

Un mercato lontano, ma ricco di opportunità

L'Australia dimostra di reggere la crisi meglio di altri Paesi. Servono comunque iniziative di sostegno, soprattutto nei confronti del Made in Italy. Da qui il valore delle missioni commerciali, come l'ultima guidata dal Sottosegretario Urso



Editoriale di **Nick Di Girolamo**
Presidente della Camera di Commercio Italiana di Sydney

C'è luce in fondo al tunnel. Pur emergendo solo ora le prime avvisaglie di recessione, l'Australia ha sostanzialmente retto meglio di molti altri Paesi l'urto della crisi globale, grazie anche alla minor esposizione del suo sistema bancario. Anzi, secondo uno studio compiuto dagli analisti di BNP Paribas, fra i membri del G20, l'Australia è l'unica a poter vantare, insieme all'Italia, la minore incidenza sul Pil degli aiuti statali deliberati a sostegno delle banche colpite. Questo, unitamente a una serie di pacchetti volti a stimolare l'occupazione, gli investimenti e i consumi (vedi soprattutto lo sblocco dei fondi pubblici per l'ampliamento e il rinnovo delle infrastrutture), rappresenta già un buon punto di ripartenza.

Quello che ha fatto rivedere le stime della ripresa australiana al ribasso, da parte del governo, è soprattutto l'impatto della recessione globale sui principali partner commerciali dell'Australia, Cina in testa. Questo ha infatti inciso in maniera importante sul calo del settore minerario, da sempre il motore dell'economia locale. Anche sotto questo aspetto, tuttavia, ci sono segnali incoraggianti circa la possibile risalita in tempi relativamente brevi dell'economia cinese, come la ripresa del mercato dell'auto, dei settori turistico e immobiliare e della produzione industriale.

In questo momento il *Made in Italy* in Australia andrebbe sostenuto soprattutto attraverso la promozione di missioni commerciali dall'Italia, incentivando il coordinamento tra gli enti promotori e agevolando il credito all'export, nonché sviluppando adeguate campagne di comunicazione sul territorio.

La recente visita del Viceministro allo Sviluppo Economico, Adolfo Urso, a Sydney ha schiuso ulteriori scenari di ottimismo. L'esponente del governo, a capo di una delegazione di circa 50 aziende, oltre ad aver siglato alcuni importanti accordi con il governo australiano, ha annunciato l'intenzione dell'attuale esecutivo di fare dell'Australia un "Paese progetto" e ha anticipato nuove, future missioni settoriali nei comparti dell'energia, delle infrastrutture e della difesa, finalizzate a promuovere l'ingresso delle aziende italiane in un mercato lontano, sì, ma ricco di opportunità.

EDITORIAL

A distant market full of opportunities

Australia is showing that it's handling the crisis better than other countries. Support initiatives are needed, particularly with regard to products made in Italy. This is the value of commercial missions, like the most recent led by Under-Secretary Urso

There's light at the end of the tunnel. Although the first signs of recession are only emerging now, Australia has essentially handled the force of the global crisis better than many other countries due to the lower exposure of its banking system. In actual fact, according to a study carried out by BNP Paribas analysts, Australia is the only member of the G20, along with Italy, to boast a lower incidence on GDP of the state aid decided in support of the banks affected. This,

with a series of packages aimed at stimulating employment, investment and consumption (see the release of public funds for the extension and renewal of infrastructures above), is already good starting point. What has caused the government to review the estimates of the Australian upturn downwards has been the impact of the global recession on the main commercial partners of the country, China in particular. This has had a significant effect on the fall in the mineral sector, which has always been the motor of the local economy. Nevertheless, also from this point of view, there are encouraging signals about the possible upturn of the Chinese economy in a relatively short time, like the upturn of the car market and the tourist, property and industrial production sectors.

At the moment, Italian products in Australia should be supported, in particular through the promotion of commercial missions from Italy, to incentivate the co-ordination between the promoting bodies and facilitating export credit and also developing suitable communication campaigns in the country.

The recent visit of Adolfo Urso, deputy Minister for Economic Development, to Sydney opened further optimistic scenarios. The member of the government, leading a delegation of about 50 companies, announced the intention of the current executive to make Australia a 'project country', in addition to signing some important agreements with the Australian government, and gave advance notice of new, future sector missions in the energy, infrastructure and defence sectors, aimed at promoting the entrance of Italian companies to a market that's distant but full of opportunities.