

Elenco Presenza italiana nel Paese

AALBORG PORTLAND A/S

44, Rørdalsvej
P.O. box 165
DK-9100 Aalborg
Tel. +45 9816 7777
Fax +45 98101186
E-mail: cement@aalborg-portland.dk
Sito: www.aalborg-portland.dk
Direttore: Frants Crix
Produttori di cemento bianco e grigio; di proprietà italiana
Sito: www.cementir.it

ABET LAMINATI S.P.A. Promotional Office

International House Center Boulevard 5
DK-2300 København S
Tel. +45 3247 3167
Fax +45 3247 3166
E-mail: abet@abet-laminati.dk
Sito: www.abet-laminati.it ; www.abet.dk
Direttore: Jan Danielsen
Ufficio di rappresentanza

Distributori/agenti per ABET LAMINATI S.p.A.

OPTIMERA DANMARK A.S.
Sdr. Ringvej 27
DK- 2605 Brøndby
Tel. +45 4396 1114
Fax +45 4344 1155
E-mail: carsten.jakobsen@optimera.dk
Sito: www.dlhorneman.dk

DLH A/S

Nydamsvej 22
DK-8362 Horning
Tel. +45 8768 0900
Fax +45 8692 3260
E-mail: infotp@dlh-group.com
Sito: www.dlh.dk
Ufficio di rappresentanza per i paesi scandinavi del gruppo Dlh
Articoli e materiali in legno e pannelli in legno

ANSALDO STF

Ørestads Boulevard 101,
DK-2300 København S
Tel. +45 3246 3340
Fax +45 3246 3380
E-mail: info@ansaldo.dk



Sito: www.ansaldo.dk
Sede permanente in Danimarca
Project Manager: Piero Marotta
Trasporti e sistemi ferroviari

ITALIA 
Istituto nazionale per il Commercio Estero

BENETTON UCB Agentur Aps

Strandgade 36, st
DK-1401 København
Tel. +45 3311 0044
Fax. +45 3391 4032
E-mail: benetton@benetton.dk
Sito: www.benetton.dk
Agente: Paolo Molato
Agenti per la Danimarca
15 negozi in Danimarca - Abbigliamento

BREVINI DANMARK A/S

Vævergangen 30
DK-2690 Karlslunde
Tel. +45 4615 4500
Fax +45 4615 4915
E-mail: mail@brevini.dk
Sito: www.brevini.dk
Responsabili della vendita e dell'assistenza per la Brevini Riduttori Spa www.brevini.com
Direttore: Curt L. Grønbech
Filiale di vendita
Riduttori per uso industriale e agricolo

BURMEISTER & WAIN ENERGY A/S

Lundtoftegårdsvej 93A
DK-2800 Kgs. Lyngby
Tel. +45 3945 2000
Fax. +45 3945 2005
E-mail: info@bwe.dk
Sito: www.bwe.dk
Direttore: Roberto Testa
Società di consulenza ingegneristica
Facente parte del gruppo STF Spa Group www.stf.it

CARLO GAVAZZI HANDEL A/S

Over Hadstenevej 40
DK-8370 Hadsten
Tel. +45 8960 6100
Fax. +45 8698 1530
E-mail: handel@gavazzi.dk
Sito: www.carlogavazzi.com ; <http://www.gavazzi-automation.com/dk/Azienda.asp>
Direttore: Fabio Fiore
ingegneria elettronica

CNH (CASE NEW HOLLAND) DENMARK A/S

Arnold Nielsens Blvd. 140
DK-2650 Hvidovre
Tel. +45 3639 8100
Fax. +45 3639 8118
Sito: www.cnhcapital.dk



Ministero degli Affari Esteri

Sales Manager: Henrik Jensen
Tel. +45 3639 8182
Facente parte del gruppo Fiat: www.cnh.co

ITALIA 
Istituto nazionale per il Commercio Estero

DIESEL DENMARK APS

Skudehavnsvej 27 B
DK-2100 København Ø
Tel. +45 3927 5655
Fax. +45 3927 1553
Sito: www.diesel.com
Direttore: Fredrik Joham Carling
Distributori per la Danimarca, Svezia, Norvegia, Islanda e Groenlandia
3 negozi
Abbigliamento

EFFER KRANCENTER

Bredhøjvej 17
DK-8600 Silkeborg
Tel. +45 8660 5688
Fax +45 8682 5691
Sito: www.scaniabiler.dk
Contatto: Mauro Baldassin, m.baldassin@effer.it
Responsabile: Jesper Christensen
Email: jesper@effer.dk
Tel. +45 72159201
Filiale di distribuzione della Dieselhuset

