

## AUSTRALIA

### 1. QUADRO MACROECONOMICO

#### a) Andamento congiunturale e rischio Paese

Paese continente di immense risorse naturali, scarsa popolazione, altissima stabilità politica e strutture sociali ed economiche all'avanguardia, l'Australia, secondo la Banca Mondiale, è la tredicesima economia mondiale, con 631 miliardi di dollari di PIL nel 2004, poco più del Brasile e più della Russia, con un tenore di vita tra i più elevati al mondo (26.900 dollari il reddito procapite nel 2004<sup>1</sup>). Come accade per la maggior parte dei paesi sviluppati, il terziario genera la percentuale più rilevante del PIL (66,4% alla fine dell'anno finanziario 2004-05), mentre il settore manifatturiero rappresenta solo l'12,3%. Il settore minerario e quello agricolo sono percentualmente solo il 4,6% e il 3,2% rispettivamente del PIL ma costituiscono le due più importanti voci delle esportazioni australiane (oltre il 60%).

L'economia australiana è interessata da quattordici anni di crescita economica ininterrotta e particolarmente sostenuta (tra il 3% e 4% annuo) grazie a una combinazione di riforme economiche (privatizzazioni e deregolamentazione, flessibilità del mercato del lavoro, smantellamento delle barriere alle importazioni e agli investimenti stranieri, trattati di libero commercio), una politica monetaria e fiscale prudente e con precisi obiettivi di medio e lungo termine, unitamente ad un settore privato dinamico e ad una forza lavoro qualificata e flessibile. Nel corso di questi anni la disoccupazione è scesa ai minimi storici da trent'anni, il reddito procapite è aumentato, il debito pubblico è praticamente azzerato. Resta cronico il problema dell'altissimo livello di indebitamento verso l'estero, provocato da conti correnti storicamente deficitari, compensato dall'alto credito che l'Australia continua a mantenere sui mercati finanziari internazionali.

Nonostante qualche sofferenza in più nella seconda metà dell'anno, i principali indicatori economici continuano ad essere buoni. Il tasso di crescita del PIL in settembre registra una crescita trimestrale dello 0,8% (2,6% su base annuale, con una prospettiva di crescita dal 2,2% della Banca Mondiale, al 2,6% dell'OCSE, al 3% del governo australiano). L'economia, terminata nel 2004 una fase eccessiva di espansione della domanda interna, è ora sostenuta dalla vigorosa attività di investimento delle imprese private, in particolar modo delle imprese minerarie, controbilanciata dalla perdurante debolezza delle esportazioni e dalla diminuzione degli investimenti statali. La disoccupazione è ferma al 5,1%, uno dei valori più bassi dagli anni settanta in poi, mentre l'effetto dell'aumento dei prezzi del petrolio e di alcune pressioni sul mercato del lavoro hanno provocato un rialzo dell'inflazione al 3% nel terzo trimestre.

---

<sup>1</sup> Fonte World Bank. Per il PIL: [siteresources.worldbank.org/DATASTATISTICS/Resources/GDP.pdf](http://siteresources.worldbank.org/DATASTATISTICS/Resources/GDP.pdf). Per il PIL procapite: [siteresources.worldbank.org/DATASTATISTICS/Resources/GNIPC.pdf](http://siteresources.worldbank.org/DATASTATISTICS/Resources/GNIPC.pdf)

Le esportazioni continuano a manifestare una certa debolezza, nonostante il momento favorevole provocato dall'aumento della domanda e dei prezzi delle materie prime sui mercati mondiali. Per ragioni di sottoinvestimenti in impianti ed infrastrutture, le imprese minerarie australiane stanno solo ora iniziando ad espandere la propria capacità produttiva. Al terzo trimestre 2005, le esportazioni su base annuale sono cresciute appena del 2,6% in volume e affatto in valore, mentre le importazioni sono cresciute senza interruzioni dell'8,3% in volume e dell'1% in valore. Ciò comporta l'ampliarsi del deficit di parte corrente (+13% nel terzo trimestre su base annuale, pari al 6% del PIL) e del debito estero netto, cresciuto del 10% in un anno e che ha superato in totale oltre la metà del PIL.

La politica monetaria continua ad essere accomodante e in attesa di indicazioni chiare sul futuro andamento dell'inflazione. I tassi di interesse sono fermi al 5,5% con un prevedibile rialzo nei prossimi mesi, anche se la Reserve Bank of Australia preferisce essere prudente, tenendo conto della situazione di relativa debolezza dell'economia e dell'altissimo livello di indebitamento delle famiglie.

La politica fiscale, in base al bilancio federale 2005-2006 è basata, grazie alla quasi raggiunta cancellazione del debito pubblico, su una serie di sgravi fiscali in favore dei redditi medi ed alti.

L'ultimo rapporto ufficiale, uscito il 15 dicembre 2005 (il Mid-Year Economic and Fiscal Outlook<sup>2</sup>) mantiene una previsione di crescita per l'anno fiscale 2005-06 pari al 3%, con un 3,5% per i due anni successivi, basata su alcuni assunti (prezzo del petrolio medio intorno ai 60 dollari australiani al barile, condizioni climatiche buone per il settore agricolo, alti prezzi delle materie prime) ciascuno dei quali è completamente fuori del controllo del governo. In ogni modo, il rapporto indica un ulteriore ampliamento del già consistente attivo di bilancio (1,2% del PIL rispetto a una previsione dell'1%), grazie alla crescita dei profitti aziendali, del numero degli impiegati e a dividendi straordinari della Telstra. E' possibile che il prossimo bilancio federale, come richiesto da più parti, includa nuovi tagli alle tasse con effetti espansivi sull'economia.

Particolarmente importanti, per le prospettive future dell'economia, sono due decisioni prese dal governo conservatore di Howard negli ultimi sei mesi: la prima riguarda il completamento della privatizzazione della maggiore azienda del paese, la Telstra, e la decisione di utilizzare buona parte dei proventi in un fondo per finanziare le pensioni future degli impiegati pubblici; la seconda riguarda l'entrata in vigore in marzo di una nuova legge (Workchoices) che liberalizza radicalmente il sistema delle relazioni industriali, introducendo il principio della libera contrattazione individuale in luogo di quella collettiva. I sindacati perdono un notevole numero delle loro prerogative e della loro libertà di azione, con una forte limitazione alle loro attività sul posto di lavoro e al diritto di sciopero. Viene riformato interamente anche il sistema pubblico federale, svuotando l'Australian Industrial Relations Commission (AIRC) dei suoi effettivi poteri obbligatori di arbitraggio e composizione delle controversie, e consegnando il potere di fissare il salario minimo a una nuova Fair Pay Commission (FPC), sotto il controllo del Ministero per le Relazioni Industriali che vede aumentati sostanzialmente i suoi poteri discrezionali su una vasta gamma di questioni.

