

COMUNICATO STAMPA

AL VIA IL QUINTO CICLO DEI “MARTEDI’... IN TERRAZZA, IDEE A CONFRONTO” DEL BANCO DI NAPOLI

Dedicato all’export il primo appuntamento del nuovo ciclo di incontri per discutere su temi e argomenti di interesse dell’imprenditoria della Campania. Presentato il report di SRM su “I mercati di sbocco per le imprese campane: scenari e prospettive per export, valute e settori”.

*Napoli, 23 aprile 2013 – Si è tenuto oggi, nella terrazza della sede del Banco di Napoli di via Toledo, il primo appuntamento del ciclo 2013 dei “Martedì...in Terrazza – Idee a confronto”, l’ormai tradizionale incontro con l’imprenditoria della Campania per discutere su alcuni dei temi di attualità ed interesse per le imprese del territorio. Il dibattito odierno ha visto tra i *discussant*, insieme ai numerosi imprenditori intervenuti, il presidente di Besana Group, **Giuseppe Calcagni** e il direttore generale del Banco di Napoli, **Giuseppe Castagna**. In apertura il direttore generale di SRM (Gruppo Intesa Sanpaolo), **Massimo Deandreis** ha presentato il report su “I mercati di sbocco per le imprese campane: scenari e prospettive per export, valute e settori”.*

*“L’idea, vincente, dei Martedì - spiega **Giuseppe Castagna** - nasce dalla volontà di creare un momento di incontro, di ascolto e di discussione in un luogo di riferimento, dove l’imprenditoria del territorio possa confrontarsi periodicamente con il Banco di Napoli sulle problematiche maggiormente avvertite dal mercato. Oggi in un momento così complesso per l’economia del Paese e delle nostre imprese avvertiamo ancora di più l’esigenza di stimolare il dialogo con i nostri imprenditori al fine di trovare insieme soluzioni concrete per affrontare la crisi e al tempo stesso guardare all’immediato futuro con rinnovato spirito di competizione. La forza del tessuto imprenditoriale campano sta, da sempre, nella capacità di affrontare e superare grandi difficoltà. In questo momento devono essere le nostre imprese il volano della rinascita economica del territorio di riferimento del Banco di Napoli. Questi incontri possono fornire utili spunti di riflessione sui quali i protagonisti del settore, di volta in volta coinvolti, potranno orientare le future strategie commerciali, di globalizzazione d’impresa, di innovazione.*

*“Le analisi – commenta **Massimo Deandreis** - mostrano che il Mezzogiorno e la Campania hanno alcuni settori produttivi che rientrano tra quelli con un elevato livello di innovazione e di internazionalizzazione che, per necessità e virtù, hanno saputo negli ultimi anni, guadagnare nuove quote sui mercati esteri. Sono i settori della cosiddetta “tripla A” (Agroalimentare, Automotive, Aerospazio a cui si aggiunge il sistema Moda) che hanno avuto performances in alcuni casi anche migliori di quelle medie nazionali ed hanno apportato un contributo significativo al surplus dell’export manifatturiero italiano. Tuttavia questa positiva dinamica ha solo parzialmente compensato la pesante crisi del mercato*

interno nazionale con le sue negative conseguenze sull'andamento delle imprese. Continuare su questa azione di internazionalizzazione è, per le imprese, necessario e utile, allargando quando possibile a forme di partnership e investimento estero su cui il sistema bancario può dare, anche grazie alla propria rete estera, un essenziale supporto”.

IL REPORT DI SRM

LO SCENARIO ATTUALE: CRISI E SCELTE DI POLITICA “MONETARIA” E “VALUTARIA” A LIVELLO EUROPEO

Nel perdurante scenario recessivo l'unico «motore» che ha tenuto è quello estero. In Italia, negli ultimi due anni il contributo al PIL è venuto dal commercio estero (passato da segno negativo a positivo) mentre i consumi privati e gli investimenti hanno fornito un contributo sempre più negativo. Lo scenario italiano si inserisce in un quadro europeo molto complesso. La condizione «macroeconomica» dei paesi dell'Area Euro e dell'Italia in particolare, è indubbiamente condizionata dall'adozione di politiche di rigore di bilancio e di contrasto alla crisi di fiducia dei mercati. Inoltre stanno evidenziandosi in tutta la loro complessità altri due fattori rilevanti per la futura competitività delle imprese (in particolare nei mercati esteri): la «strategia monetaria» dell'UE e l'attuale competizione valutaria. Le tensioni “politiche” e “monetarie” che riguardano la realtà economica europea incidono, infatti, sulla futura capacità delle imprese italiane di competere “ad armi pari” con le concorrenti europee ed extra europee.

