

## AGGIORNATO AL I SEMESTRE 2009

### REGNO UNITO

#### 1. QUADRO MACROECONOMICO

##### a) Andamento congiunturale e rischio Paese

La recessione subita dal Regno Unito e' stata piu' accentuata del previsto ed il PIL e' continuato a precipitare anche nel primo semestre del 2009. Si vedono pero' dei primi segnali positivi: il ritmo recessivo si sta attenuando, il mercato immobiliare mostra segni di ripresa e la confidenza degli operatori economici si sta risolvendo dai bassissimi livelli dell'autunno passato.

I segnali positivi sono da attribuire al complessivo rasserenamento della situazione mondiale, al ridotto costo del denaro, all'alleggerirsi della pressione fiscale a seguito dei provvedimenti governativi, alla svalutazione della sterlina e al progressivo esaurirsi delle scorte di prodotti presenti sul mercato. Perdurano pero' dei gravi elementi di debolezza quali la insufficienza di liquidita' per la nota crisi del sistema bancario e gli alti livelli dei debiti pubblici e privati.

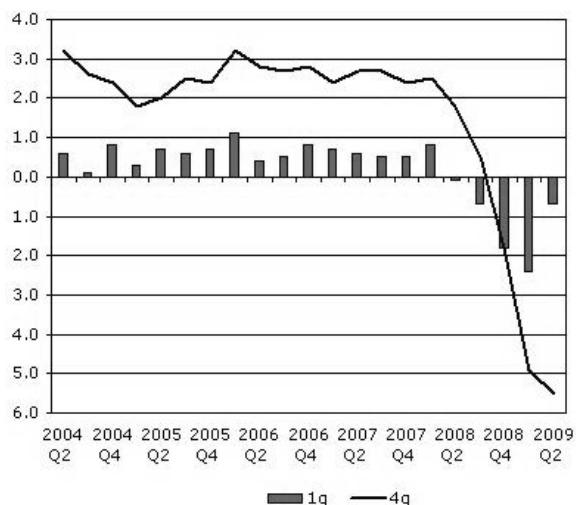
**I dati ufficiali forniti dall'ONS ( Office for National Statistics UK)** sono i piu' aggiornati e mostrano una situazione di crisi ancora molto seria.

Secondo le ultime stime, **il PIL** subisce una contrazione su base annuale del 4,9%

Anno	Variazione Pil % su anno prec.
2005	+2,2
2006	+2,8
2007	+2,9
2008	+0,5
2009	-4,9
Trimestre	Variazione Pil % su trim. prec.
2008 1°	+0.8
2008 2°	-0.1
2008 3°	-0.7
2008 4°	-1.8
2009 1°	-2.4
2009 2°	-0.8

Tav. 2 - Fonte: ONS ( Office for National Statistics UK)

Tav. 3 - Fonte: ONS ( Office for National Statistics UK)



Tav. 4 - Variazione Pil per trimestre e anno in % sull'anno precedente. Fonte: ONS ( Office for National Statistics UK)

**I dati sulla disoccupazione** continuano ad essere negativi: e' aumentata nel primo trimestre 2009 facendo arrivare il numero totale dei disoccupati a 2,47 milioni (circa il 7.9 % della forza lavoro), il valore piu' alto dal 1995.

**Il mercato immobiliare** da' segnali di stabilizzazione. Dopo una caduta dei prezzi del 18% su base annua rilevata nel primo trimestre 2009, a maggio e giugno si sono rilevati tassi di variazione positiva che hanno riportato il tendenziale annuo al 9% (indice Nationwide).

**L'inflazione** - nonostante la crisi economica - si e' mantenuta per molti mesi anormalmente alta presumibilmente a causa dell'accresciuto costo delle importazioni, del deprezzamento della sterlina e della ridotta produzione industriale per la stretta del credito. Nei mesi di maggio e giugno 2009 ha pero' iniziato a scendere e viene ora ufficialmente stimata all'1,8% su base annuale. Non sono pero' da sottovalutare i rischi inflazionistici a medio periodo dovuti all'aggressiva politica monetaria operata negli ultimi mesi dalla Bank of England.

I pesanti interventi di sostegno all'economia varati dal governo britannico, stanno incidendo sensibilmente sulle finanze pubbliche: secondo le previsioni ufficiali, **il deficit pubblico netto** dovrebbe infatti raggiungere, nel 2009 il livello record del 7,1% del Pil, mentre il debito è stimato intorno al 56% del Pil.

**Sul fronte dei cambi**, dopo la forte svalutazione della sterlina seguita alla riduzione del tasso di interesse dal 5,5% allo 0,5% (marzo 2009), la moneta locale ha riguadagnato terreno nei confronti dell'euro stabilizzandosi su tassi di circa 0.90 sterline per un euro.

Dalla tavola n.5, e' possibile rilevare che i dati forniti dall'Economist Intelligence Unit Country Data non si discostano significativamente da quelli ufficiali:



Tav. 5: Indicatori macro economici	2006	2007	2008	2009**
<b>PIL reale (bilioni di sterline)</b>	1.290	1.323	1.333	1.273
<b>Variazione reale del PIL (%)</b>	2,9	2,6	0,7	-4,5
<b>Avanzo/disavanzo di bilancio (% del PIL)</b>	-2,7	-2,7	-5,5	-14,4
<b>Debito pubblico (% del PIL)</b>	43,2	44,2	51,9	68,4
<b>Inflazione (variazione media annua %)</b>	3,0	2,1	3,1	2,2
<b>Disoccupazione (%)</b>	5,4	5,3	5,6	8,0

\*\* dati parziali integrati con stime - Fonte: Economist Intelligence Unit - Giugno 2009

### b) Grado di apertura del Paese al commercio internazionale ed agli investimenti esteri

In base ai dati ufficiali pubblicati dalle Dogane britanniche, nei primi sei mesi del 2009 l'interscambio commerciale del Regno Unito e' diminuito del 14,7% rispetto ai primi sei mesi del 2008.

Tav. 6 - Interscambio commerciale del Regno Unito

	2005	2006	2007	2008	2008 1-2 tr.	2009 1-2 trim *	Var. %
<b>Importazioni</b>	271,010	300,475	310,759	341,563	176,432	148,587	-15.78
<b>Esportazioni</b>	211,268	243,007	219,919	248,752	123,893	107,553	-13.19
<b>Interscambio totale</b>	482,278	543,482	530,678	590,315	300,325	256,140	-14.71
<b>Saldo per il R.U.</b>	-59,742	-57,468	-90,840	-92,811	-52,539	-41,034	-21.90

Fonte: HM Customs & Excise - UK Trade - SITC - elaborazioni su dati aggiornati al luglio 2009 - Valori espressi in milioni di sterline - \* Valori stimati

La Germania si conferma il principale fornitore del Regno Unito e gli Stati Uniti il principale acquirente. L'Italia si colloca al 9° e 8° posto rispettivamente.