<sup>2</sup> [www.budget.gov.au/2005-06/myefo/html/index.htm](http://www.budget.gov.au/2005-06/myefo/html/index.htm)

Nelle intenzioni del governo ciò dovrebbe consentire un rilancio della produttività del lavoro (stagnante o in declino negli ultimi anni), un ulteriore aumento del tasso di partecipazione e del numero degli occupati e un aumento degli investimenti stranieri.

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

L'Australia favorisce gli investimenti stranieri, particolarmente nei settori manifatturieri e ad alto contenuto tecnologico. Tale politica ha la sua base giuridica nel "Foreign Acquisition and Takeover Act" del 1975 che prevede che ogni investimento straniero, per nuovi progetti o volto all'acquisizione di partecipazioni in aziende australiane, il cui valore supera i 50 milioni di dollari debba essere notificato ad una speciale commissione governativa consultiva, il *Foreign Investment Review Board* (FIRB), che esamina il progetto per la successiva e definitiva decisione del Ministero del Tesoro. Tutti gli investimenti di carattere immobiliare, residenziale o commerciale, devono venire comunque notificati al FIRB. La legge prevede un massimo di trenta giorni per la decisione, con la possibilità di una limitata estensione. Nella maggior parte dei casi tale approvazione viene concessa senza eccessive difficoltà.

Nell'anno finanziario 2003-04 il FIRB ha esaminato ed approvato progetti per 102 miliardi di dollari australiani (erano 86 miliardi nel 2002-03), concentrati in gran parte nei servizi (34,8 miliardi), mercato immobiliare (28,7 miliardi) ed industria (23,1 miliardi), realizzati per un terzo dagli Stati Uniti (29%), seguiti da Singapore (9%), Gran Bretagna (7%) e Germania (6%).

Questi dati rappresentano solo una parte degli investimenti stranieri in Australia, ovvero quelli che per valore o caratteristiche rientrano nei limiti del Foreign Acquisition and Takeover Act. Secondo gli ultimi dati disponibili dell'Australian Bureau of Statistics (giugno 2005), gli investimenti diretti esteri in Australia hanno raggiunto, nel corso degli ultimi dodici mesi, la cifra di 277,2 miliardi di dollari, con un aumento del 1,8% rispetto al precedente periodo. Gli investimenti diretti australiani all'estero, nello stesso periodo, sono diminuiti del 12,4%, per un valore di 189,6 miliardi di dollari.

E' importante sottolineare come per molte ditte americane ed europee l'Australia rappresenti ancora una opportunità da un punto di vista strategico ed economico per la vicinanza dei mercati asiatici. L'Australia ha una forza lavoro con livelli di competenze relativamente alte. Questo fattore insieme al buon sistema di telecomunicazioni e di infrastrutture e ad un'alta qualità della vita ha fatto dell'Australia una locazione estremamente interessante per le funzioni direttive di molte compagnie straniere. La forte immigrazione che è giunta dall'Asia negli ultimi due decenni ha portato alla crescita di una notevole comunità asiatica (si prevede che raggiungerà il 15% della popolazione nel 2020), estremamente utile per le aziende nelle loro relazioni commerciali con i paesi della regione. Per questi motivi molte multinazionali come Campbells, Kelloggs, Mars, Pilkington, British Telecom e altre, dirigono le proprie operazioni regionali dall'Australia. Questo avviene anche grazie alle facilitazioni offerte dalle autorità per l'insediamento delle multinazionali, in particolar modo per le attività ad alto valore aggiunto (intelligence, knowhow, ricerca e sviluppo).

La bilancia commerciale australiana risulta storicamente deficitaria, effetto in buona misura della struttura “coloniale” del commercio estero del paese, che vende principalmente materie prime minerarie, risorse energetiche e prodotti agricoli ed importa macchinari e beni di consumo. Inoltre, la bilancia dei conti correnti soffre di un deficit cronico ancora maggiore a causa dei dividendi ed interessi versati all'estero. Secondo il Ministero degli Esteri e del Commercio solo il 4% delle aziende australiane, che peraltro assorbono il 16% dei posti di lavoro (il 25% nelle zone rurali), si possono qualificare come esportatrici. Circa la destinazione geografica delle proprie correnti di scambio, l'Australia è fortemente orientata verso i paesi dell'Asia. Oltre la metà dell'export (materie prime) è indirizzata verso i paesi dell'ASEAN, Cina, Giappone e Corea, mentre Stati Uniti ed Europa rappresentano poco più di un quinto. In parte diverso si pone il discorso per le importazioni di beni industriali, un terzo delle quali proviene dall'Unione Europea e dagli Stati Uniti.

Primo fornitore dell'Australia è, nel suo complesso, l'Unione Europea, con una quota di mercato del 22,7% (dati 2005), seguita dai paesi dell'ASEAN (18,0%), dagli Stati Uniti (13,8%), dalla Cina (13,7%) e dal Giappone (11,0%). Da notare che le esportazioni dalla Cina sono cresciute di oltre cinque volte in poco meno di dieci anni. A livello di Paesi, la Cina è ormai a un passo dallo scavalcare gli Stati Uniti come primo fornitore dell'Australia.

Per quanto riguarda le esportazioni australiane, i maggiori clienti sono stati, nel 2005, il Giappone, con una quota del 20,4%, i paesi dell'ASEAN con l'11,6%, la Cina con l'11,4%, l'Unione Europea con il 10,6%, la Corea del Sud con l'7,9% e gli Stati Uniti con il 6,7%. Anche in questo caso il fenomeno, che è venuto manifestandosi negli ultimi anni, è la forte crescita delle esportazioni australiane verso i mercati asiatici, con un ristagno o un debole sviluppo nei confronti dei paesi occidentali.

