

## EDITORIALE

### Sfide da affrontare e opportunità da cogliere



Augusto Pigliacelli

Gli italiani, un popolo di poeti, di artisti, di eroi, di pensatori, di navigatori..... ma anche di imprenditori trasognati laddove l'intrapresa, oltre ad essere culturale, scientifica o produttiva, con evidenti risultati economici, diventa anche internazionale.

a pag. 2



### Attività Promozionali 2002

Gli eventi promozionali di Aspin per l'internazionalizzazione intendono supportare le imprese, in particolare piccole e medie, nella loro proiezione

a pag. 3

### Missione di Imprenditori Laziali in Romania

Contee di Arad e Timisoara  
Dal 15 al 19 luglio 2002 si è svolta la Missione di Imprenditori Laziali in Romania, nelle Contee di Arad e Timisoara, organizzata da Unioncamere Lazio e promossa da Aspin

a pag. 3



### La Rete Camerale e gli Sportelli Globus

IL CONTESTO DI RIFERIMENTO  
Lavorare in rete, arricchire sul territorio l'offerta di servizi rivolti alle imprese che operano sui mercati esteri o che intendono avviare

a pag. 3



## Focus

### La Regione Lazio verso l'Internazionalizzazione Come conquistare nuovi mercati? Ne abbiamo parlato con il Presidente Francesco Storace



Francesco Storace

Presidente, il progressivo allargamento dei mercati ove si gioca la competizione internazionale pone sempre maggiori sfide al nostro sistema imprenditoriale. Qual è la risposta della Regione Lazio per supportare le imprese nella scelta strategica dei Paesi?

Il governo regionale, sin dal suo insediamento, si è preoccupato di programmare una politica di internazionalizzazione volta a fornire un sostegno concreto alle aziende interessate a promuovere investimenti nei paesi esteri. In particolare abbiamo concentrato la nostra azione su alcune aree che sono risultate maggiormente adeguate all'imprenditorialità

del Lazio. In questi due anni abbiamo avuto numerosi contatti con delegazioni istituzionali e imprenditoriali di diversi paesi, momenti di reciproca conoscenza che sono serviti a gettare le basi per una collaborazione economica attraverso la quale intendiamo favorire anche l'ingresso di nuovi capitali nella nostra regione. Questo importante tessuto di relazioni economiche e istituzionali sono state accompagnate da una serie di provvedimenti amministrativi che hanno fornito strumenti concreti agli imprenditori. Potrei citare numerosi atti della giunta in favore dell'internazionalizzazione: penso al protocollo d'intesa con la città di Mosca, al finanziamento per un progetto in campo agro-industriale in Libano, all'intervento di assistenza tecnica alla Romania nel suo cammino verso l'Europa, alla collaborazione con Unioncamere Lazio per la creazione di uno Sportello regionale per l'internazionalizzazione, e, ultimo in senso cronologico, ma non per importanza il quadro generale di riferimento dei processi di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese del Lazio.

Quest'ultimo è un documento che

indica lo scenario regionale in termini di settori maggiormente produttivi e l'andamento dell'import/export; le aree geografiche, i paesi target, che meritano di essere coinvolti nei progetti di investimento all'estero. Tra questi in particolare spiccano il Mediterraneo, l'est europeo in preadesione, il vicino e medio Oriente, la Russia, la Cina, l'Unione europea, l'America del nord e l'America Latina. Il provvedimento, poi, individua anche gli step, i diversi passaggi che le imprese devono affrontare per affacciarsi sui mercati esteri: studi, ricerche, missioni esplorative che permettono di acquisire informazioni preziose sul paese su cui si vuole investire anche attraverso convegni, workshop, incontri con i soggetti attivi del territorio affiancati da strumenti finanziari e normativi. L'esperienza estremamente positiva che la Regione Lazio ha fatto in Tunisia è proprio un esempio pratico dell'applicazione di questo provvedimento. Ma non è il solo. In base ad un accordo che la Regione ha siglato con il ministero per le attività produttive, il programma di internazionalizzazione 2002-2003, cofinanziato con il mini-

stero, prevede interventi anche in Marocco, Romania, Germania, Russia, Paesi baltici, Cina, Cuba e Balcani.

Tornando alla Tunisia, a settembre è stato inaugurato lo Sportello dell'Agenzia Sviluppo Lazio a Tunisi. Quali sono le opportunità offerte da questa iniziativa al nostro sistema imprenditoriale?

Lo Sportello rappresenta il coronamento di un rapporto di collaborazione economica e istituzionale che è iniziato più di un anno fa. I primi risultati li abbiamo potuti registrare nel workshop organizzato a Tunisi dall'assessorato alle attività produttive nel gennaio 2001. In quell'occasione più di 40 imprese del Lazio parteciparono all'iniziativa dimostrando grande interesse per futuri investimenti sul territorio tunisino. La Regione, con questo Ufficio gestito dall'Agenzia Sviluppo Lazio ha voluto offrire agli imprenditori un punto di riferimento certo e in grado di fornire loro tutta l'assistenza tecnica, legale e amministrativa di cui possono aver bisogno. Senza contare che agisce anche da soggetto di raccordo con le aziende tunisine nella promozione di partnership tra

a pag. 3



### L'Azienda Speciale per l'Internazionalizzazione della Camera di Commercio di Frosinone

In questo numero zero della rubrica "mondo Aspin", vogliamo presentare ai nostri lettori l'Aspin, Azienda Speciale per l'Internazionalizzazione. Costituita nel 2001, l'Aspin è l'ultima nata tra le aziende speciali della CCIAA di Frosinone; la sua missione è quella di promuovere e sostenere le imprese della provincia di Frosinone nei loro processi di internazionalizzazione. In queste due peculiarità si posso racchiudere i tratti salienti dell'Azienda:

1. Essere azienda speciale della Camera



Federico Sisti

di Commercio  
2. Promuovere ed erogare servizi alle imprese in tema di internazionalizzazione.

a pag. 2

### Una struttura economica proiettata verso l'export

La nascita di un nuovo strumento di comunicazione dedicato alle tematiche ed al sostegno dei processi di internazionalizzazione delle imprese rappresenta anche un'opportunità per avviare un percorso di analisi e di approfondimento, sotto l'aspetto statistico, delle relazioni della provincia

di Frosinone con i mercati esteri. Si tratta infatti di un'occasione per arricchire, sotto l'aspetto informativo, quell'attività di servizio che la Camera di Commercio di Frosinone, attraverso l'Azienda Speciale ASPIN, intende dare per facilitare l'integrazione internazionale

a pag. 2



## ROMANIA

Confinante con le repubbliche balcaniche ad est, protetta dalle montagne della Transilvania a nord e bagnata dal mar Nero a sud dove, passando attraverso il vecchio Impero austroungarico, sfocia il Danubio, la Romania si estende per oltre 238.000 kmq (le stesse dimensioni della Gran Bretagna) e conta una popolazione di quasi 23 milioni di abitanti.

