altri mezzi di trasporto
- 18 Mobili
- 19 Altri prodotti dell'industria manifatturiera
- 20 Energia elettrica, gas e acqua e altri prodotti

Per ottenere dati statistici, l'utente ha a disposizione percorsi e strumenti alternativi:

- Prima informazione è la modalità che consente di ottenere in breve tempo un dossier statistico su di un paese, un settore/prodotto o una regione/provincia a scelta. Informazioni statistiche personalizzate di maggiore dettaglio si possono ottenere con interrogazioni mirate.
 - E' disponibile un link alle tavole più richieste, raccolte nel gruppo "Top 5".
 - Nella sezione Interscambio di merci si possono ottenere liste di tavole ristrette, selezionate in base alle indicazioni dell'utente stesso; due gli strumenti disponibili: il percorso ad albero (modalità di accesso ai dati basata sulla separazione dei dati stessi in categorie) ed il selettore di tavole (strumento che permette di visualizzare una lista di tavole statistiche che rispondono a dei criteri impostati dall'utente).
 - Nella sezione Investimenti, in cui dopo avere scelto "dati sugli investimenti" dal menù di destra o tramite il selettore di tavole statistiche, l'utente accederà ad una pagina in cui le 3 tipologie di tavole statistiche disponibili per gli investimenti sono direttamente personalizzabili. L'utente deve indicare, tra le opzioni possibili, quelle di sua preferenza per una sola tavola per volta, e cliccare su "mostra". Non è possibile visualizzare più di una tavola contemporaneamente. E' possibile visualizzare le tavole in formato MS Excel cliccando sull'apposito tasto.
 - Dati macroeconomici, da cui tramite il selettore di tavole statistiche, verranno visualizzate in un elenco le tavole statistiche disponibili appartenenti a questa categoria (per una descrizione completa delle informazioni riportate nella lista delle tavole, si veda il § "elenco delle tavole"). L'utente dovrà effettuare la sua scelta tra queste, basandosi sul titolo della tavola e sulle altre informazioni fornite, nonché prendendo visione dell'esempio disponibile. Dopo avere individuato la tipologia di interesse, la personalizzazione delle tavole statistiche macroeconomiche è molto semplice, dovendo l'utente indicare solo il paese desiderato nella schermata seguente, cliccando su "paese dichiarante" nella schermata di selezione dei parametri. Per questo tipo di tavole non è possibile effettuare aggregazioni di paesi dichiaranti.
- Dopo avere scelto la sezione di interesse, la selezione di una voce (paese, settore/prodotto o regione/provincia) da parte dell'utente visualizza una interrogazione multipla, il cui risultato è dato da alcune (da 2 a 6, secondo i casi) tavole statistiche aggiornate che potranno essere consultate e scaricate in formato Excel, oppure inviate per posta elettronica all'indirizzo del medesimo, nel caso in cui venga attivato l'abbonamento (l'utente riceverà in questo modo anche i successivi aggiornamenti delle tavole statistiche richieste).

Chiavi di elaborazione:

A) Dossier Paese /dati di commercio estero:

- 1) Scambi per settori con un paese a scelta.
- 2) Principali prodotti scambiati con un paese a scelta.
- 3) Principali partner di un paese a scelta.
- 4) Quote Italia e principali concorrenti in un paese a scelta.
- 5) Scambi di un paese a scelta per settore.
- 6) Scambi di un prodotto con un paese a scelta: valori.

B) Dossier Paese/dati macroeconomici:

- 1) Indicatori di finanza pubblica di un paese a scelta.
- 2) Indicatori sociali di un paese a scelta.

C) Dossier Settore-Prodotto/Scambi con l'estero:

- 1) Scambi di un prodotto con il mondo: valori e indici.
- 2) Scambi di un prodotto per aree geografiche e principali paesi partner per un prodotto a scelta.
- 3) Quote delle aree e dei principali paesi per un prodotto sulle importazioni mondiali.

D) Dossier Regione/Provincia/Scambi con l'estero:

- 1) Principali partner di una provincia a scelta.
- 2) Principali settori nell'interscambio di una provincia con il mondo.
- 3) Scambi di una provincia a scelta per settori e aree geografiche.
- 4) Scambi di una provincia a scelta per comparti con il mondo.

Condizioni e modalità di consultazione: gratuita previa registrazione on line

Disponibilità dati: 1991-2002.

Indicazioni e commenti: le informazioni contenute nella banca dati sono destinate principalmente ad operatori interessati ai dati sull'interscambio di prodotti e servizi ed agli investimenti esteri a livello mondiale dell'Italia. E' uno strumento destinato sia agli imprenditori italiani che vogliono investire all'estero, sia agli imprenditori stranieri che desiderano informazioni sull'economia italiana. Un aspetto importante riguarda la possibilità di poter salvare le proprie interrogazioni. Le opzioni di consultazione sono numerosissime e i dati risultano molto completi. Non sempre l'accessibilità ai dati è di immediata fruizione. E' disponibile una guida per facilitarne la consultazione (Help).

Ufficio Italiano Cambi UIC: dati sugli Investimenti diretti esteri

Soggetto erogatore del servizio: l'Ufficio Italiano Cambi ha tra i suoi compiti istituzionali anche quello di raccogliere le informazioni per l'elaborazione delle statistiche sulla bilancia dei pagamenti e sulla posizione patrimoniale verso l'estero. Tali dati offrono un quadro dell'allocazione e dimensione delle nostre attività di investimento diretto estero verso i diversi paesi ed aree geoeconomiche mondiali.

Contenuti dell'informazione: attraverso i bollettini UIC è possibile acquisire dati sulle transazioni con il resto del mondo e dati sugli investimenti di portafoglio italiani all'estero e sugli investimenti diretti italiani all'estero ed esteri in Italia.

Nella versione cartacea ed on line del Bollettino Statistico tutte le tavole riportano valori in euro, con l'eccezione della prima tavola di sintesi ("Bilancia dei pagamenti") che viene presentata anche in lire per tutto il 2002. Nella versione su supporto magnetico (nastro o cartuccia) tutte le tavole includono valori in euro. Esiste inoltre una versione su CD-ROM di queste statistiche: per le date fino a dicembre 1996 le tavole sono visua-

lizzabili solo in lire; per le date tra gennaio 1997 e dicembre 2001 le tavole sono visualizzabili sia in lire che in euro; per le date a partire da gennaio 2002 le tavole sono visualizzabili solo in euro.

Il Bollettino Statistico include dati mensili sulla bilancia dei pagamenti e semestrali sulla posizione patrimoniale verso l'estero. I dati sono coerenti, nella presentazione e nel contenuto, con gli schemi armonizzati della Banca Centrale Europea e con lo standard del V Manuale del Fondo Monetario Internazionale. Il Bollettino consta di tre parti e diverse sezioni:

- 1) la prima parte contiene "tavole di sintesi". In essa sono riassunti i dati di flusso del conto corrente, del conto capitale, del conto finanziario e delle riserve ufficiali e i dati sulla posizione patrimoniale verso l'estero;
- 2) la seconda parte (solo su Internet e su supporto magnetico/ottico), contiene tavole di "dettaglio" e presenta tre raggruppamenti di informazioni. Il primo gruppo di tavole ha per oggetto le componenti del conto corrente (merci, servizi, redditi e trasferimenti correnti), quelle del conto capitale (trasferimenti pubblici, acquisizioni/cessioni attività non finanziarie, etc.) e quelle del conto finanziario (investimenti diretti e di portafoglio, derivati, prestiti e crediti commerciali e altri investimenti). Il secondo gruppo di tavole è relativo all'operatività delle banche e ha per oggetto i finanziamenti in valuta concessi alla clientela residente, le attività e le passività verso l'estero in valuta ed in euro e quelle verso l'interno in valuta, gli impegni a termine contro euro con residenti e non residenti. Il terzo gruppo di tavole contiene i dati di dettaglio delle operazioni regolate in compensazione.
- 3) la terza parte (solo su Internet e/o su supporto magnetico/ottico), è dedicata alla "morfologia" delle imprese operanti con l'estero (distribuzione delle imprese per branca di attività economica, classe di fatturato, mercato di operatività).
Le singole sezioni contengono tavole relative ad una medesima componente disaggregata con differenti criteri. Dal numero di luglio 2002 è disponibile un archivio di dati su CD-ROM, dotato di sistemi di navigazione per la costruzione di tutte le serie del Bollettino Statistico.

Chiavi di elaborazione:

- 1) Oggetto della transazione.
- 2) Paese di residenza della controparte estera.
- 3) Paese di destinazione o provenienza dei flussi.
- 4) Provincia di residenza dell'unità operativa.
- 5) Valuta di regolamento.
- 6) Caratteristiche dimensionali delle imprese residenti.
- 7) Settore e branca di attività economica.
- 8) Termini di regolamento delle operazioni.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione è gratuita; solo una parte dei dati è consultabile on line e la restante è disponibile in versione cartacea attraverso i bollettini periodici ed i repertori UIC.

Disponibilità dati: fino al 2002 compreso.

Annotazioni tecniche per gli analisti: per ciò che concerne metodologia di classificazione ed esposizione dei dati va innanzitutto rilevato che il contenuto di uguali aggregati in tavole diverse è identico. Tuttavia in limitati casi le fonti informative sono differenziate; la disponibilità di tutti i dati elementari può non essere simultanea; gli arrotondamenti vengono effettuati senza quadrature incrociate; alcune informazioni di estremo dettaglio possono risultare assenti. In tali casi possono verificarsi discrepanze. Ove possibile, sono comunque indicate le "chiavi di raccordo". I totali delle tavole di dettaglio possono non coincidere con quelli delle tavole di sintesi a causa di arrotondamenti. Nelle tavole contenenti serie storiche i dati provvisori sono via sostituiti con quelli definitivi. Per le singole tavole vengono indicati riferimenti metodologici specifici.

Indicazioni e commenti: le informazioni ed i dati offerti dall'UIC risultano avere un taglio particolarmente tecnico e non sono di solito accompagnati da letture interpretative e di commento. Di conseguenza non sempre si rivelano di immediato utilizzo per gli operatori commerciali. Il loro utilizzo avviene solitamente a seguito di successive ri-elaborazioni finalizzate ad individuare le principali destinazioni estere delle attività produttive e di relazione industriale italiane.

Starnet

Soggetto erogatore del servizio: il servizio è a cura dell'Unione Italiana delle Camere di Commercio, Industria, Artigianato ed Agricoltura, che rappresenta la dimensione nazionale del sistema delle Camere di Commercio. Unioncamere, cura e rappresenta gli interessi generali delle Camere di Commercio; promuove, realizza e gestisce servizi e attività di interesse delle Camere di Commercio e delle categorie economiche.

Contenuti dell'informazione: il Database STARNET sul commercio estero è il portale statistico economico curato dal Sistema Camerale su elaborazione e organizzazione di dati di fonte Istat. Attraverso la predisposizione di un database in Microsoft Access i dati sono raggruppati in 120 classi merceologiche e suddivisi per le province italiane e per paese di provenienza o destinazione. E' possibile interrogare on-line l'intero database attraverso semplici maschere che guidano l'utente nell'impostazione dei criteri di interrogazione. E' possibile inoltre selezionare fino a sei differenti criteri di estrazione dei dati (provincia, regione, prodotto, macrosettore, paese, area geografica) e fino a tre livelli di ordinamento e raggruppamento.

I risultati delle interrogazioni vengono presentati in modalità anteprima di stampa, pronti per essere stampati o semplicemente consultati in video. Attraverso semplici comandi si possono ottenere graduatorie per import o per export secondo parametri personalizzabili. E' possibile personalizzare le aggregazioni, cioè definire nuovi macrosettori, nuove aree geografiche o raggruppare le province secondo criteri diversi da quelli regionali. Si possono inoltre effettuare analisi in base al contenuto tecnologico dei beni commercializzati.

I dati sono raggruppati secondo la classificazione ufficiale delle attività economiche dell'ISTAT.