EVERS A/S

Ejby Industrivej 2
DK-2600 Glostrup
Tel. +45 4343 4315
Fax +45 4343 4331
E-mail: evers@evers.dk
Sito: www.evers.dk
Direttore: Preben Kjær
Filiale di vendita della Ricchetti Group
Piastrelle di ceramica

FIAT GROUP AUTOMOBILES DENMARK A/S

Hovedvejen 208
DK-2600 Glostrup
Tel. +45 4322 8800
Fax +45 4322 8888
E-mail: info.dk@fiat.com
Sito: www.fiat.dk
Direttore: Martin Rada
Automobili

FIAT FINANSIERING A/S

Herstedøstervej 9
DK-2600 Glostrup
Tel. +45 4322 8900
Fax +45 4322 8989
E-mail: fiatfinansiering@fiat.com
Sito: www.fiatfinansiering.dk
Direttore: Johnny Nederskov Nielsen

FLOS SCANDINAVIA A/S

Sydhavnsgade 28 D 1 tv.
DK-2450 København SV
Tel. +45 3388 6000
Fax +45 3388 6010
E-mail: info@flos.dk
Sito: www.flos.dk
Direttore: Kim Munch Puggaard
Show room
Lampade e illuminazione

GIBOTECH A/S

Hollufgaardsvej 31
DK-5260 Odense S
Tel. +45 6595 8262
Fax +45 6595 9449
E-mail: gibotech@gibotech.dk
Sito: www.gibotech.dk
Direttore: Poul Fuglsang
Filiale di vendita
Vendita ed assistenza macchine ed impianti per sezionatura

GIORGETTI SCANDINAVIA A/S

Østergade 14
DK-3400 Hellerød
Tel. +45 4820 3120
Fax +45 4093 6330
E-mail: sg@gude.nu
Sito: www.gude.nu
Direttore: Søren Gude & Malene Gude
Distributore per la Danimarca e punto vendita
Mobili e design

GUCCI

Østergade 46
DK-1100 København K
Tel. +45 3336 6883
Fax +45 3336 6885
Email: info@gucci.dk
Sito: www.gucci.com
Punto vendita
Resp.: Mrs Sanne Møller
Alta moda

INTERMEZZO

Kompagnistræde 16
DK-1208 København K
Tel. +45 3311 1098
Fax. +45 3391 1071
E-mail: intermezzo@intermezzo-italy.com
Sito: www.intermezzo-italy.com
Resp: Claudio Santambrogio
Lampade, armadi, sedie, tavoli e appendiabiti; collabora con Vistosi, www.vistosi.it



IVECO DANMARK A/S

Erhvervsvej 1-7
DK-2600 Glostrup
Tel. +45 4457 0500
Fax: +45 4457 0501
E-mail: hr-scandinavia@iveco.com
Sito: www.iveco.com
Direttore: Gunni Mikkelsen
Filiale di vendita
Veicoli da trasporto commerciale

LOUIS POULSEN LIGHTING A/S

**Gammel Strand 28,
DK-1202 København K
Tel. +45 7033 1414
Fax +45 3329 8669
E-mail: info@lpmail.com
Sito: www.louispoulsen.com
Responsabile: Hans-Erik Woff
Storica azienda danese di articoli per illuminazione di design di proprietà del Gruppo
Targetti Poulsen; in esposizione anche lampade di Targetti
Articoli per illuminazione**

LUCEPLAN SCANDINAVIA

Klubiensvej 22 Pakhus 48 - Frihavnen
DK-2100 København Ø
Tel. +45 3613 2100
Fax: +45 3613 2101
E-mail: info@luceplan.net
Sito: www.luceplan.net
Direttore: Michael Anker
Grossisti per la Scandinavia
Articoli per illuminazione di design

DE LORENZO ApS

Kronprinsensgade 5
DK- 1114 København k
Tel. +45 7021 0242
Proprietario: Ugo De Lorenzo
Agenzia per la Danimarca di Mandarin Duck, Coccinelle e Replay

MANDARINA DUCK – COCCINELLE

Ny Østergade 7
DK-1100 København K
Tel.+45 3311 4344
Accessori - Borse

REPLAY STORE

Pilestræde 8a st,
DK-1112 København K
Tel.+ 45 3311 7722
Moda giovane



Ministero degli Affari Esteri

MAX MARA SCANDINAVIA ApS

Østergade 7
DK-1100 København K
Tel. +45 3338 5620
Fax +45 3391 6029
Responsabile: Jasmin Melchior
Moda donna

ITALIA 
Istituto nazionale per il Commercio Estero

METAL WORK DANMARK A/S

Korskildelund 1
DK-2670 Greve
Tel. +45 7022 2311
Fax +45 7022 2759
E-mail: metalwork@metalwork.dk
Sito: www.metalwork.dk
Direttore: Thorstein Dam
Impiegati: 13
Distributore di Componenti Pneumatici per l'automazione industriale per Metalwork Pneumatik Italian

