



## Belgio

RAPPORTI PAESE CONGIUNTI  
AMBASCIATE/CONSOLATI - UFFICI ICE ALL'ESTERO

## AGGIORNAMENTO AL 1^ SEMESTRE 2010

### BELGIO

#### 1. QUADRO MACROECONOMICO

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

Il quadro macroeconomico belga, nonostante le incertezze politiche in atto, presenta una situazione tutto sommato stabile. Dopo una contrazione del 2,7% nel 2009, il **PIL** ha ripreso a crescere nel 2010 con un tasso che a fine anno dovrebbe attestarsi intorno all'1,5% e al 2% nel 2011.

Sostenuto, d'altro canto, è invece il livello di crescita dei prezzi, con un tasso d'**inflazione** (2,4% al 31 dicembre 2010) ben al di sopra della media dei paesi della zona euro.

Sul fronte della **disoccupazione**, inoltre, sebbene inferiore alla media continentale (8,9% nel secondo trimestre dell'anno rispetto al 10,1% a livello UE) è il forte sbilanciamento regionale di livello occupazionale a destare qualche apprensione. Al 7,2% delle Fiandre, si contrappone infatti il 12% della Vallonia nonché il 17% della Regione di Bruxelles. Stante gli attuali livelli di disoccupazione, nel corso del 2010 si saranno persi circa 33.000 posti di lavoro nonché ulteriori 7.000 unità a fine 2011. Un ritorno ad una crescita più sostenuta a partire dal 2012 dovrebbe permettere un incremento occupazionale di 50.000 unità in media pro anno. Il tasso d'occupazione della popolazione nella fascia d'età dai 20 ai 64 anni dovrebbe essere il seguente: dal 66,3% nel 2010 al 67,7% nel 2015, ovvero una percentuale comunque lontana dall'obiettivo europeo del 75%.

Il fragile miglioramento del clima congiunturale generale nel 2010 non inciderà di molto sul livello dei Consumi privati che aumenteranno solo modestamente (+0,8%). L'aumento dei **salari**, regolato dalla "Legge del 12 Dicembre 1997" relativa alla promozione del lavoro e alla salvaguardia della competitività, è molto fragile; tra il 2011 ed il 2012 sarà dello 0,6% e solo nel 2013 si osserveranno segni di ripresa (+1,5%).

Gli effetti temporanei riguardanti la riduzione delle imposte sul reddito sono in gran parte annullati nel corso del 2010 che anzi, in termini reali, dovrebbero aumentare del 3,8%.

Nel 2009, gli **investimenti pubblici** e i **Consumi pubblici** sono stati i soli componenti del PIL a manifestare un tasso di crescita positivo. Il volume dei consumi pubblici è cresciuto dell'1,5%, tuttavia in netta decelerazione rispetto al 2007 (+2,6%) e 2008 (+3,3%). La crescita delle remunerazioni del settore delle amministrazioni pubbliche è stata, d'altra parte, relativamente moderata (+0,8%), invece quelle degli acquisti netti dei beni e dei servizi è in calo (-3,1%).

Una situazione simile a quella del 2009 dovrebbe persistere nel 2010 e nel 2011: la crescita del totale dei consumi pubblici in volume (rispettivamente +1,5% e +1,2%) sarebbe nuovamente e largamente sostenuta dalle spese sanitarie (rispettivamente +4,0% e +3,3%) come, in misura minore, dalle remunerazioni del settore pubblico (rispettivamente +1,1% e +1,4%), mentre la spesa d'acquisto netta dei beni e dei servizi subirà una nuova caduta (rispettivamente -4,7% e -7,2%).

Nel primo semestre 2010 il deficit della **bilancia commerciale** del Belgio ha raggiunto 1,8 miliardi di Euro, corrispondente ad un aumento del 12,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Lo dimostrano i dati pubblicati dall'Istituto belga dei Conti Nazionali. Sempre nel primo semestre, le **importazioni** hanno registrato un aumento del 18,5% per raggiungere 105,4 miliardi di Euro, mentre le **esportazioni** ammontavano a 103,6 miliardi di Euro, ossia una crescita del 18,6%. Tra i prodotti esportati che hanno conosciuto il migliore andamento figurano: prodotti minerali (+39,7%), sintetici (+29,7%), i prodotti chimici (+28,9%) ed i metalli (+26,8%).

Il **deficit di bilancio**, inoltre, secondo le ultime stime, sarà pari al 4,8% del PIL (corrispondente a 16,9 miliardi di Euro) e quindi ben al di sotto del 6,1% registrato nel 2009. Tale dato, tuttavia, è ben lontano dall'obiettivo prefissato nel programma di stabilità elaborato dal Ministero delle Finanze, che prevedeva misure di risanamento tendenti ad un deficit del 3% nel 2010 ed un equilibrio di bilancio nel 2015.

In un contesto di miglioramento della congiuntura internazionale, la Domanda interna dovrebbe gradualmente riprendersi nel 2010 e nel 2011, molto più lentamente rispetto alla domanda estera, ritrovando un tasso di crescita positivo, pur se relativamente limitato (+0,3 %). Gli **investimenti** sono in ribasso come nel 2009, anche se meno bruscamente (-1,4 %), invece il consumo privato riparte, nei primi mesi del 2010, timidamente al rialzo (+0,6 %). Infine le variazioni degli stock sostengono la crescita del 0,2 % nel 2010.

Non accennano a placarsi, inoltre, gli strascichi della recente crisi finanziaria. Il sistema bancario belga è risultato, infatti, tra i più esposti alla crisi dei cosiddetti "sub prime". La principale banca del Paese, Fortis, è stata nazionalizzata e divenuta, di fatto, francese dopo la sua acquisizione da parte della BNP. Il nuovo gruppo Fortis-BNP, così come la seconda (KBC) e terza banca del Paese (Dexia) a causa delle difficoltà economiche in cui versano, hanno varato un piano di tagli che entro i primi mesi del 2011 porterà a 2500 licenziamenti circa.

Sebbene il Belgio, a differenza della Grecia ed altri paesi dell'area euro, abbia sinora in larga parte evitato il contagio dalla crisi dei debiti sovrani, difficilmente potrà fare a meno di vedere accrescere il costo del suo già enorme debito estero, che nel primo trimestre del 2010 ha raggiunto e superato il 100% della sua quota di PIL, attestandosi ad un livello inferiore solo a quello della Grecia e dell'Italia.

Tale quadro, combinato alle pesanti incertezze sul futuro politico del paese e le difficoltà a portare avanti le necessarie riforme di politica fiscale, potrebbe causare una forte perdita di fiducia negli investitori stranieri.

L'attuale governo in carica per la gestione degli affari correnti, si è imposto tra le priorità di politica economica ed in linea con il Programma di Stabilità e Crescita 2010-2013 concordato con la Commissione Europea, la riduzione del deficit di bilancio. Ciò comporterà ridotti margini di manovra da parte del governo a sostegno della debole ripresa economica prevista. A ciò va inoltre aggiunta la richiesta da parte del principale partito del Paese, N-VA per un ulteriore incremento dei già ampi poteri in materia fiscale delle regioni. Tale percorso renderà ancor più complicati gli sforzi del governo federale in materia di riduzione del deficit.

### Principali indicatori macroeconomici

	2007	2008	2009	2010*
PIL (var. %)	2,8	0,8	-2,7	1,3
Tasso di inflazione (%)	1,8	4,5	0,0	2,4
Consumi privati (var.%)	1,7	1,4	-0,2	0,6
Consumi pubblici (var.%)	2,1	2,5	0,4	1,4
Domanda interna (var.%)	2,8	1,9	-2,1	0,3
Debito estero (% sul PIL)	83,9	88,7	95,2	
Debito pubblico (% sul PIL)	84,2	89,8	96,2	100,2
Esportazioni di beni e servizi (var. %)	4,4	1,4	-11,4	6,4
Importazioni di beni e servizi (var. %)	4,4	2,8	-10,9	5,2
Tasso di disoccupazione (%)	7,5	7,0	7,9	8,3

Fonte. Banca Nazionale del Belgio (BNB)

\* previsioni

Il **settore bancario** in Belgio riveste un ruolo significativo nel contesto dell'economia nazionale: secondo i dati più recenti, relativi al 2007, pubblicati dalla Febelfin (Federazione del settore finanziario belga) la percentuale dell'attivo degli istituti di credito rispetto al PIL è 392,3%, superiore alla media dei 13 stati dell'UEM che è del 318,5%. La forza lavoro impiegata nel settore bancario rappresenta il 3,2% del totale nazionale. Il numero d'agenzie bancarie per milione di abitanti è 558, leggermente superiore alla media europea che si attesta a 547. Le banche regolate dal diritto belga e a partecipazione maggioritaria belga sono 23; le banche regolate dal diritto belga a maggioranza straniera sono 27, le banche di diritto straniero sono 56. Le banche straniere sono quindi il 77,3% del totale: ciò dimostra che il grado di internazionalizzazione è decisamente superiore alla media europea (20,6%) posizionando il Belgio si posiziona terzo dietro a Lussemburgo e Irlanda.

La presenza d'agenzie belghe (intendendosi come tali le succursali, le filiali bancarie e finanziarie, gli uffici di rappresentanza e le partecipazioni qualificate in banche ed istituzioni finanziarie) all'estero è abbastanza significativa. In particolare, il maggior numero d'agenzie si registra nei paesi membri dell'Ue (147) e nell'Asia (49), ma anche in America del Nord si registra una discreta presenza belga (20). La percentuale del valore delle operazioni internazionali delle banche situate in Belgio rappresenta il 61,2% rispetto al valore del bilancio totale. Il finanziamento dell'economia belga da parte delle banche è così ripartito: il 43,4% è rappresentato dal credito alle imprese, il 37,4% dal credito ai singoli e ai lavoratori indipendenti, mentre il 21,9% dal credito al settore pubblico belga. Inoltre, nel secondo semestre del 2008 e nel 2009 l'ammontare totale del bilancio delle banche di diritto belga ha dimostrato una contrazione. Alla fine di settembre 2009 il totale ammontava a 1.261 miliardi d'Euro in confronto a 1.578,4 miliardi alla fine di dicembre 2007. Si sottolinea che paradossalmente nel periodo 2003-2007 il totale del bilancio delle suddette banche risultava in notevole aumento. In quel periodo le grandi banche sperimentavano un'espansione delle attività all'estero, principalmente finanziato grazie al mercato monetario. Da notare che è stata proprio quest'espansione all'estero che ha contribuito ad indebolire le banche durante la crisi finanziaria.

E' opportuno notare che in Belgio i 5 principali gruppi bancari rappresentano circa l'83,4% dell'attivo totale di tutte le banche, ben oltre alla media europea che si ferma a 54,5%. I 3 principali gruppi bancari del Belgio sono BNP PARIBAS FORTIS, KBC, DEXIA.

BNP Paribas Fortis rappresenta il nuovo marchio commerciale del gruppo bancario belga-olandese Fortis Banque, dopo l'acquisizione, il 12 maggio 2009 da parte della banca BNP Paribas e dopo l'approvazione del Governo federale Belga il 28 e 29 aprile 2009. Nonostante i buoni risultati del primo trimestre del 2010, il gruppo è allo stesso modo interessato da una serie d'economie, in ragione dell'esposizione nei mercati del Sud dell'Europa. Tuttavia il gruppo, grazie ad una serie di strategie "difensive", è stato uno dei pochi ad aver tratto vantaggio dalla crisi finanziaria e ad oggi in borsa si trova nella medesima situazione di 5 anni fa.

Infine, le due grandi banche KBC e Dexia sono state recentemente testate nell'ambito della nuova riforma europea in merito al controllo finanziario. L'obiettivo era di valutare la solidità delle suddette banche in caso di una nuova crisi finanziaria. Dominique Strauss-Kahn, il dirigente della FMI, ha annunciato il 16 luglio che le due banche belghe hanno passato il cosiddetto 'stress test'.

