



A.S.P.IN Network



Anno 2 numero 2 marzo/giugno 2004

A.S.P.IN - 03100 Frosinone - Viale Roma Tel. 0775.824193 - fax 0775.823583 - www.aspin.fr.it info@aspin.fr.it

bimestrale d'informazione sull'economia internazionale

EDITORIALE

La Rete Informa...



Augusto Pigliacelli

Gli scambi commerciali avranno quest'anno una buona accelerazione. Lo sostiene il rapporto 2004 dell'Organizzazione mondiale del commercio (Wto, nella più conosciuta sigla inglese), pubblicato il 5 aprile 2004, che prevede un incremento del 7,5%. Lo scorso anno, gli scambi globali erano invece cresciuti in misura inferiore, del 4,5 per cento. Come fare per cogliere le opportunità di questa tendenza? In particolare le piccole e medie imprese che saltuariamente hanno avuto rapporti con i mercati esteri come possono reperire informazioni utili per le loro operazioni di commercio internazionale? Gli strumenti a disposizione sono tanti e diversificati tra loro, offerti dalle strutture organizzative pubbliche e private che insistono nel campo dell'internazionalizzazione. Ma quello che conta di più è la conoscenza, l'informazione e, soprattutto,

a pag. 2



Nella Rete

Dalle ceneri della "New economy"

a pag. 4



Area News

Cerca e trova su Internet La Rete a supporto del Sistema Italia

a pag. 3



Area Tecnica

Il forfaiting: smobilizzare pro soluto i crediti all'export

a pag. 2



Focus

La ripresa del commercio internazionale



Beniamino Quintieri

La presentazione del rapporto Ice-Prometeia da parte del presidente dell'Istituto nazionale del Commercio Estero, Beniamino Quintieri, alla presenza tra gli altri del direttore generale Ugo Calzoni, ha rappresentato un'occasione in cui rendere evidenti le aspettative di ripresa per l'export internazionale. Un elemento che si rivela incoraggiante anche per le piccole imprese dell'area del Lazio.

Nel biennio di previsione 2004-2005, il miglior tono della crescita internazionale e la graduale ripresa dell'elasticità del commercio mondiale al Pil dovrebbero consentire un'accelerazione degli scambi mondiali a tassi superiori al 7% (a prezzi costanti). Le aree emergenti (Asia, Europa Centro Orientale e America Latina) potrebbero crescere a tassi prossimi al 10%, mentre la crescita degli scambi in Europa Occidentale, benché in accelerazione rispetto agli anni precedenti, sarà più contenuta, intorno al 5,5%. Lo scenario di previsione si caratterizza per una prima fase in cui il com-

mercio mondiale sarà ancora trainato dalla ripresa USA. Nella seconda fase, dopo le elezioni presidenziali di novembre, la necessità per l'economia statunitense di riassorbire gradualmente alcuni squilibri (indebitamento delle famiglie, indebitamento pubblico e con l'estero) determinerà un rallentamento della domanda americana, che sarà però controbilanciato dall'accelerazione di alcune aree emergenti (Europa Centro Orientale, Nord Africa e Medio Oriente) e dalla prosecuzione a tassi elevati del commercio asiatico.

I fenomeni di ricomposizione del commercio mondiale porteranno alcuni paesi in via di sviluppo ad assumere un ruolo sempre più importante come mercati di sbocco (Cina, in primis). Si tratta di paesi destinati a diventare velocemente potenze industriali, grazie alla capacità di attrarre investimenti esteri. Questi paesi tendono a sviluppare sempre più l'apparato industriale con importazioni di beni intermedi e di investimento, mentre la distribuzione dei redditi ed il loro livello medio tenderanno a limitare ancora per alcuni anni il loro ruolo nello sviluppo del commercio mondiale di beni di consumo.

Le prospettive di un ulteriore indebolimento del dollaro americano nella media di quest'anno, inferiore a quello del 2003, e di una successiva stabilizzazione dei rapporti di cambio dovrebbero tendere a contenere le riduzioni dei prezzi medi in euro sui mercati internazionali. I flussi in euro correnti potrebbero così crescere del 5,4% nel 2004 e avvicinarsi al 9% nel 2005, offrendo alle imprese italiane significative opportunità di crescita del fatturato realizzato all'estero.

Dal punto di vista del commercio mondiale settoriale, Farmaceutica ed Elettronica dovrebbero confermarsi i set-

tori a crescita più elevata. Le politiche di delocalizzazione produttiva delle multinazionali nel primo caso (in particolare nelle aree a più alto reddito) ed il processo di frammentazione dell'attività produttiva nel secondo (nei paesi asiatici) saranno i principali fattori di traino alla cre-

scita di questi comparti. In termini di quote di mercato delle imprese italiane, lo scenario previsto non si discosta molto dall'evoluzione registrata nell'ultimo decennio. Nei prossimi anni, i produttori italiani potrebbero, infatti, cedere ulteriormente

a pag. 3



Speciale Paese

TURCHIA

La Turchia confina con Grecia, Bulgaria, Georgia, Armenia, Iran, Iraq e Siria, si estende per una superficie totale di 779.452 kmq e conta circa 69 milioni di abitanti. Il territorio - occupato in gran parte dal vasto altopiano anatolico, prevalentemente montuoso - può essere suddiviso in sette regioni fisiche: la Tracia e le terre bagnate dal mar di Marmara; la regione egea e mediterranea; la regione del Mar Nero; l'Anatolia occidentale; l'altopiano anatolico centrale; le zone montuose orientali; l'Anatolia sudorientale. La parte europea e la parte asiatica sono divise tra di loro dal Bosforo, dal Mar di Marmara e dallo Stretto dei Dardanelli. L'Anatolia è un immenso altopiano che si innalza progressivamente verso Est, tagliato da profonde valli e da una quindicina di fiumi tra cui i biblici Tigri ed Eufrate. A nord si estende la catena di Montagne del Mar Nero, parallela al mare, che poi lascia il posto a fertili pianure. La Turchia presenta grandi varietà di clima: temperato al Nord, continentale nelle zone interne e mediterraneo lungo il mare Egeo e le coste mediterranee. Le coste della Turchia, bagnate da quattro mari, si estendono per oltre 8.000 chilometri.