Tav. 7 - 10 Primi paesi da cui il Regno Unito importa / agg. a luglio 2009

Rank	Country	Country Code	Current Month July 2009	Year to Date 2009	Year to Date 2008	% Change 2009/2008
1	GERMANY	DE	3,256	21,812	27,368	-20.3
2	UNITED STATES	US	2,333	17,548	16,776	4.6
3	CHINA	CN	1,778	12,224	11,218	9.0
4	NETHERLANDS	NL	1,604	12,131	15,243	-20.4
5	FRANCE	FR	1,716	11,765	14,282	-17.6
6	NORWAY	NO	1,228	8,427	13,028	-35.3
7	BELGIUM	BE	1,233	7,984	9,726	-17.9
8	IRISH REPUBLIC	IE	834	6,927	7,043	-1.6
<b>9</b>	<b>ITALY</b>	<b>IT</b>	<b>1,086</b>	<b>6,867</b>	<b>8,687</b>	<b>-21.0</b>
10	SPAIN	ES	876	5,375	6,605	-18.6

Fonte: HM Customs & Excise - UK Trade - SITC - elaborazioni su dati aggiornati al luglio 2009 - Valori espressi in milioni di sterline

Tav.8 - 10 Primi paesi in cui il Regno Unito esporta / agg. Luglio 2009

Rank	Country	Country Code	Current Month July 2009	Year to Date 2009	Year to Date 2008	% Change 2009/2008
1	UNITED STATES	US	3,027	18,727	20,415	-8.3
2	GERMANY	DE	2,130	14,131	17,053	-17.1
3	FRANCE	FR	1,535	10,184	11,244	-9.4
4	NETHERLANDS	NL	1,312	9,635	11,531	-16.5
5	IRISH REPUBLIC	IE	1,067	8,557	11,066	-22.7
6	BELGIUM	BE	853	6,312	7,682	-17.8
7	SPAIN	ES	752	5,110	6,273	-18.5
<b>8</b>	<b>ITALY</b>	<b>IT</b>	<b>678</b>	<b>4,853</b>	<b>5,783</b>	<b>-16.1</b>
9	CHINA	CN	433	2,709	2,922	-7.3
10	SWEDEN	SE	249	2,249	3,042	-26.1

Fonte: HM Customs & Excise – UK Trade - SITC – elaborazioni su dati aggiornati al luglio 2009 - Valori espressi in milioni di sterline

Il Regno Unito primeggia nelle classifiche internazionali degli **investimenti esteri diretti**, collocandosi al secondo posto nel mondo sia per gli investimenti in entrata che in uscita (Fonte:UNCTAD [Inward FDI stock, by Host Region and Economy, 1980 - 2007](#)). Nel 2007 sono stati attratti investimenti per un valore di 91.700 milioni di sterline portando l'investimento estero complessivo al valore di 630.800 milioni di sterline. (UK Office for National Statistics). Le ragioni di questa preminenza sono legati ad un insieme di fattori sistemici quali l'accessibilità culturale e linguistica, la disponibilità di infrastrutture e servizi essenziali allo sviluppo delle imprese, lo spiccato orientamento all'attività di ricerca e innovazione, la disponibilità di forza lavoro e un ambiente regolamentare particolarmente "business friendly". A ciò occorre aggiungere l'impostazione di forte apertura nei riguardi degli investimenti stranieri perseguita dal Governo, che trova un sostegno trasversale nel panorama politico britannico.

Le efficientissime strutture di supporto per attrarre e stimolare gli investimenti sono la Invest UK - a livello paese – affiancata da 12 Agenzie di sviluppo regionale (RDA) e da 3 agenzie nazionali per Galles, Scozia e Irlanda del Nord (rispettivamente WDA, LIS e IDBNI).

#### c) **Andamento dell'interscambio commerciale con l'Italia e degli investimenti diretti esteri bilaterali**

Non essendo ancora disponibile il dato dettagliato del interscambio Regno Unito – Italia per il 2009, prenderemo ancora in esame i dati dell'anno scorso. In base ai dati delle dogane britanniche, nel 2008 il valore dell'interscambio tra Italia e Regno Unito è stato pari a 22.948 milioni di sterline, in lieve aumento (+2,95%) rispetto al 2007 (22.291 milioni di sterline). La quota dell'Italia rispetto al totale del commercio estero britannico, pari al 3,91% del totale, è lievemente diminuita e si colloca al di sotto di quella registrata nei tre anni precedenti 2007

(4,20%), 2006 (4,02%) e 2005 (4,24%). Il nostro Paese resta tuttavia al nono posto nella graduatoria dei partners commerciali del Regno Unito e al quinto posto tra i partners europei.

Le importazioni britanniche dall'Italia sono ammontate a 13.730 milioni di sterline, in aumento del 4,11% rispetto al 2007 (13.188 milioni di sterline). La percentuale delle nostre esportazioni rispetto al totale delle importazioni del Regno Unito è del 4,04%, in lieve diminuzione rispetto agli anni precedenti: 2007 (4,15%), 2006 (4,16%), 2005 (4,38%).

Le esportazioni britanniche verso l'Italia sono ammontate a 9.218 milioni di sterline e risultano aumentate del 1,27% rispetto al 2007. L'Italia mantiene la posizione di importante mercato di sbocco per il commercio britannico (ottavo Paese acquirente).

L'andamento sopra descritto ha portato ad un aumento (+10,44%) del saldo commerciale bilaterale, già tradizionalmente favorevole all'Italia, che è passato nel 2008 a -4.512 milioni di sterline da -4.086 milioni di sterline nel 2007.

Tav. 9 - Interscambio commerciale Regno Unito – Italia

	2007	2008	Differenza 2007 / 2008	Variazione % 2007 / 2008
<b>Importazioni</b>	13.188	13.730	+ 542	+4,11
<b>Esportazioni</b>	9.102	9.218	+116	+1,27
<b>Interscambio totale</b>	22.291	22.948	+657	+2,95
<b>Saldo bilancia commerciale</b>	-4.086	-4.512	+426	+10,44

Fonte: HM Customs & Excise – SITC – elaborazioni su dati aggiornati al febbraio 2009. Valori espressi in milioni di sterline.

I dati delle dogane britanniche relativi all'articolazione merceologica delle importazioni dall'Italia indicano che, anche nel 2008, la categoria "Macchinari e mezzi di trasporto" ha coperto la quota più consistente delle importazioni dall'Italia (36,22% del totale). La seconda categoria in ordine di importanza è quella dei manufatti vari (20,99% del totale) seguita dai semilavorati (16,38% del totale).

Le sottocategorie che hanno registrato i più elevati valori di merci esportate verso il Regno Unito sono i veicoli destinati al trasporto su strada (1.633 milioni di sterline), macchinari e attrezzature per uso industriale (1.256 milioni di sterline), apparecchiature elettriche e ricambi (703 milioni di sterline), articoli di abbigliamento (670 milioni di sterline), prodotti medicinali e farmaceutici (659 milioni di sterline), mobili (657 milioni di sterline), macchinari per usi specializzati (574 milioni di sterline), manufatti vari (567 milioni di sterline), manufatti in metallo (510 milioni di sterline), ferro e acciaio (429 milioni di sterline).