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

Secondo il "KOF Index 2010", per il settimo anno consecutivo il Belgio, si conferma il paese più globalizzato al mondo davanti all'Austria, ai Paesi Bassi ed alla Svizzera. Grazie alla sua posizione geografica privilegiata, ad una logistica di avanguardia, infrastrutture di primissimo livello quali ad esempio i suoi porti (Anversa è il secondo porto europeo per dimensioni e traffico dopo quello di Rotterdam) e dalle vie di comunicazione, da una antica tradizione industriale e commerciale, il Belgio, grazie anche alla sua mano d'opera specializzata e centri di ricerca d'eccellenza, costituisce per le imprese che vi operano un punto di riferimento ed una base di partenza per sviluppare affari a livello europeo ed internazionale. Il Paese, possedendo un'economia notevolmente aperta all'internazionalizzazione, offre ampie e qualificate opportunità di scambi e di cooperazione industriale, ma rappresenta anche un mercato esigente e concorrenziale.

In uno scenario economico complessivamente positivo emergono però significative divergenze regionali. La **Vallonia**, regione mineraria di precoce industrializzazione e principale motore dell'economia belga fino agli anni settanta, ha sofferto profondamente della crisi del settore siderurgico e si è affacciata alle soglie del XXI secolo con esigenze di riconversione industriale, con un livello di sviluppo inferiore a quello dei Paesi limitrofi e con un elevato tasso di disoccupazione.

Nel primo semestre di quest'anno, le esportazioni provenienti dalla Vallonia hanno fatto segnare una crescita del 19,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, miglior risultato degli ultimi dieci anni. Lo dimostrano i dati dell'Agence Wallone à l'Exportation et aux Investissements Etrangers (AWEX), l'ente di promozione delle esportazioni valloni. I migliori progressi sono stati registrati nell'export di minerali, prodotti chimici, plastica e gomma.

Senza dubbio le **Fiandre** costituiscono attualmente l'area forte del Paese dal punto di vista economico, favorite dalla posizione geografica e dalle infrastrutture di comunicazione (il sistema portuale Anversa-Gand-Zeebrugge; una rete stradale ben integrata nelle principali direttrici europee nord-sud e ovest-est; una rete ferroviaria molto sviluppata; l'aeroporto internazionale di Bruxelles), da un'economia molto orientata all'export (circa due terzi della produzione industriale delle Fiandre è destinata all'esportazione), da un contesto socio-economico che attrae capitali stranieri e da una struttura produttiva flessibile e tecnologicamente avanzata.

Come in tutti i Paesi sviluppati, il principale settore economico del Belgio è il terziario, che contribuisce per quasi tre quarti all'occupazione e alla formazione del PIL. I servizi privati (commercio, trasporti e comunicazioni, servizi finanziari e assicurativi, locazioni, attività professionali) risultano di gran lunga preponderanti sulle attività della pubblica amministrazione, sintomo di una struttura socio-economico avanzata.

La più importante branca del terziario è il commercio, che alla fine degli anni novanta è più che raddoppiato rispetto ai valori dei primi anni ottanta, e una base occupazionale di poco inferiore a quella dell'intero comparto manifatturiero. Il particolare rilievo che il commercio, specialmente quello estero, ha sempre rivestito nell'economia belga, è dimostrato dal fatto che il Belgio già all'inizio del XXI secolo risultasse essere la decima potenza commerciale del pianeta, titolare di una quota pari al 3,2% dell'intero commercio mondiale.

Il mercato belga è relativamente facile ed accessibile per le aziende italiane. Le normative ed i regolamenti emanati dall'Unione Europea e recepiti dalle legislazioni nazionali hanno, infatti, creato un ambiente di scambi e di pratiche d'affari molto simili fra i due Paesi.

**Il Belgio si colloca fra i primi dieci esportatori mondiali** e presenta un grado d'apertura agli scambi commerciali fra i più elevati al mondo. Nonostante gli effetti della crisi economica del 2008, nel 2010 il valore delle **esportazioni** e delle **importazioni** segna una buona crescita. Le **esportazioni** hanno registrato nel primo semestre 2010 un valore pari a 152.029,83 milioni di euro contro i 129.957,11 milioni di euro del 2009, con un aumento del 16,98 %. Il tasso di crescita delle esportazioni verso i Paesi membri della zona euro è aumentato del +12,4 %, nei primi sei mesi del 2010, rispetto al -22,9 % dello stesso periodo del 2009. Sempre in territorio europeo, ma al di fuori della zona euro si registra una crescita fino al +17,8 % rispetto al -27,5 % riscontrato nello stesso periodo del 2009. Per quanto riguarda le esportazioni, relative al primo semestre 2010 rispetto a quelle dello stesso periodo nel 2009, verso gli altri continenti si nota un aumento generale (Fonte: "Le commerce extérieur de la Belgique, 1er semestre 2010", pubblicato da Agance pour le commerce extérieur):

Africa: + 14,8 % contro il - 4,3 %  
America: + 28,9 % contro - 15,6%  
Asia: + 37,5 % contro - 16,8 %  
Oceania: + 39,1 % contro - 29,4 %

Stesso discorso vale anche per le **importazioni**, che nei primi 6 mesi del 2010 hanno registrato un valore pari a 144.027,67 milioni di euro, contro i 124.216,93 milioni di euro del 2009, con un aumento del 15,95 % rispetto all'anno precedente. Il tasso di crescita delle importazioni dai Paesi membri della zona euro è aumentato del +15,9%, nei primi sei mesi del 2010, rispetto al -23,1 % dello stesso periodo dell'anno precedente; sempre in territorio europeo, ma al di fuori della zona euro si registra un aumento del +14,7 %, rispetto al -28,6 % riscontrato allo stesso periodo del 2009. Le importazioni, sempre relative al primo semestre 2010 rispetto allo stesso periodo del 2009, dagli altri continenti sono le seguenti

Africa: + 38 % contro - 32,8 %  
America: + 12,4 % contro - 18,7 %  
Asia: + 8,9 % contro -19,4 %  
Oceania: + 5,8 % contro - 7,4 %

**Evoluzione generale del commercio estero Belgio 2009/2010 (milioni di Euro)**

Milioni di €	2009 6 mesi	2010 6 mesi	VAR % 2010/2009
EXPORT	€ 130.000	€ 152.029,83	16,98%
IMPORT	€ 124.216,93	€ 144.027,67	15,95%
SALDO	€ 5.740,18	€ 8.002,16	39,41%
<b>TOTALE</b>	<b>124.346,93</b>	<b>296.057,50</b>	<b>138,1%</b>

Fonte : Agenzia per il Commercio Estero – Belgio

**I primi 20 clienti del Belgio / 6 mesi 2010**

	Milioni di €	EXPORT		VAR. % 2010/2009	Quota di mercato 2010
		2009 6 mesi	2010 6 mesi		
<b>1</b>	GERMANIA	25.351,10	27.969,80	10,33%	18,40%
<b>2</b>	FRANCIA	23.757,40	25.438,70	7,08%	16,73%
<b>3</b>	PAESI BASSI	15.451,70	18.252,20	18,12%	12,01%
<b>4</b>	REGNO UNITO	8.776,60	10.492,90	19,56%	6,90%
<b>5</b>	USA	6.942,70	8.913,60	28,39%	5,86%
<b>6</b>	<b>ITALIA</b>	<b>6.363,50</b>	<b>7.083,10</b>	<b>11,31%</b>	4,66%
<b>7</b>	SPAGNA	4.233,60	4.717,60	11,43%	3,10%
<b>8</b>	INDIA	1.937,90	3.454,10	78,24%	2,27%
<b>9</b>	LUSSEMBURGO	2.297,30	2.722,90	18,53%	1,79%
<b>10</b>	CINA	2.008,00	2.613,10	30,13%	1,72%
<b>11</b>	POLONIA	2050,1	2.455,40	19,77%	1,62%
<b>12</b>	SVEZIA	1.703,20	2.137,10	25,48%	1,41%
<b>13</b>	SVIZZERA	1.294,90	1.846,60	42,61%	1,21%
<b>14</b>	TURCHIA	1.611,10	1.843,60	14,43%	1,21%
<b>15</b>	AUSTRIA	1.293,10	1.495,50	15,65%	0,98%
<b>16</b>	REP. FED. RUSSA	1.111,00	1.491,60	34,26%	0,98%
<b>17</b>	GIAPPONE	1.054,20	1.336,60	26,79%	0,88%
<b>18</b>	REP. Ceca	1.210,60	1.294,00	6,89%	0,85%
<b>19</b>	HONG-KONG	887,3	1.260,50	42,06%	0,83%
<b>20</b>	DANIMARCA	1.083,70	1.125,00	3,81%	0,74%
	<b>TOTALE</b>	<b>129.957,1</b>	<b>152.029,8</b>	<b>16,98%</b>	<b>100,00%</b>

Fonte : Agenzia per il Commercio Estero – Belgio

### Esportazioni

Nel primo semestre del 2010 si nota un miglioramento del 16,98 % delle esportazioni rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. I primi tre Paesi fornitori del Belgio rimangono sempre Germania, Francia e Paesi Bassi; osservando il tasso di variazione e la quota di mercato di quest'ultimi si riscontra un segno di miglioramento; per quanto riguarda il tasso di variazione questo è pari, rispettivamente, al 10,33 %, 7,08 %, 18,12 %; per quanto riguarda la quota di mercato questa ammonta rispettivamente al 18,40 %, 16,73 % e 12,01 %. L'Italia ricopre il 6° posto, con un incremento dell'11,31 % ed una quota di mercato pari al 4,66 %.

Il netto aumento delle esportazioni è in linea con quello degli altri Paesi della zona euro.

### I primi 20 fornitori del Belgio (6 mesi 2010)

	Milioni di €	IMPORT		VAR. % 2010/2009	Quota di mercato 2010
		2009 6 mesi	2010 6 mesi		
1	PAESI BASSI	21.457,6	26.903,2	25,38%	18,68%
2	GERMANIA	20.976,7	23.746,4	13,20%	16,49%
3	FRANCIA	14.072,3	16.996,1	20,78%	11,80%
4	USA	7.213,6	8.157,1	13,08%	5,66%
5	IRLANDA	8.341,4	8.008,4	-3,99%	5,56%
6	REGNO UNITO	6.728,0	7.449,0	10,72%	5,17%
7	CINA	5.502,4	5.511,6	0,17%	3,83%
8	<b>ITALIA</b>	<b>4.100,8</b>	<b>4.469,9</b>	<b>9,00%</b>	<b>3,10%</b>
9	GIAPPONE	3.217,6	3.385,1	5,20%	2,35%
10	FED. RUSSA	1.460,5	3.099,9	112,25%	2,15%
11	SPAGNA	2.642,2	2.990,4	13,18%	2,08%
12	SVEZIA	2.036,7	2.637,3	29,49%	1,83%
13	INDIA	1.413,9	1.825,1	29,08%	1,27%
14	NORVEGIA	1.488,5	1.648,9	10,78%	1,14%
15	SVIZZERA	1.222,3	1.432,3	17,18%	0,99%
16	POLONIA	1.179,4	1.408,8	19,46%	0,98%
17	SINGAPORE	766,2	1.310,9	71,10%	0,91%
18	TURCHIA	1.117,7	1.210,6	8,31%	0,84%
19	REP. Ceca	999,2	1.164,2	16,51%	0,81%
20	LUSSEMBURGO	900,2	1.081,6	20,15%	0,75%
	<b>TOTALE</b>	<b>124.216,93</b>	<b>144.027,67</b>	<b>15,95%</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Agenzia per il Commercio Estero- Belgio

### Importazioni

Anche per i primi sei mesi del 2010 i principali fornitori del Belgio sono stati i Paesi Bassi, con una quota di mercato del 18,68 %, la Germania con il 16,49 %, la Francia con il 11,80 % e gli USA con il 5,66 %. L'Irlanda, il Regno Unito e la Cina hanno una quota di mercato rispettivamente del 5,56 %, 5,17 % e 3,83 %. L'Italia si assesta all'8° posto con il 3,10 %, aumentando del 9,00 % dei volumi d'affari. Al 9° e 10° posto troviamo il Giappone e la Fed. Russa con il 2,35 % e il 2,15 %. I maggiori 20 fornitori del Belgio esportano in Belgio per 124.216,93 milioni d'Euro.