Il quadro economico generale

Nonostante la contrazione registrata negli ultimi anni, la struttura economica della Turchia continua ad essere caratterizzata dalla presenza di un forte settore primario: l'agricoltura, più sviluppata lungo le coste ed arretrata nelle regioni interne, occupa un posto molto importante nell'economia del Paese. Il settore è basato su una fitta rete di piccoli fondi di modesta capacità produttiva e le principali colture sono: grano, orzo, cotone, tè, tabacco, nocciola e frutta. Per quanto riguarda l'allevamento, gli ovini costituiscono la voce più rilevante (le capre producono la pregiatissima lana mohair). I principali minerali estratti sono il carbone, il cromo, il ferro, il rame, la bauxite e lo zolfo. L'energia elettrica è prodotta all'80% da centrali alimentate a petrolio o

a carbone ed al 20% da centrali idroelettriche. L'industria, seppur caratterizzata negli ultimi anni da alcune flessioni ed evidenti rallentamenti, appare comunque in costante crescita. Essa è rivolta soprattutto alla trasformazione dei prodotti agricoli ed alla lavorazione dei prodotti alimentari (industria conserviera e pastifici), al tessile (lanifici, cotonifici e setifici) alla metallurgia, alla costruzione di automobili e di macchinari agricoli, alla manifattura del tabacco ed alla lavorazione di cuoio e pellami e, naturalmente, di tappeti. Il comparto dei servizi si caratterizza per la considerevole espansione del turismo estivo ed invernale. Recentemente la Turchia, con il rapido e moderno sviluppo delle sue infrastrutture, è diventata una delle maggiori destinazioni turistiche in Europa.

La congiuntura

Per comprendere al meglio le più recenti tendenze congiunturali del Paese è necessario ripercorrere, seppur sommariamente, l'evoluzione socioeconomica turca degli ultimi sessant'anni. La modernizzazione del sistema, avviata negli anni Cinquanta, si è intensificata nel decennio successivo attraverso una serie di piani nazionali, che hanno privilegiato i settori agricoli più avanzati e stimolato lo sviluppo dell'industria di base e meccanica. La scelta di apertura fatta intorno alla metà degli anni '80 dal presidente Ozal ha fatto sì che venissero sviluppate alcune infrastrutture fondamentali per la modernizzazione del Paese (sistema stradale, aeroportuale, ecc.). Tali interventi hanno attirato un notevole flusso di capitali stranieri che hanno investito in Turchia fino alla fine degli anni '80. Tassi di crescita positivi dell'economia sono stati registrati, in modo continuativo, fino al 1994, anno in cui si è fatta sentire la prima grossa crisi finanziaria del Paese. Negli ultimi anni, ai nefasti effetti della crisi finanziaria dei mercati asiatici si sono aggiunti gli ingenti danni causati dai sismi che hanno

a pag. 4



Mondo A.S.P.IN

Aspin: Promozione 2004 "Hannover Messe Subcontracting": vetrina mondiale dell'industria moderna

a pag. 3

Aspin: Promozione 2004 Parma "Subfornitura ed Eurostampi": tre giorni di contatti, opportunità e novità.

a pag. 3



Osservatorio A.S.P.IN

Frosinone guarda la Polonia In crescita l'interscambio commerciale

a pag. 2



EDITORIALE

segue da pag. 1

la possibilità di poterle avere in tempo reale. In tal senso la Rete offre numerose e qualificate occasioni di informazione e di approfondimento sia dal punto di vista tecnico che economico e statistico.

Abbiamo pertanto deciso di dedicare uno spazio, in questo numero di Aspinetworld, ai principali siti Web italiani a carattere pubblico nazionale specializzati nel settore, mentre nel prossimo ci occuperemo dei siti regionali e locali.

Il principale vantaggio, rispetto al passato, per quanti operano con l'estero è quello di poter disporre di portali telematici che con successo riescono a riassumere e schematizzare chiaramente gli strumenti a disposizione e le iniziative di promozione. E' evidente che la possibilità di disporre di informazioni tecniche, economiche, giuridiche presuppone un atteggiamento attivo, di consultazione e di ricerca, da parte degli operatori ma la completezza degli spazi web offre anche la possibilità di ricevere, generalmente in forma gratuita, informazioni e news letters mediante e-mail personalizzate.

La Rete torna ad essere uno degli strumenti immediati di consultazione che ci permette, oltre di acquisire informazioni, di interagire direttamente con le istituzioni e gli enti dediti al commercio internazionale.

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



Il forfaiting: smobilizzare pro soluto i crediti all'export

Definizione

Con il nome di forfaiting si identifica la tecnica con cui alcune finanziarie chiamate forfaiter, specializzate nella valutazione dei rischi locali (rischio Paese debitore e rischio banca garante) e dei rischi di mercato (rischio provvista a tasso fisso per il medio e lungo termine) acquistano il credito che il fornitore italiano ha nei confronti del proprio cliente estero dando in cambio un importo in contanti. In altre parole, il forfaiting è il termine utilizzato per indicare l'acquisto "pro-soluto" di un credito a medio termine, espresso in genere nella forma di titoli di credito cambiari, derivante da esportazione di beni o prestazione di servizi, senza rivalsa verso ogni precedente possessore dei titoli. Il mercato del forfaiting è nato e si è sviluppato a partire dagli anni sessanta per supportare lo sviluppo degli scambi internazionali di beni strumentali, principalmente nei confronti dei paesi dell'est europeo, e i paesi in via di sviluppo o dei paesi di nuova industrializzazione, rispetto ai quali gli esportatori non potevano mantenere aperti rischi commerciali e politici a lunga scadenza.

L'importanza dell'autonomia del credito

Con il forfaiting è possibile scontare portafogli cambiari, rappresentati da cambiali-tratte accettate (*accepted bills of exchange*), oppure pagherò (*promissory notes*) emessi dallo stesso compratore all'ordine dell'esportatore. Possedendo il titolo cambiario una vita autonoma rispetto al contratto sottostante, il forfaiter può concentrarsi sui rischi impliciti nel rapporto di credito-debito del titolo, senza essere coinvolto nei complessi problemi del contratto di esportazione, che possono continuare anche per molto tempo dopo l'emissione dei titoli.

La garanzia bancaria

Salvo nel caso in cui l'importatore/debitore sia di primaria importanza a livello internazionale, il forfaiter richiede generalmente che il credito sia assistito da garanzia bancaria sotto forma di avallo o di lettera di garanzia separata. Questa pre-condizione trova la sua ragion d'essere nel fatto che il forfaiter,

non potendo effettuare alcuna azione di rivalsa sull'esportatore, può contare soltanto sulla citata garanzia nel caso di inadempimento dell'impegno da parte del debitore.

Rischi da cui è liberato l'esportatore
L'immediato incasso del credito da parte della ditta esportatrice non mira soltanto a risolvere il fabbisogno di liquidità della ditta stessa ma la libera pure da tutti i rischi connessi con il credito:

1. rischio di insolvenza dell'acquirente o della banca garante;
2. rischio di trasferimento valutario;
3. rischio politico del Paese debitore.