Il sito mette inoltre a disposizione informazioni sul commercio estero, sia in termini di merci sia come servizi e investimenti diretti esteri (IDE).

Chiavi di elaborazione:

- 1) Graduatorie per import o per export secondo parametri personalizzabili.
- 2) Possibilità di personalizzare le aggregazioni, cioè definire nuovi macrosettori, nuove aree geografiche o raggruppare le province secondo criteri diversi da quelli regionali.
- 3) Analisi in base al contenuto tecnologico dei beni commercializzati.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione è gratuita e si effettua direttamente attraverso il web. I dati sono relativi al 2001 (provvisori) e al 2000 (definitivi). E' possibile inoltre scaricare il database Starnet sul Commercio Estero direttamente sul proprio PC.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: il servizio è rivolto principalmente ad operatori economici ed istituzionali, in particolare alle singole Camere di Commercio. I dati sono raccolti e distribuiti attraverso il portale statistico del Sistema Camerale e sembrano essere finalizzati in via primaria ad un riutilizzo delle informazioni da parte delle Camere di Commercio ed Associazioni di Categoria.

Indicazioni e commenti: il servizio eroga un'offerta ampia di dati ed informazioni statistiche sul commercio estero, con diverse opzioni di elaborazione/ricerca dei dati e la possibilità di personalizzare le aggregazioni. L'accessibilità ai dati risulta abbastanza agevole.

Marcopolo

Soggetto erogatore del servizio: il sistema interattivo di elaborazione dati Marcopolo è realizzato dall'Ufficio Statistica della Camera di Commercio di Napoli.

Contenuti dell'informazione: Marcopolo è un sistema interattivo per la consultazione e la elaborazione dei dati ISTAT sul valore delle importazioni e delle esportazioni della Campania. Attraverso l'utilizzo di Marcopolo l'utente può disporre di uno strumento per la gestione dei dati sul commercio estero della Campania.

Sono disponibili per gli anni dal 1995, i dati relativi al valore - espressi in migliaia di lire correnti - delle importazioni e delle esportazioni delle singole province della Campania per paesi di destinazione e di provenienza. Il database, per gli anni dal 1995 al 1999, rende disponibili, pertanto, i dati relativi a 236 gruppi merceologici ottenuti sulla base della classificazione ufficiale delle attività economiche adottata dall'ISTAT. I 236 gruppi merceologici disponibili nel database Marcopolo sono stati ulteriormente aggregati in 52 "grandi gruppi merceologici" al fine di poter disporre di tabelle per più specifiche esigenze di lettura dei dati.

Il database contenente i dati relativi agli anni dal 2000 in poi rende disponibili, invece, i dati articolati su 122 gruppi merceologici, ottenuti sempre sulla base della classificazione ufficiale delle attività economiche adottata dall'ISTAT (Ateco '91).

I 122 gruppi merceologici sono stati poi ulteriormente aggregati dall'anno 2000 in poi, in 19 "grandi gruppi merceologici". Ciò comporta che le tabelle ottenute dal sistema Marcopolo per gli anni dal 2000 in poi, non sono direttamente comparabili, per quanto riguarda il dettaglio delle voci merceologiche, con le tabelle elaborate per gli anni dal 1995 al 1999.

I dati riportati si riferiscono al solo commercio di importazione ed esportazione e vengono rilevati direttamente dall'ISTAT dai formulari previsti per la dichiarazione doganale o fiscale I.V.A. L'elenco dei paesi di provenienza e di destinazione delle merci è quello concordato in sede UE con gli uffici statistici dei paesi di detta Comunità.

I "gruppi di paesi" utilizzati dal sistema Marcopolo sono determinati sulla base delle aggregazioni di ordine geografico e geopolitico predisposte annualmente dall'ISTAT.

Marcopolo consente di costruire tabelle, riportanti informazioni sull'import e l'export secondo specifiche esigenze dell'utente, attraverso il ricorso a tre chiavi prioritarie di elaborazione ed organizzazione dei dati: provincia, merce, paese. Pertanto, per ottenere le tabelle di output è necessario che nella pagina principale di Marcopolo, una volta scelto l'anno di interesse, siano indicati alternativamente da uno a tre criteri di elaborazione sequenziali.

Chiavi di elaborazione:

Ricerca ad una sola chiave di elaborazione: se, ad esempio, l'utente intende conoscere per l'anno 1998 il valore delle importazioni e delle esportazioni della provincia di Benevento, dovrà, dalla pagina principale di Marcopolo, selezionare l'anno di interesse e, successivamente, la sola chiave di elaborazione "provincia".

Risultato dell'elaborazione sarà una tabella che per ciascuna provincia della Campania riporterà i dati sul valore complessivo di importazioni ed esportazioni. Se l'unica chiave di elaborazione selezionata sarà, viceversa, "merce" si otterrà una tabella riportante il valore complessivo regionale di importazioni ed esportazioni per tutti i 236 gruppi merceologici. Se, come unica chiave di ricerca, viene selezionata "paese" il risultato sarà una tabella che presenterà per ciascun paese presente nel database i valori di importazioni ed esportazioni.

Ricerca a due chiavi di elaborazione: in questo caso se l'utente intende conoscere, ad esempio, il valore di importazioni ed esportazioni del gruppo merceologico "vini" per la provincia di Salerno nell'anno 1996, sarà necessario selezionare come criteri di elaborazione: "merce", "provincia" oltre che, ovviamente, l'anno di riferimento.

Si otterrà, così, una prima tabella contenente i 236 gruppi merceologici; in tale tabella, selezionando opportunamente il gruppo merceologico di interesse, (ad es. "vini"), si otterrà una nuova tabella che per ciascuna provincia della regione indicherà i valori specifici relativi alle importazioni ed esportazioni di vini. Possono essere utilizzate alternativamente, e combinate tra loro, le altre chiavi di elaborazione.

Ricerca a tre chiavi di elaborazione: riprendendo l'esempio della ricerca a due chiavi, l'utente potrebbe essere interessato a conoscere, oltre che il valore di importazioni ed esportazioni per provincia, anche i paesi di provenienza e destinazione del gruppo merceologico selezionato.

Per ottenere tali dati sarà necessario selezionare le tre chiavi di elaborazione: "merce", "provincia", "paese". Come per l'elaborazione a due chiavi, sarà necessario procedere dopo la prima tabella ottenuta alla selezione del gruppo merceologico di interesse e, successivamente, all'ulteriore selezione della provincia prescelta. Il sistema Marcopolo consente, oltre alle tipologie di elaborazione standard già sopra esemplificate, di ottenere tabelle personalizzate in cui è possibile, in fase di selezione delle informazioni, sommare tra di loro i valori di importazioni ed esportazioni di più province, di più gruppi merceologici, ovvero, di più paesi.

Dal menù principale di Marcopolo è possibile selezionare oltre che "anno", "provin-

cia", "paese" e "merce", ulteriori e facoltative altre opzioni di elaborazione relative a: "grandi gruppi merceologici" e "gruppi di paese".

L'opzione "gruppi di paese" può essere selezionata solo se già impostata la chiave di elaborazione "paese" e consente di disporre di dati riferiti a grandi ripartizioni geografiche anziché a singoli paesi (es. Africa settentrionale, America centrale e del sud) ovvero geopolitiche (es. Unione Europea).

L'opzione "grandi gruppi merceologici" può essere selezionata solo se già impostata la chiave di elaborazione "merce" e consente di disporre di una aggregazione su 52 o 19 voci (secondo i diversi anni di riferimento) dei dati relativi ai gruppi merceologici.

Entrambe le opzioni "gruppi di paesi" e "grandi gruppi merceologici" possono essere selezionate alternativamente o congiuntamente. Al fine di consentire la piena utilizzabilità dei dati, tutte le tabelle risultanti dalle elaborazioni possono essere salvate in formato HTML per poter essere poi importate e gestite dai più comuni fogli elettronici.

Condizioni e modalità di consultazione: gratuita ed on line.

Dati disponibili: 1995 - 1° semestre 2002.

Indicazioni e commenti: il sistema Marcopolo è finalizzato ad offrire i dati sulle importazioni ed esportazioni della Campania. Il servizio garantisce una panoramica generale sull'andamento del commercio internazionale dell'economia campana. A tal fine può essere utile per un primo approccio conoscitivo relativo agli scambi commerciali campani ed ai suoi andamenti territoriali e settoriali.

Servizio Statistico della Regione Campania

Soggetto erogatore del servizio: il database è curato dal Servizio Statistico della Regione Campania.

Contenuti dell'informazione: il servizio statistico on line pone a disposizione delle imprese e degli analisti dati relativi all'Annuario Statistico Campano. Per quanto concerne l'internazionalizzazione regionale vengono fornite tavole e dati statistici su:

- a) il valore dell'import/export per ripartizione geografica del territorio nazionale e per prodotto, in particolare, delle regioni del Mezzogiorno, confrontandole con la Campania;
- b) il dato 2000 delle cinque province della Campania;
- c) analisi dell'interscambio fra la Campania (dato disponibile per singola provincia) ed i Paesi membri dell'Unione Europea;
- d) lo scambio della Campania (dato disponibile per singola provincia) con gli altri Paesi d'Europa.

I dati si riferiscono alla classificazione delle merci secondo le attività economiche (CPA), e sono raggruppati secondo la classificazione ufficiale delle attività economiche dell'ISTAT.

Chiavi di elaborazione: manca un elaboratore di dati, per cui non è possibile né comparare, né elaborare i dati. La classificazione avviene per province, paese, macro-aree.

Condizioni e modalità di consultazione: on line e gratuita.

Dati disponibili: 1997 – 2000.

Indicazioni e commenti: il sito offre un primissimo quadro della situazione dell'import - export e dell'interscambio commerciale della regione Campania e delle sue singole province. Consente di accedere on-line alle statistiche dell'Annuario Statistico Campano, pubblicato dalla Regione Campania e curato dall'Assessorato alla Ricerca Scientifica ed Informatica. E' possibile inoltre avere un quadro generale d'insieme della situazione socio-economica campana attraverso una Banca Dati Demografica Evolutiva, dati sul censimento dell'agricoltura e carte tematiche a livello provinciale.

4.4 Ricerche di mercato

Le Ricerche di Mercato sono pubblicazioni settoriali, indagini e studi volti a fornire analisi interpretative riguardanti le condizioni di mercato ed investimento di determinati paesi e settori. Sono rivolte ad operatori economici e finanziari interessati ad acquisire indicazioni per valutare le caratteristiche dei mercati locali e le condizioni di fattibilità del proprio progetto di internazionalizzazione.

- **Ice – Analisi di mercato**
- **Cerved**
- **D&B**
- **Gruppo Databank**
- **AcNielsen**
- **Cestud**
- **Gfk**

ICE: Analisi di mercato

Soggetto erogatore del servizio: l'ICE, Istituto nazionale per il commercio estero è l'ente pubblico che ha il compito di sviluppare, agevolare e promuovere i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero. Pone a disposizione delle imprese italiane una vasta gamma di servizi di assistenza, promozione, di prodotti informativi e servizi editoriali.

Descrizione del servizio: l'ICE elabora ricerche di tipo macroeconomico e studi sui mercati, prodotti, normative e aspetti legislativi, utilizzando sia il patrimonio di informazioni che affluiscono costantemente dalla rete degli uffici esteri, sia le notizie di mercato ricavate attraverso l'attività promozionale condotta dall'istituto.

Contenuti dell'informazione: oltre alle informazioni di base, l'analisi può essere successivamente approfondita e meglio indirizzata alle esigenze della singola azienda, mediante i servizi di assistenza personalizzata dell'Istituto: possono essere effettuate anche ricerche di mercato strutturate sulle specifiche esigenze dell'impresa, per approfondire l'analisi di determinati settori merceologici e valutare le concrete possibilità di introduzione della produzione italiana nei singoli mercati.

Paesi analizzati: sono disponibili circa 700 studi relativi ad oltre 100 mercati.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: le pubblicazioni dell'ICE sono rivolte ad aziende coinvolte o interessate a processi di internazionalizzazione e ad interlocutori istituzionali.