Distribuzione geografica dell'interscambio commerciale (milioni dollari australiani)						
Esportazioni australiane						
	Gen.-Dic. 2003	Var. % '02- '03	Gen.-Dic. 2004	Var. % '03-'04	Gen.-Dic. 2005	Var. % '04-'05
Giappone	19.684	-11,2	22.219	12,9	28.306	27,4
Cina	9.089	8,6	11.012	21,2	16.030	45,6
Corea del Sud	8.084	-19,0	9.175	13,5	10.939	19,2
Stati Uniti	9.456	-18,1	9.545	0,9	9.262	-3,0
Nuova Zelanda	8.146	2,6	8.7603	7,5	9.002	2,8
India	3.338	34,6	5.430	62,7	6.952	28,0
Taiwan	3.724	-21,5	4.089	9,8	5.520	35,0
Regno Unito	7.403	32,0	5.056	-31,7	4.970	-1,7
Tailandia	2.252	-10,2	3.060	35,9	4.123	34,7
Singapore	3.507	-29,3	3.249	-7,4	4.001.4	23,2
<b>Italia (18)</b>	<b>1.588</b>	<b>-22,3</b>	<b>1.411</b>	<b>-11,1</b>	<b>1.499</b>	<b>6,2</b>
<b>Totale</b>	<b>107.956</b>	<b>-9,6</b>	<b>117.758</b>	<b>9,1</b>	<b>138.716</b>	<b>17,8</b>

Importazioni australiane						
	Gen.- Nov. 2003	Var. % '02-'03	Gen.-Nov. 2005	Var. % '03-'04	Gen.-Nov. 2005	Var. % '04-'05
Stati Uniti	20.529	-11,3	20.526	-0,02	21.401	4,3
Cina	14.256	11,0	17.923	25,7	21.349	19,1
Giappone	16.223	3,1	16.670	2,8	17.110	2,6
Germania	8.029	9,4	8.196	2,1	8.706	6,2
Singapore	4.435	3,3	6.204	39,9	8.673	39,8
Regno Unito	5.454	-6,7	5.752	5,5	6.189	7,6
Malesia	4.327	10,7	5.559	28,5	6.090	9,5
Nuova Zelanda	5.006	2,7	5.191	3,7	5.405	4,1
Corea del Sud	4.736	-0,6	4.930	4,1	5.185	5,2
Francia	3.819	18,1	4.424	15,8	4.996	12,9
<b>Italia (12)</b>	<b>4.122</b>	<b>8,9</b>	<b>4.425</b>	<b>7,4</b>	<b>4.355</b>	<b>-1,6</b>
<b>Totale</b>	<b>129.983</b>	<b>1,8</b>	<b>141.248</b>	<b>8,7</b>	<b>155.809</b>	<b>10,3</b>

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

Le esportazioni italiane in Australia risultano leggermente diminuite nel 2005 (-1,6%), per un controvalore di 4,4 miliardi di dollari australiani e una quota di mercato dello 2,8% sul totale. Il nostro paese, nonostante mantenga un livello accettabile dell'export, è ora nella dodicesima posizione assoluta quale paese fornitore (decima nel 2004). Va tuttavia segnalato come tale indicatore sia in buona parte sfalsato dal tasso di cambio in quanto le esportazioni tra i due paesi avvengono principalmente in euro o in dollari americani e i valori dell'export italiano in euro indicano un valore positivo. Le maggiori voci del nostro export sono costituite da beni strumentali piuttosto che dai tradizionali beni di consumo del "Made in Italy": macchinari, macchine elettriche, mezzi di trasporto, prodotti farmaceutici, seguiti poi da arredamento, ceramica e gioielleria. L'Italia vanta un ampio e tradizionale surplus nella bilancia commerciale con l'Australia, le cui esportazioni nel nostro paese, nel 2005, sono ammontate a 1,5 miliardi di dollari australiani (+6,2%), e sono composte essenzialmente da lana, prodotti energetici e minerali tra cui carbone e zinco.

Complessivamente, l'Italia è presente in Australia, secondo i dati rilevati dall'ICE, con circa 100 ditte, presenti attraverso impianti di produzione, filiali commerciali e uffici di rappresentanza, con una presenza pressoché nulla di società di servizi. Dall'inizio del 2006 anche l'ultima banca italiana presente, la BNL, ha chiuso il proprio ufficio di rappresentanza a Sydney. A livello commerciale, su 163 aziende europee, con funzioni amministrative per tutta l'Area asiatica, solo tre sono italiane.

Gli investimenti italiani in Australia sono solo una frazione del totale degli investimenti diretti nel paese australe: poco meno di 1 miliardo di dollari australiani, principalmente nel settore dei servizi, mentre circa 2,5 miliardi di dollari è l'ammontare degli investimenti australiani in Italia. Circa la metà degli investimenti italiani in Australia è costituita da investimenti diretti, principalmente nel settore dei servizi, mentre la restante parte è rappresentata da investimenti di portafoglio (investimenti azionari ed obbligazionari). Da segnalare la recente acquisizione (per circa 550 milioni di dollari australiani) di OPSM Group, la più importante catena australiana di negozi per ottica, da parte di Luxottica, che così ha acquisito la leadership nel settore della distribuzione al dettaglio di lenti e montature per occhiali.

Tra i principali investimenti australiani in Italia si segnalano l'acquisizione da parte della Macquarie Bank Ltd del 42% della società "Aeroporti di Roma", con un investimento totale di 542 milioni di dollari australiani) e l'investimento compiuto dalla NewsCorp, che ha comprato una significativa partecipazione della rete TELE+, con il lancio di Sky Italia nel 2003. Gli investimenti diretti australiani in Italia rappresentano solo il 9% di quelli effettuati in Italia, con la maggior parte degli stessi concentrati principalmente nel settore dei servizi (assicurazioni, servizi finanziari e media).

## 2. INDIVIDUAZIONE DELLE AREE DI INTERVENTO

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

L'Australia, nonostante le dimensioni ridotte del mercato (20 milioni di abitanti), rappresenta un partner di primo piano per l'Italia: si tratta infatti del terzo paese di destinazione delle merci italiane nella regione dell'Asia-Oceania, dopo Cina (includendo Hong Kong) e Giappone. A livello globale, l'Australia rappresenta il sesto paese di destinazione fuori dall'Unione Europea.

Dal punto di vista australiano l'Italia si colloca al dodicesimo posto nel mondo quale Paese fornitore ed al terzo in Europa, dopo la Germania ed il Regno Unito.