### Ripartizione settoriale esportazioni belghe sei mesi 2010

Migliaia di €	2009 6 mesi	2010 6 mesi	VAR. % 2010/2009	QUOTA DI MERCATO 2010
<i>Prodotti Chimici</i>	34.016,20	40.335,90	18,58%	26,53%
<i>Macchine ed attrezzature</i>	15.698,40	16.978,70	8,16%	11,17%
<i>Mezzi di trasporto</i>	13.390,00	13.950,40	4,19%	9,18%
<i>Prodotti minerali</i>	9.602,30	13.489,80	40,49%	8,87%
<i>Plastica</i>	10.051,80	13.132,10	30,64%	8,64%
<i>Metalli comuni</i>	10.109,30	12.819,80	26,81%	8,43%
<i>Pietre e metalli preziosi</i>	4.477,90	7.558,50	68,80%	4,97%
<i>Prodotti alimentari</i>	6.150,40	6.532,30	6,21%	4,30%
<i>Prodotti tessili</i>	5.197,20	5.184,80	-0,24%	3,41%
<i>Strumenti ottici</i>	3.363,70	3.828,90	13,83%	2,52%
<i>Prodotti del regno vegetale</i>	3.632,60	3.631,00	-0,04%	2,39%
<i>Prodotto del regno animale</i>	2.927,10	3.266,20	11,58%	2,15%
<i>Carta e cartone</i>	2.542,60	2.940,30	15,64%	1,93%
<i>Prodotti diversi</i>	1.902,40	1.901,70	-0,04%	1,25%
<i>Pietra, gesso, cemento, ecc.</i>	1.648,40	1.718,80	4,27%	1,13%
<i>scarpe, parrucchieri, ecc.</i>	1.426,00	1.494,80	4,82%	0,98%
<i>Merce non classificata</i>	1.604,10	1.052,10	-34,41%	0,69%
<i>Legno e sughero</i>	896	1.003,80	12,03%	0,66%
<i>Grassi ed oli</i>	641,7	562,2	-12,39%	0,37%
<i>Pelli, cuoio, pelletteria</i>	458,6	450,5	-1,77%	0,30%
<i>Armi e munizioni</i>	184,3	165,9	-9,98%	0,11%
<i>Oggetti d'arte</i>	36	31,2	-13,33%	0,02%
<b>TOTALE</b>	<b>129.957,10</b>	<b>152.029,80</b>	<b>16,98%</b>	<b>100,00%</b>

Fonte : Agenzia per il Commercio Estero – Belgio

### Esportazioni per settore

La maggior parte delle merci esportate dal Belgio nel 2010 è costituita da **prodotti chimici, macchine ed attrezzature, mezzi di trasporto, prodotti minerali, plastica e metalli comuni**. Il principale settore d'esportazione belga è costituito dai **prodotti chimici** con una quota di mercato del 26,53% e una variazione del 18,58 % rispetto allo stesso periodo del 2009. I **macchinari e le attrezzature** occupano il 2° posto con l'11,17 % sull'export totale del Belgio e una variazione del 8,16 % rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il 3° posto è occupato dai **mezzi di trasporto** con una quota del 9,18 % ed una variazione del 4,19 % rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

### Ripartizione settoriale importazioni belghe 6 mesi 2010

Migliaia di €	2009	2010	VAR. % 2010/2009	QUOTA DI MERCATO 2010
<i>Prodotti chimici</i>	29.076,90	33.411,40	14,91%	23,20%
<i>Prodotti minerari</i>	15.396,30	20.771,80	34,91%	14,42%
<i>Macchine ed attrezzature</i>	17.029,30	17.965,80	5,50%	12,47%
<i>Mezzi di trasporto</i>	13.668,50	15.714,20	14,97%	10,91%
<i>Metalli comuni</i>	8.492,80	11.185,20	31,70%	7,77%
<i>Plastica</i>	6.386,80	7.793,60	22,03%	5,41%
<i>Pietre e metalli preziosi</i>	3.870,20	6.130,70	58,41%	4,26%
<i>Prodotti alimentari</i>	4.865,70	4.944,40	1,62%	3,43%
<i>Prodotti del genere vegetale</i>	4.208,50	4.217,30	0,21%	2,93%
<i>Prodotti tessili</i>	4.564,50	4.194,20	-8,11%	2,91%
<i>Strumenti ottici</i>	3.595,20	3.746,90	4,22%	2,60%
<i>Carta e cartone</i>	2.637,20	2.955,40	12,07%	2,05%
<i>Prodotti del regno animale</i>	2.450,40	2.650,80	8,18%	1,84%
<i>Prodotti vari</i>	2.261,60	2.295,20	1,49%	1,59%
<i>Pietre, gesso e cemento</i>	1.082,10	1.315,30	21,55%	0,91%
<i>Materie non classificate</i>	1.246,70	1.428,20	14,56%	0,99%
<i>Legno e sughero</i>	1.102,70	1.018,30	-7,65%	0,71%
<i>Scarpe, parrucchieri, ecc.</i>	1.020,10	1.111,10	8,92%	0,77%
<i>Grassi ed oli</i>	735,3	669,8	-8,91%	0,47%
<i>Pelle, cuoio, pelletteria</i>	411,6	402,3	-2,26%	0,28%
<i>Armi e munizioni</i>	60,5	57,1	-5,62%	0,04%
<i>Oggetti d'arte</i>	54,1	48,8	-9,80%	0,03%
<b>TOTALE</b>	<b>124.216,90</b>	<b>144.027,70</b>	<b>15,95%</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Agenzia per il Commercio Estero – Belgio

#### Importazioni per settore

Per quanto riguarda le importazioni il Belgio anche nel 2010 sembra privilegiare il **settore dei prodotti chimici** con una quota del 23,90 % sul totale delle importazioni, ed una variazione del 14,91 % rispetto allo stesso periodo del 2009.

Il 2° settore in ordine di volume d'affari è quello inerente i **prodotti minerari** con una quota del 14,42 % ed una variazione del 34,91 % rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Il 3° settore è quello delle **macchine ed attrezzature** con una quota del 12,47 % ed una variazione del 5,50 % rispetto allo stesso periodo del 2009.

Al 4° posto ritroviamo i **mezzi di trasporto** con una quota di mercato del 10,91 % ed una variazione del 14,97 % rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

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

Per il primo semestre del 2010 l'Italia mantiene l'ottava posizione come fornitore del Belgio, con una variazione positiva dell'9,00 % ed una quota di mercato del 3,10%. Il valore totale accumulato nei primi sei mesi del 2010 è pari a 4.469,90 milioni di Euro contro i 4.100,80 milioni del 2009. Per quanto concerne le esportazioni di prodotti belgi in Italia, il nostro Paese si colloca al 6° posto; i primi 6 mesi del 2010 hanno fatto registrare un valore di 7.083,10 milioni di Euro rispetto ai 6.363,50 milioni di euro dello stesso periodo nell'anno precedente, con una variazione positiva dell'11,31 % ed una quota di mercato del 4,66 %. Da questa analisi emerge come l'interscambio tra Belgio e Italia nei primi sei mesi del 2010 abbia registrato un aumento del 10,40 %. Esportazioni ed Importazioni aumentano rispettivamente dell'11,31 % e del 9,00 %. Il saldo della bilancia commerciale quest'anno si manifesta positivo con una variazione del 1° semestre tra 2009 e 2010 del 15,49 %.

#### Interscambio commerciale Belgio – Italia 6 mesi 2010 (in miliardi di euro)

<i>Milioni di €</i>	<i>Anno 2009 6 mesi</i>	<i>Anno 2010 6 mesi</i>	<i>Var. % 2010/2009</i>
EXPORT	6.363,51	7.083,14	11,31%
IMPORT	4.100,84	4.469,98	9,00%
TOTALE	10.464,35	11.553,12	10,40%
SALDO	2.262,67	2.613,16	15,49%

Fonte: Agenzia per il commercio estero – Belgio

### Esportazioni dal Belgio verso l'Italia 6 mesi 2010

Milioni di €	2009	2010	VAR % 2010/2009	QUOTA DI MERCATO 2010
<i>Prodotti chimici</i>	2.277,85	2.314,58	1,61%	32,68%
<i>Plastica</i>	767,86	1.044,60	36,04%	14,75%
<i>Macchine ed attrezzature</i>	808,75	950,55	17,53%	13,42%
<i>Metalli comuni</i>	389,99	551,28	41,36%	7,78%
<i>Mezzi di trasporto</i>	502,86	466,42	-7,25%	6,58%
<i>Prodotti tessili</i>	266,82	304,68	14,19%	4,30%
<i>Ottica</i>	264,72	282,86	6,85%	3,99%
<i>Prodotti del regno animale</i>	193,49	209,34	8,19%	2,96%
<i>Scarpe, parrucchieri, ecc</i>	168,70	187,06	10,88%	2,64%
<i>Prodotti alimentari</i>	154,29	180,77	17,16%	2,55%
<i>Prodotti del regno vegetale</i>	108,05	97,77	-9,52%	1,38%
<i>Perle ed oggetti preziosi</i>	49,05	85,46	74,22%	1,21%
<i>Carta e Cartone</i>	63,57	79,59	25,20%	1,12%
<i>Pietra, gesso e calce</i>	68,79	71,06	3,29%	1,00%
<i>Prodotti minerari</i>	76,70	69,01	-10,03%	0,97%
<i>Prodotti vari</i>	62,13	58,89	-5,22%	0,83%
<i>Merce non classificata</i>	79,13	53,92	-31,86%	0,76%
<i>Pelle, cuoio, pelletteria</i>	27,34	33,24	21,57%	0,47%
<i>Grassi e oli</i>	17,41	22,28	27,97%	0,31%
<i>Prodotti minerari</i>	11,12	14,93	34,19%	0,21%
<i>Armi munizioni e affini</i>	4,49	4,71	4,97%	0,07%
<i>Oggetti d'arte</i>	0,38	0,16	-57,18%	0,00%
<b>TOTALE</b>	<b>6.363,51</b>	<b>7.083,14</b>	<b>11,31%</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: B.n.b

Al 1° posto troviamo i **Prodotti chimici** che in questo periodo del 2010 hanno realizzato un totale di 2.314,58 milioni di Euro rispetto ai 2.277,85 dell'anno precedente, troviamo una variazione dell'1,61 % ed una quota di mercato del 32,68 %.

Al 2° posto troviamo la **Plastica** con una variazione di 36,04 % rispetto all'anno precedente in quanto questo semestre ha ottenuto 1.044,60 milioni di euro contro i 767,86 dell'anno precedente ed una quota di mercato del 14,75 %.

Al 3° posto abbiamo **Macchine ed attrezzature** con una variazione del 17,53 % rispetto all'anno precedente ed una quota di mercato del 13,42 %.

Al 4° posto troviamo i **Metalli comuni** con una variazione del 41,36 % rispetto al 2009 ed una quota di mercato del 7,78 %.