Condizioni e modalità di consultazione: i servizi specializzati e personalizzati sono forniti direttamente dagli uffici ICE in Italia ed all'estero con prezzi a preventivo. Maggiori informazioni sono reperibili on-line o si può contattare direttamente l'ICE via e-mail (assistenza.vendita@ice.it).

I preventivi sono formulati dagli Uffici sulla base di giornate/uomo di valore diverso in funzione dell'area geografica in cui operano e di eventuali costi esterni necessari alla predisposizione del servizio. La ripartizione è la seguente:

Indicazioni e commenti. le pubblicazioni curate dall'ICE in tale settore sono numerose e molto eterogenee: il grado di approfondimento e di personalizzazione del servizio varia per livello e qualità a seconda delle caratteristiche aziendali, in funzione delle specificità della domanda/esigenza espressa, e del paese d'interesse.

Cerved

Soggetto erogatore del servizio: Cerved è la società nazionale di informatica delle camere di commercio nata per elaborare dati e banche dati da mettere a disposizione degli operatori economici. Essa è ormai gestita in regime privatistico come vera e propria società di servizi e controlla diverse banche dati gestite da società di ricerca e consulenza.

Descrizione del servizio: Cerved fornisce informazioni commerciali e finanziarie su imprese estere operanti in diversi paesi. Il servizio offre documenti in inglese relativi ai paesi di interesse. E' inoltre disponibile una sezione novità, con i recenti servizi e prodotti offerti. Le fonti dei dati variano a seconda del paese e della legislazione nazionale vigente in materia di registrazione presso archivi ufficiali, deposito dei bilanci, ecc., legislazione che non sempre è confrontabile con quella italiana.

Contenuti dell'informazione: le informazioni disponibili sull'impresa riguardano:

- Scoring e valutazione del rischio commerciale
- Dati costitutivi ed anagrafici
- Indirizzo della sede principale e delle unità locali
- Dati relativi ai direttori ed ai soci
- Dati relativi all'attività svolta
- Dati di bilancio e confronti settoriali
- Informazioni sul rischio pagamenti
- Informazioni su eventuali partecipazioni

Paesi analizzati: sono 10 i Paesi disponibili: Regno Unito, Francia, Spagna, Germania, Belgio, Austria, Grecia, Portogallo, Svezia, Danimarca.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: il servizio informativo CER-VED sulle imprese estere si rivolge a:

- credit manager interessati a raccogliere informazioni per valutare l'affidabilità di un nuovo cliente;
- responsabili vendite che desiderano avere un quadro preciso dei prospect prima di iniziare una nuova trattativa;
- responsabili marketing e direzione generale interessati a monitorare le attività dei propri concorrenti esteri o a raccogliere informazioni in occasione di alleanze, acquisizioni ed accordi.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione è a pagamento. I rapporti informativi possono essere richiesti direttamente on-line: è sufficiente accedere ai servizi a pagamento, selezionare il paese ed il tipo di documento di interesse e compilare il modulo d'ordine. Un team di professionisti Cerved si occuperà di effettuare la ricerca e, successivamente, di inviare il documento via e-mail o fax, entro cinque giorni lavorativi dalla richiesta. Per informazioni e preventivi gratuiti, è disponibile la mail: infocenter@cerved.com oppure si può contattare il Customer Service al numero verde 800-860284.

I costi per il servizio sono i seguenti:

Costo base elaborazione ricerca 5,00 €

Costi aggiuntivi relativi ai singoli paesi:

- Austria

Company Credit Reports 90,00 €

- Belgio

Balance Sheet 30,00 €

Standard repor 90,00 €

- Danimarca

Fact reports 90,00 €

- Francia

Lista cariche amministratori in altre imprese 10,00 €

C3 (rapporto rischio commerciale) 60,00 €

AF3/ Analisi approfondita 60,00 €

Comptes anunules (bilancio sintetico) 30,00 €

Copia bilancio originale 50,00 €

- Germania

Report 60,00 €

- Grecia

Standard Report 90,00 €

- Portogallo

Full credit report 90,00 €

- Regno Unito

Business Report 60,00 €

Latest Director's Report +Accounts 50,00 €

Unincorporated Full Report 70,00 €

Individual Directors Report 25,00 €

- Spagna	
Informe comercial	40,00 €
Informe financiero	60,00 €
Análisis financiero	60,00 €
Copia bilanci regionali	50,00 €
- Svezia	
Standard Report	90,00 €
Copia bilancio originali	50,00 €

L'aggiornamento dei dati sulle imprese è continuo, quello dei dati sul rischio e sui pagamenti è quotidiano mentre le informazioni sui bilanci ed i dati sui soci sono aggiornate annualmente.

Indicazioni e commenti: utilizzando il servizio CERVED sulle imprese estere, l'utente può ottenere analisi estremamente varie riguardo a contenuti, livelli di approfondimento ed impostazione. La qualità dei servizi varia in funzione dei prodotti e della loro rispondenza alle diverse esigenze imprenditoriali. L'attività di informazione sulle imprese estere CERVED copre un numero ristretto di paesi e non considera le economie emergenti.

Dun & Bradstreet

Soggetto erogatore del servizio: Dun & Bradstreet (D&B) è una società multinazionale che offre servizi di consulenza e marketing a società ed operatori impegnati in attività economiche internazionali. Dispone a tal fine di un ampio database organizzato in diversi servizi di orientamento/assistenza relativi al credito, marketing e alle decisioni di spesa di oltre 75 milioni di imprese nel mondo. Inoltre, Dun & Bradstreet favorisce on-line l'incontro di potenziali imprese partner e fornisce soluzioni operative per lo sviluppo di attività di e-commerce.

Descrizione del servizio: D&B offre una serie di servizi di analisi di mercato che aiutano a comprendere meglio i bisogni ed i comportamenti della clientela, ad individuare le migliori opportunità di business ed ad ampliare il numero dei clienti potenziali interessati all'acquisto dei prodotti/servizi offerti dall'azienda. I servizi vanno dalla fornitura di liste clienti alla possibilità di usufruire di database online per i servizi di marketing offrendo soluzioni per aumentare le vendite ed ottimizzare i risultati delle politiche di marketing.

Contenuti dell'informazione: il servizio "Data Services" offre informazioni sui clienti, attuali e potenziali e sui fornitori, allo scopo di creare un quadro completo del mercato di riferimento. Il servizio si articola in tre fasi:

File Audit and Reformat

L'impresa invia a D&B un file contenente le informazioni in proprio possesso relative a clienti e fornitori.

File Matching

Le informazioni sono elaborate da D&B e messe a confronto con quelle da loro possedute.

Data Enhancement

Il file fornito dall'azienda viene integrato con tutti i dati in possesso della D&B aggiungendo informazioni relative alle dimensioni, alla struttura delle aziende ed alla loro attività. Alla fine del processo l'impresa richiedente il servizio può scegliere se far effettuare ulteriori analisi, acquistare altre liste di clienti e fornitori o semplicemente utilizzare il file così come è stato generato.

Paesi analizzati: sono disponibili dati ed informazioni relativi a 140 paesi.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: le informazioni sono destinate primariamente ad imprese che già operano sui mercati internazionali e sono interessate ad approfondire la loro conoscenza di clienti e fornitori. Il servizio è strutturato in modo da offrire a tutti i settori dell'azienda una base comune di informazioni precise e puntuali in modo da consentire una facile individuazione delle opportunità offerte dal mercato in termini di incremento delle vendite e/o riduzione dei costi.

Condizioni e modalità di consultazione: il servizio è a pagamento; è inoltre previsto un "Annual Discount Plan" per consentire alle aziende che lo utilizzano con elevata frequenza di sottoscrivere un abbonamento annuale ad un prezzo più conveniente.

Indicazioni e commenti: il servizio offre una serie di vantaggi sia dal punto di vista delle politiche di marketing che di quelle relative agli approvvigionamenti. Le informazioni aiutano a:

- comprendere sia la struttura demografica che le relazioni e le dinamiche che caratterizzano il mercato di riferimento ed a trovare nuovi clienti potenziali;
- focalizzare le azioni di marketing su aziende maggiormente interessate all'acquisto dei propri prodotti e servizi, indirizzando a loro le proprie azioni di comunicazione.

Per quel che riguarda l'aspetto "approvvigionamenti", le informazioni aiutano a:

- analizzare la propria "supply chain" al fine di minimizzare i costi ed il rischio di "rottture di stock";
- incrementare il proprio potere di acquisto;
- trovare fornitori qualificati.

Il servizio è indirizzato principalmente ad operatori che abbiano già evoluto le proprie modalità di presenza nei mercati esteri. On-line sono inoltre consultabili gli altri prodotti e servizi erogati da D&B.

Gruppo Databank

Soggetto erogatore del servizio: il Gruppo Databank è una delle aziende leader nelle ricerche di mercato. Essa fornisce prodotti e servizi personalizzati, training e consulenza. Il gruppo studia da anni le dinamiche competitive e di business del mercato virtuale ed è socio fondatore insieme a Cariplo-Gruppo Intesa, Gate-Gruppo Ernst&Young, Zetis.com, del Consorzio Aiace per l'attività di internazionalizzazione delle PMI lombarde tramite il commercio elettronico.

Descrizione del servizio: Databank offre sia servizi standardizzati che servizi personalizzati.

I principali servizi standardizzati sono:

- Databank industry & financial forecast
- Congiuntura settoriale e trend industriale

I servizi personalizzati consistono in Audit condotte per conto dell'azienda cliente su specifiche problematiche di Customer Asset Improvement e Competitive Intelligence. *Contenuti dell'informazione:* il Databank Industry & Financial Forecast (contenuto nella voce “Prodotti” e “Previsioni settoriali” contiene previsioni di mercato aggiornate annualmente, ripartite per settori e relativi segmenti. In particolare sono fornite informazioni relative a: previsioni su domanda, produzione per segmenti, scambi con l'estero, costi e prezzi, indicatori economico-finanziari.

La “congiuntura settoriale”, consiste in un'analisi congiunturale aggiornata più volte all'anno relativa a comparti e settori chiave dell'economia del paese e del quadro macroeconomico. In particolare sono fornite informazioni relative a: produzione ed esportazione; quadro macroeconomico di riferimento.

Oggetto dei servizi personalizzati sono:

- misurazioni di performance su concorrenti e clienti;
- valutazione del potenziale e forecast a medio termine di mercati, segmenti, canali;
- classificazione dei clienti, pianificazione delle azioni, costi e redditività;
- comprensione dei bisogni e delle aspettative, definizione di offerte rispondenti ai requisiti dei clienti.

Paesi analizzati: i paesi disponibili sono 17 divisi per area geografica: EUROPA: Austria, Danimarca, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Olanda, Portogallo, Regno Unito, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia; RESTO DEL MONDO: Argentina, Australia, Giappone, Stati Uniti.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: i servizi offerti da Databank si rivolgono ad imprenditori che desiderano avere un quadro dei trend nei mercati di interesse ed a responsabili marketing interessati a controllare le performance sul mercato estero dei loro prodotti e di quelli della concorrenza.

Condizioni e modalità di consultazione: i servizi sono a pagamento. Per i servizi standardizzati è previsto un listino con prezzi modulabili in base al numero ed alla tipologia dei servizi richiesti. Il costo dei servizi personalizzati viene fatto su preventivo (info@databank.it). E' inoltre possibile beneficiare di offerte speciali legate alla combinazione di più prodotti. Per ulteriori informazioni sulle offerte commerciali è possibile inviare richieste via e-mail: (marketing@databank.it)

Indicazioni e commenti: il servizio è qualificato ed affidabile ma è limitato quasi esclusivamente ai paesi europei ed i suoi costi sono (relativamente) elevati.

AC Nielsen

Soggetto erogatore del servizio: ACNielsen è una affiliata della più grande impresa di informazione e comunicazione internazionale olandese: la VNU (Verenigde Nederlandse Uitgeversbedrijven). E' presente in oltre 100 paesi al mondo e fornisce ricerche di mercato, informazione ed analisi volte ad indicare alle imprese nuove opportunità per accrescere le loro prestazioni, soprattutto, nei settori del marketing e delle sales campaigns.