L'elevato grado di penetrazione commerciale dei prodotti italiani (grazie anche al ruolo importante che ha svolto in passato la comunità italo-australiana nella valorizzazione dello stile italiano e del suo livello qualitativo) è espresso sia in termini assoluti che come quota percentuale sul totale delle importazioni. Le esportazioni italiane in Australia sono raddoppiate nell'ultimo decennio grazie alla forte espansione economica di questo paese e alla crescita dei consumi privati. Se è indubbio il ruolo svolto in passato della nostra comunità, si ritiene che tale spinta si sia in gran parte esaurita, venendo i nostri prodotti accettati prevalentemente per la loro intrinseca qualità. Da tempo infatti è in corso un processo di sostituzione delle importazioni dove imprenditori di origine italiana producono localmente, utilizzando marchi e nomi italiani, prodotti quali: mobili, materiali da costruzione, prodotti alimentari (olio, vino, pasta, prosciutti e formaggi) ecc., anche se tutto questo avviene con un indubbio collegamento con l'Italia dalla quale vengono comunque forniti beni strumentali, prodotti semilavorati e componentistica.

Allo stesso tempo va notato che la presenza di prodotti italiani è ancora molto disomogenea, sia in termini merceologici che geografici, il che fa intuire potenzialità tuttora non compiutamente sfruttate. Lo sviluppo di una forte rete distributiva nazionale che va sostituendo i tradizionali canali commerciali fondati su rivenditori al dettaglio di piccole dimensioni, potrebbe aprire nuove possibilità per una maggiore azione promozionale diretta ai consumatori, non solo nelle grandi città come Melbourne e Sydney, ma anche nei centri urbani in forte sviluppo come Brisbane e Perth, oltre nelle zone più decentrate come la capitale Canberra.

In conclusione, mentre in passato le esportazioni italiane verso l'Australia erano concentrate in prodotti tradizionali del "Made in Italy" quali beni alimentari (pasta, olio) e bevande alcoliche (il vino in particolare), moda ed accessori (scarpe, borse, ecc), nonché arredamento e interni (ceramica, marmi e graniti), si possono oggi riconoscere nuove opportunità per il sistema commerciale italiano in alcuni settori quali:

- medicinali e prodotti farmaceutici (inclusi i farmaceutici veterinari);
- materiali di costruzione;
- macchinari ed attrezzature mediche e dentistiche;
- macchinari ed attrezzature per l'agricoltura;
- tecnologie e servizi ambientali;
- attrezzature per l'irrigazione;

#### I problemi delle infrastrutture: opportunità per le nostre aziende

Uno dei temi di maggiore interesse negli ultimi mesi riguarda il problema della obiettiva inadeguatezza delle infrastrutture australiane determinata dagli scarsi investimenti operati in strade, ferrovie e porti negli ultimi anni, con effetti ovviamente negativi sull'andamento dell'economia, in particolar modo sulle esportazioni. La grande estensione territoriale dell'Australia (7,7 milioni di chilometri quadrati con una popolazione di soli 20 milioni di abitanti dislocati principalmente nella costa sud-orientale) pesa negativamente sulle capacità progettuali a causa degli alti costi di realizzazione e di ammodernamento delle infrastrutture nazionali, fonte di grandi difficoltà sia per il governo federale che per le autorità dei singoli stati.

Le infrastrutture australiane presentano forti carenze strutturali in tutti i settori: solo il 46% degli oltre 810 mila chilometri della rete stradale (in grandissima parte a solo due corsie) è asfaltato, con brevi tratti autostradali a quattro corsie limitati alle principali arterie.

Anche la rete ferroviaria (41 mila chilometri) risente del fatto di essere stata costruita in epoche diverse e da enti diversi col risultato, ad esempio, che lo scartamento dei binari è differente tra stato e stato, con linee ferroviarie, principalmente di proprietà del governo federale ed adibite in gran parte al traffico merci, scarsamente efficienti.

Anche la maggioranza dei 97 porti australiani accusa peraltro gravi ritardi nello smistamento del traffico merci a causa del mancato sviluppo delle strutture rispetto alla crescita del commercio australiano.

Per ovviare a questi problemi, il governo federale ha presentato nel giugno 2004 un piano dei trasporti, denominato *Auslink*, i cui principali obiettivi sono il miglioramento della sicurezza autostradale, il decongestionamento del traffico nelle arterie più frequentate e lo sviluppo del trasporto merci su rotaia, con una spesa totale di 11,8 miliardi di dollari (6,95 miliardi di euro), concentrata in particolar modo sulla più popolata costa orientale. A questo si aggiunge una serie di iniziative attuate dai governi statali, tra cui particolare interesse riveste quello del Queensland, lo stato a più alto tasso di sviluppo demografico ed economico in Australia. Il governo statale ha elaborato il *South East Queensland Infrastructure Plan and Program (2005-2026)* stanziando 32,3 miliardi di dollari (quasi 20 miliardi di euro) per opere da realizzare nei prossimi venti anni. Il piano prevede opere prevalentemente nel campo dei trasporti (24,5 dei 32,3 miliardi di dollari), ma anche della conservazione e gestione dell'acqua (risorsa tendenzialmente qui scarsa e pertanto preziosa), della produzione e distribuzione dell'energia, nonché dell'adeguamento delle strutture scolastiche e sociali all'incremento demografico (ad esempio, è prevista la costruzione di 63 nuove scuole).

Anche il New South Wales ha in programma l'espansione del porto di Port Botany, per grandezza il secondo porto per container d'Australia dopo quello di Melbourne (500 milioni di dollari australiani) e un progetto per il miglioramento dei trasporti ferroviari a Sydney denominato Rail Clearways (1 miliardo di dollari).

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

Il valore complessivo degli investimenti rimane limitato nei due sensi a causa soprattutto della lontananza geografica e della struttura economica contraddistinta nei due Paesi da piccole e medie imprese anche se il basso livello degli investimenti italiani in Australia contrasta, a prima vista, con il forte legame che sussiste tra i due Paesi in termini di commercio, scambi culturali, emigrazione, sentimento popolare e percezione reciproca, accordi per programmi di ricerca scientifica.

Analizzando le relazioni commerciali tra due Paesi si possono trarre delle utili informazioni circa gli sviluppi potenziali in termini di investimenti. In linea di principio esiste una relazione diretta tra il livello delle relazioni commerciali tra i due Paesi e ammontare degli investimenti in ciascuno di essi. Tuttavia, nel caso specifico, il livello degli scambi commerciali non ha ancora dato impulso ad un adeguato livello di investimenti.

