



Spiccano il made in Italy e i settori a medio-alta tecnologia

Export Campania, recuperati i livelli pre-crisi

L'export campano ha recuperato nel 2013 i livelli pre-crisi. Un trend di ripresa che ha trovato conferma anche nel primo trimestre 2014 (+1%) e che vede emergere diversi protagonisti.

Spiccano innanzitutto i settori del Made in Italy tradizionale, forti dell'indiscutibile richiamo che esercitano sui consumatori internazionali.

L'agroalimentare, ormai maturo, ha realizzato 2,3 miliardi di euro di export, mettendo a segno una crescita del 5%. Buona la performance del distretto napoletano del "Caffè e pasta, prodotti da forno e farinacei" (+10,8%, 222 milioni).

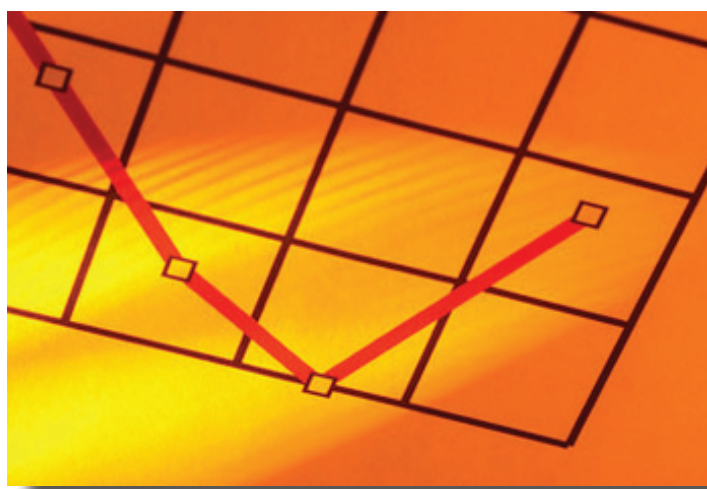
Altro comparto leader è la moda, che ha realizzato 1,1 miliardi di euro di export, in crescita del 7%, con risultati ancora più sorprendenti nell'alto di gamma.

Tra i comparti in notevole ripresa, quello delle calzature: il distretto napoletano è cresciuto dell'8,2%, toccando in valore quota 170 milioni di euro.

Si fanno largo anche i settori a medio-alta tecnologia, molto internazionalizzati e inseriti nelle catene globali del valore. Molto positiva ad esempio la performance estera dei mezzi di trasporto, con 1,7 miliardi di export e una crescita del 3%.

Vero traino di questo risultato è il polo aeronautico, che si è arricchito negli anni di una filiera di pmi locali, e che rappresenta da solo oltre il 60% dell'export dei mezzi di trasporto: grazie al boom di vendite in Francia e Stati Uniti il polo ha realizzato una crescita del 22,1%.

Sulla congiuntura dell'export campano e



sul Rapporto Export 2014 di Sace si è discusso ai margini di "Rethink. Evoluzione e prospettive del nuovo export italiano", un confronto tra esperti di Sace e imprese campane, svoltosi all'Unione Industriali di Napoli, lo scorso 7 luglio.

Il peso delle esportazioni per il Sud e le Isole nel 2012, anno cui risalgono le elaborazioni Sace contenute nel Rapporto, è risultato pari a 12,1 punti percentuali di quello complessivo nazionale.

La quota della Campania è stata del 2,4. Le top aree dell'export campano sono il Nord America (4,1%) e il Nord Africa (3,6%).

In entrambe le macroaree, l'incidenza delle vendite all'estero di prodotti e servizi provenienti dalla Campania sul totale nazionale è lievemente aumentata rispetto al 2007, vale a dire al periodo precrisi (+0,1% per il Nord America, +0,5% per il Nord Africa). Un miglioramento relativo si è verificato anche per l'America Latina, area nella quale al 2012 la quota campana sul nazionale si limita al 2,1%, ma è comunque di 0,5 punti percentuali superiore a quella rilevata nel 2007.

Nasce un ufficio presso la sede dell'Associazione imprenditoriale

Intesa Sace Unione: servizi personalizzati per le aziende

È operativo il nuovo ufficio Sace presso la sede dell'Unione Industriali di Napoli.

L'iniziativa è stata promossa da Sace e Unione al fine di rispondere al meglio alle esigenze del territorio. Sace e Unione hanno inoltre siglato un'intesa che mira ad una maggiore diffusione dei servizi Sace a supporto dei processi d'internazionalizzazione delle imprese.

Grazie all'accordo, Sace fornirà assistenza alle imprese associate che vogliono approcciare

l'estero, curando problematiche specifiche relative ai servizi finanziari e assicurativi del Gruppo. I servizi saranno resi disponibili per le aziende associate all'Unione Industriali di Napoli sia diret-

tamente presso le loro sedi, sia presso il nuovo ufficio di Palazzo Partanna. L'accordo prevede, inoltre, attività di formazione e informazione, in modo da fornire un servizio informativo accurato e completo agli associati.

Il crescente peso dei mercati emergenti per l'export italiano implica l'aumento di rischi di vario tipo: valutari, normativi, del credito, politici.

Di qui la rilevanza ancora maggiore del ruolo di Sace e l'interesse per i suoi servizi.



L'agenda dell'impresa

Martedì 15 luglio
Ore 15.00 Seminario

"Alternative di accesso al credito per le pmi campane"

(Unione Industriali Napoli - Piazza dei Martiri, 58)

Il sorpasso dei mercati asiatici e latino-americani sull'area euro

Cresce il peso dei paesi emergenti

In cinque anni, tra il 2007 e il 2012, il peso dei paesi emergenti sull'export complessivo italiano è aumentato di circa 4 punti percentuali, a fronte di una riduzione simile dell'incidenza dei paesi di consolidata tradizione industriale. Germania e Francia restano i principali mercati di riferimento per le vendite italiane oltre confine, ma l'area euro ha subito il sorpasso dei mercati asiatici e latino-americani.