E' infatti il forfaiter che si assume i suddetti rischi, sin dal momento del rilascio del suo impegno a scontare pro-soluto un certo credito. L'esportatore cedente gli effetti si protegge contro ogni azione di regresso apponendo nella girata l'espressione «*without recourse*» (senza rivalsa). In base alla Convenzione di Ginevra (sulle cambiali internazionali) e agli usi internazionali, questo tipo di girata produce l'effetto giuridico di impedire ogni regresso nel caso di mancato pagamento delle cambiali, mentre rimane legalmente responsabile del buon fine degli stessi il solo emittente (o accettante) sul quale grava l'onere del regolamento.

I vantaggi per l'esportatore

Numerosi sono i vantaggi per l'esportatore. In particolare possiamo segnalare i seguenti:

- elimina dal bilancio la posta «crediti verso clienti» e «debiti verso banche»
- migliora l'indice di liquidità
- incrementa la propria capacità di indebitamento
- non è soggetto alla eventuale fluttuazione dei tassi di interesse
- non ha rischio di cambio
- non deve affrontare alcun problema di contenzioso in caso di ritardo o di non pagamento alle scadenze pattuite con il debitore.

Il funzionamento

Sin dalla fase di assegnazione della commessa, l'esportatore ha la possibilità di rivolgersi ad un istituto operante nel campo del forfaiting per richiedere un impegno (*commitment*) allo sconto del credito in data futura, bloccandone anche i termini di costo. Ciò al fine di evitare il

rischio di vedere pregiudicate le opportunità di negoziazione del credito o di dover constatare un peggioramento delle condizioni di smobilizzazione nel corso dell'approntamento della fornitura. Con il rilascio del proprio *commitment* il forfaiter si obbliga a scontare il portafoglio cambiario dell'esportatore, al tasso pattuito. Tale tasso può essere un tasso nominale prefissato o essere pari ad uno *spread* sui cosiddetti *matching Libors*, cioè sul costo della raccolta al momento effettivo dello sconto. La fase centrale di un'operazione di forfaiting è costituita dalla presentazione all'istituto incaricato dello smobilizzo degli effetti cambiari debitamente girati con la clausola «*without recourse*». Lo sconto pro-soluto si concretizza di norma non appena il forfaiter riceve i titoli, previa soltanto una verifica della regolarità della documentazione dando luogo ad un trasferimento del netto ricavato sulle casse della banca agente indicata dal beneficiario. A questo punto si completa appunto la forfetizzazione del credito, almeno dal punto di vista dell'esportatore.

Quale tasso di sconto?

Il forfaiter, di solito utilizzano diversi tassi di sconto che sono i seguenti:

Straight Discount

Simple Discount to Yield

Discount to Yield Compounded Annually

Discount to Yield Compounded Semi-Annually

E' opportuno, quando si prendono in esame le offerte considerare quale tipo di tasso di sconto sia quotato e quale formula sia effettivamente usata dal forfaiter, poiché piccole variazioni possono portare a differenze anche significative, soprattutto quando si parla di cambiari a lunga scadenza e di importi rilevanti.

L'agevolazione Simest

Simest, Società Italiana per le Imprese all'Estero, interviene nell'operazione coprendo la differenza tra il tasso richiesto dal forfaiter e il tasso fisso *Cirr*, tasso agevolato definito mensilmente in sede Ocse. Sono ammissibili le operazioni di finanziamento di crediti all'esportazione, relativi a forniture di origine italiana o comunitaria (con alcuni limiti) di:

- macchinari e impianti,
- studi, progettazioni e lavori,
- servizi o attività ad esse collegate,
- semilavorati e/o beni intermedi destinati esclusivamente ad essere integrati in beni di investimento.

Non sono ammissibili i beni di consumo, anche durevoli. Per ottenere il finanziamento è necessario che almeno il 15% della fornitura venga pagato in contanti.

Domenico Del Sorbo

Studio di Consulenza e Formazione per il Commercio Internazionale



Schema di vendita con uso del forfaiting

Fonte: Castellucci & Partners - Milano



Frosinone guarda la Polonia. In crescita l'interscambio commerciale.

Lo scorso 28 aprile, presso la Camera di Commercio, sono state presentate le risultanze di un progetto Comenius dagli Studenti dell'Istituto superiore di Ferentino "A. Lolli Ghetti" e della Zespol Szkol Zawodowych nr. 1 di Bytom (Polonia).

L'incontro è stato supportato dall'Ufficio studi camerale attraverso l'illustrazione delle principali caratteristiche del tessuto economico locale e con un approfondimento dell'andamento degli scambi commerciali tra la provincia di Frosinone e la Polonia.

Nell'ambito dell'iniziativa, peraltro inserita tra i progetti tesi a favorire l'integrazione dei nuovi Paesi entrati a far parte dell'Unione europea dal 1° maggio 2004, è emersa una notevole crescita, negli ultimi anni, del peso della Polonia come partner commerciale della provincia di Frosinone. Nell'anno 2003 essa si è attestata, infatti, al quarto posto della graduatoria dei maggiori

Scambi della Provincia di Frosinone nei confronti della Polonia - serie storica (valori in migliaia di euro e variazioni in percentuale)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
VALORI										
Esportazioni	13.467	30.268	13.043	18.404	19.195	53.173	80.915	89.848	132.107	148.042
Importazioni	13.265	15.324	45.290	51.499	45.625	24.563	34.412	181.850	45.504	65.005
Salidi	202	14.944	-32.247	-33.095	-26.430	28.610	46.504	-92.002	86.603	83.037

Fonte: elaborazione su dati ICE-ISTAT

destinatari delle esportazioni della provincia di Frosinone, subito dopo Germania, Francia e Spagna.

I rapporti con la Polonia sono risultati consolidati (+12,1% variazione 2003/2002 delle esportazioni verso tale nazione) anche a fronte della congiuntura sfavorevole che ha caratterizzato gli ultimi anni e che ha comportato variazioni negative nei confronti di quasi tutti i Paesi.

L'analisi estesa all'ultimo decennio

mostra variazioni sempre positive, da un anno all'altro, dell'export provinciale nei confronti della Polonia, con la sola eccezione dell'anno 1996, con valori assoluti passati da 13.467.000 euro dell'anno 1994 ai 148.042.000 Euro del 2003.

Interessante anche la dinamica delle importazioni, passate dai 13.265.000 Euro del 1994 ai 65.005.000 Euro del 2003, con un andamento caratterizzato da notevoli fluttuazioni e da un picco positivo nell'anno 2001.