L'Italia, inoltre, pur non essendo un Paese tradizionalmente investitore, non solo ha sempre evitato mercati troppo distanti quali l'Australia ma ha anche privilegiato l'investimento di breve periodo. Si deve anche sottolineare che l'organismo preposto alla promozione degli investimenti in Australia, *Invest Australia*, aveva aperto un ufficio a Milano chiuso nel 1996 dopo un periodo di tre anni. Tale chiusura ha avuto effetti negativi sullo sviluppo degli investimenti italiani in Australia.

Esistono comunque numerosi casi di aziende italiane che hanno avuto successo in Australia, quali ad esempio la Pirelli, la Parmalat sopravvissuta e attiva sul mercato nonostante la recente crisi. Il Gruppo Versace ha costruito un importante complesso turistico-residenziale nel Queensland, primo al mondo di una prossima futura serie. Un'altra importante operazione in fase di avanzata negoziazione è quella della Teksid per la produzione di componenti in lega di alluminio e magnesio da destinare all'industria automobilistica mondiale. Sono presenti anche Iveco, Finmeccanica, Ferrero e Eni, che rappresentano altri casi di successo. Alla fine del 2005 la Techint ha dato avvio ad una joint venture, aprendo un nuovo ufficio in Australia.

In conclusione, per una giusta promozione degli investimenti italiani in Australia, occorre analizzare alcuni aspetti di primaria importanza per aver successo nel mercato australiano, quali:

- la necessità di intese italo-australiane sulle metodologie di individuazione degli investimenti;
- la creazione di organismi ad hoc per la promozione degli investimenti;
- la riconsiderazione dell'Australia come "trampolino" verso i mercati asiatici (almeno in alcuni settori);
- il privilegiare investimenti di lungo periodo, come approccio vincente al mercato.

Solo in questo modo, molto probabilmente, si riuscirà ad incrementare notevolmente il livello degli investimenti italiani in Australia, garantendo chiarezza, sicurezza e benefici agli investitori ancora incerti.

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

Nel 2004 la spesa annua per la ricerca in Australia è stata pari a circa 12 miliardi di dollari, equivalenti all'1,62% del PIL (inferiore alla media OCSE del 2,37%), divisa equamente tra spese pubblica e privata, con una leggera prevalenza dei finanziamenti pubblici, in mancanza in Australia di grandi aziende capaci di sostenere autonomamente programmi di ricerca applicata.

Le università sono di alto livello internazionale sia per la formazione che per la ricerca. Nel 2004 la popolazione studentesca universitaria era pari a 944.977 unità, con un incremento del 1,6% rispetto all'anno precedente e del 25,5% rispetto al 2000. Di questi, circa il 24,2% risultava essere straniera (228.555 studenti), prevalentemente proveniente dal Sud-Est asiatico (Singapore, Malesia e Indonesia), dal Nord-Est asiatico (Hong Kong e Cina), dal subcontinente indiano (India, Bangladesh e Pakistan), con un incremento negli ultimi quattro anni di circa il 140% (nel 2000 gli studenti stranieri erano 95,607). Le alte tasse d'iscrizione e le spese annuali per vitto ed alloggio di ogni studente rappresentano quindi una voce importante del reddito nazionale, pari a circa 7,3 miliardi di dollari australiani (1% del PIL). E' vero anche che parte di questi studenti stranieri sono finanziati in parte o del tutto da programmi di aiuto del governo australiano ma sono innegabili i benefici per il sistema paese di attrarre cervelli da ogni parte del mondo.

L'Australia, pur avendo una forte capacità di generare "conoscenza" presenta peraltro carenze nel sistema di commercializzazione, sia dal lato dell'offerta che da quello della domanda, che non le consentono di sfruttare pienamente il suo potenziale tecnologico. Il sistema produttivo nazionale, non diversamente da quello italiano, è infatti caratterizzato da un'alta presenza di piccole e medie imprese operanti in settori industriali maturi, le cui limitate dimensioni in termini di personale e di risorse ne ostacolano sia la capacità autonoma di identificare le proprie necessità tecnologiche, sia le loro possibilità di investire in ricerca e sviluppo. Anche il sistema scientifico nazionale sembra non aver sviluppato collaborazione e dialogo con il mondo imprenditoriale, per lo sviluppo di tecnologia innovativa, nelle misure richieste per il conseguimento dei risultati desiderati.

Per favorire quindi la ricerca applicata e aumentare la competitività australiana in termini di prodotti e di processi produttivi, il Primo Ministro John Howard ha presentato nel corso del primo semestre 2004 un programma strategico sulla ricerca scientifica e tecnologica in Australia con una previsione di finanziamento pubblico aggiuntivo di circa 5,3 miliardi di dollari australiani (circa 3,2 miliardi di euro) su cinque anni a partire dall'anno finanziario 2006-07, con l'obiettivo di garantire un seguito al programma avviato nel gennaio 2001 (*Backing Australia's Ability 1*) per il quale lo stesso Governo Howard stanziò 3 miliardi di dollari australiani nel quinquennio 2001-06. I complessivi 8,3 miliardi di dollari previsti dai due programmi menzionati si aggiungono al finanziamento ordinario previsto, per lo stesso periodo di tempo (2001-10), di circa 52 miliardi di dollari.

Le aree d'intervento individuate mirano a favorire l'innovazione scientifica e tecnologica e a migliorare l'alta formazione rendendola più adeguata alle esigenze del paese, incoraggiando gli enti pubblici di ricerca a trovare fonti di finanziamento aggiuntive nel settore privato, a sua volta stimolato, con incentivi fiscali, ad investire maggiormente in ricerca e sviluppo.

Australia ed Italia vantano peraltro settori di eccellenza dove potrebbero attivarsi collaborazioni industriali ad alto profilo scientifico e tecnologico: agroindustria, automazione, sanità, tecnologia dell'informazione e della comunicazione, biotecnologie, nuovi materiali, tecnologie ambientali, tecnologie per fonti "pulite" di energia, oceanografia. Assoluta rilevanza acquisteranno le questioni ambientali in un territorio caratterizzato dalla sua fragilità e dalla scarsità di acqua. Si segnala a questo proposito il rinnovato interesse degli stati (in particolare quello del Southern Australia) per le fonti rinnovabili di energia.

E' da tenere del resto presente che i settori di interesse per l'Australia sono praticamente gli stessi individuati come prioritari da "Invest In Italy".