ACNielsen è presente in Italia con 4 società:

ACNielsen Italia,

ACNielsen C.R.A.

ACNielsen SITA

ACNielsen Store Audit

Descrizione del servizio: l'AC Nielsen offre due tipologie fondamentali di servizi:

i Retail Measurement Services (RMS), servizi di rilevazione sul punto di vendita, che rappresentano una delle attività fondamentali di ACNielsen. Utilizzando la scansione dei codici a barre nei punti di vendita più evoluti e le rilevazioni tradizionali nei negozi di piccole dimensioni, viene offerta una visione approfondita su flussi di prodotto, quote di mercato, distribuzione, prezzi, promozioni, lanci e altri dati critici per la corretta interpretazione dei mercati. Tutti i principali canali di vendita al dettaglio vengono rilevati per offrire una visione completa ed integrata dell'intero sistema distributivo: il trade moderno, i piccoli negozi tradizionali ed i canali specialistici;

il servizio ACNielsen Homescan che aiuta a capire il comportamento dei consumatori ed ad identificare nuove opportunità di mercato.

Contenuti dell'informazione: i Retail Measurement Services (RMS), raccolgono informazioni di supporto per la messa a punto di strategie di marketing coerenti con le evoluzioni del mercato in cui si intende operare, attraverso il monitoraggio continuativo e la valutazione di:

- Dimensione e dinamica dei mercati
- Andamento dei canali e delle aree geografiche
- Posizionamento competitivo delle aziende
- Dinamica ed impatto sulle vendite di prezzi, distribuzione, assortimento
- Intensità e ritorno sugli investimenti delle attività promozionali

Il servizio ACNielsen Homescan fornisce agli operatori di mercato indicazioni chiave sui consumatori in 17 Paesi, raccogliendo in oltre 120.000 nuclei familiari informazioni reali sugli acquisti in qualsiasi tipo di punto di vendita, dai supermercati ai venditori ambulanti, dai negozi tradizionali ai discount. Utilizzando una tecnologia innovativa che prevede la scansione dei codici a barre, ACNielsen offre ad aziende produttrici, distributrici, di servizio e agenzie pubblicitarie una chiara comprensione dei loro target di riferimento. Capire l'acquirente è fondamentale per il successo di qualunque attività di marketing. ACNielsen Homescan permette una comprensione approfondita dei fattori d'acquisto sottesi alla performance del brand o della categoria di prodotto. Cambiamenti nelle preferenze del consumatore vengono registrati immediatamente e

con esattezza consentendo di rispondere in modo tempestivo ai mutamenti di scenario. *Paesi analizzati:* sono 94 i Paesi analizzati, divisi per area geografica e tipologia. AMERICA: Argentina, Brasile, Canada, Cile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Messico, Nicaragua, Panama, Perù, Porto Rico, Stati Uniti. EUROPA E BACINO DEL MEDITERRANEO: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Gran Bretagna, Grecia, Irlanda, Israele, Lussemburgo, Norvegia, Olanda, Portogallo, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia. ASIA E PAESI DEL PACIFICO: Australia, Cina, Corea Del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, Indonesia, Malesia, Nuova Zelanda, Singapore, Taiwan, Thailandia, Vietnam. PAESI EMERGENTI: Albania, Algeria, Arabia Saudita, Armenia, Azerbaijan, Bahrain, Belarus, Bosnia, Bulgaria, Camerun, Croazia, Cipro, Egitto, Emirati Arabi, Estonia, Etiopia, Georgia, Ghana, Giordania, Kazakistan, Kenia, Kuwait, Kirgizstan, Lettonia, Libano, Lituania, Macedonia, Moldavia, Mongolia, Marocco, Nigeria, Oman, Pakistan, Polonia, Qatar, Repubblica Ceca, Romania, Russia, Serbia, Slovenia, Sud Africa, Tagikistan, Tanzania, Tunisia, Turkmenistan, Uganda, Ucraina, Ungheria, Uzbekistan.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: i servizi sono rivolti a aziende produttrici, distributrici, di servizio e agenzie pubblicitarie che desiderano approfondire la loro conoscenza delle dinamiche evolutive e del comportamento di consumo di determinati paesi e/o mercati.

Condizioni e modalità di consultazione: i servizi sono offerti a pagamento su preventivo. Maggiori informazioni possono essere richieste alla seguente e-mail: communications@italy.acnielsen.com

Indicazioni e commenti: i dati Nielsen offrono informazioni dettagliate ed aggiornate per un elevato numero di paesi compresi i paesi emergenti ma sono disponibili prevalentemente per i beni di largo consumo.

Cestud

Soggetto erogatore del servizio: il Cestud è nato nel 1987, su iniziativa dell'ATV (Associazione dei Tecnici Valutari), poi trasformata in Associazione dei Tecnici degli Scambi Internazionali. L'ATV è una delle Associazioni fondatrici di FITA (Federazione del Terziario Avanzato e dei Servizi Professionali), di CONFINDUSTRIA, nonché membro della Consulta delle "Nuove Professioni" del CNEL.

Descrizione del servizio: il sistema "Banca Dati" del Cestud offre un servizio di informazione e di consulenza sull'intero panorama degli strumenti di incentivazione e di sostegno allo sviluppo e delle opportunità di finanziamento agevolato esistenti e risultanti dall'integrazione del sistema finanziario comunitario, nazionale, regionale ed internazionale. In particolare vengono presi in considerazione i provvedimenti di finanza agevolata e le altre tipologie di strumenti a sostegno di progetti di investimento e di sviluppo dell'economia.

Contenuti dell'informazione: il servizio Banca dati del Cestud dispone on line del servizio Getefin che fornisce indicazioni relative a tutti gli strumenti di agevolazione, assicurazione e sostegno per l'internazionalizzazione offerti livello regionale e nazionale,

e comunitario. Il servizio Globfin incentra invece la sua offerta informativa sull'informazione e l'assistenza diretta relativa all'utilizzo di agevolazioni per l'investimento all'export, per i programmi Phare, Tacis e Meda, per le linee di assicurazione all'export, per le relazioni con istituzionali nazionali ed internazionali per lo sviluppo. Viene inoltre offerto l'accesso ad un servizio schede paese ed altre informazioni per investire all'estero redatte da Cestud.

Paesi analizzati: i servizi offerti da Globfin riguardano un vasto numero di Paesi, accessibili previa registrazione. Per maggiori informazioni sulla consultazione del servizio e dei paesi è disponibile l'e-mail: investimedia@cestud.it

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: i servizi offerti sono rivolti principalmente al mondo delle imprese e delle associazioni, agli istituti di credito ed alla Pubblica Amministrazione. Gli obiettivi principali riguardano la progettualità sugli investimenti produttivi ed infrastrutturali, l'informatizzazione dei sistemi innovativi e tendono a combinare servizi di informazione ed assistenza.

Condizioni e modalità di consultazione: il Cestud offre i suoi servizi a pagamento. L'abbonamento Getefin ha un costo pari a 2.355,00 Euro (IVA inclusa). E' inoltre disponibile il servizio Tutor on line con un costo pari a 217,00 Euro (IVA inclusa) per un numero massimo di 5 quesiti da sottoporre nell'arco dell'anno di validità dell'abbonamento. Per sottoscrivere l'abbonamento è necessario scaricare il contratto compilarlo in ogni sua parte e spedirlo per posta allegando copia dell'avvenuto pagamento alla sede del Cestud.

Indicazioni e commenti: i servizi offerti sono estremamente diversificati. La strutturazione del sito non consente di verificare in dettaglio contenuti e qualità dei servizi informativi offerti, né vengono offerti esempi e demo sull'articolazione dei prodotti offerti dall'organizzazione.

Gfk - Ricerche di Mercato

Soggetto erogatore del servizio: GfK è un istituto di ricerche di mercato operante a livello internazionale. Fondata oltre 65 anni fa, fu la prima società di ricerche di mercato in Germania. Il gruppo GfK è oggi una delle aziende leader nel mondo della business information. Il quartiere generale del Gruppo ha sede a Norimberga. Il Gruppo comprende 13 unità operative e due partecipate in Germania, ed oltre 90 tra aziende e partecipate in 42 paesi di tutto il mondo.

Descrizione del servizio: il servizio offerto è costituito dalla raccolta, l'analisi e l'interpretazione delle informazioni di mercato relative ad un vasto numero di paesi-mercati di consumo.

Contenuti dell'informazione: il core business del Gruppo GfK consiste nella raccolta, l'analisi e la ri-elaborazione delle informazioni di mercato, praticamente in tutti i settori dei beni di consumo, dal largo consumo ai beni durevoli. GfK fornisce ai propri clienti servizi ed informazioni a supporto delle decisioni strategiche ed operative nelle aree marketing, pubblicità e vendite. GfK Marketing Services, opera invece nelle ricerche di mercato nel settore della Consumer Technology, raggruppa le aziende del Gruppo GfK specializzate in ricerche di mercato nel settore dei beni durevoli di consumo.

I servizi di Gfk si caratterizzano per:

- l'offerta di 240 prodotti rilevati continuativamente;
- approccio integrato di analisi e assistenza;
- un master file internazionale con oltre 500.000 referenze codificate;
- comparabilità globale delle informazioni locali;
- approccio di analisi e comunicazione incentrato sulle nuove tecnologie dell'informazione.

Si segnalano 4 divisioni operanti nei seguenti settori di competenza:

Consumer Tecnology Tracking: rilevazione continuativa e sistematica attraverso indagini campionarie delle vendite dei prodotti tecnologici di consumo e di servizi in 36 paesi.

Consumer Tracking: questa divisione effettua rilevazioni sia continuative che one-shot sui consumi delle famiglie in 23 paesi, analizzandone le dimensioni, le modalità di consumo ed il comportamento di acquisto. Le rilevazioni coprono la quasi totalità dei prodotti di largo consumo ed i più importanti prodotti dei settori tecnologia e servizi.

Media: opera in 17 paesi, fornendo ricerche quantitative e qualitative sull'utilizzo dei vari tipi di strumenti di comunicazione: (tv, radio, stampa, web).

Ad hoc research: offre ricerche ad hoc standardizzate o realizzate in base alle specifiche esigenze dei clienti su ogni tipo di prodotto. I servizi di analisi e consulenza coprono tutte le componenti del marketing mix, a partire dalle fasi iniziali di concept & product test, fino alla rilevazione continuativa della efficacia delle campagne pubblicitarie.

Paesi analizzati: si ha un numero diverso di Paesi analizzati a seconda delle diverse divisioni operanti nei diversi settori di competenza.

A chi è diretta l'informazione: i servizi Gfk sono rivolti principalmente ad operatori con una evoluta conoscenza delle tecniche di mercato e con un radicamento internazionale delle proprie attività.

Condizioni e modalità di consultazione: il gruppo è strutturato in quattro business unit, che operano in tutti i settori delle ricerche di mercato. Ognuna delle quattro business unit ha caratteristiche peculiari, legate allo specifico settore nel quale opera, alla tipologia di servizi forniti, alle strategie che ne governano la presenza sul mercato globale. L'organizzazione delle Business Unit è strutturata in modo differente, per rispondere alle esigenze dei clienti che operano a livello locale, internazionale e globale. I servizi offerti sono a pagamento; per maggiori informazioni è disponibile l'indirizzo e-mail: bu1@gfk.it.

Indicazioni e commenti: grazie ad una struttura multinazionale, GfK offre alle aziende clienti informazioni omogenee e comparabili: i prodotti rilevati, le definizioni, le segmentazioni utilizzate ed i periodi di rilevazione sono omogenei in tutti i paesi nei quali opera.