Un andamento particolarmente positivo delle nostre esportazioni si registra anche nelle categorie dei prodotti alimentari ed animali vivi per l'alimentazione (1.350 milioni di sterline con un aumento del +25,30%) e delle bevande e tabacchi (384 milioni di sterline con un aumento del 29,56%).

Le esportazioni britanniche verso il nostro paese sono rappresentate in massima parte da macchinari e mezzi di trasporto (42,42%), da prodotti chimici (19,79%), da prodotti finiti e semilavorati (26,29%).

Le singole sottocategorie più rilevanti per le esportazioni del Regno Unito verso l'Italia sono i veicoli destinati al trasporto su strada (1.599 milioni di sterline), prodotti medicinali e

farmaceutici (779 milioni di sterline), apparecchiature elettriche e ricambi (492 milioni di sterline), ferro e acciaio (467 milioni di sterline), prodotti finiti (456 milioni di sterline), macchinari industriali (443 milioni di sterline) macchinari per generazione di elettricità (401 milioni di sterline), apparecchiature audio e per telecomunicazioni (339 milioni di sterline), petrolio e prodotti derivati (286 milioni di sterline), metalli non ferrosi (281 milioni di sterline).

Per quanto concerne gli **investimenti diretti esteri**, tra i principali investitori stranieri nel Regno Unito vi sono numerose società e gruppi italiani. Secondo un recente studio pubblicato dalla Camera di Commercio Italiana per il Regno Unito, il numero delle società italiane è passato - dal 2000 al 2006 - da 443 a 681, con un fatturato complessivo balzato da 7,2 a 14,5 miliardi di sterline. Tale tendenza è proseguita nell'ultimo biennio, grazie ad importanti nuove acquisizioni, come quella di Alpha Airports e BAA Duty Free da parte di Autogrill e del gruppo Burren da parte dell'ENI.

Tra i principali gruppi italiani presenti stabilmente nel Regno Unito, oltre a quelli sopra citati, spiccano le presenze di Finmeccanica, Indesit, ENI, Fiat, Pirelli, Candy-Hoover, SEDA, De Longhi e Tiscali. Nella classifica dei principali investitori mondiali nel Regno Unito, l'Italia si colloca al tredicesimo posto (al settimo tra i paesi europei), con una presenza non limitata ai settori tradizionali dell'industria manifatturiera, ma estesa alle produzioni di elevato contenuto tecnologico.

Un esempio di particolare rilievo è dato dalla cooperazione industriale nel settore della difesa e dal ruolo di primo piano svolto in quest'ambito dal Gruppo Finmeccanica, la cui attività nel Regno Unito si sviluppa principalmente tramite la AugustaWestland (elicotteristica), che vanta un accordo di partnership strategica con il Ministero della Difesa britannico, e attraverso le Società della Selex (elettronica e sistemi integrati). Attualmente, le società del Gruppo sono dislocate in 40 uffici in sedici principali località del Regno Unito, da Edimburgo a Portsmouth, ed impiegano complessivamente circa 10.000 unità di forza lavoro specializzata. Per quanto riguarda il settore della moda e del design, i principali marchi italiani (Armani, Loro Piana, Dolce&Gabbana, Max Mara, Furla, Natuzzi, Guzzini) hanno investito negli anni scorsi ingenti risorse nella promozione e distribuzione sul mercato britannico ed in particolare a Londra, con l'apertura di showrooms e nuovi punti vendita.

Un'analisi dettagliata della presenza italiana nel Regno Unito è consultabile sul sito dell'Ufficio ICE di Londra all'indirizzo <http://www.ice.gov.it/estero2/londra/default.htm>.

Anche da parte britannica si guarda con interesse agli investimenti sul mercato italiano. Secondo le ultime stime disponibili, circa 470 società britanniche dispongono di filiali in Italia, localizzate principalmente nelle regioni nord-occidentali e nord-orientali del Paese. Telecomunicazioni (Vodafone), energia (British Gas, International Power) e servizi bancari (Royal Bank of Scotland, Barclays) sono i settori di maggiore attrazione dei capitali britannici. Una parte consistente degli investimenti britannici diretti in Italia continua peraltro ad essere costituita da investimenti di portafoglio, difficilmente rilevabili e caratterizzati da una grande "mobilità".

## **2. INDIVIDUAZIONE DELLE AREE DI INTERVENTO**

### **a) Valutazione della penetrazione commerciale dei prodotti italiani sul mercato locale.**

Le prospettive di medio-lungo periodo dell'economia britannica, nonostante l'attuale fase recessiva, continuano ad offrire un quadro potenzialmente favorevole per l'export italiano verso il Regno Unito. In un'ottica di consolidamento delle posizioni di mercato acquisite e di sviluppo di nuovi spazi di penetrazione, si indicano di seguito i settori verso cui potrebbero utilmente indirizzarsi iniziative di intervento promozionale.



- **Sistemi Casa (mobili, complementi d'arredo, articoli di illuminazione, piastrelle, ecc.) e Persona (tessile/abbigliamento, calzature ed accessori, gioielleria, ecc.)**

Nel Regno Unito è acquisita ormai da anni la visibilità del *Made in Italy* nel settore dei beni di consumo di qualità. Ciò nonostante, a causa della minore propensione alla spesa da parte dei consumatori e della crescente concorrenzialità di altri Paesi esportatori, l'Italia è soggetta ad un processo di erosione delle proprie quote di mercato. Appare pertanto necessario potenziare l'intervento promozionale in un'area di fondamentale importanza per l'offerta italiana, privilegiando sia la partecipazione a manifestazioni fieristiche che la realizzazione di azioni di comunicazione.

- **Produzione agroalimentare**

I prodotti agroalimentari italiani riscuotono da anni un crescente successo, testimoniato dal positivo trend delle nostre esportazioni di settore. Si ritiene peraltro opportuno diversificare l'articolazione territoriale delle iniziative promozionali, soprattutto di carattere regionale, finora concentrate a Londra. Per un ulteriore graduale accreditamento dello stile di vita italiano e, in particolare, del "mangiare all'italiana", risulterebbe incisivo organizzare manifestazioni anche nelle altre principali città britanniche (Birmingham, Manchester, Liverpool, Edimburgo).

Costruendo sulla positiva *performance* delle nostre esportazioni nel settore delle bevande, occorre inoltre mantenere l'attenzione sul comparto dei vini, dove le produzioni italiane continuano a risentire della concorrenza dei produttori del "Nuovo Mondo" (Australia, Cile, Nuova Zelanda, Sud Africa), che possono assicurare alle grandi catene distributive notevoli quantità di prodotto di discreta qualità, a prezzi competitivi.