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

Non vi sono elementi particolari da suggerire, tenendo conto del grado elevato dei servizi commerciali e finanziari offerti in Australia e delle agevolazioni offerte dal governo federale per gli investimenti stranieri.

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

Mercato con ridotte dimensioni, con prevalenza del settore primario e una base manifatturiera limitata, l'Australia affida al commercio e agli investimenti internazionali le chiavi del suo benessere. Dal lato delle esportazioni l'Australia si è distinta per il suo attivismo sul piano multilaterale e bilaterale volto ad ottenere migliori condizioni di accesso sui mercati e ad eliminare i fattori distorsivi del libero commercio, in particolar modo per quanto riguarda i prodotti agricoli e i servizi. Ma anche dal lato delle importazioni il paese ha progressivamente smantellato il sistema tariffario protezionistico, lasciando peraltro in vigore un sistema di barriere non tariffarie, soprattutto per i prodotti agricoli, il quale, se da un lato si giustifica con l'obiettivo del governo di salvaguardare il delicato ecosistema nazionale dall'introduzione di parassiti, piante ed animali esterne, spesso è diventato un modo per impedire l'ingresso di prodotti concorrenti.

L'agricoltura condiziona i rapporti con l'Unione Europea. In seno all'OMC l'Australia contesta duramente la Politica Agricola Comune, chiedendo insistentemente (vedi il recente vertice di Hong Kong) la riduzione delle tariffe commerciali di ingresso sul mercato europeo e la cancellazione dei sussidi all'esportazione. L'Australia rifiuta altresì la proposta europea di espandere la protezione, attualmente esistente per vino ed alcolici, delle indicazioni geografiche tipiche a tutti i prodotti agroalimentari. Insieme agli USA, l'Australia è ricorsa all'OMC per valutare la conformità della legislazione europea sulle indicazioni geografiche.

Il tema è importante anche per il nostro paese, dato che i produttori australiani fanno ampio uso delle indicazioni e dei nomi tipici europei (prosciutto, parmigiano, olive kalamata, vino Tokai e Lambrusco) sulla base di una normativa locale più benevola. Una revisione dell'accordo sui vini del 1994 dovrebbe essere firmato nel corso del 2006.

Le difficoltà di ottenere risultati in seno all'OMC ha spinto l'Australia a perseguire intese a livello bilaterale con i suoi vicini. Dopo un primo accordo con la Nuova Zelanda (1983), Canberra ha stipulato trattati di libero commercio con Singapore (2003), Thailandia e Stati Uniti (2004), mentre sono in corso negoziati o studi di fattibilità per un accordo con i paesi ASEAN, Malesia, Emirati Arabi Uniti e Cina. Resta lontana invece la possibilità di intese con il Giappone, primo mercato di esportazione per l'Australia, a causa della ferrea opposizione delle associazioni agricole giapponesi. In ogni caso, appare chiaro che l'interesse di questo paese è sempre più focalizzato nella regione dell'Asia e del Pacifico, mentre l'Europa viene sempre più percepita come un'entità distante ed economicamente, almeno per il momento, poco dinamica.

Per quanto riguarda il nostro paese, il tema bilaterale più importante riguarda la richiesta all'Australia di permettere le esportazioni di prosciutto crudo disossato italiano, tuttora pendente.

#### **a) Barriere tariffarie**

Negli ultimi anni il governo Howard ha portato avanti una decisa politica di riduzione del proprio sistema tariffario accompagnata da una graduale apertura del mercato. Attualmente l'80% delle tariffe doganali è inferiore al 5% e solo il 7% risulta superiore al 20%.

La protezione tariffaria concerne principalmente il settore degli autoveicoli e quello del tessile/abbigliamento, mentre il settore agricolo è liberalizzato, con la sola esclusione di alcuni prodotti quali formaggi, alcune specie di ortaggi (ad esempio gli spinaci ed i funghi), succhi e marmellate di arancia, insaccati di carne suina.

#### **b) Barriere non tariffarie**

L'Australia continua a svolgere un ruolo leader nel cosiddetto "Gruppo di Cairns", che riunisce i grandi produttori agricoli tradizionali contrari al sistema dei sussidi nel settore agricolo. Essa figura anche tra i più strenui oppositori delle "protezioni dei marchi e delle indicazioni geografiche per i prodotti agricoli e le derrate alimentari" provenienti dall'UE.

Il sistema di protezione non tariffario australiano continua a destare preoccupazioni. Soprattutto sono sotto accusa gli standard fitosanitari per le importazioni di beni alimentari, estremamente restrittivi, nonostante qualche miglioramento negli ultimi anni. Il regime di quarantena è gestito, secondo gli australiani, sulla base di criteri rigorosamente scientifici e con lo scopo di preservare il delicato ecosistema dell'isola continente, ma affiorano periodicamente sospetti circa l'utilizzo di questi "standard", visti da più parti come strumento di protezione in chiave commerciale del mercato interno.

**c) Violazioni delle norme sulla tutela dei diritti di proprietà intellettuale**

Non si segnalano casi particolari.

**d) Problematiche relative agli investimenti esteri nel Paese**

Non sussiste al riguardo alcun particolare problema.

**e) Problematiche dei servizi**

In generale il paese è aperto alla penetrazione di imprese straniere nel settore dei servizi dove, peraltro, non si registra una forte attività da parte delle imprese italiane. Esistono alcune limitazioni alle acquisizioni di partecipazione azionarie di rilevanza in alcuni settori strategici: aviazione (partecipazione massima del 49% per le compagnie straniere in compagnie aeree australiane, soggetta ad approvazione da parte del governo australiano), aeroporti (partecipazione di capitale straniero non superiore al 49% e limite alla presenza straniera in contemporanea negli aeroporti di Sydney, Melbourne, Brisbane e Perth), banche (le richieste di partecipazione sono soggette all'approvazione da parte del Foreign Investment Review Board, organo consultivo del Ministero del Tesoro australiano), navale (per la registrazione di una nave in Australia, la compagnia che la possiede deve essere in maggioranza australiana) e immobiliare (acquisizioni straniere soggette a limiti e a preventiva approvazione del Foreign Investment Board, sia per terreni agricoli che residenziali).