4.5 Il Rischio paese: indicatori, analisi e valutazioni

Gli operatori economici impegnati in attività economiche all'estero devono confrontarsi con uno scenario economico, politico e finanziario caratterizzato nella fase più

recente da una accentuazione dell'instabilità che varia - per grado ed intensità - a seconda dei diversi paesi ed aree regionali. Per orientare le proprie scelte commerciali e finanziarie in tale contesto, gli operatori possono disporre in questi ultimi anni di nuovi prodotti informativi specificamente indirizzati a valutare i fattori di rischio politico, commerciale, macroeconomico e finanziario presenti nei diversi mercati internazionali. Le cosiddette guide e/o analisi di rischio paese assolvono a tale finalità e vengono elaborate tanto da istituzioni pubbliche di settore quanto da grandi gruppi privati di consulenza. Qui di seguito segnaliamo alcuni tra i principali servizi di analisi di rischio paese:

- **Eiu**
- **Ice analisi rischio paese**
- **D&B Rischio Paese**
- **International Country Risk Guide**
- **Coface**
- **Monte Paschi di Siena**

Economist Intelligence Unit: Country Risk Service

Soggetto erogatore del servizio: l'Economist Intelligence Unit è considerata la maggiore organizzazione privata di elaborazione/distribuzione di informazione politico-economico relativa alla quasi totalità degli stati mondiali. L'obiettivo che l'EIU persegue è quello di guidare qualsiasi organizzazione dalle imprese multinazionali alle istituzioni finanziarie nelle decisioni di allocazione degli investimenti a livello internazionale, fornendo informazioni (guide, bollettini, servizi statistici etc.) affidabili ed imparziali sugli andamenti e sulle prospettive di sviluppo dei mercati mondiali e sulle condizioni di stabilità politico amministrativa in essi presenti.

Descrizione del servizio: il Country Risk Service dell'EIU fornisce analisi rischio paese che consentono di esaminare la situazione del paese da due diverse prospettive:

- 1) Le categorie di rischio sono raggruppate in categorie analitiche di:
 - politica
 - politica economica
 - struttura economica
 - fattori di liquidità
- 2) L'esposizione al rischio è associata a:
 - i diversi tipi di investimento
 - i diversi strumenti finanziari
 - il rischio specifico di investimento

Contenuti dell'informazione: le Guide forniscono informazioni relative a valutazione globale del rischio, indicatori dei fattori di rischio paese, indicatori economici. I dati sono costantemente aggiornati ed alimentati da fonti statistiche internazionali, (FMI, Banca Mondiale, OECD) e da fonti locali.

Paesi analizzati: sono 145 paesi divisi per area geografica. ASIA: Bangladesh, Cambogia, Cina, Corea del Nord, Hong Kong, Filippine, India, Indonesia, Laos,

Malesia, Myanmar, Pakistan, Singapore, Corea del Sud, Sri Lanka, Tailandia, Taiwan, Vietnam; EUROPA: Albania, Armenia, Azerbgian, Bielorussia, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Estonia, Georgia, Grecia, Ungheria, Kazakistan, Kirgizstan, Lettonia, Lituania, Macedonia, Moldova, Polonia, Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Romania, Russia, Slovenia, Tagikistan, Turkmenistan, Ucraina, Uzbekistan, Repubblica federale Jugoslavia. AMERICA LATINA E CARAIBI: Anguilla, Antigua & Barbuda, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Belize, Bermuda, Bolivia, Brasile, BV Virgin Islands, Cayman Islands, Cile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Dominica, Repubblica Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Grenada, Guyana, Guadalupa, Haiti, Honduras, Giamaica, Martinica, Messico, Montserrat, Netherlands Antilles, Nicaragua, Panama, Paraguay, Perù, Porto Rico, Suriname, St Kitts and Nevis, St Lucia, St Maarten/St Martin, St Vincent and the Grenadines, Trinidad & Tobago, Turks and Caicos Islands, Uruguay, US Virgin Islands, Venezuela. MEDIO ORIENTE E AFRICA: Algeria, Angola, Bahrein, Benin, Botswana, Burkina Faso, Camerun, Repubblica Centro Africana, Ciad, Costa d'Avorio, Repubblica Democratica del Congo, Egitto, Emirati Arabi Uniti, Eritrea, Etiopia, Gabon, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Iran, Iraq, Israel, Giordania, Kenya, Kuwait, Libano, Lesotho, Libia, Malawi, Mali, Marocco, Mozambico, Namibia, Niger, Nigeria, Oman, Qatar, Arabia Saudita, Senegal, Somalia, Sud Africa, Sudan, Swaziland, Siria, Tanzania, Togo, Tunisia, Turchia, Uganda, West Bank and Gaza, Yemen, Zambia, Zimbabwe.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: il servizio è destinato ai governi, alle multinazionali, agli esportatori ed importatori, agli studiosi, agli investitori esteri, alle università ed alle scuole di business.

Condizioni e modalità di consultazione: il servizio è consultabile on-line ed è a pagamento. E' possibile la consultazione per una specifica sezione di ciascun Paese per 30\$ ed il pagamento può avvenire con carta di credito. I dati sono aggiornati quotidianamente. L'intero rapporto ha un costo di 695\$.

Indicazioni e commenti: i principali aspetti positivi del servizio sono rappresentati da un'offerta informativa sempre aggiornata e dalla disponibilità di dati affidabili e soprattutto imparziali (l'EIU è completamente indipendente da governi, organizzazioni commerciali o gruppi di interesse). Il servizio è a pagamento e non sono disponibili gratuitamente demo o esempi per la valutazione da parte dell'utenza.

Analisi rischio paese ICE

Soggetto erogatore del servizio: L'ICE, Istituto nazionale per il commercio estero è l'ente pubblico che ha il compito di sviluppare, agevolare e promuovere i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero. Pone a disposizione delle imprese italiane una vasta gamma di prodotti informativi e servizi editoriali.

Descrizione del servizio: l'ICE fornisce una valutazione di rischio per 130 paesi, basata sulle seguenti categorie:

- rischio politico,
- rischio commerciale,
- rischio macroeconomico,
- rischio legato ai rapporti finanziari e monetari con l'estero.

All'interno delle Analisi rischio sono raccolte informazioni relative a: valutazione globale del rischio, indicatori dei fattori di rischio paese, indicatori economici, termini e condizioni di pagamento, situazione ed andamenti valutari internazionali. Le valutazioni e le previsioni sono realizzate dall'Istituto Dun & Bradstreet di Londra.

Contenuti dell'informazione: le schede contengono indicazioni relative a:

- le esperienze di pagamento delle aziende del Paese;
- la dotazione di riserve valutarie, le fluttuazioni della moneta ed un'analisi della situazione politica ed economica corrente.

All'interno delle Analisi rischio sono raccolte informazioni relative a: valutazione globale del rischio, indicatori dei fattori di rischio paese, indicatori economici, termini e condizioni di pagamento, situazione ed andamenti valutari internazionali. Le valutazioni e le previsioni sono realizzate dall'Istituto Dun & Bradstreet di Londra.

Ciascun rapporto è arricchito da tabelle e grafici con dati previsionali e consuntivi relativi ai principali indicatori economici. Le analisi attualmente on line riflettono la situazione dei paesi al mese di giugno 2002. La valutazione del rischio è sintetizzata (secondo degli indicatori di Rischio Paese elaborati dagli analisti Dun & Bradstreet) in un indicatore diviso in 7 valori, che variano da DB1 (Rischio Paese minimo) a DB7 (Rischio Paese massimo), a loro volta suddivisi in quartili (dalla lettera A alla lettera D), in ordine crescente di rischio (minimo, basso, esiguo, moderato, alto, molto alto, massimo). All'interno di ogni scheda rischio-paese, è riportata la spiegazione delle valutazioni di rischio associate a ciascun valore.

Paesi analizzati: AFRICA: Egitto, Libia, Marocco, Rep. Sudafricana, Tunisia. ASIA-OCEANIA: Arabia Saudita, Australia, Cina, Corea del Sud, Hong Kong, Emirati Arabi Uniti, Filippine, Giappone, India, Indonesia, Iran, Israele, Libano, Malaysia, Singapore, Siria, Tailandia, Taiwan, Uzbekistan, Vietnam. AMERICA: Argentina, Bolivia, Brasile, Canada, Cile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Messico, Perù, Stati Uniti, Uruguay, Venezuela. EUROPA: Albania, Austria, Belgio, Bulgaria, Croazia, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Lettonia, Macedonia, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Rep. Ceca, Rep. Slovacca, Romania, Russia, Slovenia, Spagna, Svezia, Turchia, Ucraina Ungheria.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: il servizio è destinato agli operatori economici, agli imprenditori italiani ed agli studiosi interessati ad acquisire informazioni sul rischio politico, commerciale, macroeconomico e finanziario dei mercati esteri.

Condizioni e modalità di consultazione: A partire dal 1° ottobre 2002 la consultazione è a pagamento ed è accessibile on line solo previa registrazione all'Export Club. Il costo della visualizzazione di ogni singola scheda è di € 3,00. E' possibile anche sottoscrivere una carta servizi per effettuare le proprie ricerche. I dati disponibili sono aggiornati costantemente.

Indicazioni e commenti: il servizio, costantemente aggiornato, è in parte elaborato sulla base di dati, elaborazioni ed analisi redatte da gruppi privati e società di consulenza specializzate include alcune informazioni specifiche rivolte agli operatori economici italiani.

Dun & Bradstreet

Soggetto erogatore del servizio: Dun & Bradstreet (D&B) è una società multinazionale di servizi che offre servizi di consulenza e marketing a società ed operatori impegnati in attività economiche internazionali. Dispone a tal fine di un ampio database organizzato in diversi servizi di orientamento assistenza relativi al credito, marketing e alle decisioni di spesa di oltre 75 milioni di imprese nel mondo. Inoltre Dun & Bradstreet favorisce on-line l'incontro di potenziali imprese partner e fornisce soluzioni innovative per lo sviluppo di attività e-commerce.

Descrizione del servizio: tramite il suo servizio on line "Country Risk", D&B fornisce informazioni utili alla valutazione delle Business opportunities e del rischio paese nei diversi mercati mondiali.

La gamma di servizi forniti agli abbonati è divisa in due tipologie di offerta:

- International Risk & Payment Review ("Monitoring");
- Regional & Global Collections (Analisi approfondite relative alle diverse componenti del rischio paese).

Oltre alle analisi standard, sono disponibili per la consultazione:

- le schede di rischio paese denominate: "country Risk line reports" (7 pagine), all'interno delle quali sono analizzati in dettaglio e periodicamente aggiornati i maggiori indici che compongono la valutazione del rischio.
- la guida D&B all'export (20 pagine) che contiene l'elenco delle istituzioni, agenzie o strutture principali da contattare per l'esportazione; le principali normative e regole commerciali da rispettare per commerciare con il paese; i dati economici strutturali e congiunturali relativi al mercato d'interesse; le informazioni sullo stato delle infrastrutture e dei collegamenti.
- un archivio all'interno del quale si possono visionare un gran numero di articoli che trattano tematiche di commercio internazionale.

Contenuti dell'informazione: per ciascun paese, sono riportate informazioni relative alle aree tematiche di seguito riportate:

- Rischio politico: consiste in un'analisi approfondita della situazione politica nazionale analizzando l'agenda delle politiche interne di governo il livello di rischio socio-politico; il rischio relativo alla politica estera; le prospettive di stabilità politica e di governo.
- Variabili macro-economiche: all'interno di questa sezione vengono analizzate le variabili macroeconomiche più importanti: le componenti della crescita (export, import, consumi, etc.); l'inflazione; le prospettive di breve termine; i più importanti settori dell'economia.
- Rischio legato al commercio ed alle relazioni commerciali internazionali: sono riportati dati relativi a: bilancia dei pagamenti, bilancia commerciale, debito estero, rischio legato alle fluttuazioni della moneta e prospettive generali.
- Ambiente economico: sono analizzati la situazione generale dell'ambiente economico; le barriere tariffarie e non; le performance nei pagamenti.

– Rischi riscontrabili a livello commerciale: sono analizzati i rischi relativi al settore bancario; le problematiche in materia di corruzione; le prospettive di stabilità finanziaria

– Prospettive per gli investimenti: sono riportate informazioni relative a: investimenti diretti esteri; tassazione delle imprese; titoli, Bond e mercato azionario; prestiti bancari.