Il saldo della bilancia commerciale negli ultimi due anni è stato ampiamente positivo per la provincia (nel 2003 si è attestato a euro 83.037.000), anche se nel decennio in esame si sono evidenziati anche periodi in disavanzo legati perlopiù alle cospicue oscillazioni delle importazioni.

I principali settori di esportazione dalla provincia verso la Polonia, nel corso del 2003, sono stati quelli delle "valvole e tubi elettronici ed altri componenti elettronici", gli "autoveicoli", gli "articoli in materie plastiche", "prodotti farmaceutici", "tessuti" e "articoli sportivi".

Tra questi, i tubi elettronici, gli autoveicoli e gli articoli sportivi, hanno fatto registrare performance in miglioramento rispetto all'anno precedente.

L'analisi delle importazioni mostra analogamente i tubi elettronici ed altri componenti elettronici nonché gli autoveicoli tra i principali settori di interscambio con la Polonia. Seguono le "parti ed accessori per autoveicoli e loro motori", i "mobili" quindi i manu-

fatti tessili confezionati, ed articoli di abbigliamento.

La Polonia si conferma quindi un importante partner della provincia di Frosinone con un interscambio commerciale che è destinato a consolidarsi ulteriormente anche alla luce del suo ingresso nell'Unione Europea.

Dario Fiore

Ufficio Studi
Camera di Commercio Frosinone

Principali settori nell'interscambio della Provincia di Frosinone nei confronti della Polonia (valori in migliaia di Euro e variazioni in percentuale - graduatoria secondo le esportazioni)

	Esportazioni			Importazioni		
	2002	2003	var%	2002	2003	var%
321 - Valvole e tubi elettronici ed altri componenti elettronici	62.457	72.302	15,76	29.487	26.698	-9,46
341 - Autoveicoli	46.723	55.962	19,78	0	20.55	
252 - Articoli in materie plastiche	8.847	7.895	-10,76	161	32	-17,75
244 - Prodotti farmaceutici e prodotti chimici e botanici per usi medicinali	3.975	2.906	-26,9	0		
172 - Tessuti	3.096	2.772	-10,47	24		
364 - Articoli sportivi	1.368	1.438	5,15	0		
251 - Articoli in gomma	563	538	-4,44	36	19	-47,54
291 - Macchine e apparecchi per la produzione e l'impiego di energia meccanica	494	413	-16,48	2		
342 - Carrozzerie per autoveicoli; rimorchi e semirimorchi	0	382	0			
295 - Altre macchine per impieghi speciali	548	381	-30,41	0	76	
243 - Pitture, vernici e smalti, inchiostri da stampa e mastici	77	315	309,75	0	5	
312 - Apparecchiature per la distribuzione e il controllo dell'elettricità	311	284	-8,79	0	11	
151 - Carni e prodotti a base di carne	131	276	111,21	0		
343 - Parti ed accessori per autoveicoli e loro motori	288	274	-4,7	9.527	8.117	-14,8
287 - Altri prodotti in metallo	617	265	-57,1	162	7	-95,41
292 - Altre macchine di impiego generale	230	219	-4,64	21	103	381,85
221 - Libri, giornali ed altri stampati, supporti sonori registrati	43	217	407,27	0		
261 - Vetro e prodotti in vetro	550	186	-66,16	299	44	-85,23
294 - Macchine utensili	349	149	-57,38	3	85	2.472,64
332 - Strumenti ed apparecchi di misurazione, di controllo, di prova, di navigaz.	75	139	84,45	15	200	1.279,31

Fonte: elaborazioni su dati ICE-ISTAT



Cerca e trova su Internet La rete a supporto del Sistema Italia

Ministero delle Attività Produttive Area per l'internazionalizzazione www.mincomes.it

Il quadro complessivo del supporto pubblico all'internazionalizzazione delle imprese è reperibile direttamente dalla fonte istituzionale: l'Area per l'internazionalizzazione del Ministero delle Attività Produttive. Il portale fornisce non solo documenti normativi (leggi, decreti, bandi di gara...) ma anche, e soprattutto, offre informazioni sulle iniziative che il Governo ha attivato per favorire il sistema Italia nel mondo, le diverse priorità di queste azioni, l'agenda delle stesse alla quale gli operatori interessati potranno fare riferimento per i loro programmi.

I documenti riportati sul sito risultano essere particolarmente utili, non solo perché evidenziano alcune aree prioritarie della politica commerciale estera, ma anche perché costituiscono una sorta di raccolta di documenti focalizzati proprio sulle aree-mercato.

Per i suoi risvolti pratici sugli operatori che lavorano in mercati extra Ue è molto utile lo strumento del Market Access, in pratica una banca dati di circa 40.000 pagine in cui sono censiti tutti gli ostacoli tariffari e non agli scambi ed attraverso cui è possibile segnalare proprie esperienze in tal senso, stabilendo così un contatto diretto fra imprese ed istituzioni.

ICE Istituto nazionale per il commercio estero www.ice.gov.it

Il sito dell'Ice, l'Ente pubblico preposto a sviluppare, agevolare e promuovere le relazioni economico commerciali fra le imprese italiane e quelle estere, contribuisce in maniera estremamente approfondita ad accrescere il bagaglio di informazioni sui Paesi e sulle iniziative promozionali. Le schede paese, le opportunità d'investimento, l'andamento dei settori merceologici, le normative, le statistiche del commercio estero nonché le precise coordinate degli uffici Ice nel mondo sono tutte informazioni facilmente consultabili all'interno del sito.

Attraverso un sistema di registrazione on-line le aziende ed i professionisti possono accedere gratuitamente alle guide paese, alle guide agli investimenti, alle opportunità d'affari segnalate dagli uffici Ice e alle statistiche di commercio estero. Inoltre è possibile attivare la ricezione sulla propria e-mail di specifici alert che informano sugli aggiornamenti emessi dall'Istituto sui documenti on-line disponibili, ovvero che attivano un sistema di segnalazione costante di eventi e manifestazioni organizzate o selezionate dall'Ice.