- **Beni strumentali**

Il Regno Unito è un mercato di grande interesse per il settore delle macchine e delle tecnologie alimentari, del *packaging* e delle macchine utensili. Iniziative promozionali in questa direzione risulterebbero quindi particolarmente utili.

- **Materiali e accessori per l'edilizia, arredi per grandi strutture**

L'interesse potenziale per le imprese italiane è dato, sul piano generale, dai numerosi progetti di riqualificazione urbana e di realizzazione o ammodernamento di impianti ed infrastrutture (complessi residenziali, hotel, teatri, centri sportivi) concentrati soprattutto, ma non esclusivamente, nell'area londinese.

- **Materiali per l'arredo di scuole ed ospedali, apparecchiature medicali**

Anche in questo caso, le prospettive di inserimento di imprese straniere sono connesse alla realizzazione dell'ambizioso programma di investimenti pubblici previsto dal Governo britannico nel settore dell'edilizia scolastica ed ospedaliera. Un esempio è dato dall'inaugurazione ad Oxford, nel marzo del 2007, di un nuovo ospedale realizzato dall'Impregilo. Va segnalato che negli ultimi anni si stanno affermando a Londra, parallelamente alle grandi Fiere settoriali aperte alla partecipazione internazionale, anche eventi di promozione commerciale dedicati a singoli Paesi, gestiti da società private britanniche. Un esempio è dato da "La Dolce Vita", fiera commerciale orientata principalmente al consumatore, organizzata da una società britannica in collaborazione con la Camera di Commercio Italiana per il Regno Unito, la cui ultima edizione si è svolta a Londra dal 26 al 29 marzo 2009.

## **b) Valutazione degli investimenti diretti da e verso l'Italia**

Il flusso degli investimenti diretti tra l'Italia e il Regno Unito appare sbilanciato: la notevole crescita, negli ultimi anni, degli investimenti diretti italiani nel Regno Unito, non ha trovato infatti corrispondenza, in termini percentuali, in un'analoga crescita degli investimenti diretti britannici in Italia.

Per quanto riguarda gli investimenti dall'Italia, potenzialità di inserimento potrebbero svilupparsi nel settore dell'edilizia e delle infrastrutture, in relazione agli interventi strutturali per le Olimpiadi di Londra del 2012. I bandi di gara e le relative segnalazioni vengono regolarmente diffuse tramite il sistema "extender".

Un settore dell'economia britannica in fase di forte sviluppo, che usufruisce anche di finanziamenti pubblici ed al quale sono fortemente interessati anche operatori internazionali, è quello delle fonti alternative di energia: in particolare, è prevista la costruzione in concessione di centrali eoliche al largo delle coste sud-orientali e nord-occidentali dell'Inghilterra.

Rilevanti opportunità di investimento sono rinvenibili anche nel settore dell'energia nucleare, in relazione sia al "decommissioning" delle centrali in disuso che al previsto programma di costruzione dei nuovi impianti.

Sotto il profilo dell'attrazione degli investimenti britannici in Italia, potrebbero inserirsi iniziative dirette alla promozione dei distretti industriali high-tech (Torino per il «wireless», Milano per le biotecnologie, Padova per le nanotecnologie, Catania per la microelettronica, Napoli per i polimeri).

Un altro settore suscettibile di attirare investitori britannici è quello dello sviluppo turistico.

Sul piano generale, appare utile sviluppare ulteriormente le attività dirette a diffondere una maggiore e più corretta conoscenza della normativa italiana nei settori di diretta rilevanza per gli investitori esteri (mercato del lavoro, regime fiscale, diritto societario, ecc.), così come delle più recenti iniziative di liberalizzazione a livello settoriale e locale, in particolare nel mercato dell'energia e delle *public utilities*.

È infine da sottolineare, malgrado l'attuale congiuntura negativa, un permanente interesse della finanza britannica per le imprese italiane, anche di dimensioni medio-piccole. Le presentazioni agli operatori della City delle società italiane ad alto rendimento (segmento STAR e Blue Chip), organizzate annualmente da Borsa Italiana con il sostegno dell'Ambasciata, vengono infatti

seguite con particolare attenzione. Tale filone delle relazioni economiche tra i due Paesi è destinato ad arricchirsi di nuove opportunità a seguito dell'integrazione di Borsa Italiana con London Stock Exchange, avviata e finalizzata nel corso del 2007.

## **c) Valutazione delle potenzialità di cooperazione commerciale ed industriale nei settori ad alto contenuto tecnologico**

Il Regno Unito ha un ruolo di primo piano nello sviluppo della ricerca e dell'innovazione in settori avanzati come la chimica fine, l'industria farmaceutica, le bio-tecnologie, l'elettronica, le comunicazioni, l'industria aerospaziale e della difesa, le nanotecnologie ed i nuovi materiali.

L'attenzione dovrebbe pertanto rivolgersi a questi settori, in alcuni dei quali (comunicazioni, elettronica, industria aeronautica, etc.) esistono già collaborazioni industriali tra società dei due Paesi. Il rafforzamento di contatti e legami tra istituti e centri di ricerca italiani con controparti britanniche potrebbe determinare anche favorevoli ricadute di carattere industriale.

Dopo una fase di sperimentazione, sembra più concreta la prospettiva dell'introduzione su vasta scala di pedaggi autostradali, per cui si profilano opportunità interessanti per gli operatori italiani per quanto riguarda sia la fornitura di apparecchiature, sia la gestione di tratti autostradali in concessione.

Ulteriori interessanti prospettive sussistono, come sopra accennato, nel settore del "decommissioning" di impianti nucleari.

**d) Suggerimenti per l'attivazione degli strumenti di sostegno finanziario e assicurativo pubblico per SACE e SIMEST**

Non si ha conoscenza di operazioni per le quali potrebbero essere utilmente attivati strumenti di sostegno finanziario e assicurativo pubblico.

**3. POLITICA COMMERCIALE E DI ACCESSO AL MERCATO**

**a) Ostacoli alla libera circolazione delle merci**

Il mercato britannico, in quanto mercato comunitario, non presenta particolari normative doganali, sanitarie, societarie o di altro tipo che creino problemi all'export italiano. L'unico fattore "negativo" è dato dalla tassazione sulle bevande alcoliche (in base alla quantità di alcool contenuto), che colpisce in maggior misura vini e superalcolici, mentre incide solo marginalmente sul costo della birra, in quanto le accise sono proporzionate al contenuto di alcool per litro.

Nel campo della distribuzione in ambito europeo, il mercato inglese ha la quota più alta di operatori multipli (o magazzini specialistici integrati verticalmente) e la minore quota di mercato di operatori indipendenti. Nel settore dell'abbigliamento, ad esempio, i primi 27 operatori contano per oltre il 50% del mercato britannico ed hanno tutti sviluppato sistemi di acquisto molto sofisticati, mentre nel settore agro-alimentare, l'80% delle vendite al dettaglio avviene attraverso la grande distribuzione.