LO SCENARIO PROSPETTICO: EXPORT, MERCATI DI SBOCCO E POTENZIALITÀ DELLE IMPRESE CAMPANE

Anche in Campania la domanda estera rappresenta una fonte di sostegno alla crescita del Pil nel medio periodo, ed, infatti a conferma di questo, il peso dell'interscambio commerciale sul Pil regionale è superiore al dato meridionale (23,3% contro il 17,6%). L'interscambio Campano segue, peraltro, un trend crescente, passando da 19,1% nel 2007 al 23,3% nel 2012, ed, in particolare, aumenta l'export regionale (escludendo i prodotti energetici) verso aree lontane e nuovi mercati. L'export campano (2012) è per il 47,1% diretto verso l'Ue 27, (rispetto al 55,5% del Sud e al 54,6% dell'Italia). Significativo è il peso dell'export regionale in America (16,8%), in Africa (9%) e nell'area Mediterranea (6,5%), dati questi superiori sia alla media meridionale che al dato nazionale. Anche in termini tendenziali (2012/2008) si conferma il calo verso l'area UE27 (-17,9%, che penalizza il risultato complessivo), il consolidamento verso l'America (+40,1%) e l'apertura delle imprese della regione su aree nuove e più lontane (Area Med, Asia intorno al 30% di crescita).

Ma dove si dirige l'export manifatturiero della Campania. Quali sono i mercati di sbocco? Sulla base delle tendenze attuali, in Campania è prevedibile nel medio periodo che i processi di internazionalizzazione delle imprese si rivolgano sempre più verso nuovi aree e mercati:

- l'Area Med e l'Asia trainati in particolare dai settori dell'Agroindustria, dell'Aeronautico e dell'Automotive.
- L' America (Settentrionale e Meridionale) con in evidenza il Tessile di alta gamma, l'Agroindustria, i Mezzi di trasporto.

In particolare aumenta l'interesse verso l'Area Med. Italia e Mezzogiorno sono tra i primari partner commerciali dell'Area Med. L'interscambio commerciale (import + export) tra l'Italia e l'Area Med è aumentato dell'81,3% tra il 2001 e il 2012, quando si è portato a 67,5 miliardi di euro. Le stime al 2014 prevedono un'ulteriore crescita dell'interscambio tra Italia e area Med a 75,4 miliardi di euro.

La Campania conserva ampie potenzialità di crescita che vanno però aiutate a «ripartire». Con un PIL di 94,5 mld di € la Campania detiene una sua forza economica in linea, in valore con uno stato come l'Ungheria (96,6 mld di €). Ha nel suo tessuto produttivo, settori portanti e di grande impatto economico. L'Aeronautico, l'Automotive, l'Agroalimentare, il Tessile, il Turismo ed il suo indotto nonché il settore dei Trasporti e Logistica - solo per fare qualche esempio - rappresentano oltre il 22,5% del valore aggiunto regionale (oltre 21 miliardi di euro). La forza di un territorio come la Campania è dunque anche e soprattutto in questi valori. E su questi valori occorre far leva puntando ad aumentare la «solidità imprenditoriale», migliorando la «capacità di gestire relazioni positive», e soprattutto aumentando la «proiezione verso l'estero». La chiave del successo può e deve, quindi, essere quella di sostenere la trasparenza nei rapporti con il mercato, favorire la concorrenzialità, dare spazio alla formazione, consolidare le reti e i cluster e le sinergie tra banca e impresa.

Per informazioni

Intesa Sanpaolo

Rapporti con i Media - Banca dei Territori e Media Locali

mobile: +393357438262

stampa@intesaspaolo.com