Simest www.simest.it

Il sito della Simest, Società italiana per le imprese all'estero, è uno dei punti di riferimento essenziali per gli operatori con l'estero. Sintetizza in modo efficace gli interventi principali della Simest (partecipazione agli investimenti esteri di imprese italiane, crediti agevolati all'export, finanziamento di studi di fattibilità, programmi di penetrazione commerciale e spese di partecipazioni a gare internazionali) e riporta anche le informazioni su iniziative di Simest ed aggiornamenti delle normative regolanti i suoi interventi.

a pag. 4



FOCUS

segue da pag. 1

La ripresa del commercio internazionale

quote di mercato nei settori tradizionali dei Beni di consumo del Sistema moda e del Sistema Casa, più vulnerabili alla concorrenza dei paesi a basso costo del lavoro. Non mancano tuttavia comparti in cui le prospettive sono più positive: nella Meccanica, dove risulta premiante la capacità delle imprese italiane di rispondere con maggior flessibilità alle sollecitazioni del mercato, nel Largo consumo e nella Farmaceutica, settori nei quali l'Italia è in grado di attrarre gli investimenti delle multinazionali (sia per fattori legati alle specificità del mercato italiano, sia per i vantaggi derivanti dalla filiera dell'imballaggio), e nel Sistema moda: intermedi (a causa della prosecuzione dei processi di delocalizzazione delle imprese clienti).

La progressiva normalizzazione dei rapporti di cambio tra euro e dollaro potrebbe attenuare la concorrenza proveniente dai paesi con valute legate a quella statunitense. Negli anni più recenti, infatti, i produttori italiani hanno accusato significative difficoltà nell'adeguare i propri prezzi a quelli dei concorrenti, subendo perdite di quote maggiori rispetto a quelle registrate da paesi con la nostra stessa valuta e strutture produttive non dissimili, come ad esempio Francia e Germania. Quest'ultimo paese, in particolare, è risultato negli ultimi anni un concorrente vincente sui mercati dell'Europa Centro Orientale, mercati che grazie ai processi di integrazione in corso potranno offrire

importanti opportunità allo sviluppo delle esportazioni dei paesi UE. I mercati dei paesi aderenti Ue si caratterizzano, in particolare, per una combinazione molto favorevole in termini di tassi di crescita delle importazioni e quota detenuta dalle imprese italiane. La crescita prevista delle importazioni nel biennio 2004-2005 è superiore all'8%, a fronte di un commercio mondiale in crescita ad un tasso prossimo al 7%. Inoltre, le quote italiane sui flussi di importazione di questi paesi sono risultate nel 2003 pari all'8,1%, contro una quota italiana media sul commercio mondiale del 4,5%.

Per la loro rilevanza sulle possibilità di sviluppo dell'export italiano, a questi paesi è dedicato nel Rapporto uno specifico approfondimento. L'analisi sviluppata mette in luce come la perdita di quote di mercato delle imprese italiane nella seconda metà degli anni Novanta anche in quest'area trovi giustificazione nella competizione portata dai paesi in via di sviluppo, in particolare dalla Cina, solo in alcuni casi ben specifici, quali l'Elettronica ed i Beni di consumo del Sistema Moda. Viceversa, in molti comparti legati ai beni di investimento (in particolare Meccanica varia e Mezzi di trasporto), ai beni intermedi (specialmente Prodotti chimici e Prodotti in Metallo) ed al Sistema Casa la perdita di quote dei produttori italiani sembra riflettere la pressione competitiva portata su questi mercati da altri paesi europei: dalla Germania

innanzi tutto, ma anche dalla Francia. Questo porta ad evidenziare come esistano elementi di debolezza che devono essere ricercati non tanto nel processo di ricomposizione del commercio internazionale, quanto nelle specifiche modalità di internazionalizzazione delle imprese italiane. Oltre alle opportunità riguardanti i paesi aderenti UE, i produttori italiani potranno beneficiare della loro forte presenza negli altri mercati dell'Est Europa, che rappresentano una delle aree mondiali a crescita più sostenuta. In alcuni dei paesi della regione (Bulgaria, Romania e Albania in testa) l'Italia è riuscita ad aumentare la propria quota di mercato negli ultimi anni, puntando su un modello di espansione basato sulla delocalizzazione di produzioni tradizionali e sullo sviluppo di flussi di scambio intra-industriale.

Un modello di sviluppo simile a quello dell'Europa dell'Est potrebbe, infatti, caratterizzare anche i rapporti dell'industria italiana con l'area del Nord Africa e Medio Oriente, che dovrebbe sperimentare una buona dinamica della domanda. I mercati geograficamente più vicini all'Italia potrebbero quindi rappresentare un importante fattore di sostegno alla crescita delle vendite all'estero dei produttori italiani nei prossimi anni, a fronte di una crescita dell'import dall'Europa Occidentale piuttosto debole e comunque inferiore alla media della domanda mondiale. Un fattore cruciale per poter cogliere



Ugo Calzoni

tutte le opportunità di crescita dei prossimi anni sarà, tuttavia, legato all'adozione da parte dei produttori italiani di nuove strategie di internazionalizzazione. In particolare, dovrà essere superato il modello di sviluppo attuato nel corso degli anni Novanta: una forte intraprendenza commerciale nelle fasi di maggior espansione della domanda ma un basso radicamento sul mercato, non in grado di sostenere le fasi di stagnazione, che ne limita le possibilità di difesa delle posizioni acquisite.

Mario Adinolfi
Capo Ufficio Stampa ICE



Aspin: Promozione 2004 "Hannover Messe Subcontracting": vetrina mondiale dell'industria moderna.

I segnali di ripresa sono evidenti. E' quanto si è potuto constatare partecipando all'appuntamento tedesco internazionale, **HANNOVER MESSE-SUBCONTRACTING**, dal 19 al 24 aprile 2004. **HANNOVER MESSE**, definita come la fiera leader internazionale delle tecnologie, ha rafforzato la sua posizione unica a livello mondiale. Attualmente è l'unica ad offrire un quadro completo dell'intera catena industriale del valore. Dal 19 al 24 aprile 2004 **5.040** espositori provenienti da **61** paesi hanno presentato tecnologie, sistemi e componenti innovativi, automatismi tecnologici, all'interno di un'area fieristica di **151.000 mq.**

L'edizione **2004** della **Hannover Messe** ha visto lo svolgimento contemporaneo di **8** manifestazioni: **Subcontracting, Factory Automation, Interkama, Energy, SurfaceTechnology e Powder Coating Europe, Digital Factory, Micro Technology e Research & Technology** aventi come unico tema conduttore l'offerta completa dell'automazione industriale e quindi dell'automazione dei processi e della produzione.

A.S.P.I.N. anche quest'anno ha puntato la propria attenzione alla Hannover Messe

per potenziare la presenza delle aziende di Frosinone sul mercato internazionale di incontro e di scambio quale è quello della fiera tedesca.

La collettiva di A.S.P.I.N. costituita da aziende di primissimo piano quali: **Balconi Automazioni srl, Cogeme set spa, CLM srl, CTM-Consortio Tecnologie Meccaniche, Cooperativa Vittoria scrl e Sistema Compositi spa** ha promosso le proprie attività su un'area espositiva di **75 mq** nel padiglione dedicato alla Subcontracting, la fiera internazionale della subfornitura e dei materiali per i veicoli, la meccanica e l'impiantistica.