Il quadro economico generale  
Le grandi risorse naturali (in partico-

lari i giacimenti d'oro, d'argento, di rame, di sale e di carbone e le foreste) hanno facilitato, negli anni passati, lo sviluppo economico del Paese. Dopo il rovesciamento della dittatura di Ceausescu nel 1989, la politica di ristrutturazione, per mezzo delle privatizzazioni e degli investimenti stranieri, è diventata l'obiettivo principale dei governi romeni. A dispetto delle difficoltà dell'transizione, il settore privato produce

a pag. 4



## EDITORIALE

segue da pag. 1

### INTERNAZIONALIZZAZIONE: SFIDE DA AFFRONTARE E OPPORTUNITÀ DA COGLIERE

Se i primi aggettivi citati ci caratterizzano da diversi decenni, oggi dovremmo spingerci sempre più verso una "etichetta" anche internazionale, non solo per la necessità di soddisfare quel gusto tutto italiano che c'è nell'affrontare le sfide, ma soprattutto per riuscire a cogliere i risultati che derivano dalla capacità di vincere una competizione sempre più vasta.

La nostra, mi riferisco alla provincia di Frosinone, è una economia basata ampiamente sulla forza competitiva della piccola impresa: la sua flessibilità che nel tempo è stato un fattore determinante per il rapido adattamento all'innovazione tecnologica, oggi, deve essere interpretata ed "utilizzata" come capacità di adattamento anche ai nuovi scenari competitivi che sono quelli internazionali. Nell'ultimo ventennio proprio le imprese di più piccole dimensioni hanno iniziato ad affermarsi anche sui mercati esteri, ciò nonostante si è più volte rilevato che le loro esperienze sono spesso esito di interventi occasionali, piuttosto che il risultato di una attenta strategia di espansione all'estero. Si tratta, inoltre, di iniziative caratterizzate sovente da un approccio di tipo mercantile, riguardando in maniera prevalente le esportazioni, in contrasto con l'avvio di un processo di sviluppo a livello mondiale che ha visto aumentare in particolare gli investimenti diretti esteri. E' evidente che le imprese di piccole dimensioni, proprio per la loro struttura organizzativa-funzionale spesso limitata, necessitano di un supporto esterno che agevoli il loro passaggio da un mercato di riferimento nazionale, se non addirittura locale, ad un mercato più allargato in senso internazionale. Con tale consapevolezza ed in risposta alle molteplici richieste del sistema delle imprese la Camera di Commercio di Frosinone ha voluto dare vita ad una struttura operativa dedicata esclusivamente alle dinamiche internazionali. Parliamo, pertanto, di servizi e progettualità per l'imprenditoria della nostra provincia, in uno scenario di sinergie profonde con i sistemi associativi delle imprese, con gli enti e le istituzioni, e con la diffusa ed articolata rete camerale italiana ed internazionale. Aspin, questo è il nome dell'Azienda Speciale che si occupa di internazionalizzazione, ha voluto, inoltre, dare impulso ad uno strumento di comunicazione ed informazione tecnica che prende il via con questo primo numero. L'obiettivo che ci siamo posti è quello di raggiungere, in modo capillare, tutte le imprese del nostro territorio, allargando l'offerta di servizi in un'ottica di sviluppo internazionale, per sensibilizzare ed accompagnare l'economia ciociara ad operare, con maggior determinazione, in una logica di mercato globale.

**Augusto Pigliacelli**  
Presidente A.S.P.I.



segue da pag. 1

### L'AZIENDA SPECIALE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI FROSINONE

1) La stretta appartenenza alla Camera di Commercio e, quindi, al sistema camerale, caratterizza in modo univoco l'operato di ASPIN che si pone all'interno di un network storicamente consolidato e che ha dimostrato nel tempo di poter dare molteplici risposte in tema di servizi all'internazionalizzazione.

ASPIN si pone nel solco della tradizione dei servizi erogati dalla CCIAA di Frosinone in tema di mercati esteri.

La nostra azione vuole innovare quanto già realizzato, ponendo una maggiore attenzione alla sistematizzazione delle esperienze ed alla valutazione dei risultati conseguiti. Anche alla luce del nuovo ruolo delle Camere di commercio, Aspin vuol divenire un punto di riferimento e di sintesi delle varie esperienze che si realizzano in tema di internazionalizzazione.

Il sistema delle Camere di Commercio, inoltre, ci consente di sviluppare sinergie con altri enti istituzionali e di superare i limiti che alcune volte possono produrre i "provincialismi"; il poter contare su una rete di collegamenti e legami con le

altre Camere e con le altre Aziende agevolate la realizzazione di alcune iniziative come abbiamo avuto modo di sperimentare in questo primo anno nei rapporti con l'Agenzia Sviluppo Lazio e nella fattiva collaborazione iniziata con l'Unione Regionale delle Camere di Commercio del Lazio.

Inoltre l'appartenenza al sistema camerale ci consente di condividere strumenti informativi e tools di indiscutibile valore quali, ad esempio, il sistema Globus.

2) Sul piano operativo l'attività dell'Aspin si caratterizza per un approccio nuovo e globale che vogliamo dare ai problemi dell'internazionalizzazione. Per rispondere al meglio alle domande delle imprese, abbiamo definito una struttura organizzativa articolata in 5 aree strategiche, ognuna delle quali ha una specifica mission.