**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 2006**

La rete diplomatico-consolare, oltre alla sua primaria funzione di raccordo con le istituzioni locali, continua a svolgere il suo fondamentale ruolo di coordinamento delle iniziative dei diversi enti italiani presenti in questo paese, sia a livello centrale con il coinvolgimento dell'Ambasciata sia a livello periferico con quello dei Consolati. In quest'ottica, le manifestazioni previste dal piano promozionale ICE si avvalgono della collaborazione dei due suddetti organismi con il supporto di altri uffici quali l'Istituto Italiano di Cultura e l'ENIT. Esempio emblematico al riguardo è dato dal Sydney Italian Festival (vedi oltre).

Per quanto riguarda più specificatamente le attività dell'ICE numerose sono le iniziative previste nell'ambito sia del Programma Promozionale ICE per l'anno 2006, che dei vari accordi di settore o di programma sottoscritti dal MAP e dall'ICE con le Regioni e le associazioni di categoria, indice di un rinnovato interesse verso l'Australia. Vengono di seguito elencate le principali iniziative previste dall'ICE per il 2006, con la riserva che tale elenco è suscettibile di variazioni.

Iniziative in Australia

1 <sup>o</sup> sem 2006	Sydney	<b>Missione Comune di Cannara (Umbria)</b> Settore agroalimentare	Privatistica
1 <sup>o</sup> sem 2006	Sydney Melbourne Perth	<b>Workshop/Incontri bilaterali (Missione C.A.S.A. Servizi)</b> Settore: metalmeccanica	Conv. ICE/Reg. Veneto
1 <sup>o</sup> sem 2006	Australia & NZ	<b>Missione commerciale Indagine di Mercato &amp; Azione Incoming</b> Settore: nautica	Accordo ICE/Unioncamere
1 <sup>o</sup> sem 2006	Australia	<b>Progetto Prom. Internazionalizzazione dell'Editoria On-line</b> Missione in Australia per la promozione dell'editoria italiana on-line	Intesa Operativa MAP-ICE-AIE
1 <sup>o</sup> sem 2006	Sydney	<b>Missione Commerciale e Azioni Promozione in Collaborazione con AssoSport</b> Settore: materiali e attrezzature sportive	Accordi di Settore ICE
1 <sup>o</sup> sem 2006	Sydney Melbourne	<b>Seminari e azioni di comunicaz. Per la promoz. di CERSAIE e Ceramic Tiles of Italy</b> Settore: materiali per edilizia	Accordo MAP-AEFI-ICE
1 <sup>o</sup> sem 2006	Sydney Canberra Melbourne Auckland	<b>Seminari Promozione Prosciutti e Insaccati italiani in collaborazione con Consorzio Prosciutto Parma e San Daniele e ASSICA</b> Settore: alimentare	Piano Promozionale iCE
1 <sup>o</sup> sem 2006	Sydney	<b>Sydney Italian festival</b> Eventi di imagine per la promozione dei beni di consumo <a href="http://www.sydneyitalianfestival.com.au">www.sydneyitalianfestival.com.au</a>	Piano Promozionale iCE
2 <sup>o</sup> sem 2006	Australia & NZ	<b>Missione Commerciale</b> Settore: attrezzature sciistiche	Conv. ICE/prov. Bolzano
2 <sup>o</sup> sem 2006	Melbourne	<b>Collettiva alla fiera HOTEL AUSTRALIA</b> Settore: attrezzature turistiche ed alberghiere	Piano promozionale ICE
2 <sup>o</sup> sem 2006	Australia	<b>Seminario/Workshop</b> Settore: attrezzature alberghiere	Piano promozionale ICE

Progetto annuale	Sydney Melbourne	<b>Progetto Promozionale Vini italiani Campagna 'Educational' con TAFE Australia</b> Settore: vinicolo - formazione	Piano Promozionale ICE
Progetto annuale	Sydney Melbourne	<b>Progetto Prue</b> Settore: formazione/univ. (scambio studenti)	Conv. ICE/Reg. Toscana
Progetto annuale	Australia	<b>Note congiunturali Macchine tessili</b> Settore: macchine tessili	Piano Promozionale ICE

#### Iniziative in Italia

1 <sup>o</sup> sem 2006	Rimini	<b>Missione operatori a MIA</b> Settore: attrezzature e catering alimentare	Piano Promozionale ICE
1 <sup>o</sup> sem 2006	Perugia	<b>Missione investimenti 'InvestinUmbria'</b> Organizzazione missione investitori australiani	Privatistica

Alle iniziative sopra indicate si aggiunge l'attività ordinaria di organizzazione delle missioni di operatori e giornalisti australiani in visita alle principali fiere e distretti produttivi italiani, che permette ogni anno a circa 50 operatori australiani di recarsi in Italia per partecipare alle maggiori manifestazioni fieristiche quali: Pitti Casa, Vinitaly, OroArezzo, Cibus, Siab, Salone del Mobile, ecc.

#### **b) Individuazione di eventi congiunti da svolgere con il concorso degli Uffici economico-commerciali, degli Uffici ICE, degli Addetti Scientifici, degli Istituti di Cultura e delle Camere di Commercio Italiane all'estero**

**SYDNEY ITALIAN FESTIVAL:** organizzato per la prima volta in Australia nel 2004 ha rappresentato un evento di novità assoluta ottenendo ottimi risultati ed un forte riconoscimento. La realizzazione del Festival ha ricalcato la formula di una "vetrina promozionale su larga scala del Made in Italy" sperimentata con successo dall'ICE in numerosi altri paesi, attraverso il coordinamento e la promozione di iniziative di diversa natura (commerciale, culturale, sociale) collegate al filo conduttore delle celebrazioni del 2 giugno. Le sinergie create dal 2004 con il Consolato Generale, l'Istituto di Cultura, l'ENIT e la Camera di Commercio, sotto il patrocinio dell'Ambasciata, hanno permesso a tutti i partecipanti di usufruire di una migliore visibilità, raggiungendo così nuovi e più ampi target di pubblico. La promozione è risultata molto ampia e la stampa locale ha dato una grande copertura al Festival, sia per quello che attiene alle singole iniziative sia per quello che concerne il carattere innovativo della sua idea - base.

La seconda edizione dell'Italian Festival si è tenuta nuovamente a Sydney al fine di consolidare ed allargare i più che positivi risultati ottenuti ma con la prospettiva di estendere in futuro la formula ad altre città australiane. L'edizione 2005 ha visto la partecipazione al festival della più importante catena di "Department store" australiana (David Jones).