Nonostante la congiuntura economica internazionale poco favorevole, già dai primi giorni della manifestazione è stato possibile riscontrare un generale atteggiamento di fiducia che ha caratterizzato tutto l'evento. Le buone trattative concluse in fiera, gli eccellenti contatti internazionali stabiliti e la previsione di buoni affari postfieristici da parte degli espositori lanciano chiari segnali di ripresa economica. Da una indagine risulta che gli espositori hanno definito le prospettive di vendita delle loro aziende nelle varie aree del mondo decisamente più promettenti



dello scorso anno. Anche il numero delle trattative concrete condotte in fiera e dei contatti con nuove aziende è stato definito superiore al 2003.

180.000 i visitatori della Fiera, di cui quasi **50.000** (circa il **40%**) provenienti da Paesi esteri alla Germania. La presenza più massiccia è da attribuire alla partecipazione delle popolazioni asiatiche, la cui presenza si attesta intorno al **70%** in più di visitatori rispetto alle edizioni passate. Dei **5.040** espositori **2.190** aziende

(circa il **43%**) provenivano da **60** diversi Paesi confermando il taglio internazionale tipico dell'evento. La presenza più significativa è da attribuire alla **collettiva italiana** con **218** aziende espositrici; segue la Repubblica Cinese con **190** aziende e infine la Svizzera con **160** aziende.

La presenza italiana si è concentrata soprattutto nei padiglioni **2, 3 e 4** dedicati al **Subcontracting** che ospitava complessivamente **1.580** aziende espositrici.

Aspin: Promozione 2004 Parma "subfornitura ed Eurostampi": tre giorni di contatti, opportunità e novità.



Le fiere rappresentano un'importante occasione di incontro e confronto per i protagonisti dell'industria e non solo. Il momento fieristico fa parte di quell'insieme di strumenti necessari per intraprendere azioni di new business e per cercare nuove aziende committenti. E' per questo motivo che **A.S.P.I.N.** si è attivata per garantire la partecipazione delle aziende della provincia di Frosinone anche a manifestazioni italiane ma con grande caratterizzazione internazionale quali **SUBFORNITURA ed EUROSTAMPI**, svoltesi a **Parma dal 25 al 27 marzo 2004**. L'obiettivo è creare nuove opportuni-

tà di business, creare nuove collaborazioni industriali, accrescere la competitività delle imprese mediante il confronto/dialogo e potenziare il nome dell'imprenditoria frusinate a livello internazionale. La manifestazione si è rivelata un contenitore di tecnologie innovative in cui sono state convogliate le principali energie della progettazione e produzione sia di beni di consumo sia di beni strumentali.

SUBFORNITURA ed EUROSTAMPI sono i nomi dei due più grandi appuntamenti italiani per i subfornitori industriali ed i produttori di stampi. I termini utilizzati per definire il successo di questa edizione sono **concretezza e qualità** per sottolineare le caratteristiche che sono emerse dall'analisi degli espositori e dai commenti dei visitatori dell'edizione 2004. I dati ci forniscono informazioni molto interessanti: **14.789** i visitatori della fiera che, con obiettivi mirati, hanno trovato nuovi fornitori e prodotti, aggiornamenti sul mercato e nuove soluzioni tecnologiche.

In questa edizione l'organizzazione ha voluto dare una maggiore valenza internazionale con l'iniziativa promossa in collaborazione con **ICE** che ha dato luogo alla presenza di **7**

missioni di **buyers e trade analysts**, complessivamente **36** operatori, provenienti da: Austria, Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Norvegia e Svezia. Essi hanno commentato positivamente la loro partecipazione giudicando la visita "fruttuosa e con ottime prospettive future" e rimanendo impressionati dalla sempre aggiornata preparazione tecnica degli espositori.

SUBFORNITURA, giunta alla sua **22ª** edizione e dedicata alle aziende conto terzi fornitrici di prodotti, lavorazioni e servizi al settore della meccanica specializzata, è considerata il luogo d'incontro ideale tra espositori e visitatori dove è possibile creare opportunità di collaborazione, aggiornarsi sulle novità del mercato e confrontarsi con i cambiamenti in atto. I principali settori espositivi abbracciano un vasto campo di attività come le lavorazioni meccaniche di precisione, le costruzioni meccaniche, la carpenteria metallica, la lavorazione dell'alluminio, della lamiera, la saldatura e l'assemblatura, fucatura e stampati, getti di ghisa e acciaio, getti di metalli non ferrosi e speciali, acciai.

EUROSTAMPI, alla sua **7ª** edizione, è la più importante fiera italiana dedicata al mondo degli stampi che ha raggiunto, nel

corso degli anni, uno spazio importante ed insostituibile, è punto di riferimento per tutti coloro che operano in questo settore, spaziando dal comparto degli stampi al design, dai sistemi applicativi hardware e software per progettazione CAD e CAM, alle macchine per la prototipazione rapida dai servizi e macchinari per reverse engineering alle presse fino ad arrivare ai produttori di materiali ed accessori.

All'interno delle due Fiere **A.S.P.I.N.** ha promosso la presenza delle aziende della provincia di Frosinone su uno spazio complessivo di **144 mq** che ha ospitato **13** aziende del territorio ciociaro: **B&P Impianti srl, CM Elettronica srl, CPT Engineering srl, CTM-Consortio Tecnologie Meccaniche, Cooperativa Vittoria scrl, Digitron Italia srl, Italinor srl, Jolly Meccanica srl e Tecnologie Galvaniche Innocenti srl** per il settore della subfornitura industriale e **C.M.C. srl, Comera srl, Refas srl e T.M.M. Tecno Moulding & Moulding srl** per il settore della produzione stampi.

Fiorella Vitale
A.S.P.I.N.



AreaNews

segue da pag. 3

Cerca e trova su Internet La rete a supporto del Sistema Italia

Particolarmente interessante è la sezione Simest Informa dove è lo stesso operatore economico che può formulare una richiesta d'informazione più mirata, ad esempio per paese d'interesse. Ma è soprattutto in Download dove è opportuno soffermarsi, è qui infatti che per i diversi interventi previsti si possono scaricare le norme ed i formulari con le condizioni di base per le richieste, una cui conoscenza preliminare potrà senz'altro aiutare le imprese intenzionate ad utilizzare il sostegno pubblico.