La fascia media del mercato sta diminuendo, a causa della polarizzazione della domanda, che sostiene, da un lato, la rapida crescita nel settore discount e, dall'altro, l'affermarsi dei marchi più forti a livello internazionale e delle catene più specialistiche.

In tale contesto, il settore indipendente ha registrato un declino. Gli operatori di nicchia hanno tuttavia dimostrato che la crescita è possibile, se i prodotti sono sostenuti da un messaggio forte sullo stile di vita, che si rivolga ad un segmento di domanda ben identificato.

In definitiva, è quindi abbastanza difficile introdurre nel mercato britannico nuovi marchi che non siano sostenuti da adeguate politiche di marketing e da strategie di comunicazione opportunamente mirate.

**b) Ostacoli alla libera circolazione dei servizi, dei capitali e libertà di stabilimento delle imprese**

Come sopra accennato, il mercato dei servizi e dei capitali britannici è tra i più aperti al mondo e il Regno Unito è ormai divenuto la principale destinazione di investimenti diretti esteri. Le aziende con sede nel Regno Unito godono d'altra parte di una posizione ottimale per operare nel mercato globale: il mercato delle telecomunicazioni e la rete integrata di trasporti sono di livello elevato e forniscono collegamenti a costi competitivi con l'Europa ed il resto del mondo; le tariffe dei servizi pubblici sono tra le meno elevate dell'Unione Europea; l'aliquota di imposta sulle società è ancora tra le più basse nell'ambito dei Paesi industrializzati e non ci sono imposte locali aggiuntive sugli utili. A ciò si aggiunge un settore della ricerca e sviluppo di livello elevato, che gode del supporto di iniziative governative e di forti legami tra mondo accademico e industria.

**4. POLITICA PROMOZIONALE E PROPOSTE OPERATIVE DI INTERVENTO CONGIUNTO**

La grave crisi economica ha avuto un impatto negativo sui consumi interni e, insieme al deprezzamento della sterlina rispetto all'euro, ha penalizzato le nostre esportazioni verso il mercato britannico. Considerate le previsioni ancora negative sull'economia britannica, tale tendenza sembra destinata a continuare nei prossimi mesi.

Ciò nonostante, il Regno Unito, con il suo mercato di circa 60 milioni di abitanti ad alto reddito pro-capite e con crescente propensione ai consumi di qualità, continua a rappresentare - in un'ottica di medio-lungo periodo - un importante mercato di sbocco per i nostri prodotti, specialmente per quelli di fascia alta e ad elevato valore aggiunto. La strategia di promozione commerciale - pur vincolata dalle limitate risorse finanziarie - deve cercare di cogliere tali opportunità.

Gli obiettivi che l'Ambasciata e l'Ufficio ICE di Londra si propongono per il 2009 e il 2010 possono essere così sintetizzati

- difesa delle quote di mercato nei settori tradizionali del nostro export, in particolare dei sistemi abitare e moda/persona;
- rafforzamento della presenza nel settore metalmeccanico, in termini di fornitura di beni strumentali e di prodotti di subfornitura, dando priorità alla componentistica industriale a tecnologia più avanzata;
- promozione della diffusione e della conoscenza dei prodotti delle industrie agroalimentari, attraverso un ulteriore graduale accreditamento dello stile di vita italiano e del mangiare all'italiana;
- valorizzazione dell'immagine del sistema industriale italiano e promozione dei distretti industriali, che costituiscono una peculiarità del nostro sistema produttivo;
- ricerca di collaborazioni - in raccordo con l'Ufficio dell'Addetto Scientifico - nei settori delle biotecnologie, delle nanotecnologie, dell'informatica e della telematica, delle energie rinnovabili;
- rafforzamento delle iniziative per l'attrazione di investimenti diretti britannici in Italia.

Per il perseguimento di tali obiettivi, occorrerà fare affidamento, oltre che sulle attività promozionali del programma nazionale ICE, ad iniziative co-finanziate o finanziate in via esclusiva da Enti locali (Regioni, Province, Comuni, Centri Esteri delle Camere di Commercio, Consorzi). Appare peraltro opportuno che l'attività di promozione degli Enti locali su questo mercato si sviluppi in maniera ordinata e razionale e sulla base di programmazioni di lungo periodo. In quest'ottica, è auspicabile che i progetti delle Province e dei Comuni si integrino il più possibile con le iniziative intraprese dalle Regioni, in una dimensione che miri ad evitare le sovrapposizioni ed ad accrescere, per converso, le possibili sinergie.

È inoltre importante che l'azione promozionale si estenda al di fuori dell'area londinese, mirando ad espandere le quote di mercato del *Made in Italy* anche nelle altre principali città britanniche (Edinburgo, Glasgow, Liverpool, Manchester, Birmingham e Cardiff).

Avendo presente questa strategia generale e compatibilmente con le risorse che si renderanno disponibili, nel secondo semestre del 2009 e nel primo 2010 ci si ripropone di portare avanti le iniziative settoriali di seguito elencate.

**a) Mappatura delle iniziative di sostegno all'internazionalizzazione del sistema produttivo che la rappresentanza diplomatico-consolare e l'ICE intendono realizzare nel corso del secondo semestre del 2009.**

**Settore Agroalimentare**

- Bari, 21-24 luglio: Missione di operatori del settore ortofrutta bio ed uve apirene. Convenzione ICE/Regione Puglia.
- Bologna, 9-13 settembre: Missione di operatori del settore agroalimentare biologico alla manifestazione "SANA". Convenzione ICE/Regione Emilia Romagna.
- Cesena, 6-10 ottobre: Missione di operatori del settore ortofrutta alla manifestazione "Macfrut". Convenzione ICE/Regione Emilia Romagna.
- Londra, 8 ottobre: Borsa Vini con la partecipazione di 42 aziende vinicole provenienti da 14 regioni italiane.
- Bari, 8-11 ottobre: Missione di operatori del settore ortofrutticolo con visita ad aziende pugliesi produttrici di uva da tavola. Convenzione ICE/Regione Puglia.
- Bolzano, 6-9 novembre: Missione di giornalisti in occasione del "Merano Wine Festival". Convenzione ICE/Provincia Autonoma di Bolzano.
- Londra, 19 novembre: Seminario informativo, rivolto alla stampa, sull'olio extravergine d'oliva italiano.

Altre iniziative promozionali, a favore della filera agro-alimentare, sono in corso di definizione all'interno delle Convenzioni stipulate tra l'ICE e le Regioni italiane nell'ambito degli Accordi di Programma.

**Settore beni di consumo**

- Londra, luglio-ottobre: Campagna pubblicitaria, su riviste specializzate, a favore del "Festival Internazionale del Film" di Roma. Convenzione ICE/Regione Lazio.
- Roma, 6-11 luglio: Missione di operatori alla manifestazione "Roma Fiction Fest". Convenzione ICE/Regione Lazio.
- Roma, 12-15 luglio: Missione di operatori e giornalisti alla manifestazione "AltaModa-AltaRoma".