L'Area INFORMAZIONE ha come obiettivo quello di fornire alle imprese, specialmente le PMI, un primo orientamento in materia di commercio estero, fornendo informazioni su fiere e missioni in Italia ed all'estero, informazioni su opportunità d'affari e finanziamenti

in tema di internazionalizzazione, mettendo a disposizione delle imprese elenchi nominativi, banche dati affidabilità commerciale, schede Paese, analisi rischio Paese

L'Area PROMOZIONE si occupa della tradizionale attività promozionale erogata sotto forma di fiere e missioni. Tale attività è implementata con interventi di promozione territoriale e di collaborazione con gli uffici operativi all'estero che direttamente sul posto possano fornire la necessaria assistenza. In particolare per tale area strategica viene effettuata anche una analisi ex-post di feed-back delle iniziative intraprese relativamente ai risultati raggiunti ed al grado di soddisfazione delle imprese partecipanti.

L'Area FORMAZIONE ha come obiettivo la promozione della formazione e dell'aggiornamento delle professionalità degli imprenditori e degli addetti coinvolti nelle attività di internazionalizzazione, attraverso l'organizzazione di seminari tecnici e tematici in materia di commercio internazionale e l'organizzazione di seminari per Area/Paese/Settore per approfondire le opportunità

esistenti in specifici mercati di interesse. L'Area ASSISTENZA TECNICA offre un servizio di consulenza sulle principali aree tematiche quali il diritto commerciale internazionale, la fiscalità internazionale, le problematiche dogane e trasporti, i pagamenti internazionali ed i finanziamenti internazionali

All'Area PROGETTI SPECIALI è riservata l'attività di sviluppo e ricerca, realizzando ogni anno uno o più progetti che per il rilievo strategico necessitano di una gestione particolare e dedicata.

Per l'anno 2002 l'area ha sviluppato due progetti rilevanti per il lancio del sito Internet [www.aspin.fr.it](http://www.aspin.fr.it) e della newsletter informativa Apsineworld.

Attraverso questi due importanti strumenti comunicativi e con l'assistenza prestata dai nostri uffici, vogliamo tessere un filo continuo con le imprese della nostra provincia per far sì che la nostra attività sia al servizio di tutte le imprese e possa contribuire in modo significativo allo sviluppo del territorio.

**Federico Sisti**  
Direttore A.S.P.I.



segue da pag. 1

### UNA STRUTTURA ECONOMICA PROIETTATA VERSO L'EXPORT

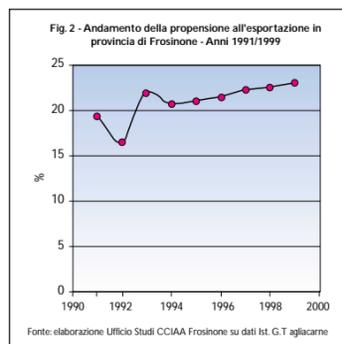
#### Dall'analisi statistica le potenzialità della provincia di Frosinone sui mercati internazionali

dell'imprenditoria locale.

In tale ottica si ritiene opportuno procedere ad un primo esame dell'andamento dei principali indicatori relativi alle esportazioni ed alle importazioni senza entrare però nel merito della pur considerevole flessione che c'è stata nel corso dell'ultimo anno sugli scambi con l'estero, ritenendo che essa richieda un'analisi riferita alla più generale crisi internazionale.

Passando quindi all'esame dei rapporti con l'estero dell'economia frusinate, possiamo vedere che l'andamento del valore delle esportazioni nel periodo esaminato, benché piuttosto altalenante, ha mostrato comunque una decisa tendenza alla crescita (fig. 1). Il valore assoluto è passato infatti da 1007,99 milioni di euro del 1991 ai 2381,20 milioni del 2001, raggiungendo un massimo di 3098,91 milioni di euro nell'anno 2000. Quest'ultima era stata in realtà una annualità che potremmo definire eccezionale per l'export, con una crescita intorno all'88% rispetto all'anno precedente.

Le buone potenzialità provinciali emergono anche dall'esame dell'anda-



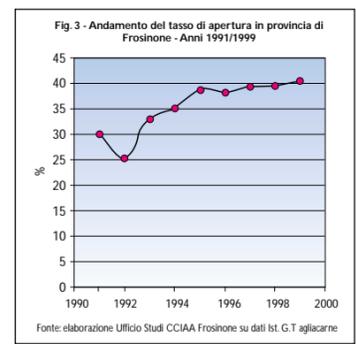
mento dell'indice di propensione all'esportazione nel corso dell'ultimo decennio (fig.2), un indicatore dato dal rapporto tra il valore delle esportazioni ed il Pil. Tale tasso, elaborato dall'Istituto G. Tagliacarne e disponibile fino al 1999, risulta cresciuto dal 19,26% del 1991 al 23,1% del 1999. Si può quindi dedurre che la crescita delle esportazioni nell'ultimo decennio sia stata più sostenuta rispetto alla crescita del prodotto interno lordo. Interessante è anche il valore e l'andamento del cosiddetto tasso di apertura dell'economia locale, ovvero il rapporto tra la somma delle importazio-

ni e delle esportazioni rispetto al Pil, quindi un indice più generale dell'integrazione del sistema economico nei confronti dell'estero. Nel corso dell'ultimo decennio mostra anch'esso un andamento crescente (fig. 3), passando dal 29,96% del 1991 al 40,34% del 1999: un dato che fa attestare la Provincia ampiamente al di sopra della media regionale (27,06%), e di poco al di sotto della media nazionale (43,14%).

Positive indicazioni arrivano anche dall'analisi del tasso di copertura. Tale indice, che esprime il valore delle esportazioni per ogni cento lire importate, era notevolmente alto nel 1991 (179,95%) e dopo una discesa fino all'anno 1995 (119,21%), è tornato a crescere costantemente fino all'anno 2001 (164,53%). Un risultato che, se confrontato con la media del Lazio (51,15%) fa registrare, in relazione agli scambi con l'estero, un buon contributo della provincia di Frosinone al sistema regionale.