**Importazioni verso il Belgio dall'Italia 6 mesi 2010**

Milioni di €	2009	2010	VAR % 2010/2009	QUOTA DI MERCATO 2010
<i>Prodotti chimici</i>	929,09	1.161,93	25,06%	25,99%
<i>Macchine ed attrezzature</i>	793,99	875,57	10,27%	19,59%
<i>Mezzi di trasporto</i>	477,87	540,26	13,06%	12,09%
<i>Metalli comuni</i>	352,18	336,84	-4,36%	7,54%
<i>Plastica</i>	260,99	296,33	13,54%	6,63%
<i>Prodotti alimentari</i>	231,95	225,88	-2,62%	5,05%
<i>Prodotti tessili</i>	235,27	225,49	-4,16%	5,04%
<i>Prodotti vari</i>	181,55	148,93	-17,97%	3,33%
<i>Scarpe, parrucchieri, ecc</i>	108,84	101,93	-6,35%	2,28%
<i>Pietra, gesso e calce</i>	102,50	101,29	-1,18%	2,27%
<i>Prodotti del regno vegetale</i>	84,02	83,27	-0,90%	1,86%
<i>Carta e Cartone</i>	72,09	78,27	8,57%	1,75%
<i>Prodotti del regno animale</i>	69,41	76,92	10,83%	1,72%
<i>Ottica</i>	70,74	72,80	2,92%	1,63%
<i>Prodotti minerali</i>	49,58	57,52	16,03%	1,29%
<i>Pelle, cuoio, pelletteria</i>	31,88	31,64	-0,76%	0,71%
<i>Perle ed oggetti preziosi</i>	15,89	18,73	17,89%	0,42%
<i>Merce non classificata</i>	5,61	10,45	86,12%	0,23%
<i>Grassi e oli</i>	10,83	10,35	-4,40%	0,23%
<i>Legno e sughero</i>	10,42	10,23	-1,80%	0,23%
<i>Armi munizioni e affini</i>	6,13	5,07	-17,38%	0,11%
<i>Oggetti d'arte</i>	0,01	0,19	1491,67%	0,00%
<b>TOTALE</b>	<b>4.100,84</b>	<b>4.469,88</b>	<b>9,00%</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Banca Nazionale belga (BNB)

Al 1° posto ritroviamo anche per questa categoria i **Prodotti Chimici** con un valore di 1.161,93 milioni di Euro per questo primo semestre 2010 rispetto ai 929,09 milioni di Euro registrati nello stesso periodo dell'anno precedente. Rileviamo una variazione del 25,06 % ed una Quota di mercato del 25,99 %.

Al 2° posto abbiamo **Macchine ed attrezzature** con una variazione positiva del 10,27 % rispetto al 2009 ed una quota di mercato del 19,59 %.

Al 3° posto ritroviamo i **Mezzi di trasporto** con un aumento del 13,06 % in quanto sono passati da 477,87 milioni di Euro del 2009 a 540,26 milioni di Euro per il 2010, con una quota di mercato pari al 12,09 %.

Al 4° posto troviamo i **Metalli comuni** con una variazione negativa del -4,36 % infatti nel 2010 riscontriamo una cifra pari a 336,84 milioni di Euro che nel 2009 era pari a 352,18 milioni di Euro e rileviamo una quota di mercato pari al 7,54 %.

In Belgio, in ossequio della sua forma di stato federale, la competenza per l'attrazione degli investimenti diretti esteri (IDE) è attribuita alle tre Regioni (Fiandre, Vallonia e Bruxelles – Capitale), pertanto non si può fare riferimento ad una fonte ufficiale belga che fornisca dati statistici sugli IDE netti del Belgio con l'Italia. In termini generali, il Belgio ha attirato lo scorso anno 34 miliardi di dollari (26,3 miliardi d'euro) d'investimenti esteri, cifra pari allo stesso importo del 2005. Nel 2008, quest'importo raggiungeva ancora i 110 miliardi di dollari (85,5 miliardi d'euro), dopo aver raggiunto un record storico di 118 md di dollari l'anno precedente.

## 2. INDIVIDUAZIONE DELLE AREE DI INTERVENTO

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

Chiaramente, la penetrazione commerciale italiana non è ancora adeguata all'importanza del potenziale produttivo del nostro Paese ed alla numerosa e qualificata comunità italiana residente in Belgio. L'obiettivo che ci siamo proposti, ovvero quello di recuperare quanto perso tra il 2008 ed il 2009, l'impostazione di un programma che miri all'ottimizzazione dei servizi nel settore commerciale, attraverso una stretta ed efficiente cooperazione tra istituzioni e organizzazioni italiane, già presenti sul territorio belga, sta iniziando a dare i suoi frutti. La domanda di servizi e prodotti italiani, nonostante la crisi, non manca, quello che manca è un'offerta mirata al bisogno della domanda e alle opportunità che il mercato Belga chiede in un determinato momento. Considerando che i prodotti industriali ed i beni strumentali rappresentano la maggiore quota dell'interscambio, il Belgio deve divenire un mercato stabile per gli scambi e la cooperazione produttiva e tecnologica italiana. Di conseguenza è necessario destinare risorse promozionali adeguate e coerenti con la nostra quota di mercato per sostenere l'azione delle imprese, cosa che attualmente non avviene. In generale, nel mercato belga le azioni di promozione e di assistenza hanno lo scopo di consolidare la presenza delle imprese italiane e di aumentare le nostre quote di mercato sia nel campo dei beni di consumo che in quello dei beni strumentali, con strategie diverse.

Per i **beni di consumo** domina la Francia, per evidenti ragioni di contiguità e forte integrazione economica e commerciale, con acquisti da parte dei consumatori belgi quattro volte superiori a quelle dei prodotti provenienti dalla Germania, dall'Italia e dal Regno Unito. Le tradizioni alimentari ed il gusto estetico dei consumatori belgi, tendono, infatti, ad avvicinare maggiormente questi ultimi ai produttori francesi, olandesi e tedeschi. Anche in questo mercato la globalizzazione dell'economia e l'apertura dei mercati ha creato nuovi concorrenti agli esportatori italiani, proprio in quei settori in cui le nostre industrie avevano vantaggi comparativi e potevano guadagnare quote di mercato rispetto ai concorrenti europei: abbigliamento, calzature, materiali da costruzione, gioielleria, mobili e articoli d'arredamento.

Nel settore dei **beni strumentali** è necessaria un'assistenza specialistica, per sviluppare rapporti di collaborazione industriale e scientifica nei campi in cui la complementarità delle produzioni e la convergenza degli interessi lo suggeriscono, integrando le risorse promozionali nazionali con i notevoli fondi che l'Unione Europea stanziava per favorire la cooperazione industriale, tecnologica e scientifica fra le imprese europee. Quanto detto non deve, tuttavia, far sottovalutare la rilevante posizione che le imprese hanno conquistato nel mercato belga per molti prodotti, come le macchine utensili, le apparecchiature meccaniche, i prodotti chimici e farmaceutici, i mezzi di trasporto, i prodotti alimentari, i vini, i mobili e gli articoli d'arredamento, i materiali edili, ed infine le parti di ricambio, il valvolame e la rubinetteria.

Al fine di meglio indirizzare le nostre iniziative promozionali, occorre tenere in considerazione la dinamica degli acquisti del Belgio e la loro qualificazione merceologica nei confronti degli altri Paesi europei: la Germania, i Paesi Bassi, la Francia, l'Irlanda, il Regno Unito, Cina, Giappone e la Russia. Questi Paesi esportano prodotti industriali, macchinari e prodotti intermedi, prodotti chimici e farmaceutici, metalli, autoveicoli e prodotti a tecnologia avanzata,

che compongono più del 70% degli acquisti all'estero del Belgio. La strategia promozionale nel mercato belga dovrebbe, quindi, essere impostata sulle seguenti priorità:

promozione dei prodotti di alta qualità, di design e di nicchia;  
promozione e difesa del *Made in Italy*, dei prodotti protetti e della politica di marchio;  
iniziative e servizi presso la grande distribuzione;  
azioni di comunicazione dirette ai consumatori ed ai media specializzati e d'informazione;  
cooperazione tecnologica, promozione dei brevetti;  
cooperazione produttiva;  
promozione degli investimenti nei settori produttivi italiani;  
investimenti e accordi in Belgio nel settore commerciale e dei servizi;  
progetti promozionali comuni con paesi e regioni vicine: Paesi Bassi, Francia settentrionale, Germania (Renania - Vestfalia) per ottimizzare l'impiego delle scarse risorse promozionali.

Al fine di individuare segmenti di mercato interessanti per il nostro sistema produttivo, per la programmazione di interventi a sostegno d'iniziative per il trasferimento di tecnologia e cooperazione industriale nel campo della ricerca e sviluppo, va segnalato il **sistema d'innovazione del Belgio**, che possiede alcune caratteristiche molto positive: risorse umane in materie scientifiche e tecnologia rappresentano più del 30% dell'occupazione totale ed il numero di diplomi in scienze ed ingegneria industriale, in percentuale rispetto a tutti i nuovi diplomi, supera la media dell'OCSE. Il Belgio si classifica fra i primi paesi dell'OCSE per quanto riguarda la collaborazione delle grandi imprese con organizzazioni partner in materia d'innovazione. Inoltre, il suo sistema d'innovazione è molto aperto: una parte considerevole delle **attività di Ricerca e Sviluppo** è finanziata da fonti straniere ed una parte consistente dei brevetti è ottenuta da inventori stranieri. La **ricerca** e l'innovazione sono diventate una priorità assoluta per le amministrazioni regionali e federale. Seppur il regime federale belga (che si basa su una divisione di competenze tra diversi livelli d'amministrazione) abbia comportato una certa frammentazione nella gestione del sistema, le autorità federali non hanno cessato di rafforzare le misure di bilancio per incoraggiare la ricerca e sviluppo e l'investimento nell'innovazione, e anche le Regioni hanno, da parte loro, concepito e messo in opera un'ampia gamma di programmi che mirano a moltiplicare le sinergie tra scienza ed industria. La regione Bruxelles capitale ha lanciato il Piano regionale per l'innovazione (2007-13), mentre la regione vallona realizza attualmente "le azioni prioritarie per il futuro vallone" (2006-09); la regione fiamminga ha approvato un piano strategico per l'innovazione, strutturato su nove assi d'azione e fondato su una concezione integrata dell'innovazione di terza generazione. Inoltre, il programma orizzontale, già molto completo, dell'Istituto fiammingo della ricerca scientifico-tecnologica (IWT), che concede un sostegno alle imprese che effettuano lavori di ricerca e sviluppo, ha recentemente acquisito maggiore ampiezza. Queste iniziative hanno dato luogo a diverse misure, in particolare, una diminuzione del costo salariale dei ricercatori, grazie a deduzioni fiscali ed all'adozione di crediti d'imposta a favore della ricerca e sviluppo. A livello regionale, la regione Bruxelles- Capitale ricorre ad un meccanismo pubblico-privato per finanziare, fino a concorrenza del 75%, le attività di ricerca e sviluppo ed incoraggia la creazione d'impresе innovative derivate dalla ricerca. Nella Regione vallone, cinque poli di competitività hanno avviato collaborazioni tra Università ed imprese locali. Nelle Fiandre, dieci poli settoriali si prefiggono di favorire la cooperazione tra il mondo scientifico e quello economico.

Si riepilogano, di seguito, i **settori prioritari per le iniziative promozionali** in base alle richieste provenienti dagli operatori italiani e locali ed alle ricerche di mercato sviluppate sul territorio.

**Agro alimentare: vino, oli, specialità alimentari, prodotti biologici, ecc.**

Anche le importazioni di prodotti alimentari italiani seguono questa tendenza negativa, persino nel comparto dell'**olio d'oliva** che, per la prima volta nell'ultimo quinquennio, fa registrare un calo significativo (-13,9 % in volume, - 30,48 % in valore).

Nel comparto delle **paste alimentari**, in diminuzione del 6,19 % in valore e dello 0,43 % in volume, l'Italia fa registrare delle perdite del 2,06% in volume e del 12,82 % in valore.

Per quanto riguarda le importazioni di **vino**, l'Italia registra una diminuzione del 1,29% in volume, risultato in linea con quello del mercato globale (-1,14 %). Per quanto riguarda i valori invece, la quota dell'Italia è in aumento con l'1,74% mentre si registra un calo del 19,22 % del mercato totale. Nel comparto delle **carni insaccate**, le quote di valore e di volume per l'Italia sono anch'essi in diminuzione : rispettivamente -39,62 % e - 33,15% rispetto al 2008.

Nel periodo in esame, i **prodotti lattiero-caseari** sono gli unici a fare registrare risultati positivi sia in quota di valore (+4,31%) che in volume (+ 2,30%).

Con le note problematiche relative alla qualità dei prodotti alimentari europei **occorre incrementare la promozione dei prodotti tipici e di qualità**, sempre più richiesti da mercati esigenti come quello belga, dove il prezzo non è il principale elemento della scelta. La tipicità dei prodotti va inoltre promossa lavorando in accordo anche con le Regioni, che attuano sempre più iniziative mirate su Bruxelles, identificata come “vetrina” d'Europa.

