

ELETTRONICA

settori e scelte promozionali

• ELETTROTECNICA ED ELETTRONICA

L'Industria Italiana del comparto ha evidenziato nel 2007 una buona *performance* del giro d'affari complessivo, chiudendo l'anno con una crescita del fatturato aggregato del 5,3 %.

Nell'unione Europea a 27 l'Italia è il secondo Paese produttore per i comparti dell'Elettrotecnica ed il quinto per quelli dell'Elettronica: l'**Elettrotecnica** ha registrato un incremento delle vendite totali del 5,8% mentre l'**Elettronica** - dal 2002 in calo - ha evidenziato nel 2007 un recupero del volume d'affari aggregato (+4,5%).

Le esportazioni hanno segnato nel 2007 un modesto incremento (+2,2%), in rallentamento per la frenata sui mercati esteri che ha interessato il comparto dell'Elettronica (-3,2%). L'Elettrotecnica prosegue, invece, nella fase espansiva (+5,3%), sostenuta dal riposizionamento delle forniture di tecnologie *made in italy* verso i Paesi emergenti. Tengono il passo sui mercati esteri soprattutto le medie imprese, nuovi protagonisti dell'industria di trasformazione nazionale.

Le incertezze legate al quadro internazionale e l'indebolimento del dollaro penalizzano alcuni segmenti più esposti sui mercati esteri, ma l'evoluzione del settore nel suo complesso, beneficiando dell'accelerazione della domanda sui mercati *extra UE*, dovrebbe mantenere un profilo espansivo. Le evidenze congiunturali sui primi mesi del 2008 mostrano invece una rinnovata debolezza sul fronte della domanda interna, condizionata dalle attese non favorevoli sulla componente dei beni di investimento.

Il piano di attività, individuato in stretta collaborazione con le Associazioni di categoria e verificato dagli Uffici ICE all'estero, ha come obiettivi:

- **consolidare** la presenza delle piccole e medie imprese italiane sui mercati per i quali è stata effettuata un'azione di penetrazione già nel 2008, attraverso la partecipazione a manifestazioni fieristiche estere missioni di operatori stranieri, opportunamente selezionati, alle fiere italiane di settore;
- orientare le PMI verso **mercati di nuova apertura** e/o difficile penetrazione attraverso contatti diretti con operatori esteri in visita alle manifestazioni italiane del settore.

• mercati e interventi

Le attività di internazionalizzazione per il comparto sono concepite per un approccio graduale ai mercati:

- una prima fase di **apertura** di contatti con le Associazioni di categoria locali, gli Enti di normazione e certificazione e più in generale le istituzioni locali;
- una seconda fase, più propriamente **promozionale**, vede la realizzazione di seminari/workshop che permettano la presentazione diretta del Sistema Paese agli interlocutori locali;
- una terza fase di **consolidamento** prevede la partecipazione delle aziende italiane a manifestazioni fieristiche all'estero o organizzazione di delegazioni estere in Italia.

Tutte queste fasi vengono accompagnate da **studi settoriali**, eventi di immagine, corsi di **formazione**, realizzazione e diffusione di repertori, campagne stampa, ecc.

Per quanto riguarda **elettronica** ed **elettrotecnica** le iniziative più rilevanti sono la partecipazione in **Russia** alla *Elektro 2009*, alla *Middle East Electricity* di **Dubai** ed al Salone *Electro, Automation Industrielle & Energie* in **Algeria**, Paese di cui l'Italia rappresenta il secondo fornitore - dopo la Francia - con una quota nel 2007 pari all'8,7% sul totale delle importazioni del settore che appare destinata a crescere.

• ICT

Il settore dell'**Information and Communication Technology** indica la convergenza delle tecnologie e del mercato relativi all'informatica con quelli relativi alle telecomunicazioni ed ai media. In particolare il segmento **informatica** (IT) comprende - nella sua accezione più generale - il mercato delle componenti hardware, software e tutti i servizi correlati; il segmento di **telecomunicazioni** (TLC) riguarda due macro-categorie: rete di telecomunicazioni fissa e rete di telecomunicazioni mobile, dalle infrastrutture ai servizi; i media comprendono le tecnologie di comunicazione radio-televisiva legate al segmento del **broadcasting**.

Nel complesso, in Italia la dinamica di crescita del settore è risultata ancora una volta al di sotto di quella rilevata su scala mondiale (+5,5): per il 2008 la crescita del mercato ICT aggregato è dell'ordine dell'1,9%, un punto percentuale in più rispetto all'anno precedente.

Nell'ultimo biennio la penetrazione del cellulare nelle famiglie italiane è passata dall'80,8 all'85,5%, quella del Pc dal 43,9% al 47,8% e quella di Internet dal 34,5% al 38,8%, lasciando intendere la mancanza di un quadro di riferimento che favorisca l'uso dell'ICT in chiave di innovazione nel sistema produttivo. Il relativo recente miglioramento porta il mercato ICT al valore complessivo di 65.643 milioni, ma si confronta però con tassi più sostenuti in tutti i paesi guida dell'Europa ed è più che altro funzione di una ripresa sul fronte delle telecomunicazioni piuttosto che dell'informatica.

• mercati e interventi

Per il 2009 l'azione dell'ICE per il comparto **ICT** si focalizza sui mercati più competitivi con la partecipazione ad **eventi internazionali rilevanti** che costituiscono un appuntamento fisso per le imprese ed hanno già fornito risultati ed elementi utili per la promozione e lo sviluppo del settore: *Broadcast Asia* di **Singapore** e *Cebit* di **Hannover** sono infatti vere vetrine mondiali dell'ICT e piattaforme ideali per la presentazione di tecnologie innovative.

Completano il progetto missioni di operatori esteri alle principali fiere italiane. Queste iniziative saranno integrate dai **Programmi di promozione straordinaria del Made in Italy**. La gamma di interventi sarà ampliata nel prossimo triennio attraverso lo sviluppo degli obiettivi di settore.

Per informazioni: beni.strumentali@ice.it