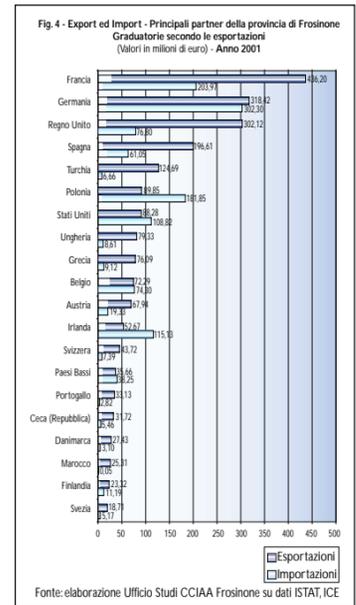
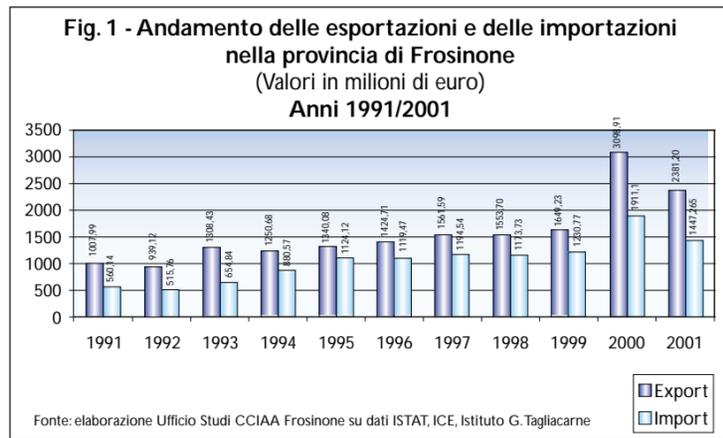
Per quanto riguarda le importazioni provinciali (fig. 1), possiamo vedere che nel corso dell'ultimo decennio hanno seguito sostanzialmente l'andamento delle esportazioni, benché con valori notevolmente inferiori, come d'altra parte era emerso indirettamente attraverso le considerazioni fatte sul tasso di copertura. Ne è seguito che il saldo della bilancia commerciale della Provincia, nel corso del periodo in esame, è stato costantemente positivo e soprattutto è risultato il migliore tra le diverse province a livello regionale.

Riteniamo interessante concludere questa sintetica analisi con la graduatoria relativa all'anno 2001 dei principali Paesi partner della provincia di



Frosinone (fig. 4) dalla quale si evince che le esportazioni sono state indirizzate soprattutto nell'area dell'Unione europea, ed in particolare maggiormente verso la Francia (436,20 milioni di euro), Germania (318,42) e Regno Unito (302,12).

**Dario Fiore**  
Ufficio Studi  
Camera di Commercio Frosinone





AreaNews

segue da pag. 1

**ATTIVITÀ PROMOZIONALI 2002 commerciale e produttiva all'estero sia verso i partners comunitari che verso i Paesi di prossimo allargamento dell'UE, unitamente ad altri Paesi di particolare interesse per l'imprenditoria della provincia di Frosinone.**

**TUNISIA**, Tunisi, gennaio 2002  
Competitività nel Mediterraneo: cooperazione e sviluppo tra la Tunisia e la Regione Lazio.  
Incontri d'affari tra imprenditori tunisini e laziali

**ITALIA**, Parma, marzo 2002  
Fiera internazionale Eurostampi  
**GERMANIA**, Hannover, aprile 2002  
Fiera internazionale Hannover Messe

**GIAPPONE**, Osaka, maggio 2002  
Fiera Intex Osaka  
**POLONIA**, Iarocin, maggio 2002  
Incontri istituzionali e cooperazione produttiva

**ROMANIA**, Arad e Timisoara, luglio 2002  
Incontri d'affari tra imprenditori romeni e laziali

**RUSSIA**, Mosca, Giugno 2002  
Incontri istituzionali e cooperazione produttiva

**TUNISIA**, Tunisi, settembre 2002  
Inaugurazione Antenna Estera della Regione Lazio

**LIBIA**, Tripoli, settembre 2002  
Fiera internazionale Italexpo Libia  
**FRANCIA**, Parigi, novembre 2002  
Fiera Internazionale Midest  
**GERMANIA**, Francoforte, dicembre 2002  
Fiera Internazionale Euromold.



AreaNews

segue da pag. 1

**MISSIONE DI IMPRENDITORI LAZIALI IN ROMANIA CONTEE DI ARAD E TIMISOARA** sul territorio provinciale. L'iniziativa ha offerto ai partecipanti un'occasione di confronto con partners romeni del proprio settore di riferimento - l'Italia anche nel 2001 si è confermata uno dei maggiori partner della Romania - al fine di verificare direttamente la possibilità di pervenire ad accordi di collaborazione commerciale, tecnica ed industriale.

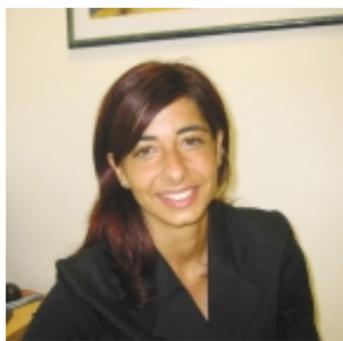
I settori coinvolti, quelli del legno e del mobilio, del tessile e dell'abbigliamento, dell'elettronico e delle telecomunicazioni, dell'agroalimentare e dei materiali da costruzione, hanno determinato un'ampia partecipazione delle aziende laziali e romene. In particolare hanno preso parte alla missione complessivamente 29 imprese tra cui 13 della provincia di Frosinone, mentre le aziende romene, delle contee di

a pag. 4



AreaTecnica

## LA RETE CAMERALE DEGLI SPORTELLI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE GLOBUS



Flavia D'Auria

segue da pag. 1

un'attività all'estero, migliorare la qualità dei servizi sia nei contenuti che nelle modalità di erogazione degli stessi, costituisce un punto di riferimento affidabile per orientare al meglio le attività di internazionalizzazione delle imprese italiane: sono questi i principali obiettivi che il sistema camerale nazionale si è posto progettando e realizzando la rete degli Sportelli per l'internazionalizzazione Globus.