Tutti i dati sono tratti da: Dun & Bradstreet, International risk and payment review, IMF, International financial statistics, Central Bureau of statistics, Monthly bulletin of statistics, World Bank, UNDP e varie altre fonti locali.

Paesi analizzati: sono disponibili dati ed informazioni relativi a 132 paesi distribuiti in 6 macro-aree: Africa, Medio oriente, Europa, Europa dell'Est, Americhe ed Asia

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: il servizio è destinato ai governi, agli operatori economici, alle università, agli studiosi ed in generale a tutti coloro che sono coinvolti in attività economiche internazionali o di studio.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione è a pagamento. I costi per il servizio sono:

- D&B Country Report, \$ 630,
- D&B Country RiskLine Report, \$ 75,
- D&B Export Guide, \$ 60.

I dati risultano aggiornati al 2002.

Indicazioni e commenti: il servizio offre informazioni sempre aggiornate e complete grazie alla vasta gamma di fonti (organizzazioni internazionali e fonti locali) di cui dispone. La qualità delle informazioni è elevata ed omogenea per tutti i paesi analizzati. La struttura standardizzata dei Report consente inoltre un'agevole ed immediata analisi storica dei dati e delle performance. Il servizio è a pagamento ed il costo è rilevante.

International Country Risk Guide

Soggetto erogatore del servizio: da oltre 20 anni il PRS Group, con sede negli Stati Uniti, realizza pubblicazioni incentrate sul business information e rivolte ad imprese che si aprono al commercio internazionale. I due principali prodotti informativi forniti dal PRS Group sono: il Political Risk Service e l'International Country Risk Guide (ICRG).

Descrizione del servizio: ICRG online fornisce un servizio di valutazione del rischio paese attraverso valutazioni e previsioni politiche, economiche e finanziarie. Per ogni paese vengono analizzati elementi specifici tra i quali:

- i rischi di fluttuazione della valuta,
- la leadership politica,
- l'influenza dei militari e della religione nella politica,
- la corruzione

Sono inoltre disponibili informazioni relative a: valutazione globale del rischio, indicatori dei fattori di rischio paese, indicatori economici, situazione ed andamenti valutari internazionali.

Il sistema di valutazione ICRG assegna ad una gamma predeterminata di componenti rischio un valore numerico (punti di rischio) secondo una scala ponderata prestabilita. Per ogni scala, il valore più alto esprime il rischio più basso e vice versa.

Le componenti di rischio sono raggruppate in tre categorie: politico, economico e finanziario. I punti totali di rischio per ogni categoria sono ulteriormente uniti, per produrre una valutazione di rischio composita per il paese in questione.

Tutti i paesi sono valutati sulla stessa base per favorire la comparabilità delle indicazioni di rischio.

Contenuti dell'informazione: per ciascun paese, sono riportate informazioni relative alle componenti di rischio politico, economico e finanziario:

Componenti del rischio politico:

- Stabilità del governo: valutazione dell'abilità del governo sia di portare a termine i programmi dichiarati ad inizio mandato che di mantenere la carica. La valutazione assegnata è il risultato della somma di 3 sub-componenti:
- Stabilità di governo
- Efficienza legislativa
- Sostegno popolare

Componenti del rischio economico:

- PIL pro capite, che misura l'aumento reale del PIL
- Tasso annuale d'inflazione
- Bilancia dei pagamenti
- Percentuale dei conti correnti sul PIL

Componenti del rischio finanziario:

- Percentuale del Debito estero sul PIL
- Servizio del debito estero come percentuale sull'export di beni e servizi
- Percentuale dei Conti correnti sull'export di beni e servizi
- Liquidità internazionali nette
- Stabilità del tasso di cambio
- Tasso del rischio composto
- Previsioni a uno e cinque anni
- Previsioni sul rischio
- Analisi delle previsioni: Stabilità del rischio, possibilità legate alla riduzione del rischio (Downside risk) o all'aumento del rischio (Upside risk)

Paesi analizzati: sono disponibili dati ed informazioni relativi a 140 paesi.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: il servizio è rivolto ad operatori economici ed istituzionali.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione è a pagamento. I costi per il servizio sono:

- ICRG Online \$ 4.595;
- International Country Risk Guide (versione cartacea) \$ 3.795;
- International Country Risk Guide (CD ROM) \$ 4.595.

Per favorire la comparabilità delle informazioni e per la raccolta dati è usato un questionario unico per tutti i paesi tale da rendere l'informazione offerta pressochè omogenea. I dati sono aggiornati mensilmente.

Indicazioni e commenti: tra i punti di forza delle analisi D&B vi è il fatto che il servizio offra un metodo di valutazione che permette di scomporre il rischio in una serie di componenti chiave, rendendo l'analisi più approfondita. E' assente nelle informazioni sull'offerta D&B una lista dei paesi analizzati e di esempi o demo che consentano la valutazione effettiva delle caratteristiche del servizio. Il prezzo del servizio è inoltre alto (dai \$ 3.795 per la guida in formato cartaceo ai \$ 4.595 per ICRG Online e su supporto digitale).

Coface Group: schede rischio paese

Soggetto erogatore del servizio: Coface è l'istituto nazionale francese per i servizi assicurativi del commercio estero.

Descrizione del servizio: Rating Coface offre un servizio on line di analisi del rischio paese a livello mondiale. E' possibile accedere al sito del servizio in italiano.

Il sito è articolato in quattro sezioni:

- Risk assessment
- Country Rating
- Newsletter
- Conferenze sul rischio paese

Nelle diverse sezioni sono disponibili informazioni relative a: valutazione globale del rischio, indicatori dei fattori di rischio paese ed indicatori economici.

Contenuti dell'informazione: l'informazione contenuta è presente nelle seguenti sezioni:

Struttura economica del paese e principali risorse: in questa sezione è offerta una rassegna delle principali caratteristiche economiche del paese in analisi e sono richiamate le principali risorse economiche in esso presenti.

Fonti di rischio: al fine di valutare il rischio di investimento, la guida analizza la situazione del debito estero, il grado di competitività, la struttura politica, le caratteristiche del mercato del lavoro, la congiuntura economica del paese osservato.

Risk Assessment: sulla base delle informazioni relative alle basi ed alle prospettive economiche future dei paesi analizzati, vengono valutate le condizioni di rischio ed il grado di affidabilità del sistema economico. Tra gli indicatori valutati: dimensioni del deficit pubblico, indebitamento esterno, numero dei fallimenti e dei casi di bancarotta, situazione congiunturale dei principali settori economici.

Country rating: ad ogni paese viene attribuito un indicatore di affidabilità stabilito secondo parametri indicati nella sezione relativa alla metodologia di valutazione del rischio.

Condizioni dei settori industriali: sono fornite analisi periodiche relative alle condizioni dei principali settori economici ed industriali dei paesi esaminati.

Dinamiche dei casi di insolvenza: sono posti a confronto annualmente il numero dei casi di bancarotta.

Principali indicatori congiunturali: Sono forniti dati relativi ai trend macro e microeconomici.

Situazione finanziaria del paese e condizioni di bilancio pubblico: sono fornite indicazioni relative al bilancio dello Stato, allo stato dei pagamenti e del debito pubblico.

Debito estero: analisi degli andamenti del debito estero.

Paesi analizzati: sono disponibili 160 paesi: Afghanistan, Albania, Algeria, Angola, Arabia Saudita, Argentina, Armenia, Australia, Austria, Azerbaijan, Bahrein, Bangladesh, Bielorussia, Belgio, Benin, Bolivia, Bosnia, Botswana, Brasile, Bulgaria, Burkina-Faso, Burma, Cambogia, Camerun, Canada, Capo Verde, Islanda, Ciad, Cile, China, Colombia, Comore, Congo, Corea del Nord, Corea del Sud, Costa d'Avorio, Costa Rica, Croazia, Cuba, Cipro, Danimarca, Ecuador, Egitto, El Salvador, Emirati Arabi uniti, Eritrea, Estonia, Etiopia, Filippine, Finlandia, Francia, Gabon, Gambia, Georgia, Germania, Ghana, Giamaica, Giappone, Giordania, Grecia, Guatemala, Guinea, Guinea-Bissau, Guyana, Haiti, Honduras, Hong-Kong, India, Indonesia, Iran, Iraq, Irlanda, Islanda, Israele, Italia, Kazakistan, Kenya, Kirgizstan, Kuwait, Lesotho, Lettonia, Libano, Liberia, Libia, Lituania, Lussemburgo, Macedonia, Madagascar, Malawi, Malaysia, Mali, Marocco, Mauritania, Mauritius, Mexico, Moldova, Mongolia, Mozambico, Namibia, Nepal, Nicaragua, Niger, Nigeria, Norvegia, Nuova Zelanda, Olanda, Oman, Pakistan, Palestina, Panama, Papua-New Guinea, Paraguay, Perù, Polonia, Portogallo, Qatar, Regno Unito, Repubblica Ceca, Repubblica Centro Africana, Repubblica Dominicana, Repubblica Federale Jugoslava, Romania, Russia, Sao Tome & Pr., Senegal, Seychelles, Sierra Leone, Singapore, Slovacchia, Slovenia, Somalia, Sud Africa, Spagna, Sri Lanka, Sudan, Svezia, Svizzera, Siria, Stati Uniti, Swaziland, Tailandia, Taiwan, Tajikistan, Tanzania, Togo, Trinidad & Tobago, Tunisia, Turchia, Turkmenistan, Uganda, Ucraina, Ungheria, Uruguay, Uzbekistan, Venezuela, Vietnam, Yemen, Zambia, Zimbabwe.

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: il servizio è rivolto agli operatori economici, istituzionali ed alle imprese clienti del gruppo Coface (circa 78.000 in tutto il mondo).

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione è libera e gratuita. E' possibile abbonarsi a pagamento agli ulteriori servizi offerti. Per l'intera serie di servizi offerti è possibile contattare la Coface. Il servizio @rating sembra essere rivolto soprattutto ad operatori con buone competenze economiche, capacità di valutazione e gestione del rischio di investimento; la consultazione risulta più ostica per imprese di piccola dimensione e con limitate conoscenze dei mercati esteri.

Indicazioni e commenti: il servizio fornisce un'informazione mirata ed aggiornata sui mercati esteri e sulle condizioni di rischio economico in essi presenti. Non è disponibile la stessa tipologia di informazioni per tutti i paesi. Generalmente sui paesi più industrializzati l'offerta informativa è maggiore, sia da un punto di vista qualitativo che quantitativo.

Servizio rischio paese del Monte dei Paschi di Siena

Soggetto erogatore del servizio: il Gruppo Monte dei Paschi di Siena è uno dei principali gruppi bancari italiani, con un'operatività che spazia dall'attività bancaria tradizionale, al credito speciale, all'asset management, alla bancassurance e all'investment banking e con una forte vocazione verso il comparto retail delle famiglie e delle piccole e medie imprese (PMI).

Descrizione del servizio: il Servizio Rischio Paese è realizzato dall'Area Attività Internazionali - Servizio Rischio Paese e Controparti Estere, della Banca Monte dei Paschi di Siena ed è finalizzato all'analisi dei rischi delle maggiori economie "emergenti". Le analisi macroeconomiche contenute sul sito costituiscono una fonte di informazione finalizzata ad una migliore valutazione delle scelte commerciali e finanziarie internazionali delle imprese. Il servizio si avvale di dati raccolti da: Economist Intelligence Unit, IIF, Moody's.

Contenuti dell'informazione: la scheda di rischio paese della Banca Monte dei Paschi di Siena (MPS) è divisa in quattro sezioni:

Dati Generali: in questa sezione vengono offerte informazioni statistiche di base e dati generali relativi al paese osservato. Ad ogni paese viene assegnato un indicatore di rischio elaborato dall'Ufficio del MPS. Vengono inoltre riportate le valutazioni e le classificazioni di rischio elaborate dai principali istituti specializzati.