Si propongono azioni regolari e ripetute presso la **Grande Distribuzione Organizzata** (che accentra il 75 % degli acquisti) e presso i dettaglianti specializzati e la ristorazione, anche in collaborazione con le Regioni. Sono opportune presentazioni di vini e di oli, per far conoscere le zone di produzione e le nuove denominazioni e tipologie nei più importanti centri di consumo.

Da segnalare il piano di ristrutturazione delle rete belga del gruppo di distribuzione francese Carrefour nel corso del primo semestre 2010, con una riduzione di circa 20 punti vendita con conseguente perdita di 1.700 posti di lavoro e perdita del 3% della quota di mercato, che porterà il gruppo al terzo posto, dopo le catene di distribuzione Delhaize e Colruyt. Negli ultimi due anni l'industria alimentare belga ha conosciuto un andamento relativamente positivo, secondo la Federazione belga dell'industria alimentare (FEVIA). In effetti, nel 2008 questo settore aveva conseguito una crescita del volume d'affari, pari a Euro 40,4 miliardi. Nel 2009, si è registrata una diminuzione del fatturato del 4%, mentre contemporaneamente gli investimenti sono diminuiti del 15%.

*Di fronte all'andamento del settore agroalimentare ed alla necessità di poter fornire, soprattutto in un mercato sofisticato come quello belga, prodotti con garanzie qualitative soddisfacenti ad un consumatore sempre più esigente per quanto riguarda l'origine e la tracciabilità dell'alimento propostogli, si ritiene opportuno concentrare l'attività principalmente sulla promozione di prodotti DOC, DOCG, DOP e IGP, nonché sui prodotti artigianali e di nicchia per i quali il mercato si sta aprendo sempre di più, anche nella grande distribuzione. Al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati, e per sensibilizzare un numero crescente di addetti ai lavori e consumatori, sarà utile espandere l'attività promozionale, oltre che a Bruxelles, anche al restante territorio (principali centri nella Fiandra ed in Vallonia).*

Con le Regioni, in sede di **Accordi di Programma**, sarebbe opportuno concordare meglio le azioni, affinché queste siano più orientate al *trade*: da quanto osservato negli ultimi tempi, troppo spesso le iniziative presentano e promuovono i prodotti regionali senza una particolare attenzione agli aspetti operativi, distributivi e di prezzo, con il risultato di efficaci azioni di immagine che non hanno però riscontro commerciale sul mercato nazionale, in quanto si limitano all'area metropolitana della capitale ed agli ambienti vicini alle Istituzioni europee. Tale *target*, da non sottovalutare, non può essere considerato però esaustivo nelle iniziative promozionali regionali, a scapito della concreta penetrazione commerciale dei prodotti.

### Articoli e tessuti per abbigliamento

Il mercato dell'abbigliamento è fortemente concorrenziale, in un quadro di sempre maggior affermazione di prodotti anche di qualità e prezzo basso. La Cina è diventata il primo fornitore di confezioni e maglieria in Belgio, con circa il 22% della quota di mercato nel 2009 e sta guadagnando sempre più quote di mercato.

Il settore tessuti per abbigliamento si caratterizza per una domanda molto esigente e specializzata, soprattutto per quanto riguarda l'alta gamma, con un mercato fortemente concorrenziale, nel quale operano tutti i principali *players* europei. L'Italia, terzo fornitore del 2008, scende in **sesta** posizione nel 2009 sorpassata dalla Francia, la Germania, i Paesi Bassi e la Turchia. Mentre le quote di mercato di questi paesi sono anch'esse in diminuzione, la Cina aumenta la propria. Da sottolineare la preoccupante diminuzione delle importazioni provenienti dall'Italia, la cui quota di mercato fra il 2007 ed il 2009 si è dimezzata a favore della Cina. Da notare, altresì, la crescita enorme degli USA. Sarebbe, pertanto, necessario compiere azioni di mantenimento dell'immagine, sia in occasione delle principali iniziative promozionali in Belgio ed in Italia, sia nei Saloni ed eventi che si svolgono in Francia e nei Paesi Bassi, notoriamente Paesi strettamente collegati con il mercato belga.

### Calzature

L'Italia rimane **quarto** paese nella graduatoria dei fornitori di calzature in Belgio. Tuttavia, negli ultimi anni il paese è fortemente dominato dalla concorrenza dei mercati asiatici e particolarmente dall'importazione di calzature provenienti dalla Cina e dal Vietnam. In effetti, oltre il 40% delle scarpe importate in Belgio sono ormai di origine cinese o vietnamita. Si costata, inoltre, che il Vietnam ha perso terreno con una diminuzione del -31,49% delle importazioni in termini di valore, mentre la Cina sta consolidando la propria quota di mercato. Paradossalmente nel 2009, l'Indonesia ha aumentato del 17% il valore totale delle sue importazioni, principalmente a causa di prezzi di vendita della merce, inferiori ai prezzi applicati dai paesi europei come l'Italia. D'altra parte, si osserva anche che i Paesi Bassi rimangono in seconda posizione con una quota di mercato che oscilla negli ultimi anni fra il 12 ed il 13%. Questa posizione è dovuta in parte al fatto che transitano per il porto di Rotterdam importanti flussi commerciali di calzature.

### Gioielleria

Si riscontra che nel 2009 l'Italia è riuscita a recuperare la propria posizione di **leader** delle importazioni di gioielleria in Belgio. Posizione che aveva perso nel 2007 e nel 2008 a favore dell'India. In effetti, nel 2009 l'Italia ottiene una quota di mercato in valore del 16,10%, mentre l'India ha perso il -32,52% per raggiungere una quota di mercato del 13,40%. Da rilevare che sempre nel periodo in esame, il mercato belga della gioielleria risulta in flessione del -14,55%, mentre paradossalmente la Cina rappresenta l'unico paese che fa registrare un aumento delle sue esportazioni verso il Belgio in termini di valore. Inoltre, che il consumatore belga risulta sempre più attento al prezzo è perciò tende a sostituire i propri acquisti di gioielli in oro con quelli d'argento.

### Diamanti

Il commercio dei diamanti rappresenta il 4,1% del commercio estero totale del paese. Il settore dei diamanti impiega circa 8000 persone. Il Belgio, pur confermandosi 8° esportatore mondiale, inizia a perdere importanti quote di mercato a causa dell'affermazione dell'India. Nel mondo 4 borse di diamanti su 19 sono ad Anversa, capitale mondiale del diamante, dove sono commercializzati il 70% dei diamanti al mondo. Secondo l'Antwerp World Diamond Centre (AWDC), la federazione del settore del diamante ad Anversa, l'export di diamanti tagliati in Belgio si attesta nel 2009 a 3,63 milioni di carati, corrispondente ad un aumento del 2,5%. In

termini di valore le esportazioni raggiungono 5,35 miliardi di dollari, ovvero un aumento del 32,2%. Le importazioni di diamanti tagliati sono altresì aumentate in valore di 5,04 miliardi di Dollari, ovvero un aumento del 30,08%, in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, mentre in volume segna una leggera crescita del 2,7%. Per quanto riguarda i diamanti grezzi le esportazioni ammontano a 5,68 miliardi di Dollari per un totale di 69,9 milioni di carati (79%). Infine, le importazioni di diamanti grezzi raggiungono 60,1 milioni di carati (+57,4%) in volume, corrispondente ad 4,9 miliardi di Dollari in valore (+84,8).

### Montature per occhiali

L'Italia è il **terzo** fornitore di occhialeria del Belgio. Le importazioni italiane d'occhiali, dopo anni di crescita, si mantengono stabili, con una quota di mercato nel 2009 intorno al 20%. I principali concorrenti dell'Italia sono: i Paesi Bassi, che registrano una crescita delle importazioni in valore del +17,55% nel 2009 rispetto al 2008 e la Francia, con una crescita delle importazioni espresse in valore del +18,35% in confronto al 2008. Occorre, quindi, incrementare la promozione dei prodotti di qualità, sempre più richiesti da mercati sofisticati come quello belga, ove il prezzo non è il principale elemento della scelta.

### Commercio on-line

Nel 2009 i punti vendita online hanno ottenuto un giro d'affari complessivo in Belgio di 1,6 miliardi di Euro, corrispondente ad un aumento del 17% rispetto al 2008. Lo dimostrano i dati dell'associazione di categoria, BeCommerce. I prodotti maggiormente richiesti dai clienti online sono musica e film, ma anche gli articoli di decorazione, abbigliamento e calzature. Secondo BeCommerce, attualmente anche acquisti onerosi sono stati effettuati attraverso Internet, in quanto nel 2009 il 9% degli acquisti superavano un importo di 500 Euro. Infine, la medesima associazione stima che nel 2010 i circa 5.000 punti vendita belgi on-line dovrebbero far registrare una crescita del fatturato del 15%.

### Edilizia

Nel 2009, il settore edile belga è stato colpito dalla forte recessione economica e non ha, pertanto, potuto evitare una contrazione dell'attività di circa il 4,5%. A partire dal secondo trimestre del 2009 si è registrato un leggera ripresa del settore, ma questi timidi segnali di rilancio non hanno potuto compensare le perdite dei mesi precedenti. Il quadro complessivo non dovrebbe cambiare sostanzialmente, nonostante ci si attenda una certa ripresa della congiuntura economica

Crescita economica (totale paese) T3 2009 / T3 2008	-3,2 %
Crescita settore dell'edilizia T3 2009 / T3 2008	-3,8 %
Inflazione 2009	0,0 %
Costruzione di nuovi edifici non-residenziali (in volume) Nov.08-ott 09/gen 08-dic 08	+3,1 %
Costruzione di abitazioni nuove (in volume) Nov.08-ott 09 / gen 08- dic 08	-9,4 %
Prezzi per la costruzione fine 2009 / fine 2008	-3,5 %
Prezzi abitazioni esistenti T3 2009 / T3 2008	+0,2 %

Fonte: Confédération Construction

## Logistica/movimentazione interna

Per la sua posizione geografica al centro d'Europa e la presenza di grandi e tradizionali porti marittimi, il Belgio ha conosciuto uno **sviluppo considerevole nei settori dei trasporti, della logistica e della distribuzione, sia a livello nazionale che internazionale**. Numerose sono le imprese statunitensi ed asiatiche che hanno creato filiali o *joint venture* in questo settore nel Benelux. Anche i paesi dell'Europa orientale, comprese Russia, Cina ed India dimostrano un grande interesse per insediamenti tra Le Havre ed Amburgo, dove le infrastrutture, le tradizioni ed il pragmatismo imprenditoriali offrono possibilità di sviluppo e di espansione. Gli investimenti nelle installazioni portuali e logistiche offrono, pertanto, **ottime opportunità per la vendita di nostre attrezzature**, mobilitando grandi risorse finanziarie: **gru, carrelli, magazzini automatici, treni, impianti frigoriferi, silos, macchine per imballaggio, attrezzature per sicurezza**. Il Belgio conta **4 porti marittimi** (Anversa, 5° porto mondiale, Gand, Zeebrugge e Ostenda), localizzati su un litorale di 66 km e numerosi importanti porti fluviali come quello di Liegi (3° porto di acque interne europeo) e di Bruxelles. Le attività portuali occupano un ruolo preponderante nell'economia belga: il 5,2% del PIL è direttamente legato alle attività portuali. Se si tiene conto degli effetti indiretti (fornitura e subfornitura) le percentuali sono rispettivamente del 10,1% e del 8,1%. Nel porto di Anversa, la messa in servizio di un nuovo bacino (il Deurganckdok sulla riva sinistra della Schelda) ha favorito lo sviluppo del traffico container, facendo della città fiamminga il 14° porto al mondo per questo tipo di traffico. Il fatturato del trasporto in Belgio si avvicina ai 60 miliardi di Euro. Trattasi di una cifra complessiva che riguarda tutti i tipi di trasporto: terrestre, marittimo, aereo ed attraverso gli oleodotti. Il trasporto stradale interessa il 70,2% delle merci (691,840 miliardi di tonnellate - 71 miliardi t/km), la navigazione interna il 21,4% ed il trasporto ferroviario l'8,4%. Questi dati dimostrano l'importanza del trasporto stradale rispetto ad altre modalità. Il trasporto intermodale rimane marginale in Belgio, anche se sta aumentando. Il 64% dei container sono, infatti, trasportati su gomma, il 28% per via fluviale (in espansione) e l'8% su rotaia. Il porto di Anversa ha gestito nel primo semestre di quest'anno circa 87 milioni di tonnellate di merci, corrispondenti ad un aumento del 12,7% in confronto allo stesso periodo l'anno scorso. Lo dimostrano i dati della società che gestisce il porto. Il traffico di container è aumentato del 20% per raggiungere 51,3 milioni di tonnellate. La gestione di merce prodotta in serie è aumentata del 4,1% fino a 28,2 milioni di tonnellate. Inoltre, il trasbordo di carico per colli e le attività di Roll-on Roll-off (ro-ro) hanno dimostrato progressioni rispettivamente dell'1,2% e del 13,4%, risultati analoghi a quelli ottenuti due anni fa, che rafforzano la posizione di secondo porto in Europa. Ad ottobre 2010 il CdA del porto di Anversa ha approvato un piano d'investimenti di 1,6 miliardi di Euro fino al 2025, pari al doppio dell'importo annuo d'investimenti rispetto agli anni precedenti. I progetti principali sono l'estensione dello scalo d'alaggio 'Verrebroek' e la costruzione di una seconda chiusa sulla riva sinistra della Schelda per un totale di 150 milioni di Euro. La società portuale investirà anche nell'acquisto di 7 rimorchiatori, chiatte e nuove gru. Inoltre, sarà costruito appostamento uno scalo d'alloggio per elaborare i componenti del tunnel Oosterweel. Da notare che il tunnel completerà il raccordo annullare d'Anversa al Nord d'Anversa, sotto il fiume della Schelda, e dovrebbe essere operativo nel 2021. Nonostante, questi investimenti, il porto d'Anversa ha deciso di congelare i prezzi fino all'inizio del 2012 per lottare meglio contro la concorrenza del porto di Rotterdam.