**Lo strumento** "Sportello per l'internazionalizzazione" è stato previsto dal Dlgs n. 143/1998 che ne ha sottolineato l'utilità proprio a livello territoriale, sulla base del principio di sussidiarietà. Questo dispositivo si è posto all'interno di un percorso che ha visto le Regioni accrescere le proprie competenze in materia di internazionalizzazione.

**L'idea** di uno sportello unico per le imprese in materia di internazionalizzazione trae origine dalla stessa evoluzione del quadro economico e normativo del nostro Paese. La creazione di un punto di riferimento unico per le imprese diviene un'esigenza irrinunciabile delle stesse realtà economiche produttive e associative locali.

**Scopo** dello Sportello è quello di agevolare l'accesso delle Piccole e medie imprese a tutta la gamma dei servizi e degli strumenti esistenti in materia di internazionalizzazione del sistema produttivo. Si tratta di una struttura operativa destinata a fornire alle imprese servizi di assistenza sulle modalità di accesso e di utilizzo degli strumenti promozionali, finanziari e assicurativi esistenti a livello nazionale, di consulenza in materia legale, fiscale, di supporto e guida nella selezione dei mercati e dei partner.

Il legislatore si è orientato su un'articolazione



Focus

segue da pag. 1

### LA REGIONE LAZIO VERSO L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

gli imprenditori. L'Ufficio tecnico garantisce alle aziende alcuni servizi standard come analisi dei costi della manodopera, ricerca di partner, opportunità di business e altri servizi più specialistici come la stesura di contratti, progetti di finanziamenti, ricerca di agenti e personale, ricerche di mercato. Al momento sono 20 le aziende che hanno avviato azioni concrete di investimento in Tunisia: 8 progetti sono in via di conclusione mentre per gli altri 12 è in corso uno scambio di informazione con i partner tunisini. Altre iniziative sono in corso di trattativa e riguardano settori come l'assistenza cantieristica navale, progetti di software e promozione del know-how italiano, settore ortofrutticolo e formazione agricola.

Ma abbiamo fatto di più. La Tunisia, infatti, è stata anche il banco di prova di quella che abbiamo battezzato "buona immigrazione", progetto

dello sportello per l'internazionalizzazione su due livelli: un livello regionale, assicurato dalla Regione, da ICE, SACE, SIMEST e dall'Unione Regionale delle Camere di Commercio e, un livello provinciale assicurato dalle Camere di Commercio.

Tale orientamento è maturato sulla base della consapevolezza, a livello istituzionale, di valorizzare la specializzazione funzionale dei soggetti pubblici coinvolti.

Da un lato, vengono dunque garantiti i servizi promozionali e di assistenza estera dell'ICE, l'attività di assicurazione dei rischi imprenditoriali della SACE e la politica di partecipazione agli investimenti produttivi esteri della SIMEST.

Dall'altro, troviamo le Camere di Commercio e le Aziende Speciali impegnate nel fornire servizi in materia di assistenza fiscale, doganale, contrattualistica internazionale e, più in generale, nell'offrire informazioni mirate e personalizzate in materia di accompagnamento alle imprese che operano sul versante dell'internazionalizzazione.

#### LA RETE NAZIONALE DEGLI SPORTELLI GLOBUS

A partire da questa premessa di ordine strategico, il sistema delle Camere di Commercio si è adoperato per dare vita alla rete nazionale degli Sportelli Globus. Una rete che vede oggi collegate in Italia oltre 82 Camere di Commercio e 60 Camere di Commercio italiane all'estero. Il sistema camerale nazionale ha attivato il servizio di sportello internazionalizzazione puntando ad una logica non soltanto di sportello fisico, ma anche e soprattutto virtuale ([www.globus.camcom.it](http://www.globus.camcom.it)). Un network di sportelli collegati via Internet che consente alle aziende di ottenere in tempo reale le informazioni desiderate.

Lo sportello Globus garantisce la prima assistenza alle imprese che esprimono fabbisogni nei loro percorsi di internazionalizzazione, assicurando:

- una funzione di risposta ai quesiti delle imprese;
- un ruolo di orientamento a beneficio dell'impresa per indirizzarla verso gli interlocutori pubblici o privati in grado di fornire le soluzioni richieste;
- un programma di orientamento sui principali mercati esteri con il supporto di una rete dedicata di nodi qualificati e interconnessi da una

metodologia condivisa.

È evidente come di fronte ad un'evoluzione della domanda di servizi ormai standardizzati ed a basso valore aggiunto cresce la domanda di servizi complessi e qualificati legati ai principali fattori di competitività sul mercato globale:

- le partnership e le collaborazioni internazionali;
- la ricerca e l'accesso a forme di finanziamento innovative;
- l'organizzazione e la produzione orientate all'internazionalizzazione;
- l'innovazione di prodotto e di processo e l'introduzione di sistemi di qualità;
- l'incremento delle capacità di informazione, comunicazione e di relazione delle aziende con altre imprese, con il sistema finanziario, con le istituzioni, con i servizi privati internazionali, attraverso la diffusione dell'accesso delle PMI alle tecnologie dell'informazione;

Le Camere di Commercio, tramite gli Sportelli Globus si sono impegnate nel rispondere a queste nuove e più sofisticate esigenze del mondo imprenditoriale organizzandosi in un network al fine di:

- sperimentare concretamente modalità innovative e meno burocratiche di rapporto con il cliente "impresa", sviluppando una mentalità di servizio al cliente;
- integrare funzionalmente il sistema camerale con soggetti diversi che operano a livello locale, nazionale ed internazionale con l'obiettivo comune di sviluppare strumenti e strategie orientate a fornire un servizio reale alle imprese, attuando la razionalizzazione di attività e risorse;
- sviluppare e promuovere la diffusione di una cultura della qualità del servizio e dell'orientamento al risultato.