Situazione interna: si possono consultare in questa sezione vari indici economici descrittivi della situazione generale del paese analizzato (il PIL, la Crescita del PIL, il Raffronto di Area - Crescita del PIL e l'inflazione). Sono inoltre presenti due box: uno di commenti sulle condizioni economiche generali del paese e di valutazione della congiuntura economica, l'altro relativo alla struttura economica/industriale del paese, dove vengono descritte caratteristiche ed andamenti dei maggiori settori industriali e formulate alcune previsioni per il paese considerato.

Posizione con l'estero: contiene una rassegna dei principali indici economici riguardanti la posizione con l'estero del paese in analisi (Bilancia dei pagamenti, Inserimento nell'interscambio in valori percentuali, Debito estero complessivo, Riserve internazionali in US\$, Investimenti Diretti Esteri). Appositi riquadri sono dedicati a commenti e valutazioni circa la posizione commerciale del paese, la struttura del suo import-export, la provenienza e le caratteristiche settoriali degli IDE.

Indici: questa sezione informa sul grado di sostenibilità del debito pubblico e della bilancia dei pagamenti oltre che sul grado di adattabilità della struttura commerciale del paese all'e-business. Per ognuno di questi indicatori viene riportato un quadro critico ed un commento.

Paesi analizzati: Il servizio è focalizzato sui principali paesi emergenti. ASIA E AUSTRALIA: Cina, Corea Del Sud, Filippine, Giappone, Hong Kong, India, Malaysia, Mongolia, Pakistan Singapore, Thailandia, Vietnam. CSI: Federazione Russa, Moldavia, Kazakistan, Turkmenistan, Ucraina, Uzbekistan. BALCANI: Croazia, Repubblica Federale di Jugoslavia, Romania, AMERICA LATINA: Argentina, Brasile, Cile, Cuba, Ecuador, Messico, Uruguay, Venezuela. MEDIO ORIENTE E NORD AFRICA: Algeria, Egitto, Giordania, Iran, Israele, Libano, Libia, Marocco, Tunisia,

Turchia. AFRICA SUB-SAHARIANA: Repubblica Sudafricana. EUROPA CENTRO ORIENTALE: Bulgaria, Polonia, Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Slovenia. PAESI BALTICI: Estonia, Lettonia, Lituania, Ungheria, EUROPA OCCIDENTALE: Grecia, Malta

A chi è diretta l'informazione e suoi obiettivi specifici: Il servizio è rivolto ad operatori economici ed imprese che hanno la necessità di acquisire elementi di valutazione per orientare le proprie scelte commerciali e finanziarie verso i mercati internazionali.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione è gratuita. L'aggiornamento dei dati varia da scheda a scheda e va da 18 mesi a pochi giorni.

Indicazioni e commenti: le schede offrono informazioni e dati sui possibili rischi d'investimento anche in una prospettiva di breve termine. Le schede non risultano tutte aggiornate allo stesso periodo e con la stessa ricorrenza. L'informazione è principalmente finalizzata ad orientare l'investitore nella valutazione della condizioni generali di mercato e dello scenario macroeconomico. E' possibile inoltre trovare alcune informazioni generali e valutazioni del rischio relative ai diversi settori industriali ed economici dei paesi analizzati.

4.6 Le attività promozionali (fiere ed esposizioni)

La partecipazione ad una fiera specializzata o ad un evento promozionale, in Italia o all'estero, può costituire un'interessante opportunità per promuovere il proprio prodotto o per raccogliere in maniera diretta informazioni e contatti in un determinato mercato e sulle caratteristiche di domanda dei consumatori in esso presenti. Per sfruttare tale opportunità è necessario selezionare e programmare in maniera mirata e coerente la presenza ad eventi promozionali e fieristici. Tra i siti specializzati nella segnalazione/informazione di fiere ed eventi internazionali e rivolti ad assistere in varie forme le attività promozionali d'impresa, ricordiamo:

- **Euroexpo**
- **Expo fairs**
- **Corexpo**
- **Reedexhibition**
- **ICE**
- **Fiere nel mondo**

Euroexpo

Soggetto erogatore del servizio: VOBISCUM expo team, Zag. brigade 20a, 49222 Poznanovec, Croatia. Tel:++385-1-6682200, Fax: ++385-1-6682202; e-mail: info@vobiscum.hr

Descrizione del servizio: Euroexpo è una pagina web che contiene i link ai siti delle esposizioni commerciali internazionali nei paesi europei. Euroexpo non si limita a considerare le fiere internazionali nella sola Europa, ma fornisce anche una lista di siti con informazioni su fiere ed esposizioni nel resto del mondo. Inoltre Euroexpo fornisce

anche indicazioni relative a società che organizzano fiere ed esposizioni così come ai links dove è possibile trovare pubblicazioni ed articoli sul tema.

Informazioni sulle classificazioni e le fonti di elaborazione: le informazioni sulle fiere internazionali sono organizzate per paese. Nella casella relativa ad ogni paese sono contenuti i links alle fiere internazionali organizzate nel medesimo paese. Entrando nei siti relativi alle esposizioni di interesse l'utente può trovare tutte le informazioni sulla fiera insieme alla scheda di partecipazione.

Settori analizzati: non è possibile effettuare la ricerca delle fiere per settori.

Paesi sede di fiere: Albania, Austria, Bosnia, Bulgaria, Croazia, Cipro, Repubblica Ceca, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Inghilterra, Irlanda, Italia, Lituania, Lussemburgo, Macedonia, Malta, Norvegia, Olanda, Portogallo, Polonia, Repubblica federale Jugoslava, Romania, Russia, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Ungheria, Ucraina, Turchia.

A chi è diretta l'informazione: il servizio Euroexpo è diretto a tutte le imprese che vogliono promuovere e vendere all'estero i propri prodotti.

Condizioni e modalità di consultazioni: il servizio è gratuito. Dall'home page si possono selezionare le manifestazioni fieristiche che interessano classificate per paese.

Indicazioni e commenti: Euroexpo costituisce uno strumento di prima informazione sulle fiere internazionali per le imprese. Le indicazioni fornite da Euroexpo sono estremamente sintetiche ed incentrate su un vasto numero di paesi. Le fiere internazionali organizzate in ciascun paese, tuttavia, non vengono classificate per settore e prodotti. L'utente è dunque obbligato ad entrare nel sito della fiera per verificare quali prodotti vengano esposti e venduti.

Expofairs

Soggetto erogatore del servizio: Pianeta Srl, Via Angelo Sismonda 32, 10145 Torino. Tel. +39 011747600; fax +39 011747294; e-mail: info@expofairs.com

Descrizione del servizio: fornisce informazioni, dati ed indirizzi relativi all'organizzazione e programmi di fiere ed esposizioni di tutto il mondo. Sono disponibili vari servizi:

- 1) un database contenente l'elenco completo delle fiere in corso o in programma in tutto il mondo per tutti i settori (l'elenco è consultabile gratuitamente, per disporre dell'informativa completa è necessario abbonarsi al "servizio Database" a pagamento).
- 2) un database che fornisce liste di aziende specializzate nei servizi di logistica per il settore fieristico (la consultazione e l'iscrizione delle aziende al database sono gratuite).
- 3) News: informazioni on line sul mondo delle fiere, congressi, incentivi.
- 4) "Guida Mondiale delle Fiere" (GMF): è una guida particolareggiata sulle principali fiere mondiali.

5) la rivista “Prisma” che segue con particolare attenzione il mondo delle fiere e dei congressi, viaggi e turismo, comunicazione e marketing, e-business, etc.

Informazioni sulle classificazioni e le fonti di elaborazione: la ricerca dell'evento fieristico avviene per paese, data d'inizio, data di conclusione, categoria merceologica e classificazione, mentre la ricerca delle aziende specializzate nei servizi di logistica per il settore fieristico avviene sulla base dello stato, della regione, provincia e città.

Settori analizzati: sotto la voce “categoria merceologica” sono presenti tutta una serie di settori relativi a tutte le fiere nazionali ed internazionali.

A chi è diretta l'informazione: l'informazione è diretta a tutti gli operatori del settore fieristico ed alle imprese interessate a promuovere i propri prodotti.

Condizioni e modalità di consultazioni: la consultazione del database delle fiere di tutto il mondo e delle aziende fornitrici di servizi logistici per il settore fieristico è gratuita. La consultazione online del database fieristico completo, è a pagamento. On line è disponibile il listino prezzi aggiornato dei vari servizi offerti.

Indicazioni e commenti: il sito offre un servizio di consultazione dei database delle fiere e dei servizi per fiere di facile accesso con varie opportunità di elaborazione della ricerca. L'aggiornamento delle informazioni esposte all'interno dei vari servizi forniti dal “Expofairs” è costante. Vi è poi la possibilità di consultare, a pagamento, direttamente online i vari servizi offerti dal sito (database fiere, database servizi, GMF e PRISMA). I curatori del sito si limitano ad inserire online le informazioni fornite dagli enti fieristici e dalle aziende, senza intervenire criticamente fornendo indicazioni relative alla rilevanza strategica della partecipazione ad una fiera piuttosto che ad un'altra.

Corexpo Italia

Corexpo Italia, Tel 0039-0422-76 66 94 - Fax 0039-0422-76 50 70
e-mail: info@corexpoitalia.it

Soggetto erogatore del servizio: Corexpo Italia è un'agenzia internazionale che rappresenta in Italia oltre 50 tra le principali Fiere organizzate nel mondo.

Descrizione del servizio: il servizio intende fornire alle imprese interessate a partecipare ad eventi fieristici internazionali le informazioni e l'eventuale assistenza per una partecipazione a queste manifestazioni.

Informazioni sulle classificazioni e le fonti di elaborazione: le classificazioni disponibili per le ricerche prevedono la suddivisione per settori merceologici, area geografica, e ordine cronologico. Corexpo ha costituito una banca dati le cui chiavi di ricerca si incentrano sull'area geografica di svolgimento dell'evento, sul settore merceologico e sul periodo di durata dell'evento.

Settori analizzati: abbigliamento professionale e divise, agricoltura, alimentare, arredamento d'interni, beni di consumo, campionaria, chimica, edilizia, elettrodomestici,

energia, ferramenta, giocattoli, gioielleria, medicina e odontoiatria, occhialeria e ottica, pelle, plastica e imballaggio, profumeria e cosmesi, realistica e cancelleria, ricambi auto, sicurezza, strumentazione, telecomunicazioni, tempo libero e sport.

Paesi sede di fiere: Argentina, Australia, Cina, Corea del Sud, Egitto, Emirati Arabi Uniti, Filippine, Francia, Germania, Giappone, Gran Bretagna, India, Iraq, Kazakistan, Malesia, Messico, Oman, Polonia, Russia, Singapore, Stati Uniti, Sud Africa, Tailandia, Taiwan, Tunisia, Turchia, Ucraina.

A chi è diretta l'informazione: le informazioni e i servizi offerti sono diretti alle imprese interessate a partecipare ad eventi fieristici internazionali che si svolgono in particolar modo nei mercati emergenti.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione della banca dati di informazione sulle occasioni fieristiche è gratuita.

Indicazioni e commenti: le informazioni ed indicazioni relative allo svolgimento di manifestazioni ed eventi fieristici, sono aggiornate con una certa frequenza e la loro consultazione è agevole.

Reedexhibition

Reed Exhibitions Italia S.r.l. Via F.co Melzi d'Eril, 26, 20154 Milano.
Tel. +39 023191161; Fax +39 0234538795. e-mail: info@reedexpo.it

Soggetto erogatore del servizio: Reed Exhibitions è una società che si occupa dell'organizzazione e promozione di eventi fieristici, della erogazione di servizi di assistenza ed informativi, dell'editoria scientifica di settore. Dispone di un portafoglio di 470 manifestazioni - in Europa, Americhe, Medio Oriente, Sud Africa, Asia e Pacifico - al servizio di 49 comparti industriali in 12 settori chiave. Nei suoi 32 uffici in 19 nazioni l'organizzazione mondiale Reed Exhibitions è affiancata dalla International Sales Group, con uffici diretti, rappresentanze e agenti in 39 Paesi. La International Sales Group è la rete esclusivamente dedicata alle fiere commerciali internazionali di Reed Exhibitions. La Reed Exhibition Information è una società strumentale specializzata nell'offerta di servizi informativi e nell'editoria scientifica di settore.