## Audiovisivo e Cinema

Il settore della grafica computerizzata è attualmente in piena espansione, soprattutto con l'emergere della tecnologia 3D stereofonica. Esso include l'acquisizione, il trattamento, la sintesi, la diffusione e la visualizzazione di tutti i tipi d'immagine e di flussi video, nonché i relativi segnali e vettori d'informazione come il suono, i grafici e il testo.

## **Ricerca & Innovazione**

### **Biotech e Biomedicale**

Il Belgio è uno dei paesi all'avanguardia nel campo delle biotecnologie. Sono più di 140 le imprese attive in questo settore. A livello europeo, esse rappresentano il 7% delle società biotech, il 16% del fatturato del settore e circa il 10% degli investimenti in R&S. Poco più di 100 società tra le 140 operanti nel paese sono "società pure di biotecnologia"; la maggioranza è rappresentata da spin-offs e nonché da alcune multinazionali; tra queste si contano: GlaxoSmithKline Biologicals, UCB Pharma, Janssens Pharmaceutica, Bayer, Monsanto, Astra Zeneca, Pfizer, Solvay Pharma, Schering-Plough.

### **Aerospaziale**

Il settore aerospaziale belga è composto da due realtà regionali complementari:

- costruzione aeronautica "tradizionale" in Vallonia con la produzione di parti per aerei civili e co-produzione di aerei militari.
- produzioni di componenti ed accessori (da utilizzare in tutti i tipi di aerei) nelle Fiandre.

Le società del settore sono raggruppate nei cluster regionali FLAG (Fiandre) e SKYWIN (Vallonia). Skywin raggruppa 80 membri (imprese, università, centri di ricerca e di formazione) con un fatturato annuo di 1,15 miliardi di Euro. Principali imprese belghe del settore sono: Asco, Barco, Sabca, Sonaca, Techspace Aero, Thales Alenia Space ETCA, Siemens.

### **Impiantistica**

#### **Subfornitura industriale**

La crisi economica iniziata a fine 2008 ha avuto un importante impatto sul commercio internazionale belga di prodotti di subfornitura industriale. Nel 2009 le importazioni dei relativi prodotti sono, infatti, fortemente calate: -10,3% per i prodotti plastici, -25,8% per la lavorazione dei metalli (ghisa, ferro, acciaio) e -8,4% per l'alluminio. Nonostante la contrazione del mercato globale, le importazioni dall'Italia hanno resistito in modo abbastanza soddisfacente in quanto, esaminando le quote di mercato, si riscontra una stabilizzazione allo 7,0% per le materie plastiche e addirittura un aumento di queste quote per i metalli (dal 7,9% al 8,4% nel 2009) e per l'alluminio (dal 5,8% al 6,4%). Questi risultati incoraggianti confermano il quinto posto dell'Italia nella graduatoria dei principali fornitori del Belgio per i metalli/alluminio e consentono al nostro paese di sorpassare gli Stati Uniti nel mercato delle materie plastiche e di ottenere il quarto posto, dietro i tradizionali fornitori del Belgio: Paesi Bassi, Germania e Francia. Da rilevare anche per questo particolare mercato che la quota della Cina si stabilizza intorno ai 5,2% e non rappresenta ancora una minaccia immediata.

### **Settore odontoiatrico**

Le quote italiane per i prodotti odontoiatrico (strumenti ed apparecchi per dentisti 5,8% - torni per medici dentisti 18,4% - mobili per dentisti 8,0%) sono maggiori alla quota italiana dell'interscambio totale Italia - Belgio (4,7% nel 2008). L'Italia ha perso il primo posto per l'importazione di torni per dentisti (-26,7%, a favore della Finlandia +7,8% e della Danimarca +46,5%) e si trova adesso in terza posizione.. Il grande progresso (+40,7%) della Germania, la cui predominanza nel settore è largamente riconosciuta, minaccia anche questa terza posizione dell'Italia.

Cina e Polonia, in misura minore, registrano una forte crescita (Cina +194,6% e Polonia +38,9%) nel settore dei mobili per dentisti, ma sono ancora assenti nei settori tecnologicamente più avanzati (strumenti, apparecchi e torni per dentisti).

L'Italia guadagna la quinta posizione per l'importazione di strumenti ed apparecchi per dentisti, grazie ad una crescita del +9,6% delle importazioni.

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

Il multiculturalismo ed il multilinguismo, favorito da una posizione geografica e dalla presenza delle istituzioni europee, facilita l'insediamento delle imprese estere e gli scambi. Situato nel crocevia di numerose assi di comunicazione stradali portuali e ferroviarie, il Belgio è il paese europeo dove la creazione d'impresa è la più rapida. Le famiglie mostrano livelli di ricchezza netta tra i più elevati nei paesi industrializzati.

Azioni promozionali a favore di IDE in entrambi i sensi andrebbero orientate soprattutto verso settori ad alta tecnologia. Tra questi meriterebbero particolare attenzione quello della logistica/trasporti integrati e quello delle biotecnologie e aerospazio; settore quest'ultimo nel quale il Belgio dispone di centri di ricerca d'avanguardia. Un altro campo che potrebbe offrire interessanti spazi per investimenti italiani in Belgio è quello della tutela dell'ambiente. La presenza presso l'ICE di Bruxelles del Progetto Ministero del Ambiente e della Tutela del Territorio (MATT) può rappresentare un importante volano di collaborazioni, non solo a livello Europeo, ma anche nei confronti delle imprese locali, se adeguatamente finalizzato. Ulteriori flussi di IDE, dall'Italia verso il Belgio, potrebbero, inoltre, essere promossi anche in settori più tradizionali, come l'agro-alimentare (distribuzione e/o partecipazione) e la subfornitura, in particolare quella orientata all'industria automobilistica.

Tra le principali imprese italiane con presenza stabile in Belgio, si annoverano:

Autogrill (ristorazione)  
Banca Monte Paschi Belgio  
Burgo Ardennes (carta)  
Campari Belux  
Case New Holland (macchine agricole, gruppo FIAT)  
Duferco Belgium (metallurgia)  
Ferrero S.A. (alimentari)  
FIAT Auto Belgio S.A.  
Generali Belgium (assicurazioni)  
Gruppo Borghi (ricambi after market per macchine agricole e movimento terra)  
Mapei Benelux S.A. (materiali per l'edilizia)  
Polimeri Europa Benelux S.A. (petrolchimica)  
Chateau d'Ax Belgio  
MTS Benelux (Merloni Termosifoni)  
Riello Spa  
Ixina cucine (Gruppo Snaidero)

Ultimamente tra la fine del 2009 e l'inizio 2010 bisogna registrare l'entrata di:

Edilteco Benelux SA  
CM TRASLOCHI SRL  
LOTTOMATICA SPA  
VALUE TEAM FINANCE SRL

Il gruppo chimico belga Solvay aumenterà la produzione di fluoroelastomeri, una tipologia di gomma, nella fabbrica di Solvay Solexis a Spinetta Marengo, nella Provincia di Alessandria. Quest'aumento di capacità produttiva richiede un investimento di Euro 10 milioni e dovrebbe verificarsi a partire dal primo semestre del 2012. Secondo Solvay, la domanda di fluoromateriali è in forte crescita anche per le sue applicazioni in campo automobilistico ed aeronautico.

Non è possibile, purtroppo, disporre di dati più aggiornati relativi agli IDE bilaterali Italia - Belgio ma si possono, comunque, trarre delle conclusioni dall'andamento, che conferma,

quindi, una perdita di competitività dell'Italia, dei flussi IDE in entrata ed in uscita dal nostro Paese, a livello globale nel 2008 ed una ripresa nel 2009, ma non ai livelli prima della crisi.

Italy FDI flows (millions of dollars)	2006	2007	2008	2009
FDI Inward	39 239	40 202	17 032	30 538
FDI Outward	42 068	90 775	43 839	43 918

Belgium FDI flows (millions of dollars)	2006	2007	2008	2009
FDI Inward	58 893	118 403	109 956	33 782
FDI Outward	50 685	105 912	129 953	- 15 064

Fonte: UNCTAD - World Investment Report 2010

Dal 2008 ad oggi i più grandi investimenti registrati in Belgio da parte d'impresе italiane sono quelli dell'ENI e di CAMPARI. Il 29 maggio 2008 l'ENI ha firmato un accordo con Suez per l'acquisizione del 57,24% della società belga Distrigaz. Tutti gli operatori europei nel settore del gas erano coinvolti in quest'offerta, ma alla fine il gruppo Suez ha optato per l'ENI. Con Distrigaz si è cominciato ad operare in un paese chiave nel mercato europeo del gas, grazie alla sua posizione geografica ed alla sua competenza unica nel settore del trading. L'acquisizione completa di Distrigaz da parte di ENI si è conclusa nel maggio 2009.

Il Gruppo **Campari** (Campari, SKYY Vodka, Aperol, Cynar, Ouzo 12, Cinzano, Liebfraumilch, Crodino, etc.) ha acquistato l'intera proprietà della sua joint-venture belga MCS (Marques de Champagne et de Spiritueux), che deteneva assieme al gruppo Marnier Lapostolle. La filiale è stata ribattezzata Campari Belux e distribuirà i prodotti Gruppo Campari sul mercato belga e lussemburghese. Marnier Lapostolle distribuirà ugualmente le sue bevande attraverso la nuova società Campari Belux. Il mercato belga e quello lussemburghese rappresentano per la Campari il 6° mercato per volume.

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

**La struttura industriale italiana, fortemente caratterizzata dalla presenza di PMI potrebbe trarre vantaggio dalle metodologie di ricerca cooperativa, sperimentate con successo in Belgio**, che hanno permesso di realizzare centri di ricerca pubblico/privati al servizio di singoli settori industriali. Trattasi di Centri Cooperativi che, tramite alleanze tra Stato Federale, Regioni ed imprese, hanno consentito di ridurre notevolmente la duplicazione di attività di ricerca in maniera da ridurre i tempi di trasferimento dei risultati. Oltre ai settori sopra indicati, la collaborazione bilaterale potrebbe estendersi anche alle politiche di programmazione e gestione della ricerca scientifica, al trasferimento tecnologico, all'innovazione ed alla ripartizione delle competenze tra autorità centrali e regionali. Anche alla luce del processo di decentramento e di assegnazione di nuove competenze alle Regioni italiane, si ritiene utile stabilire un contatto con il Belgio, paese che da tempo ha affrontato questioni simili.