L'ICE ha curato quindi la promozione presso i grandi magazzini, la promozione alimentare presso la ristorazione italiana, la produzione di un catalogo-invito con presentazione di tutti gli eventi e la conferenza stampa di apertura dell'evento. All'Italian Festival erano inoltre associati gli eventi promozionali (mostra sul design), organizzati nello stesso periodo, nonché le attività culturali promosse dal Consolato Generale e dall'Istituto di Cultura. La municipalità di Sydney è intervenuta nel programma del Festival con 'Primo Italiano', manifestazione di carattere popolare che ha previsto la chiusura della Stanley Street a Surry Hill, nel centro di Sydney.

L'edizione 2006 del Festival, ancora in fase di definizione, si propone di allargare ulteriormente il raggio di azione ed i settori coinvolti nella promozione. In particolare, rispetto alle edizioni precedenti, verranno inserite due nuove sezioni, ciascuna con un fitto calendario di eventi, la Moda e lo Sport. Il programma a favore dei prodotti e articoli sportivi italiani verrà realizzato con il supporto dell'associazione di categoria Assosport e vedrà azioni rivolte a i) generare attenzione (e ritorni) da parte della stampa (non solo specializzata) e nei consumatori sulle "eccellenze" italiane nei diversi campi; ii) colmare quella che viene considerata un'attuale 'lacuna' e cioè la mancata associazione tra prodotto sportivo e Made in Italy; iii) consolidare quindi e rafforzare la presenza e il posizionamento dei numerosi "italian brands" già presenti nel mercato.

Oltre ad azioni rivolte al pubblico e ai media locali verrà inserito in programma un ciclo di seminari che spaziano dalla collaborazione scientifica al turismo e con il fine ultimo un confronto tra le rispettive eccellenze e verifica di possibili cooperazioni: turismo sportivo (a cura ENIT); ricerca scientifica sui materiali (con il supporto dell'Ufficio Scientifico dell'Ambasciata d'Italia); design e sport; presentazione della localizzazione in Italia (con uno stanziamento nel budget federale australiano 2005/06 di oltre 11 milioni di AUD), a Gavirate vicino a Varese, di un centro permanente che funzionerà da base europea, denominato "EuroHub" per tutti gli atleti australiani (con il supporto dell'Ambasciata d'Italia e dell'Australian Sport Commission).

**c) Progetti delle rappresentanze diplomatico-consolari e degli Uffici ICE per iniziative promozionali nel corso del 2007.**

Vengono qui fornite alcune indicazioni preliminari sulle iniziative proposte per il Piano Promozionale ICE 2007, che verranno successivamente approfondite nell'ambito degli adempimenti previsti dal ciclo di pianificazione del Programma Promozionale ICE. Questo, come noto, prevede il confronto delle proposte della rete estera con le aspettative delle categorie produttive nonché la loro verifica rispetto alle linee direttrici fissate dal MAP e alla disponibilità di risorse dell'Istituto.

Le dimensioni ridotte del mercato (20 milioni di abitanti) e la percezione dell'Australia quale paese principalmente produttore di materie prime e tecnologicamente non avanzato non facilita la definizione di specifiche strategie commerciali indirizzate a questo mercato da parte delle imprese italiane. Lo slogan australiano che promuove il paese quale "ponte" per l'Asia è peraltro difficilmente applicabile alle strategie commerciali e di investimento delle imprese italiane.

E' comprensibile la difficoltà per una piccola e media impresa italiana di dedicare risorse umane e finanziarie, nonché di tempo, ai fini del suo inserimento in questo lontano mercato (24 ore di viaggio e 10 ore di fuso orario durante l'estate australiana). A ciò si aggiunge la diversità dei cicli stagionali che indubbiamente incide sulla programmazione operativa delle aziende italiane. Diversamente dall'italiano, l'operatore australiano ha una 'cultura della distanza', recandosi frequentemente in Europa per acquisire nuovi contatti (generalmente in più paesi alla volta) in un tempo limitato e generalmente in occasione delle principali fiere settoriali. Riveste quindi centrale importanza l'intensificazione della promozione del sistema fieristico italiano, già realizzata con successo grazie alla ricca attività di missioni di operatori e giornalisti australiani.

Per i settori tradizionali del Made in Italy (già presenti con numerosi marchi) si tratta di attuare azioni promozionali mirate, progettate e realizzate con la partecipazione degli enti territoriali italiani (regioni, province, consorzi), allo scopo sia di mantenere le quote di mercato acquisite che di ampliare la penetrazione delle nostre produzioni attraverso il coinvolgimento degli importatori australiani sin dalla fase progettuale delle iniziative. Tale approccio dovrebbe assicurare una adeguata partecipazione delle imprese italiane ed offrire maggiori e più quantificabili risultati dei nostri investimenti promozionali.

Per quanto riguarda i beni di consumo (arredamento e agroalimentare) si propongono, come sopra indicato, da un lato iniziative da realizzare in sintonia con il sistema distributivo locale, dall'altro il coordinamento delle diverse attività previste dagli enti territoriali italiani nell'ambito di iniziative "contenitore" quale l'Italian Festival; questo verrà riproposto anche per il 2007 a Sydney e possibilmente, secondo i risultati raggiunti nel 2006, anche in altre città australiane.

Per quanto riguarda uno dei settori merceologici di maggiore interesse, quale la meccanica, l'obiettivo per il 2007 è l'organizzazione di Punti Italia (che offrono una buona visibilità a fronte di budget contenuti) all'interno delle principali fiere settoriali:

- ❑ OIL and GAS (Perth), fiera dedicata a macchinari e attrezzature per l'estrazione;
- ❑ IRRIGATION, macchinari e delle attrezzature per l'irrigazione;
- ❑ ENVIRO, tutela ambientale
- ❑ AUSPACK, confezionamento e imballaggio

Vengono inoltre proposte missioni in loco (workshop e incontri bilaterali) a favore del settore della 'nautica' e dell'editoria'.

Per il settore della cooperazione industriale e degli investimenti, sarebbe opportuna la "riattivazione" del cosiddetto Italo-Australian Business Leader Forum, i cui incontri dovrebbero svolgersi su base annuale. Esso fu lanciato nel 1997 dall'allora Ministro per il Commercio con l'Estero italiano Fantozzi e dalla sua controparte australiana allo scopo di consolidare le relazioni economico - commerciali tra i nostri due paesi. Il Forum, curato sul versante italiano dalla Confindustria, potrebbe rivelarsi, con i dovuti adattamenti facenti tesoro di passate esperienze, uno strumento utilissimo per far compiere il desiderato salto di qualità a questo tipo di cooperazione.