Sace Spa

Servizi assicurativi del commercio estero

www.isace.it

Un altro crocevia virtuale, oltre che reale, degli operatori con l'estero è la Sace Spa - Servizi assicurativi del commercio estero. Il sito, oltre a dare informazioni sugli uffici e Sportelli Regionali, fornisce una descrizione accurata delle polizze a disposizione delle aziende e degli Istituti di credito. Fra i molti percorsi proposti da questo spazio "Situazione paese" fornisce un quadro generale ed aggiornato delle condizioni di assicurabilità e di fatto fornisce all'operatore, fin dalla fase preliminare di una trattativa, una valutazione del profilo di rischio di quel mercato, ferma restando la successiva valutazione della specifica transazione e della controparte. Sotto un profilo commerciale è disponibile l'elenco delle operazioni accolte dall'ente di importo superiore ai 20 milioni di euro. Si tratta di una informativa che permette comunque di avere un quadro di riferimento delle operazioni di più grande dimensione approvate sui diversi mercati.



ASPINETWORLD
Anno 2 n. 2 marzo/giugno 2004

Direttore
Augusto Pigliacelli

Coordinamento Editoriale
Mario Papolla

Direttore Responsabile
Dario Fiore

Comitato di Redazione
Norberto Ambrosetti
Gianluca De Santis
Giuseppe Masetti
Maria Paniccia
Andrea Renna
Massimo Roscia
Federico Sisti

Redazione e Amministrazione

A.S.P.I., Viale Roma, 03100 Frosinone
Tel. 0775.824193 - Fax 0775.823583
www.aspin.frit - info@aspin.frit

Progetto Grafico e Stampa
CB&C Canestraro Campioni & Co. S.r.l.
www.cbnet.it

Reg. Tribunale di Frosinone
n. 297 del 05/02/2003

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

TURCHIA colpito le regioni nordoccidentali, le più sviluppate del Paese. Ma l'economia ha risentito anche dell'instabilità politica e dell'estesa corruzione del sistema politico e finanziario: il debito dello Stato è passato, in soli dieci anni, dal 30 al 65% del Prodotto Interno Lordo. Entrata in una fase recessiva nel 1999 e funestata da un'altissima inflazione, nel 2000 la Turchia ha dovuto ricorrere a un ingente prestito del Fondo Monetario Internazionale. Dopo il parziale successo della politica di emergenza economica messa in atto dal precedente governo e in particolare, dal Ministro dell'Economia, Dervis, l'attuale governo ha proseguito sulla strada del risanamento, mantenendo fede agli accordi stipulati con il FMI nell'ambito del prestito stand-by. A due anni di distanza dall'inizio di questo programma l'inflazione si è arrestata al 20% (rispetto al 70% del 2001), le esportazioni sono cresciute di un ulteriore 35% (dovrebbero raggiungere i 45 miliardi di dollari), così come le riserve valutarie sono risalite a oltre 30 miliardi di dollari, il PIL, secondo le ultime stime è cresciuto del 5% circa e la produzione industriale è aumentata del 10% rispetto al 2002. Si stanno conseguendo anche buoni risultati nel contenere la svalutazione della valuta locale e nell'abbassamento dei tassi d'interesse che oggi sono inferiori al 30% (erano vicino al 70% fino all'aprile del 2003). Ciò è molto importante in considerazione del pesante servizio del debito pubblico che la Turchia deve ripagare e che è in buona parte espresso in valuta straniera.

Un settore in espansione: il tessile
Il settore tessile, che muoveva i primi passi negli anni '60 e che concentra oggi un quarto del totale delle aziende turche di maggiore dimensione, cresce a ritmi sempre più accelerati. L'industria dell'abbigliamento in Turchia è prevalentemente in mano ai privati, è costituita per circa l'80% da aziende di media dimensione, rappresenta il 10,7% del Prodotto Interno Lordo ed impiega circa 5,5 milioni di persone. La Turchia è il quinto produttore al mondo di cotone e rientra tra i primi dieci Paesi nelle manifatture di abbigliamento in lana, tappeti, fibre e filati sintetici in poliestere e in poliammide. Con l'abolizione delle restrizioni commerciali con l'Unione Europea, avvenuta dopo gli accordi doganali siglati nel 1996, la Turchia è diventata il secondo fornitore di abbigliamento dei paesi comunitari dopo la Cina e il sesto fornitore dell'Italia. La

giovane industria della moda turca mostra, su più fronti, il proprio dinamismo. Non si limita a presentare infrastrutture all'avanguardia, ma è in grado di offrire anche un'elevata professionalità della manodopera. Nel processo di adattamento ai livelli europei, le principali aziende del settore hanno ottenuto la certificazione "Iso Alfa 9001" che garantisce, ad ogni stadio della produzione, livelli di qualità standard. Alcune aziende non trascurano, poi, temi quali la sicurezza, la salute e l'inquinamento e vantano la certificazione "Oeko-Tex Standard 100".

Commercio estero

Per quanto riguarda la bilancia commerciale, il valore delle importazioni supera quello delle esportazioni; nel 2002 le importazioni ammontavano a 51,3 miliardi di dollari e le esportazioni a 35,8 miliardi di dollari. Le principali importazioni turche sono costituite da petrolio, macchinari, prodotti chimici e farmaceutici, fertilizzanti, ferro e acciaio; le maggiori esportazioni riguardano prodotti tessili e agricoli. I maggiori partner commerciali della Turchia sono la Germania, l'Italia, la Francia, la Gran Bretagna, l'Arabia Saudita e gli Stati Uniti. Tra le ultimissime novità riguardo gli scambi commerciali, si segnalano le dichiarazioni rese dal Ministro del Commercio Estero turco, Kursad Tuzmen. La scorsa settimana, il Ministro ha, infatti, annunciato che la Turchia è risultata al primo posto al mondo per aumento percentuale delle esportazioni nei primi mesi del 2004. Tale incremento è stato del 35%, portando l'export totale a quasi 23 miliardi di dollari nel periodo dal 1° gennaio al 24 maggio del corrente anno. La Turchia, ha sottolineato il Ministro, invia 17.000 prodotti in 200 diversi Paesi del mondo. E' peraltro da notare che le importazioni aumentano a ritmi anche superiori (+40,7% nel primo trimestre) e che il deficit a fine marzo per i precedenti 12 mesi ammontava a 25,29 miliardi di dollari, facendo scendere l'export/import ratio dal 69,4% dell'anno precedente all'attuale 66,4%. Una delle voci più importanti per il deterioramento del disavanzo sono state le importazioni di automobili e componenti (soprattutto dalla Francia), letteralmente esplose negli ultimi mesi.