Sono molte le aree della ricerca, dello sviluppo e dell'innovazione dove il Belgio si pone all'avanguardia e dove si possono creare forme di collaborazione con l'Italia. Le principali aree sono:

**Macrosettori:**

Salute, Informatica e telecomunicazioni, Nuovi materiali, Energi rinnovabili, Agro alimentare, Ambiente

**Tecnologie abilitanti:**

Biotecnologie, Microelettronica e sensistica intelligente, Tecnologie medicali, Nanotecnologie, Tecnologie dei materiali, Processi separativi, tecnologie chimiche ed elettrochimica

In particolare, uno dei temi in cui sta emergendo un forte interesse alla collaborazione è quello dell'**energia nucleare**

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

Trattandosi di un paese membro dell'UE, tale aspetto non ha rilievi particolarmente significativi.

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

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

Non risultano particolari problemi per l'accesso al mercato belga, dove, come è noto, convivono tre comunità regionali (Fiandre, Vallonia, Bruxelles Capitale) e tre comunità linguistiche che usano, rispettivamente, la lingua francese, fiamminga e tedesca. La lingua più diffusa è il fiammingo (60% della popolazione), mentre soltanto una minima percentuale parla la lingua tedesca.

Per tale ragione, appare opportuno non sottovalutare i problemi di comunicazione che si possono incontrare con gli operatori belgi. È dunque **necessario porre attenzione alle diversità linguistiche e culturali** presenti nel Paese e tenerne conto nei rapporti d'affari. L'inglese è utilizzato regolarmente nelle transazioni commerciali. Esistono dei contenziosi commerciali ma di numero piuttosto modesto. Spesso attraverso l'assistenza dell'Ufficio ICE di Bruxelles, le società riescono ad ottenere una composizione bonaria. Tali contenziosi sono spesso determinati da ritardi nelle consegne, da forniture non esattamente conformi agli ordinativi, talvolta a ritardi nei pagamenti, dovuti anche alla difficile congiuntura economica. L'attuale situazione economica internazionale non ha provocato da parte del governo l'adozione attuale o annunciata di misure protezionistiche, nel senso di provvedimenti amministrativi (più o meno formali), che possano rappresentare significativi ostacoli non tariffari al commercio, né le imprese italiane hanno, comunque, riferito di maggiori vischiosità nei comportamenti da parte di uffici o soggetti pubblici, che rendano più difficile l'accesso al mercato.

Rimane inteso che **la recessione e le difficoltà del settore finanziario si ripercuotano negativamente sul credito e sulla domanda di prodotti importati, anche dall'Italia.**

Con riferimento alle esportazioni di prodotti belgi verso paesi extraeuropei, questi hanno risentito, nel corso del 2009, e continuano a risentire, in questo primo semestre 2010, dell'aumento dei prezzi, derivante dal significativo apprezzamento dell'Euro.

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

Numerosi dispositivi fiscali federali e regionali sono stati adottati per attrarre gli investitori stranieri e favorire lo sviluppo economico del Regno. Solo per citarne qualcuno: il meccanismo della deduzione di interesse nominale, che permette di recuperare la tasa effettiva d'imposta di società, a un livello medio del 26% e teoricamente dello 0%, per l'assenza d'imposta sul plusvalore sulle cessioni; l'assenza d'imposta sul patrimonio (ISF). Deduzioni particolari per gli investimenti realizzati in settori specifici, come le Tax Shelter per gli investimenti nelle produzioni audiovisive; altri incentivi fiscali a livello di reddito da brevetti o regime dei quadri espatriati. Qualsiasi attività facente capo ad un operatore non residente in Belgio, anche quando comporta proprietà o partecipazione, non è soggetta ad alcun vincolo alcuno. Un'attenzione particolare va posta alla normativa esistente nel campo dei rapporti di lavoro ed alle problematiche fiscali ad essa connesse. La messa in opera del mercato unico tende a rinforzare le similitudini, ma alcune differenze sussistono, specialmente relativamente allo statuto degli intermediari commerciali, più favorevole che altrove. Inoltre, bisogna ricordare che non esiste un'armonizzazione fiscale a livello europeo e che un'impresa che voglia vendere senza passare per intermediari commerciali o senza stabilirsi localmente dovrà scegliere un rappresentante responsabile del pagamento della IVA. La Circolare del (13/2009) illustra le nuove regole, inquadrandole nel sistema complessivo del controllo degli aiuti di Stato. In base alla nuova disciplina, applicabile sino al 31 dicembre 2010, possono essere considerati compatibili con il diritto comunitario aiuti sino a 500.000 euro per impresa beneficiaria, aiuti in forma di minore premio richiesto per misure di garanzia e di minori tassi d'interesse sui prestiti, nonché aiuti per i prestiti relativi a investimenti in "prodotti verdi". La Commissione ha, inoltre, introdotto alcune semplificazioni per gli aiuti agli investimenti in capitale di rischio nelle piccole e medie imprese e per l'assicurazione del credito all'esportazione.

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

##### **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 2010**

Nel mercato belga le azioni di promozione e di assistenza hanno lo scopo di consolidare la presenze delle imprese e di aumentare le quote di mercato nel settore agro-alimentare, dei beni di consumo ed in quello dei beni strumentali, con strategie diverse.

Nel settore dei beni strumentali è necessaria un'assistenza specialistica per sviluppare i rapporti di collaborazione industriale e scientifica nei campi, in cui la complementarità delle produzioni e la convergenza degli interessi lo suggeriscono. Ancora di più oggi con la riduzione delle risorse nazionali destinate alla promozione, sarebbe opportuno integrare le risorse promozionali nazionali con i notevoli fondi, che l'Unione Europea stanziava per favorire la cooperazione industriale e scientifica fra le imprese.

Al riguardo è importante svolgere azioni promozionali più incisive nelle province vallone e fiamminghe, mentre nel passato l'attività si è concentrata soprattutto nella capitale.

##### **b) Progetti delle rappresentanze diplomatico-consolari e degli Uffici ICE per iniziative promozionali nel corso del 2011**

Per il 2011, si segnala che il budget per il Programma Promozionale ordinario dell'ICE sarà più che dimezzato, pertanto si ritiene che ancor più difficilmente di quanto già avveniva in passato potranno essere accolte proposte promozionali per il Belgio. Comunque, una serie di attività, che dovranno essere approvate nell'ambito di accordi di settore con le categorie e di convenzioni esecutive con le Regioni potranno coinvolgere nel corso dell'anno questo mercato. Al riguardo, si cercherà di stimolare le Regioni a sviluppare, con propri fondi, altre azioni nei settori considerati prioritari. Per l'ufficio di Bruxelles particolare importanza rivestono i progetti del settore Affari Europei.

In particolare, assieme alla Rappresentanza diplomatica nel corso del 2010 si sono effettuate visite ufficiali a manifestazioni svoltesi in Belgio. In tali occasioni, attraverso incontri con gli organizzatori e gli operatori si è concordato sull'opportunità di un'eventuale partecipazione italiana alle manifestazioni elencate di seguito.

##### **Horeca Expo - Gand**

La fiera, giunta quest'anno alla sua 21<sup>a</sup> edizione – è dedicata al settore dei servizi e dei prodotti per ristoranti, bar ed alberghi. La manifestazione raggruppa più di 600 espositori, principalmente operatori (produttori, importatori, grossisti) locali. Si riscontra una discreta partecipazione d'operatori neerlandesi e francesi. Quest'ultima edizione ha attratto oltre 50.000 visitatori professionali (cuochi, titolari di ristoranti, bar e tutti i tipi di negozi alimentari, ecc.) durante 5 giorni, nonostante l'attuale crisi. Il salone Horeca Expo, che è rappresentato in Italia dalla società Invernizzi Group, riserva un'area di particolare interesse, denominata Chef's Place, il cui ingresso è riservato soltanto su invito ai ristoratori alla degustazione di numerosi prodotti di qualità: tartufo, vino, olio d'oliva, prosciutto Pata Negra, pasta (belga), formaggi francesi, caviale russo, etc. In questo segmento esclusivo, si ritiene che i prodotti italiani dovrebbero essere maggiormente rappresentati (salumi, formaggi, pasta, vini) e che, quindi, tale partecipazione d'eccellenza andrebbe sostenuta dall'ICE. Un cuoco italiano, attraverso dimostrazioni pratiche, ne valorizzerebbe ed esalterebbe le caratteristiche. Anche la parte Non food, riservata ai macchinari per horeca registra una scarsissima presenza di marchi italiani, che andrebbe incentivata. La visita "guidata" attraverso la fiera organizzata dai responsabili ha

palesato quanto la presenza italiana appaia abbastanza discreta rispetto alla sua effettiva importanza sul mercato locale. Le interviste con alcuni importatori di prodotti italiani (Licata, Hadeoup, ecc.) hanno, inoltre, evidenziato l'opportunità di intraprendere azioni a sostegno dell'immagine di qualità della produzione italiana nel settore, in occasione delle prossime edizioni, che raggrupperà gli espositori in aree tematiche: Lobby, Café World, Chef's Place, Trendboulevard, Macchinari e Tecnologia, food/non food). I responsabili dell'organizzazione della manifestazione hanno mostrato la massima disponibilità per accogliere una futura partecipazione italiana, anche in forma collettiva. Attualmente non è presente alcun padiglione nazionale, salvo quello del Lussemburgo, condizione che potrebbe far auspicare una partecipazione italiana, come Paese d'onore. Proposte in tal senso saranno sottoposte per il 2011.

### **Prowood - Gand**

La fiera Prowood di Gand conta numerosi espositori del settore che distribuiscono prodotti italiani. La fiera, con frequenza triennale, è giunta quest'anno alla terza edizione, e si rivolge ai professionisti nel settore delle macchine utensili per la lavorazione del legno ed altre categorie affini (trattamento aria, sistemi di sicurezza, strutture in legno per costruzioni, strumenti ed accessori per la lavorazione del legno, ecc.). L'ultima edizione della fiera ha fatto registrare risultati importanti, sia in termini di visitatori (quasi 15.000) sia per ciò che concerne gli espositori (circa 200) e si appresta a conquistare una valenza internazionale. Tra le case rappresentate in gran parte da importatori locali, si annoverano un gran numero di aziende italiane tra cui le più importanti sono: **Biesse, SCM Group (rappresentata da una propria filiale belga), Balestrini, Bolzoni, Brusellato, Casolin, Italpresse, MCN Italia, Minimax, Nardello Luciano, Pertici, Primultini, Volpato**. Sebbene sia molto serrata la concorrenza con i produttori tedeschi, il contributo italiano al settore in Belgio è stato nel 2008 di 44.836 milioni di Euro, secondo solo alla Germania. Da sottolineare, sicuramente, la perdita del primo posto dell'Italia registrata nell'anno 2008, dovuta quasi interamente ad un forte calo delle proprie esportazioni verso Belgio -15,00%. Nonostante la brusca caduta dell'export italiano, però, il divario dalla Germania è rimasto molto ridotto (1.775 milioni di Euro), facendo auspicare nei prossimi anni un ritorno dell'Italia nella posizione di leader del settore.

Si evidenzia l'opportunità, pertanto, di azioni di comunicazione a sostegno dell'immagine tecnologica e di affidabilità complessiva della produzione italiana nel settore della meccanica strumentale, attraverso editoriali su stampa specializzata e/o conferenze stampa, nell'ambito della manifestazione, in occasione dell'edizione 2012.