- Milano, 8-11 settembre: Missione di operatori e giornalisti alla manifestazione “Milano Unica”.
- Trento, 16-19 settembre: Missione di operatori alla manifestazione “Italian DOC Screenings”.
- Verona, 16-20 settembre: Missione di operatori alla manifestazione “Abitare il Tempo”.
- Nord Italia, 20-26 settembre: Promozione del tessile italiano con il Central Saint Martins College di Londra. Visita di docenti del College presso i distretti tessili.
- Milano, 25-28 settembre: Missione di operatori alla manifestazione “Pret-a-porter”.
- Verona, 27 sett.-3 ottobre: Corso di formazione sui materiali lapidei, a favore di architetti britannici, in occasione della manifestazione “Marmomacc”.
- Bologna, 29 sett.- 3 ottobre: Missione di operatori e giornalisti alla manifestazione “Cersaie”.
- Valenza, 3-6 ottobre: Missione di operatori alla manifestazione “Valenza Gioielli”. Convenzione ICE/Regione Piemonte.
- Milano, 14-15 ottobre: Missione di operatori settore tessile alla fiera “FILO”.
- Roma, 15-19 ottobre: Missione di operatori al “Festival Internazionale del Film”. Convenzione ICE/Regione Lazio.
- Arezzo, 27-29 ottobre: Missione di operatori alla manifestazione “Incontri d’Autunno”. Convenzione ICE/Regione Toscana.
- Genova, 10-13 novembre: Missione di operatori e giornalisti del settore lapideo. Convenzione ICE/Regione Liguria.
- Roma, 25-29 novembre: Missione di operatori alla manifestazione “Castelli Animati – Festival Internazionale del Cinema d’animazione”. Convenzione ICE/Regione Lazio.
- Roma, 5-8 dicembre: Missione di operatori alla manifestazione “Piu’ Libri Piu’ Liberi”.

Ulteriori iniziative (eventi di presentazione e missioni in Italia di operatori e giornalisti in occasione di fiere specializzate) sono in corso di definizione.

### **Settore beni strumentali**

- Aberdeen, 8-11 settembre: Sistema Italia alla fiera “Offshore Europe 2009”.
- Milano, 5-8 ottobre: Missione di operatori e giornalisti alla fiera “EMO 2009”.
- Parma, 27-30 ottobre: Missione di operatori alla manifestazione “Cibus Tec 2009”.
- Liverpool, 6-9 ottobre: Partecipazione al “PPI Transport Symposium”. Convenzione ICE/Regione Liguria.
- Milano, 10-15 novembre: Missione di operatori alla manifestazione “EICMA 2009”.
- Rimini, 21-24 novembre: Missione di operatori alla manifestazione “SIA Guest”.

### **Attrazione investimenti esteri**

- Birmingham, 22-23 settembre: Partecipazione, con stand informativo, alla manifestazione “Call Centre 2009”.
- Pula (Cagliari), 22-23 ottobre: Missione di operatori alla Convention internazionale di marketing territoriale dedicata ai comparti Biotecnologie e ICT. Convenzione ICE/Regione Sardegna.
- Londra, 3-4 novembre: Partecipazione, come delegati, alla manifestazione “UK Nanoforum”.
- Londra, 10 dicembre: Partecipazione, con stand informativo, alla manifestazione “Genesis 2009”.

**c) Progetti delle rappresentanze diplomatico-consolari e degli Uffici ICE per iniziative promozionali nel corso del 2010**

**BENI DI CONSUMO**

**Abbigliamento**

*Valutazioni di mercato*

Negli ultimi anni le vendite di capi di abbigliamento Made in Italy di fascia media hanno registrato una significativa flessione della quota di mercato, mentre l'alta gamma ed il casual di tendenza hanno mantenuto le posizioni ed in alcuni casi aumentato le proprie quote grazie alla crescente presenza distributiva diretta delle aziende leader.

Tale situazione appare destinata a perdurare: la concorrenza agguerrita delle catene internazionali, in particolare di quelle spagnole, e l'affermazione della *fast fashion* a prezzi competitivi non consentono ampi margini di manovra ai produttori italiani di fascia media con base manifatturiera nel nostro Paese.

La polarizzazione del mercato rende pertanto opportuno focalizzare l'attenzione sui segmenti di fascia più alta, facendo leva sul fatto che le grandi case di moda italiana sono presenti stabilmente nel Regno Unito con prestigiosi *flagship store* nelle arterie del lusso dei maggiori centri urbani. Ridottissima risulta invece la presenza di produttori di capi di abbigliamento artigianale di alta qualità sartoriale. Ad eccezione di Rubinacci, che ha aperto nel 2005 un proprio atelier a Londra, i grandi sarti italiani sono infatti assenti dalla piazza londinese.

*Elenco iniziative del settore*

In tale contesto, si mira a realizzare un'iniziativa di immagine, in una prestigiosa sede londinese, finalizzata ad attirare l'attenzione del pubblico britannico sulla grande tradizione sartoriale italiana e sui tessuti italiani di eccellenza. Sulla base di contatti già avviati, detta iniziativa potrebbe essere organizzata in collaborazione con Pitti, con la Fondazione Biella e con l'Associazione dei Sarti di Savile Row.

Parimenti si continuerà ad inviare operatori e giornalisti britannici alle principali fiere italiane del settore: Pitti Uomo; Pitti Bimbo; Milano Unica; Filo; AltaRoma AltaModa; Milanovendemoda; Modaprima; Proposte.

**Cinema**

*Valutazioni di settore/mercato*

Nel Regno Unito il mercato del cinema è quasi completamente dominato dalle produzioni americane. Il cinema italiano, dopo aver sperimentato un notevole successo negli anni '60, ha registrato un drastico declino nei anni successivi. Da qualche anno si assiste tuttavia ad un ritorno di interesse del pubblico britannico nei confronti delle opere dei giovani registi italiani con un incremento delle pellicole italiane che vengono distribuite nelle sale cinematografiche. Di qui l'interesse ad azioni promozionali nel settore.

*Elenco iniziative di settore*

Azioni di supporto al London Film Festival ed all'Italian Film Festival. Il London Film Festival è un momento importante, nel panorama del cinema britannico, di presentazione delle produzioni di qualità, essenzialmente destinate alle Art Houses, provenienti da tutto il mondo. L'Italian Film Festival è l'unico momento completamente dedicato al cinema italiano e si svolge sia a Londra che a Edinburgo. Si prevedono, come di consueto, missioni di operatori alle principali manifestazioni italiane del settore: Festival Internazionale del Film di Roma; DOC Screenings; Festival del Cinema di Animazione; Rome Fiction Fest.