Descrizione del servizio: in Italia l'attività di Reed Exhibitions è svolta tramite una Joint Venture con Fiera Milano International. Reed Exhibitions offre agli imprenditori attività di assistenza per la partecipazione alle principali iniziative fieristiche internazionali nella finalità di introdurli in nuovi mercati. Sul fronte informativo il sito web di Reed Exhibitions Italia fornisce un aggiornamento costante sugli eventi promozionali organizzati nel mondo.

Informazioni sulle classificazioni e le fonti di elaborazione: la banca dati è organizzata attraverso una classificazione per settore merceologico. Le fonti di elaborazione delle informazioni fieristiche prevedono però anche altre opzioni: i dati vengono incrociati sulla base della provenienza del cliente, del settore cui è interessato e del mercato geografico cui ci si rivolge. I risultati ottenuti possono poi essere visualizzati in ordine cronologico o in ordine alfabetico.

Settori analizzati: Aerospaziale e Difesa, Alimentare, Ristorazione, Industria Alberghiera, Ambiente, Bigiotteria e Accessori Moda, Comunicazione Visiva, Stampa Digitale, Insegnistica, Design, Distribuzione Automatica, Editoria, Equitazione, Ferramenta e Giardinaggio, Gioielleria, Imballaggio, Logistica, Meccanica, Nautica, Ottica, Piscine, Plastica e Polimeri, Pulizia Industriale, Subfornitura, Tecnologie per l'Industria Alimentare e delle Bevande, Telecomunicazioni.

Paesi sede di fiere: il sito non offre una consultazione per paese.

A chi è diretta l'informazione: i servizi sono diretti ad imprese che intendano promuovere i propri prodotti/servizi sui mercati internazionali attraverso fiere, mostre ed eventi. La sezione di informazione si rivolge a tutti gli operatori interessati a conoscerne le occasioni espositive internazionali.

Condizioni e modalità di consultazione: la consultazione è possibile attraverso la scelta del settore di interesse, di cui vengono offerte le principali manifestazioni fieristiche per quel settore in vari paesi.

Indicazioni e commenti: i servizi offerti da Reed Exhibitions si incentrano su un'ampia fascia di attività legate all'assistenza pre, durante e post fiere. I servizi informativi online consentono una valutazione comparata di informazioni relative a mostre, fiere e saloni in relazione alle proprie strategie di marketing internazionale e di selezione dell'evento più adatto alla promozione delle proprie attività commerciali.

ICE - Fiere e attività promozionali

Ice Istituto nazionale per il Commercio Estero, via Liszt, 21, 00144 Roma.
Tel 0659921. E-mail: ice@ice.it

Soggetto erogatore del servizio: l'ICE, Istituto nazionale per il commercio estero è l'ente pubblico che ha il compito di sviluppare, agevolare e promuovere i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero. Pone a disposizione delle imprese italiane una vasta gamma di servizi di assistenza, promozione, di prodotti informativi e servizi editoriali.

Descrizione del servizio: il servizio offre un elenco delle principali manifestazioni fieristiche all'estero ed il programma relativo alle attività promozionali predisposto dall'ICE nei vari paesi.

Informazioni sulle classificazioni e le fonti di elaborazione: il servizio è gratuito ed è accessibile dalla sezione Paesi e mercati all'interno del sito ICE e attraverso la consultazione del Programma promozionale per quanto riguarda le missioni organizzate per gli operatori. La sezione Programma promozionale riporta tutte le attività promosse dall'Ice, con l'indicazione delle missioni organizzate nei Paesi per gli operatori italiani per i diversi settori. In questa sezione è disponibile anche la sezione relativa a partecipazioni collettive a fiere. Fiere in loco riporta invece le principali manifestazioni fieristiche del Paese, suddivise per settore, con le indicazioni del periodo di svolgimento e i link degli organizzatori degli eventi in cui è possibile reperire ulteriori informazioni.

Settori analizzati: agroalimentare; alberghiero, ristorazione e turismo; arredamento, artigianato e gioielleria; autoveicoli; calzature e prodotti in pelle; chimica e plastica; costruzioni; farmaceutica, informatica; macchinari utensili e componenti; mobili; telecomunicazioni; tessile.

Paesi sede di fiere: il servizio non è attivo per tutti i paesi analizzati dalle Guide paese dell'ICE; per alcuni è disponibile la sola sezione relativa alle attività e missioni organizzate dall'Istituto e non anche l'elenco delle manifestazioni fieristiche in loco.

A chi è diretta l'informazione: i servizi offerti sono diretti agli operatori che vogliono promuovere le proprie attività all'estero ed alle associazioni di categoria interessate a sviluppare contatti internazionali e ricerca di partner commerciali esteri.

Condizioni e modalità di consultazione: Il servizio è gratuito. Per quanto attiene la consultazione, l'ICE all'interno delle schede Paese predispone un'apposita sezione Fiere e manifestazioni, che fornisce ulteriori indicazioni rispetto a quelle contenute nel Programma promozionale ICE e nella sezione Fiere in loco.

Indicazioni e commenti: le informazioni relative alla fiere ed iniziative promozionali nel mondo non sono offerte da ICE attraverso uno specifico servizio on line e sono estrapolabili solo attraverso la consultazione di più fonti e servizi. L'offerta organizzata di tali tipologie di informazioni (per settore o paese d'interesse) è erogata dall'Ice a richiesta e tramite uno specifico servizio di assistenza. Tale servizio è particolarmente approfondito ed incentrato sulle caratteristiche della domanda imprenditoriale italiana.

Fiere nel Mondo

C.I.P. Centro Italiano Pubblicità S.r.l. Via Carlo Pisacane 26, 20129 Milano.
Tel. (+39) 02 29419135 r.a. - Fax (+39)02 29419056. E-mail: fiere nel mondo@edicip.it

Soggetto erogatore del servizio: Il C.I.P. Centro Italiano Pubblicità srl, ha creato il sito Fiere nel Mondo che affianca la produzione editoriale della Casa Editrice C.I.P. con l'intento di realizzare pubblicazioni per il mondo del lavoro e di fornire alle aziende strumenti conoscitivi utili allo svolgimento della loro attività.

Descrizione del servizio: Fiere nel Mondo è una banca dati che contiene informazioni su fiere, mostre e saloni che si svolgono in tutto il mondo. Il servizio comprende la pubblicazione e l'offerta dell'Annuario Fiere nel Mondo, a cui si affiancherà a breve sul Web anche la "Rivista Fiere nel Mondo Magazine" con articoli di approfondimento legati ai temi della promozione commerciale e dell'attività fieristica italiana ed internazionale.

Informazioni sulle classificazioni e le fonti di elaborazione: la ricerca della manifestazione può avvenire:

- per luogo di svolgimento (città o nazione);
- per data di svolgimento (mese e anno);
- per categoria merceologica;
- per nome della fiera.

Si possono inoltre incrociare i vari parametri di ricerca.

Settori analizzati: vengono analizzati circa un centinaio di settori disponibili in “Elenco categorie”.

Paesi sede di fiere: il servizio offre informazioni sulle manifestazioni fieristiche di un vasto numero di Paesi selezionabili on-line.

A chi è diretta l'informazione: i servizi offerti sono diretti alle organizzazioni fieristiche che vogliono avere una maggiore visibilità ed alle imprese che intendono avere delle opportunità di affari internazionali.

Condizioni e modalità di consultazione: è possibile accedere ai dati con due livelli di autorizzazione che consentono ovviamente di ottenere diversi livelli di informazione:

Accesso "libero": il servizio è gratuito previa registrazione; si ha così la possibilità di effettuare delle interrogazioni nel database e conoscere le informazioni di massima (titolo, luogo, periodo di svolgimento) relative alle manifestazioni che rispondono ai requisiti specificati. Saranno inoltre disponibili, a breve, altre sezioni riguardanti i servizi collegati al mondo fieristico.

Accesso in abbonamento: (a pagamento) questo tipo di accesso consente una consultazione più dettagliata dei dati forniti dagli organizzatori relativamente alle varie manifestazioni, quali ad esempio luogo di svolgimento, data di svolgimento, titolo della manifestazione, frequenza di svolgimento, superficie espositiva, costo degli stand al metro quadro, prodotti esposti, numero degli espositori, numero dei visitatori, organizzatore, indirizzo completo di telefoni, telefax, e-mail, etc. A questi dati si aggiungeranno a breve anche le informazioni relative ai servizi disponibili per quella fiera / località.

I costi dell'abbonamento sono di 90 € per accedere alle informazioni relative alle fiere per 1'anno solare con un massimo di 100 consultazioni e di 150 € per accedere alle informazioni relative a 2 anni solari con un massimo di 160 consultazioni.

Indicazioni e commenti: il servizio offre una vasta serie di informazioni ed indicazioni sulle principali manifestazioni fieristiche di un vasto numero di Paesi.

INDICE

Prefazione di Gianfranco Alois	Pag.	5
Executive Summary: Obiettivi, metodi e risultati della ricerca dello IAI	»	7
Parte prima: I Processi di internazionalizzazione dell'economia campana in Europa e nel mercato globale	»	25
CAPITOLO 1: L'internazionalizzazione della Campania: dal completamento del Mercato Unico alla fase dell'Euro nell'economia globale	»	27
1.1 La Campania nell'economia internazionale: confronti interregionali e indicatori di sviluppo socio-economico	»	29
1.2 L'internazionalizzazione commerciale: la posizione della Campania nel contesto nazionale e del Mezzogiorno	»	31
1.3 L'internazionalizzazione produttiva: la capacità attrattiva della Campania rispetto all'Italia e al Mezzogiorno	»	37
1.4 La differenziazione sub-regionale: un'analisi della specializzazione commerciale della Campania a livello provinciale	»	43
1.5 La specializzazione internazionale dei Sistemi Locali del Lavoro campani	»	46
1.6 Considerazioni conclusive	»	49
<i>Allegato 1:</i> Tabelle e grafici	»	55
Parte seconda: Politiche di offerta dei servizi reali e strategie per l'internazionalizzazione dell'economia campana	»	87
CAPITOLO 2: Lo Sportello regionale per l'internazionalizzazione della Regione Campania: obiettivi, strategie e linee d'azione	»	89
2.1 Gli obiettivi	»	89
2.2 Strategia	»	90
2.3 I servizi	»	97
2.3.1 Servizi informativi e di assistenza	»	97
2.3.2 Servizi di assistenza	»	102
2.3.3 Servizi formativi	»	107

2.3.4 Servizi di promozione	Pag. 107
2.4 Le modalità di verifica e feedback delle attività di Sprint Campania	» 111
2.5 La promozione dello Sportello e delle sue attività	» 112
<i>Allegato 2:</i> Gli Sportelli regionali per l'internazionalizzazione: una matrice di analisi e confronto degli Sportelli già operativi	» 117
<i>Allegato 3:</i> Matrice evolutiva di sviluppo della struttura e dei servizi di Sprint Campania	» 123
CAPITOLO 3: La promozione interattiva di Sprint Campania: schema finale sull'articolazione del sito dello Sportello Regionale per l'internazionalizzazione	» 143
Parte terza: Le informazioni sui mercati esteri di riferimento per le produzioni campane	» 171
CAPITOLO 4: L'informazione sui mercati esteri: guida on-line per l'operatore	» 173
4.1 La prima informazione sui mercati esteri	» 173
4.2 Guide paese	» 181
4.3 Statistiche sul commercio estero italiano e campano	» 186
4.4 Ricerche di mercato	» 197
4.5 Il Rischio paese: indicatori, analisi e valutazioni	» 206
4.6 Attività promozionali (fiere ed esposizioni)	» 216