Mentre le esportazioni italiane hanno superato da quasi due anni i livelli pre-crisi, la stessa ripresa non è avvenuta per il Pil, che rimane ancora al di sotto del suo picco del 2008. A metà del 2013 i valori di export e Pil erano rispettivamente maggiori dell'1,7% e minori del 2,4% rispetto a cinque anni prima.

La scomposizione dell'export tra beni e servizi evidenzia come le vendite all'estero di questi ultimi abbiano registrato una riduzione di peso tra il 2007 e il 2012, seppure in modo contenuto (dal 18,5% al 17,8%).

Questa dinamica, in controtendenza rispetto a quanto si osserva a livello mondiale, è imputabile quasi completamente alla flessione nell'export dei servizi dei trasporti.

Sono invece andati affermandosi sempre di più i settori di punta manifatturieri. Un ruolo importante nel consolidamento



del made in Italy sui mercati internazionali è stato assolto dall'agroalimentare.

Oltre alla qualità certificata e al fatto di essere percepiti come salutari, i generi alimentari italiani si sono affermati per le loro caratteristiche di continua innovazione e originalità: dall'offerta di nuovi formati per prodotti tradizionali come la pasta alla capacità di cogliere le nuove tendenze come vegetarianismo e veganismo, sviluppo di alimenti green o cereal based.

Nel 2012, tra vino e pasta, l'Italia ha esportato beni per più di 10 miliardi di euro.

La tenuta dei beni di consumo, malgrado la crisi, dimostra che l'Italia può vantare un vantag-

gio competitivo nei fattori che esprimono la cultura e lo stile. L'export di gioielli è più che raddoppiato rispetto al 2007 (+129% tra 2007 e 2012), sotto la spinta di mercati come Svizzera, Francia, Emirati Arabi Uniti e Cina. L'Italia della gioielleria esporta circa il 70% della produzione.

Un altro settore che ha visto crescere notevolmente la sua propensione verso l'estero, nell'ultimo decennio, è quello delle costruzioni.

I ricavi dall'estero sono cresciuti di quasi il 200%, passando da 2,9 a 8,7 miliardi di euro. L'attività oltre confine costituisce da quattro anni più del 50% del fatturato di settore.

Il tasso di incremento più elevato sarà nel food and beverage

Orizzonte 2017: ecco i nuovi mercati

Quali saranno i settori top dell'export italiano da qui al 2017? Il Rapporto Export Sace 2014 fornisce utili indicazioni al riguardo.

Il comparto per il quale è prevista la crescita media annua più sostenuta è quello del food and beverage: +8,9%. Seguono "Apparecchiature elettriche" (8,8%) e "Meccanica strumentale" (8,5%). Tra i comparti di punta figurano anche "Mezzi di trasporto" (7,7%), "Legno" (7,4%), "Tessile e abbigliamento" (7%), "Chimi-

ca" (6,6%), "Gomma e plastica" (5,6%). I migliori margini di crescita per l'export di questi settori proverranno dai mercati emergenti: non solo i Brics, ma anche diverse destinazioni meno battute (come Arabia Saudita, Angola, Cile, Filippine e Thailandia), senza dimenticare i mercati avanzati già acquisiti (come Canada e Francia).

Il tasso di crescita delle esportazioni sarà maggiore per i beni (7%) piuttosto che per i servizi (5%). Quanto alle macro aree

di destinazione, già nel 2012 l'incidenza percentuale delle esportazioni dirette ai paesi emergenti (38%) aveva superato quella dell'area euro (37,2%) e degli altri paesi avanzati (24,3%).

Nel periodo 2014-2017 il primato dei paesi emergenti come mercato di sbocco dovrebbe rafforzarsi. A un aumento dell'8,1% dell'export verso la macro area emergenti dovrebbe corrispondere infatti un +5,1% per l'area euro e un +7,6% per gli altri paesi avanzati.

Etichette alimentari:

seminario all'Unione giovedì 24 luglio

Presentazione, pubblicizzazione ed etichettatura dei prodotti alimentari. La nuova normativa europea rende fondamentale per le aziende approfondire l'insieme di modifiche intervenute e che interverranno, tenuto conto, tra l'altro, delle recenti pesanti sanzioni inflitte dagli organi di controllo alle imprese del settore alimentare, in riferimento a informazioni al consumatore non conformi o ritenute ingannevoli. Un'opportunità importante è il seminario "L'etichettatura

dei prodotti alimentari. Novità e conferme in vista dell'applicazione del Reg. Ue 1169/2011", promosso da Unione Industriali, per il tramite della Sezione Industria Alimentare, e da Federalimentare, in programma presso la sede dell'associazione imprenditoriale napoletana giovedì 24 luglio alle ore 10.00. Dopo l'indirizzo di saluto del Presidente della Sezione Industria Alimentare dell'Unione, Giuseppe Esposito, sono previsti, tra gli altri, gli

interventi di due esperti di Federalimentare: il Responsabile di Politiche Industriali e di Filiera, e dei Rapporti Parlamentari, **Masimiliano Boccardelli** ("Priorità tematiche dell'industria alimentare nazionale") e il Responsabile per le Politiche Europee e l'Informazione al Consumatore, **Paolo Patruno** ("La nuova disciplina in materia di etichettatura dei prodotti alimentari: il Reg. Ue 1169/2011 e le norme nazionali nel contesto delle nuove regole europee").