**Editoria**

*Valutazioni di mercato*

Il Regno Unito si conferma come mercato di particolare interesse per il settore dell'editoria, sia per quanto riguarda il consumo interno che l'esportazione. Londra è la capitale mondiale dell'editoria in lingua inglese ed i maggiori gruppi editoriali internazionali hanno nella capitale britannica il quartiere generale europeo.

La bilancia commerciale britannica in questo settore registra un saldo positivo strutturale. Nel 2008 il valore complessivo delle esportazioni per la macro-voce doganale 49 (HS) è stato pari a circa 2,38 miliardi di sterline (circa 2,5 miliardi di sterline nel 2007). Nello stesso periodo la Gran Bretagna ha importato prodotti editoriali per 1,75 miliardi di sterline, sostanzialmente in linea con il valore del 2007.

*Elenco iniziative del settore*

La manifestazione "London Book Fair", che avrà luogo dal 19 al 21 aprile 2010, cresce ogni anno di rilievo ed insidia il primato europeo di Francoforte. L'ICE, in collaborazione con l'associazione nazionale degli editori, ha partecipato negli ultimi anni alla manifestazione londinese con un crescente interesse degli operatori italiani. Si prevedono altresì, come di consueto, missioni di operatori alle principali fiere italiane del settore: Fiera del Libro di Torino; Fiera più Libri più Liberi di Roma; Fiera del Libro per Ragazzi di Bologna.

**AGRO-ALIMENTARE**

*Valutazioni di mercato*

Negli anni recenti, il mercato britannico, analogamente a quanto in atto in altri paesi, ha registrato un crescente e significativo interesse per i prodotti agro-alimentari italiani. Il Regno Unito attualmente costituisce il quarto mercato di sbocco per il nostro export agro-alimentare dopo Francia, Germania e Stati Uniti.

Oltre l'85% dell'export agroalimentare italiano è costituito da prodotti dell'industria alimentare (conservate, succhi vegetali, paste alimentari, prodotti lattiero-caseari, carni insaccate, olio d'oliva, pelati), mentre la rimanente quota del 15% è appannaggio dei prodotti ortofrutticoli freschi. La crescita della domanda ha interessato i più importanti settori, ma in particolare ha riguardato le specialità regionali ed i prodotti DOP e IGP, creando spazio anche per i prodotti di nicchia. Si può affermare che una consistente percentuale del nostro export verso il mercato britannico è rappresentata da produzioni ad alto valore aggiunto, le quali consentono la sopravvivenza di molte aziende di dimensioni ridotte.

*Elenco iniziative di settore*

La prossima edizione dell'IFE (International Food Exhibition), principale vetrina londinese per i prodotti agro-alimentari, avrà luogo dal 13 al 16 marzo 2011. Per colmare tale intervallo, si ritiene necessario prevedere la realizzazione, come avvenuto in passato, di uno specifico workshop sui prodotti agroalimentari italiani nel periodo maggio/giugno 2010.

*Azioni di comunicazione*

Al fine di migliorare la conoscenza delle produzioni italiane di eccellenza, con particolare riferimento ai prodotti DOP e IGP, appare opportuno effettuare specifiche azioni di comunicazione, la cui articolazione può prevedere degustazioni guidate, diffusione di materiale informativo e promozionale e l'invio in Italia di giornalisti ed operatori britannici del settore, con visita guidata agli stabilimenti produttivi.

## **VINO**

*Valutazioni di mercato*

Il Regno Unito rappresenta per le esportazioni italiane del vino il secondo mercato europeo ed il terzo in assoluto a livello mondiale dopo quello tedesco, e quello statunitense. In linea generale, la domanda britannica ha mostrato negli ultimi anni un trend in costante crescita che, secondo le previsioni, dovrebbe mantenersi anche per i prossimi anni. In effetti, le importazioni sono state condizionate da un mercato che, nell'ultimo decennio, si è dimostrato estremamente vivace come tono della domanda e per nulla stabilizzato in fatto di gusti. Il nostro paese, che occupa la terza posizione, dopo Francia e Australia, è caratterizzato da un'immagine che si posiziona in un target medio/basso. In effetti, i nostri vini, tranne limitate eccezioni per tipologie e marche note, si attestano ad un prezzo al consumatore che oscilla tra le 3,5 e le 5 sterline a bottiglia.

Questo posizionamento di immagine verso il basso della nostra produzione enologica è ancora più rilevante se si considera che il vino italiano potrebbe sfruttare il favorevole trend della nostra ristorazione che in Gran Bretagna, come d'altronde in altre parti del mondo, viene considerata di altissimo livello. Premesso che da alcuni anni sono venuti a mancare quegli stanziamenti che rendono possibile la realizzazione di una politica promozionale articolata e ben strutturata, appare necessario, per il prossimo futuro, considerare l'ipotesi di assegnazione di un budget promozionale adeguato, che consenta un'attività, sia a livello istituzionale che a livello aziendale, mirata a fare meglio conoscere il vino italiano, soprattutto nelle tipologie di medio ed alto livello.

*Elenco iniziative di settore*

- *Azioni di comunicazione*
  - degustazioni guidate (considerato l'elevato numero di tipologie di vini prodotti in Italia, si dovranno prevedere degustazioni tematiche);
  - produzione di materiale informativo;
  - produzione di materiale promozionale;
  - corsi per sommeliers (con l'Associazione Italiana dei Sommeliers che ha una propria rappresentanza a Londra, si potranno realizzare corsi per sommelier diretti a ristoratori, camerieri ed addetti al settore catering);

- degustazioni in collaborazione con importatori presso club di medio-alto livello inglesi (lo scopo è di raggiungere il consumatore attraverso presentazioni di alcune tipologie di vino vendute in Gran Bretagna il cui prezzo al dettaglio oscilla tra le 5 e le 10 sterline).
- *Promozione commerciale*

Solo alcune marche hanno raggiunto una certa notorietà e affermazione sul mercato britannico, pertanto risultano necessarie azioni verso il trade e verso la stampa specializzata che consentano a nuove aziende di affacciarsi sul mercato in modo organico e supportate da un sostegno pubblico che consenta loro di individuare facilmente i canali più adeguati e meno rischiosi. A tal fine, si prevede per il periodo ottobre/novembre 2010, anche alla luce dei lusinghieri risultati ottenuti in occasione di analoghe precedenti iniziative organizzate negli anni scorsi, la realizzazione a Londra di una Borsa di Vini italiani.
- *Manifestazioni fieristiche*

Particolarmente importante è la “**London International Wine & Spirit Fair**”, fiera annuale specializzata sul vino di carattere internazionale che si terrà a fine maggio 2010 a Londra. A tale manifestazione partecipano ufficialmente, con padiglioni nazionali, i più importanti produttori del mondo, come: Francia, Spagna, Australia, USA, Argentina, Sud Africa, Portogallo, ecc. L’Italia da alcuni anni è assente come partecipazione ufficiale, mentre è rilevante la presenza di Regioni, Camere di Commercio e singole ditte produttrici. La presenza dell’ICE si focalizzerà nelle attività di coordinamento delle presenze regionali e di assistenza alle aziende italiane partecipanti.