Scambi commerciali Turchia - Italia
I rapporti commerciali tra Italia e Turchia sono caratterizzati da un saldo decisamente positivo per il nostro Paese, essendo l'Italia prevalentemente paese fornitore della Turchia. Il volume complessivo dell'interscambio segue gli



andamenti dell'economia turca e delle diverse ripercussioni delle relazioni internazionali del paese eurasiatico, alternando anni di forte dinamismo ad anni di maggiore rilassamento. L'interscambio commerciale tra Italia e Turchia è dominato, dal lato delle esportazioni, dalle macchine ed apparecchi meccanici, dai prodotti chimici e fibre sintetiche e artificiali e dagli autoveicoli, ma anche dai prodotti tessili e apparecchi radiotelevisivi e apparecchiature per le comunicazioni. Gli autoveicoli, rimorchi e semirimorchi e i prodotti tessili e gli articoli di abbigliamento costituiscono anche una fondamentale voce dal lato delle importazioni. Altri principali prodotti che l'Italia importa dalla Turchia sono i metalli.

Opportunità di investimenti

In Turchia esiste un'economia di tipo liberale basata su un mercato che offre opportunità di business molto interessanti per gli operatori stranieri. Inoltre, negli ultimi anni, la Turchia ha notevolmente incrementato la sua importanza sia geopolitica, che geoeconomica, essendo divenuta il più importante ponte verso il Medio Oriente e verso le ex-repubbliche sovietiche di ceppo linguistico turco quali Azerbaijan, Kazakistan, Kirghizistan, Turkmenistan ed Uzbekistan. Dal primo gennaio 1996 esiste, poi, un'Unione Doganale Turchia-UE, per effetto della quale sono stati eliminati tutti i dazi sugli scambi di beni non agricoli con l'Unione Europea. In generale non esistono impedimenti agli investimenti esteri diretti che sono pertanto praticamente possibili in tutti i settori. Non esistono, inoltre, limitazioni alla partecipazione di capitale estero ad una società turca.

Sono invece invocabili alcuni incentivi fiscali e finanziari agli investimenti concessi dal Governo turco (risoluz. n. 94/6411 e ss. modifiche), nonché una serie di agevolazioni alle esportazioni. Importanti risultano essere le Zone Franche (Free Trade Zones), trattate come extraterritoriali sia ai fini fiscali, che doganali, che offrono interessanti opportunità di investimento. Esse sono localizzate ad Antalya, Ege, Mardin, Menemen (settore pelle), Mersin, Istanbul (settore pelle), Aeroporto Atatürk di Istanbul, ISE Borsa Valori Internazionale di Istanbul, Trabzon.

Principali città

Le maggiori città della Turchia sono: Ankara, la capitale con oltre tre milioni di abitanti, Istanbul (8.567.000 ab.), Izmir (2.118.000 ab.), Adana (1.185.000 ab.), Antalya (1.180.000 ab.), Bursa (1.160.000 ab.), Gaziantep (730.435 ab.), Konya (584.785 ab.), Diyarbakir (488.145 ab.), Denizli (239.698 ab.).

Aeroporti e porti

Istanbul, Ankara, Adana, Antalya e Smirne sono sede dei principali aeroporti turchi. Per quanto riguarda i trasporti via mare, essi hanno i loro principali centri nei trafficati porti di Istanbul e Smirne; altri porti importanti del Paese sono Trebisonda, Giresun, Samsun e Zonguldak, sul Mar Nero e Iskenderun e Mersin nel sud.

Moneta nazionale

La moneta ufficiale è la Lira turca.
1 Euro = 1.814.766 TRL (cambio al 07.06.2004)

Massimo Roscia

Ufficio di Presidenza
Camera di Commercio Frosinone



Nella Rete

Dalle ceneri della "New economy"

Il fenomeno della cosiddetta "New economy", di cui possiamo finalmente dichiarare archiviati i clamori e i miraggi, ha avuto senza alcun dubbio il merito di costringere, con la propria crisi, ad una più profonda riflessione sul ruolo e sull'importanza che il Web può assumere per un'impresa. Acclarato ormai che la Rete non rappresenta, di per sé, l'Eldorado e che non basta aggiungere il suffisso ".com" ad un qualsivoglia progetto per trasformarlo infallibilmente in un'idea di successo, ciò che è rimasto è un patrimonio di esperienze e di scenari in grado di guidare intelligentemente le imprese nella "Net economy" (termine temporaneamente coniato per sostituire il precedente, ormai troppo compromesso e legato, nell'immaginario comune, a

delusioni e fallimenti). Si è chiusa, in altre parole, quella fase pionieristica in cui coraggio e mancanza di visione strategica, ardore tecnologico ed incompetenza, missione e suggestione si sono mescolati vorticosamente e, spesso, confusi. La filosofia post-New economy, meno visionaria e più pragmatica, è incentrata sull'analisi di quanto è accaduto, nella ricerca della discriminazione tra errori di valutazione e reali opportunità. L'insegnamento più importante di quella che si è rivelata una bolla speculativa non è (come alcuni credono) la diffidenza verso l'innovazione tecnologica, bensì la consapevolezza che questa non può essere fine a sé stessa. Le tecnologie possono rendere realizzabili obiettivi altrimenti fuori portata, possono essere sfruttate

per raggiungere livelli più ambiziosi di efficacia ed efficienza ma non possono sostituirsi all'idea imprenditoriale: la tecnologia fornisce strumenti. Questo ritorno alla realtà ha prodotto un importante effetto collaterale, quello di ampliare la percezione dell'universo delle imprese che possono trarre benefici dall'uso delle tecnologie. Uno dei molti luoghi comuni, ormai giustamente sfatati, della New economy era la sua vocazione elitaria, la convinzione che solo le cosiddette "dot com" potessero trovarvi una collocazione; per gli altri settori economici, ribattezzati sprezzantemente "Old economy", pareva inevitabile il declino. Oggi, a mente fredda, sappiamo che le cose non stavano propriamente così ma anche che le imprese della "vec-

chia" economia non possono più prescindere dalle tecnologie. Occorre che anche le imprese più tradizionali, si pensi ad esempio all'artigianato, sappiano muoversi nei nuovi scenari che negli ultimi anni si sono delineati, che sappiano comprenderne le dinamiche ed i linguaggi. Serve, in altri termini, una nuova alfabetizzazione. Con questo spirito nasce la rubrica "Nella rete", uno spazio che suggerirà spunti di riflessione, chiavi di lettura e percorsi di approfondimento per chi intenda avvicinarsi all'economia della Rete e comprenderne parole e tendenze.

Luca Balzerani

Ufficio Studi
Camera di Commercio Frosinone