#### LA RETE REGIONALE DEGLI SPORTELLI GLOBUS

In vista della progressiva costituzione della rete nazionale degli Sportelli Globus, anche il sistema delle Camere di Commercio del Lazio si è presentato puntuale all'appuntamento. Attraverso il coordinamento a livello regionale promosso da UnioncamereLazio, è stata costituita la rete regionale degli Sportelli Globus attivi presso le cinque Camere di Commercio del Lazio.

[www.unioncamerelazio.it/Promo\\_Estero/Globus.htm](http://www.unioncamerelazio.it/Promo_Estero/Globus.htm).

Un esempio concreto e costante dell'impegno del sistema camerale ad affiancare le imprese laziali intenzionate ad avviare o consolidare la propria attività imprenditoriale all'estero.

I responsabili di Sportello forniscono informazioni e assistenza personalizzate e accompagnano per mano l'imprenditore impegnato nel delicato percorso di internazionalizzazione.

Consultare gli Sportelli significa disporre, in qualsiasi momento, di una fonte di informazione tempestiva, aggiornata e affidabile al fine di non incorrere in spiacevoli sorprese quando si opera all'estero.

La rete regionale è fortemente impegnata in questi giorni a rafforzare la propria presenza sul territorio attraverso iniziative rivolte a potenziare l'attività della rete anche in vista della costituzione dello Sportello regionale per l'internazionalizzazione nel Lazio.

#### DOVE E COME CONTATTARE GLI SPORTELLI GLOBUS NEL LAZIO

**CCIAA Frosinone**  
Azienda Speciale A.S.P.I.  
Viale Roma - Frosinone  
Tel: 0775 824193 - Fax: 0775 823583  
E-mail: [info@aspin.fr.it](mailto:info@aspin.fr.it) - Sito Web: [www.aspin.fr.it](http://www.aspin.fr.it)

**CCIAA Latina**  
Seci Latina Spa  
Via Diaz, 2 - Latina  
Tel: 0773 407401 - Fax: 0773 407467  
E-mail: [info@seclatina.it](mailto:info@seclatina.it)  
Sito Web: [www.latinatrading.it](http://www.latinatrading.it)

**CCIAA Rieti**  
Via delle Palme, 26 - 02100 Rieti  
Tel: 0746 201364/5 - Fax: 0746 205235  
E-mail: [cciaa.rieti@ricamcom.it](mailto:cciaa.rieti@ricamcom.it)  
Sito Web: [www.camercomrieti.it](http://www.camercomrieti.it)

**CCIAA Roma**  
Azienda Speciale Promoroma  
Via Dè Burrò 147 - 00186 Roma  
Tel: 06 6795941 - Fax: 06 6786521  
E-mail: [globus@promoroma.com](mailto:globus@promoroma.com)  
Sito Web: [www.promoroma.com](http://www.promoroma.com)

**CCIAA Viterbo**  
Azienda Speciale CE.FAS.  
Villa Tedeschi - Viale Trieste 127 - Viterbo  
Tel: 0761 324196/345979 - Fax: 0761 345974  
E-mail: [internazionalizzazione@cefias.com](mailto:internazionalizzazione@cefias.com)  
Sito Web: [www.cefias.org](http://www.cefias.org)

**Unione Regionale Camere di Commercio del Lazio**  
Via Dè Burrò 147 - 00186 Roma  
Tel: 06 52082678 - Fax: 06 6785516  
E-mail: [areaestero@unioncamerelazio.it](mailto:areaestero@unioncamerelazio.it)  
Sito web [www.unioncamerelazio.it](http://www.unioncamerelazio.it)

**Flavia D'Auria**  
Area Estero Unioncamere Lazio

delle PMI, sono ancora bassi. Quali sono secondo lei i fattori che frenano l'investimento e quali le azioni per svilupparli?

Tradizionalmente il Lazio non ha mai avuto, in passato, una forte predisposizione al commercio con l'estero. Innanzitutto, quindi, il primo obiettivo che ci siamo prefissi per invertire questa tendenza è stato l'avvio di una nuova cultura dell'internazionalizzazione, caratterizzata non più dalla promozione di eventi spot o dalla semplice partecipazione di poche grandi aziende a fiere e manifestazioni all'estero, ma proprio dall'affiancamento di uffici tecnici all'operatività sui mercati esteri.

In questo senso l'azione dell'Agenzia Sviluppo Lazio si sta rivelando preziosa, appoggiata però anche da un'intensa azione diplomatica, dall'approfondimento dei rapporti di amicizia a livello istituzionale, da una fitta serie di iniziative di cooperazione all'interno delle quali l'aspetto puramente commerciale rappresenta il passo conclusivo di un processo programmato.

Abbiamo concepito l'internazionalizzazione con progetti di livello consortile, in cui le piccole e medie imprese sono state coinvolte in un'ottica territoriale e comprensoriale. Oggi infatti le strategie di internazionalizzazione si basano sul marketing territoriale. La singola impresa, da sola, non è in grado di strutturarsi per affrontare il processo di sviluppo sui mercati stranieri, perché la sfida attuale è quella dell'internazionalizzazione dei "sistemi territoriali" di PMI.

Anche per questo la regia da parte della Regione alle iniziative di commercio con l'estero comprenderà sempre più azioni mirate ad assicurare alle aziende meccanismi agevoli di accesso al credito ed a certificare, verso i nostri partner, la qualità delle esportazioni laziali, selezionando attentamente, al contempo, i mercati più idonei per la diffusione del "made in Lazio".

**Andrea Renna**  
Ufficio Stampa  
Camera di Commercio Frosinone



AreaNews

segue da pag. 3

Arad e Timisoara, sono state complessivamente 80.

Per alcuni di questi settori sono emerse interessanti prospettive per il trasferimento di tecnologia e di know-how verso la Romania nonché la possibilità di avviare accordi produttivi con le due aree geografiche romene dove, tra l'altro, si registra una forte presenza dell'economia italiana con oltre 1.200 joint venture.

La Romania presenta una posizione geografica di assoluto rilievo, collocata al centro della "Nuova Europa".

Le Contee visitate si trovano ad ovest della Nazione, ai confini con l'Ungheria, una posizione strategica trovandosi al centro delle vie commerciali tradizionali in una zona di ampia circolazione e penetrazione europea.