## **BENI STRUMENTALI**

### **Apparecchiature medicali**

#### *Valutazioni di mercato*

L’industria italiana del settore medicale è all’avanguardia e può sicuramente cogliere le opportunità crescenti offerte nel Regno Unito dall’aumento dei flussi di spesa pubblica nel settore sanitario. Le industrie italiane di macchinari per il settore sanitario stanno attraversando un momento congiunturale poco favorevole sul mercato domestico e potrebbe guardare con maggiore attenzione alle opportunità del mercato britannico. Entro il 2010 più di 100 ospedali, compresi i processi d’acquisto di macchinari ed arredamento, saranno gestiti da soggetti privati attraverso le formula PFI/PPP.

Il Servizio Sanitario Nazionale provvede a gran parte delle cure medico-sanitarie della popolazione britannica. Gli ospedali, i trust e le diverse autorità locali si muovono con crescente autonomia per acquistare beni e servizi. Obiettivo dell’esecutivo è quello di migliorare i servizi sanitari, riducendo in maniera significativa le liste di attesa, con una maggiore partecipazione del settore privato.

#### *Elenco iniziative del settore*

- International Dental Showcase. La manifestazione ha luogo a Birmingham, con cadenza annuale, e rappresenta il più importante appuntamento britannico del settore. L’edizione del 2010 si svolgerà dal 14 al 16 Ottobre.

## **Macchine imballaggio**

### *Valutazioni di mercato*

Il Regno Unito è il quinto mercato di sbocco per le esportazioni delle imprese italiane del settore. Se si considera la dinamica aggregata dell'ultimo triennio le aziende italiane hanno rafforzato la posizione. Le aziende italiane esportano nel Regno Unito prevalentemente macchine per imballare ed impacchettare merci, macchine per riempire chiudere ed incapsulare, e ricambi. Data l'esiguità degli acquisti settoriali italiani di tecnologie britanniche, il saldo è ovviamente largamente attivo per l'Italia. Il mercato britannico del packaging sta attraversando una fase di profonda riorganizzazione. La grande distribuzione organizzata e le industrie specializzate nel largo consumo stanno rispondendo alla crescente domanda di minor utilizzazione del packaging, della crescita di materiali riciclati e bio-degradabili, attraverso la migliore conoscenza dei cambiamenti in atto in Gran Bretagna e l'organizzazione di un momento seminariale, in collaborazione con Ucima, con i maggiori acquirenti decisori di packaging del Regno Unito e la partecipazione qualificata di Ipack Ima.

### *Elenco iniziative del settore*

Realizzazione di uno studio sul mercato britannico ed individuazione delle aree di maggiori opportunità per le imprese italiane e la pubblicizzazione dei risultati in un seminario, da tenersi in Italia, con i protagonisti del settore.

## **PROGETTI SPECIALI**

### **Iniziativa presso la grande distribuzione organizzata**

Nel Regno Unito è ormai da anni acquisita la presenza e la visibilità del Made in Italy nel settore dei beni di consumo/alimentari di qualità ma, a causa della sempre maggiore richiesta di beni a basso prezzo e delle attività di promozione effettuate dagli altri paesi concorrenti, l'Italia fatica a mantenere le proprie quote di mercato. È importante, quindi, agire con un progetto di ampio respiro per difendere le quote di mercato italiane e rivitalizzare e rafforzare la percezione dei consumatori britannici nei confronti dell'Italia e delle peculiarità delle sue produzioni. Lo strumento più idoneo per conseguire tale obiettivo è rappresentato dalle manifestazioni in collaborazione con i grandi magazzini di fascia alta (Harvey Nichols, Fortnum Mason, Selfridges) nella forma di una Country in-store promotion della durata di 3-4 settimane. I grandi magazzini di prestigio di Londra distribuiscono, al contrario della realtà italiana, i prodotti di lusso e le grandi firme. I department stores rappresentano, per la loro posizione di leadership e anche di radicamento sociale nel territorio, un efficace canale di penetrazione per raggiungere il triplice obiettivo di: (a) un accreditamento ad alto profilo dell'immagine del prodotto italiano presso le categorie trend-setter dei consumatori; (b) immediati ritorni commerciali; (c) il trascinarsi di altri settori, particolarmente il turismo.

## **ATTRAZIONE INVESTIMENTI IN ITALIA**

### *Valutazioni di mercato*

Il Regno Unito è un paese di primario interesse per lo svolgimento di attività di attrazione di investimenti esteri, in quanto:



- vi ha sede il maggior numero di filiali europee delle multinazionali americane ed estremo-orientali che agiscono da capofila, o che sono comunque coinvolte in prima battuta in progetti di espansione nell'Europa continentale;
- gli intermediari della City (merchant banks, studi legali internazionali, management consultants) sono interlocutori in grado di orientare le decisioni di localizzazione da parte delle imprese clienti di tutto il mondo.

L'obiettivo di individuare potenziali investitori esteri non è peraltro perseguibile sempre in via diretta: i progetti di espansione industriale vengono infatti trattati a livello di vertice, nei consigli di amministrazione aziendali, e, almeno nelle fasi preliminari, seguono percorsi riservati e prudentiali. È pertanto importante inserirsi nei canali attraverso i quali transitano i processi decisionali nel momento in cui fuoriescono dal nucleo del management aziendale. I grandi istituti di credito, gli studi legali multidisciplinari, le società di consulenza e di real estate sono di norma i primi soggetti esterni all'azienda ad essere coinvolti nella scelta degli investimenti, con il mandato di verificare le opzioni più convenienti. Ciò premesso, ci si propone una duplice linea di interventi:

- attività di comunicazione per promuovere la conoscenza dell'offerta italiana presso i prospective investors e gli intermediari della City;
- direct marketing/scouting per individuare e sviluppare rapporti con possibili investitori, in una prospettiva di risultati a breve/medio termine.

#### *Elenco iniziative di settore*

Questi obiettivi verranno perseguiti dal Desk Investimenti presente presso l'Ufficio ICE di Londra attraverso:

- *Azioni di comunicazione*

Per potersi imporre all'attenzione di un'audience così qualificata in un ambiente così affollato, è indispensabile trasmettere messaggi che, per quanto possibile, differenzino il nostro paese rispetto alla concorrenza. Pertanto, converrà:

- attivare la collaborazione di istituzioni influenti;
- coinvolgere, eventualmente promuovendo partnership a condizioni di reciprocità, le associazioni di categoria locale.

- *Direct marketing/scouting*

Partecipazione ad eventi specializzati, presenza ad alcune manifestazioni britanniche, accuratamente selezionate, dedicate a settori ritenuti prioritari in tema di attrazione degli investimenti: ICT; Biotecnologie; Nanotecnologie.