### **Euroscarpa - Essene (Affligem)**

L'esposizione **Euroscarpa**, si svolge annualmente nel centro di congressi a Essene (Affligem), con il patrocinio dell'ANCI. Euroscarpa Benelux rappresenta un importante evento nel settore calzaturiero ed è rivolto soprattutto a negozianti. All'ultima edizione hanno partecipato 23 espositori che presentavano collezioni "made in Italy" per l'inverno e l'autunno. Durante l'appuntamento è emerso di un'eventuale collaborazione con l'ICE di Bruxelles per meglio promuovere l'evento presso il trade locale in vista delle sue future edizioni.

L'internazionalizzazione del sistema imprenditoriale italiano passa necessariamente attraverso la partecipazione alle **gare** per progetti finanziati da Istituzioni internazionali e, nella fattispecie, dall'Unione Europea, sia relative ad appalti di servizi sia di forniture e lavori.

I programmi comunitari, in particolare quelli di cooperazione con i Paesi terzi e con i nuovi Stati membri, devono pertanto essere intesi come uno strumento per riacquistare una presenza strategica in tali Paesi e rafforzare posizioni divenute deboli.

Tenuto conto del fatto che l'Italia ha perso quote di mercato sull'export, dovute in buona misura a ritardi nell'innovazione, nella ricerca e nell'internazionalizzazione del nostro sistema produttivo, informare ed assistere le nostre aziende per partecipare alle gare dei programmi dell'Unione Europea, potrà contribuire a compensare, anche se parzialmente, la riduzione di tali quote di mercato.

La cooperazione economica della UE presenta aspetti molto competitivi fra i soggetti coinvolti, siano essi i rappresentanti dei paesi membri e di quelli beneficiari o i consorzi e le imprese che partecipano ai programmi.

Per il nostro Paese, nonostante il notevole impegno delle istituzioni pubbliche (dal MAE al MSE, all'ICE), è ancora necessario trovare il necessario "policy mix" tra autorità politica, rappresentanti diplomatici, istituzioni pubbliche, strutture territoriali, associazioni, consorzi, imprese, banche, per migliorare l'approccio sistematico alla partecipazione ai processi comunitari.

Le imprese, in particolare quelle piccole e medie, mancano di una preparazione e di un approccio metodologico alla competizione tramite gara internazionale. Solo di recente si è andata formando una generazione di funzionari con le professionalità necessarie. Non sono molti i consulenti ed i progettisti in grado di creare un consorzio internazionale per partecipare ai programmi e di redigere, di regola in lingua inglese, i documenti di gara, rispettando le strette regole imposte dai capitolati europei.

I limiti operativi delle nostre imprese sono aggravati dalla scarsa sensibilità e dall'incapacità di acquisire sistematicamente le informazioni in rete, con accesso ai siti della Commissione (dove dal 1997 si nota forse una quantità eccessiva di informazioni da elaborare per un'azienda piccola e media), per conoscere tempestivamente le strategie di lungo periodo, i programmi nazionali e regionali, le opportunità settoriali, i nomi degli interlocutori ai quali rivolgersi nelle Direzioni della Commissione e nelle Delegazioni nei paesi beneficiari. L'informazione comunitaria è specialistica, fruibile dagli addetti ai lavori; è un'informazione che richiede assistenza e che non può prescindere dalla formazione; l'informazione deve essere ben compresa, se ne deve conoscere il background per poterne leggere la portata per l'azienda.

L'obiettivo principale dell'azione promozionale e d'assistenza dell'ICE, è, quindi, quello di accrescere il ruolo e la partecipazione delle imprese, dei consorzi, dei consulenti e delle istituzioni pubbliche italiane nei programmi e nelle gare d'appalto dell'Unione Europea.

Questa strategia rappresenta un obiettivo fondamentale per contribuire all'internazionalizzazione del nostro sistema produttivo.

A questo riguardo, nell'attuale situazione risulta prioritario iniziare la partecipazione diretta dell'ICE ai programmi comunitari, siano essi manifestazioni d'interesse per gare internazionali o presentazioni di proposte di co-finanziamento. E' necessario anche per acquisire progettualità e, quindi, specializzazione ai fini della "consulenza" alle imprese. In funzione dell'interesse "prioritario" delle imprese italiane a livello geo-economico, occorre specializzarsi su programmi che presentino le seguenti caratteristiche:

- vicinanza geografica e importanza politico-economica dell'area per il Paese;
- ammontare dei finanziamenti previsti e la potenziale ricaduta sul Sistema Italia;
- grado di presenza imprenditoriale italiana in loco;
- opportunità offerte dai Nuovi Paesi Membri;
- prospettive d'integrazione di mercato con l'Unione Europea e d'allargamento ad altri paesi.

La strategia d'analisi e d'intervento ICE verso l'UE dovrebbe concentrarsi con priorità su alcuni filoni d'interesse:

#### Programmi di aiuto esterno

I progetti previsti dalla “Politica Europea di Vicinato e di Partenariato” (ENPI) con i Paesi del Mediterraneo, la Russia e i Paesi dell'Europa dell'Est, con stanziamenti di 11,1 miliardi di Euro.

I programmi che saranno decisi nell'ambito della “Politica di pre-adesione” (IPA) -Turchia, Croazia, ex-Repubblica jugoslava di Macedonia, Albania, Bosnia-Erzegovina, Montenegro, Serbia, con finanziamenti di 11,5 miliardi di Euro.

I programmi della “Politica di coesione” a cui sarà destinato circa un terzo del bilancio 2007-2013 dell'Unione, pari a 347.410 milioni di Euro. Per i Paesi dell'Africa, Caraibi e Pacifico (ACP), la dotazione finanziaria del 10° Fondo europeo di sviluppo FES per il periodo 2008-2013 e' di 22 miliardi di euro.

I progetti previsti dallo strumento di cooperazione allo sviluppo (DCI) per l'Asia, America Latina, il Medio Oriente e l'Africa del Sud ai quali andranno 16,8 miliardi di euro nel 2007-2013.

I programmi settoriali destinati agli Stati membri: Ambiente (Programma Life+, Programma Eco-innovazione, Energia (Programma Energia intelligente), PMI (Programma per la competitività e l'Innovazione), Formazione (Life Long Learning), Ricerca (7° PQ), Cultura (Programma Cultura 2007-2013).

La missione strategica dell'Istituto dovrebbe essere anche orientata verso i programmi comunitari che sono anche co-finanziati dalla Banca Mondiale, dalla Banca Europea per la Ricostruzione e lo Sviluppo (BERS), la Banca Europea per gli Investimenti (BEI) e dai Paesi donatori a livello bilaterale, programmi che avranno un interesse prioritario nel settennio 2007 – 2013.

## Il Progetto Europa

Alla luce della programmazione 2007/2013 ed al fine di preparare le imprese alle nuove sfide, rafforzando al contempo il ruolo dell'ICE nei programmi dell'Unione Europea, l'Ufficio di Bruxelles ritiene indispensabile concretizzare la proposta di un "Progetto Europa", di durata triennale, finanziato con uno specifico stanziamento nell'ambito del Programma promozionale per gli anni 2011, 2012 e 2013.

Il "Progetto" dovrebbe comprendere un quadro di interventi e di iniziative per integrare le azioni che la Rappresentanza Permanente d'Italia e le Istituzioni presenti a Bruxelles (CNR, CRUI, Confindustria, Regioni Unioncamere, MEF, MATT, ecc) svolgono a favore del Sistema Italia, senza creare duplicazioni negli interventi programmati. Il progetto Europa presuppone il coinvolgimento e la valorizzazione degli Uffici dell'ICE all'estero nell'area d'azione dei programmi UE, i quali possono dare un notevole contributo professionale nella fase di definizione dei programmi regionali e nazionali dei paesi beneficiari e nell'esecuzione dei progetti, contribuendo al contempo, ad indirizzare le scelte verso soluzioni più confacenti ai nostri interessi ed a valorizzare il ruolo delle imprese e dei consulenti italiani. Infatti, con la riforma della gestione dei programmi demandata agli Stati beneficiari e le procedure di gara d'appalto dell'Unione, il ruolo di un Ufficio dell'ICE all'estero dove opera una Delegazione dell'Unione Europea è particolarmente importante. L'Ufficio, collaborando con la Rappresentanza Diplomatica, potrà giocare un ruolo da protagonista nelle fasi di definizione dei programmi nei confronti delle "Delegazioni UE" e delle istituzioni pubbliche locali e potrà validamente difendere gli interessi delle imprese italiane.

### **Seminari di formazione/informazione per la Rete ICE Italia Estero sui seguenti temi:**

Le Politiche dell'Unione Europea per la programmazione finanziaria 2007- 2013;

La nuova Politica Regionale dell'UE con particolare riguardo ai nuovi paesi membri ed ai Paesi candidati;

La nuova Cooperazione dell'Unione Europea a favore dei Paesi Terzi;

Le procedure di programmazione e di gestione "deconcentrata" e "decentrata", e l'applicazione del Nuovo Manuale di Procedure e dei Nuovi Regolamenti finanziari;

Il ruolo degli Uffici dell'ICE nei programmi dell'Unione Europea

**Possibilità di creazione di un'Unità per servizi d'assistenza e di consulenza** (alle istituzioni pubbliche) ed alle imprese italiane interessate a partecipare ai programmi ed alle gare europee. Programmi di aiuto esterno IPA – ENPI e programmi intracomunitari destinati agli Stati membri (CIP – Energia Intelligente Europa – Eco-Innovazione).

In via indicativa i servizi dell'unità potrebbero comprendere:

- consulenza per la ricerca di fondi di cooperazione previsti per i progetti;
- inquadramento e supporto delle iniziative nei programmi nazionali dei paesi beneficiari;
- consulenza ed assistenza per l'ottenimento dei finanziamenti europei;
- consulenza ed assistenza per la partecipazione alle gare d'appalto;
- qualificazione delle proposte nei confronti della Commissione Europea;
- assistenza tecnica per l'esecuzione ed il monitoraggio dei progetti;
- consulenza ed assistenza per il partenariato pubblico e privato.

Il progetto prevede l'erogazione di servizi, con la collaborazione di consulenti e di specialisti locali, in conformità a specifici accordi, a Bruxelles e nei paesi dove operano le Delegazioni dell'Unione Europea.



I costi dei servizi d'assistenza e consulenza specialistica saranno predefiniti e coperti in parte dai beneficiari, vale a dire da imprese/Istituzioni e in parte dal budget promozionale del "Progetto Unione Europea".

**Programma di formazione e d'informazione diretto alle imprese, alle società di consulenza ed agli enti pubblici**, in Italia ed a Bruxelles, in collaborazione eventualmente con le Regioni e con le associazioni di categoria, sulle nuove politiche, sui nuovi programmi e sui nuovi regolamenti dell'Unione Europea per il periodo dal 2007 al 2013:

- opportunità nel programma di cooperazione transfrontaliera Italia-Tunisia (Palermo)
- opportunità nell'ambito dei Fondi strutturali nei paesi di nuova adesione
- opportunità nel programma di cooperazione transfrontaliera per il bacino Mediterraneo (Sardegna)

I seminari di formazione e d'informazione anche settoriale avranno una duplice funzione:

1. quella di aiutare le imprese italiane a partecipare alla realizzazione dei progetti europei;
2. quella di orientare le strategie produttive e commerciali delle imprese e delle istituzioni pubbliche verso i settori di attività considerati prioritari nel quadro dei programmi di incentivo alla competitività, all'innovazione ed alla ricerca, secondo quanto previsto dalla "Strategia di Lisbona".

**Organizzazione di "Sector Seminar"** in collaborazione con le Rappresentanze Permanenti dei Paesi Membri a Bruxelles. Questi eventi si prefiggono un doppio obiettivo: favorire il networking tra le società di consulenza e promuovere future collaborazioni per la partecipazione alle gare comunitarie; informare le "consultancies" sulle tendenze e sulle opportunità offerte dai programmi di cooperazione europei sul tema annuale.

**Intesa operativa MCI-OICE-ICE:** prosegue il progetto di programma pluriennale di assistenza ai processi di internazionalizzazione delle società di ingegneria, architettura e consulenza tecnico-economica italiane.

**Redazione e pubblicazione di una brochure** con i programmi europei 2007-2013 più importanti ed i relativi servizi dell'ICE – Affari UE.