Si tratta di un'area con un forte potenziale di crescita. Entrambi i distretti, infatti, stanno elaborando programmi strategici di sviluppo economico e sociale che, oltre ad individuare e definire le direttrici di crescita locale, sono tesi alla modernizzazione dei sistemi territoriali, dall'adeguamento infrastrutturale alla creazione di parchi industriali, dallo sviluppo del settore dei servizi alla valorizzazione del sistema turistico. Oltre alle opportunità commerciali ed insediative il mercato delle due Contee è dotato di un interessante patrimonio tecnico scientifico e di forza lavoro qualificata a costi contenuti, grazie anche alle numerose Università pubbliche e private presenti in particolare nel Distretto di Timisoara.

**Maria Paniccia**

A.S.P.I.N.



ASPINETWORLD

Anno 1 n. 0 settembre/ottobre 2002

Direttore

Augusto Pigliacelli

Coordinamento Editoriale

Mario Popolla

Comitato di Redazione

Norberto Ambrosetti

Gianluca De Santis

Dario Fiore

Giuseppe Masetti

Maria Paniccia

Massimo Roscia

Andrea Renna

Federico Sisti

Redazione e Amministrazione

A.S.P.I.N., Viale Roma, 03100 Frosinone

Tel. 0775.824193 - Fax 0775.823583

www.aspin.fr.it - info@aspin.fr.it

Progetto Grafico

CB&C Canestraro Campioni & Co. S.r.l.

www.cbcnet.it

Stampa

Grafiche Ponticelli S.p.A.

Foto

Archivio Aspin

Archivio Camera di Commercio di Frosinone

Archivio CB&C

La collaborazione è libera e per invito. Gli articoli firmati esprimono l'opinione dei rispettivi autori. Eventuali richieste di fascicoli vanno rivolte alla redazione. La riproduzione anche se parziale degli scritti, dei grafici e delle fotografie pubblicati è consentita previa autorizzazione e citando la fonte.



Speciale Paese

segue da pag. 1

## ROMANIA

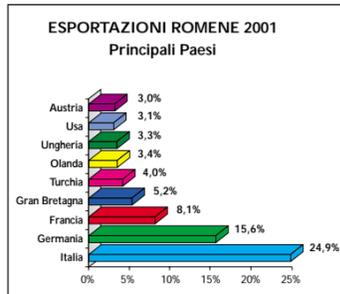
oggi circa il 61,5% del PIL e nel 1999 gli investimenti stranieri hanno raggiunto i 4 miliardi di dollari.

### La Congiuntura

Dopo tre anni consecutivi caratterizzati da una forte recessione, nel 2001, il Prodotto Interno Lordo è aumentato del 5,3% in termini reali segnando, quindi, una crescita superiore alle previsioni ufficiali. La crescita è stata determinata prevalentemente dalla ripresa in agricoltura (+21,2%), nell'industria (+7,9%) e nell'edilizia (+5,2%). La produzione industriale è aumentata, rispetto al 2000, prevalentemente grazie all'incremento della produzione nei settori della lavorazione delle materie prime (+9,6%) e dell'industria mineraria (+4,9%). Nello stesso periodo si è registrata una lieve riduzione dell'attività nella produzione di energia elettrica, energia termica e gas naturale (-1,3%). È aumentata la produzione di tutti i beni industriali ad eccezione dei beni di consumo durevoli (-1,0%). L'aumento della produzione agricola è stato, invece, determinato prevalentemente dall'incremento della produzione vegetale (+35,2%), grazie alla maggiore produttività ed alle migliori condizioni climatiche.

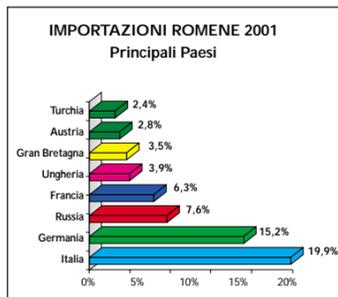
### Commercio Estero

Dopo il boom fatto registrare nel 2000, l'andamento delle esportazioni nel 2001 è stato meno brillante e percentualmente inferiore all'aumento delle importazioni. Il deficit delle partite correnti ha iniziato a crescere dall'inizio dell'anno e quello della bilancia commerciale ha superato, a fine 2001, i 4 miliardi di dollari, con esportazioni per soli 11.385 milioni di dollari (+9,82% rispetto al 2000) ed importazioni per 14.441,6 milioni di dollari (+19,13% rispetto al 2000). Per quanto riguarda la struttura delle esportazioni romene nel 2001, la maggior quota è rappresentata dai capi di abbigliamento in tessuti e maglia (26,2%), seguita da macchine e dispositivi meccanici, macchinari, apparecchi ed attrezzature elettriche (14,8%), prodotti metallurgici, calzature, minerali. Il 67,8% delle esportazioni romene sono state indirizzate verso l'Unione Europea (+16,2% rispetto al 2000).



Per quanto riguarda le importazioni in Romania dal resto del mondo, i principali prodotti acquistati nel 2001 sono stati: macchinari, apparecchiature elettriche, apparecchiature audio e video, materie prime

(minerali, petrolio grezzo, gas naturale), prodotti chimici e metallurgici.



### Scambi commerciali Romania- Italia

Negli ultimi anni l'Italia si è sempre confermata il primo partner commerciale della Romania, sia nell'import che nell'export. I principali scambi commerciali tra i due Paesi riguardano:

- Export dall'Italia verso la Romania: prodotti tessili, pelli grezze conciate, calzature, macchine agricole ed industriali e loro parti di ricambio, prodotti chimici e derivati, macchine, apparecchi ed attrezzature elettroniche, metalli comuni ed articoli in metalli comuni;

- Import in Italia dalla Romania: abbigliamento e maglieria, cuoio e calzature, minerali ferrosi e non ferrosi, prodotti chimici, legno e mobili di legno, materie plastiche.

Le prospettive per le aziende italiane interessate al mercato romeno sono sicuramente positive non solo per la posizione geografica del Paese e per il numero dei suoi abitanti (quasi 23 milioni di potenziali consumatori), ma anche per i vantaggi comparativi che ancora offre nella delocalizzazione produttiva. Tra i settori più importanti, oltre a quelli tradizionali del tessile/abbigliamento e della trasformazione del legname, suscettibili di positivi sviluppi a breve-medio termine, vanno segnalati quelli dell'informatica e telecomunicazioni (che saranno completamente liberalizzate a partire dal 2003) e delle costruzioni, nonché i comparti che beneficiano, o beneficeranno, dei finanziamenti UE e, quindi, infrastrutture, trasporti, ambiente, agroindustria e turismo rurale.

### Scambi commerciali Romania- provincia di Frosinone

Nel corso dell'anno 2000, la provincia di Frosinone ha importato beni dalla Romania per un valore complessivo pari a 2.596.000 euro ed ha esportato prodotti per un ammontare di 4.244.000 euro. Alla voce importazioni dalla Romania nella nostra provincia si segnalano, per ordine di importanza: metalli preziosi, pasta da carta, carta e cartone, prodotti in metallo, componenti elettronici, mobili, legname ed accessori per l'abbigliamento. Tra i beni esportati in Romania si registrano: costruzioni metalliche, prodotti tessili, articoli in gomma, prodotti chimici di base, tessuti, autoveicoli ed altre macchine per impieghi speciali.

### Inflazione

Tra i Paesi dell'Europa dell'Est, la Romania continua ad avere uno tra i più alti tassi di inflazione: il 45% nel 2000 e "solo" il 30,3% nel 2001. Il



comparto alimentare ha fatto registrare rincari sopra la media con un +60,5% per la carne bovina, +52,2% per quella suina, +40,8% per i preparati di carne e +35,5% per il pollame; l'olio commestibile è rincarato del 39,2% e nel solo mese di dicembre il suo prezzo è aumentato del 12%. Nel comparto dei generi non alimentari i maggiori rincari hanno riguardato i gas naturali (quasi raddoppiati), l'energia termica il cui prezzo è cresciuto del 57,2%, mentre le tariffe per l'energia elettrica sono aumentate del 36,5%. Per quanto riguarda i servizi, i maggiori rincari si sono verificati nelle tariffe per il trasporto ferroviario.

### Investimenti esteri

Nonostante numerosi provvedimenti contenenti agevolazioni fiscali e doganali per il rilancio degli investimenti, la Romania non è ancora riuscita ad attrarre flussi consistenti di capitali dall'estero. Nel 2001 è stato registrato un afflusso di capitali esteri equivalenti a 1.317 miliardi di dollari. Nell'arco temporale dicembre 1990 - fine 2001, gli Investimenti Esteri Diretti in Romania sono ammontati complessivamente a 7.841 milioni di dollari circa. Il flusso degli investimenti italiani, nello stesso periodo, è stato pari a 517 milioni di dollari. Le principali aree di destinazione dei capitali italiani sono quelle ove più bassa è l'incidenza del costo della manodopera (Bacau, Braila, Neamt, Giurgiu, Zimnicea, Teleorman, Hunedoara, Alexandria) ovvero nelle regioni geograficamente più vicine al nostro Paese (Transilvania, Banato); consistenti anche gli insediamenti italiani nei centri industriali non troppo lontani da Bucarest (Ploiesti, Pitesti, Brasov, Calarasi, Braila). La caratteristica predominante della presenza italiana è quella che si basa sui contratti di lavorazione "per conto" (sistema "lohn") tipici del tessile/abbigliamento, calzature e pelletteria, con materie prime provenienti dall'Italia, ma sempre più frequenti sono anche le delocalizzazioni sotto forma di joint ventures e contratti con produttori locali per la fornitura o l'assemblaggio di parti di macchine o componenti di beni strumentali.

### Turismo

La Romania gode, dalle cime dei

Carpazi alla soleggiata riviera del Mar Nero, di notevoli capacità turistico-attrattive. Affascinanti paesaggi, vestigia dell'antichità daco-romana, splendidi monumenti medievali ed una vigorosa ed originale cultura popolare fanno della Romania un prodotto "appetibile" sul mercato turistico mondiale. La riviera romena è famosa per le sue 16 stazioni balneari disseminate lungo i 50 km di costa. Il Delta del Danubio è unico in Europa per i suoi paesaggi e la vita selvatica ivi conservata. Nella parte meridionale della Transilvania si trovano belle città medievali (Sibiu, Sighisoara e Brasov). Il territorio della Barsa, che si trova dentro l'arco carpatico, è la più famosa zona europea delle chiese contadine fortificate. Nella stessa area si trova anche la c.d. Roccaforte di Dracula (il castello di Bran). Nel Nord della Moldavia vi sono diverse chiese affrescate all'esterno del Cinquecento e del Seicento. Nel 1998, quasi 5 milioni di turisti stranieri hanno visitato la Romania e circa 7 milioni di romeni hanno viaggiato all'estero.

### Principali città

Le maggiori città della Romania sono: Bucarest, la capitale con 2.016.000 abitanti, Iasi (348.000 abitanti), Constanza (342.000), Cluj-Napoca (332.000), Galazi (330.000), Timisoara (324.000), Brasov (314.000) e Craiova (313.000).

### Aeroporti e porti

Nella capitale sono presenti due aeroporti: Bucarest-Otopeni, per traffico internazionale e Bucarest-Baneasa, per traffico interno e internazionale. Altre 15 città dispongono di strutture aeroportuali (gli aeroporti di Constanza, Timisoara, Arad, Sibiu e Suceava assicurano anche il traffico internazionale).

Constanza è il maggior porto di tutta la regione del Mar Nero. Altri porti marittimi sono Sulina e Mangalia. I maggiori porti sul Danubio sono Orsova, Drobeta-Turnu Severin, Giurgiu, Calarasi, Cernavoda, Braila, Galati e Tulcea.

### Moneta nazionale

La moneta nazionale è il Leu.

1 EURO = 32.800

lei (cambio al 1.9.2002)

Fonte: ICE, Infocamere.

**Massimo Roscia**

Ufficio di Presidenza

Camera di Commercio Frosinone