MOLTENI & C. APS

Valby Langgade 39 A
DK-2500 Valby
Tel. +45 3616 2200
Fax +45 3616 2017
E-mail: hjk@molteni.dk
Sito: www.molteni.dk
Direttore: Francesco Molteni
Azienda consociata della Molteni & C.
Distributori per la Danimarca
Stoffe per rivestimento mobili

MOTOVARIO SCANDINAVIA A/S

Industribuen 5 B
DK-2635 Ishøj
Tel. +45 4354 4393
Fax +45 4354 4392
E-mail: motovario@motovario.dk
Sito: www.motovario.dk
Direttore: Peter Alsted
100% proprietà di Motovario Spa
Ufficio responsabile per le vendite, la distribuzione e l'assistenza in Danimarca
Componentistica industriale- organi di trasmissione

NATUZZI NORDIC

Arne Jacobsens Allé 12
DK-1161 København K
Tel. +45 32626236
Sito: www.natuzzi.dk
Responsabile: Rasmus Cedeberg
3 punti vendita in Danimarca
Filiale del Gruppo Natuzzi per i paesi nordici: Danimarca, Norvegia, Svezia e Finlandia
Mobili

N&W GLOBALVENDING

Seebbladsgade 1-3



Ministero degli Affari Esteri

DK-5000 Odense C
Tel. +45 7218 6000
Fax +45 6614 8934
E-mail: scandinavia@nwglobalvending.dk
Sito: www.nwglobalvending.dk
Dir. vendite: Finn Kjaerhus
Distributori automatici

ITALIA 
Istituto nazionale per il Commercio Estero

PATRIZIA PEPE SHOW ROOM

Tessilform Scandinavia Aps
Kastelsvej 18
Kobenhavn K
Tel. +45 33189999
Responsabile: Mette Verner
Moda donna

PETTINAROLI A/S

Mandal Alle 21
DK-5500 Middelfart
Tel. +45 6341 6666
Fax +45 6341 6660
E-mail: info@pettinaroli.dk
Sito: www.pettinaroli.dk
Direttore: Kim Pedersen, kipe@pettinaroli.dk
Filiale di vendita per 17 paesi del Nord Europa
Impianti climatizzazione interni

POLIMERI EUROPA NORDEN A/S

Amaliegade 16c-3° piano
DK-1256 København K
Tel.+45 3838 1080
Fax. +45 3838 1099
E-mail: pe.norden@polimerieuropa.com
Sito: www.polimerieuropa.com
Direttore: Emmanuel Schoutteet
Ufficio rete vendita
Industria chimica

ROBUSCHI DANMARK A/S

Kildebrogaardsvej 11 E
DK-4622 Havdrup
Tel. +45 70257800
Fax +45 70257900
E-mail: sales@roboschi.dk
Sito: www.roboschi.dk
Direttore: Rasmus Christensen
Robuschi SpA
Ufficio vendite
Meccanica

SEGAFREDO ZANETTI DANMARK Aps

Cort Adellers Gade 1, st. th
DK-1053 København K
Tel. +45 33911515
Fax +45 33911518
E-mail: info@segafredo.dk



Sito: www.segafredo.dk

Direttore vendite e Marketing: Michael Schulz
Agenzia di rappresentanza per la Segafredo Caffè

ARTEMIDE SCANDINAVIA AIS

Strandvejen 66 B
2900 Hellerup
Tel. +45 7020 1700
E-mail: info@artemide.dk
Sito: www.artemide.dk
Direttore vendite: Lars
5 punti vendita
Illuminazione e design

ANSALDO BREDA Spa

Augustenborggade 30
8000 Aarhus C
Responsabile: Francesca Demoja; email: demoja.francesca@ansaldobreda.dk;
Tel. +45 24682046
Mathiassen Soren; email: mathiassen.soren@ansaldobreda.dk
Filiale di Ansaldo Breda per la fornitura di 90 treni per la DSB

BOFFI KØBENHAVN

Bredgade 32
1260 – KØBENHAVN K
Tel: +45 33111260
Sito: www.bofficiphenhagen.com
Mail: info@bofficiphenhagen.com
Showroom di mobili e per cucine di design

GIORGIO ARMANI RETAIL DENMARK

Østergade 12
1100 København K
Tel. 33112610
Direttore: Davide Gambillara
Alta moda

THE PIADA COMPANY ApS

Købmagergade 39
Copenhagen K 1150
Tel. +45 8020 1111
Piadineria take away

Questo elenco non intende essere esaustivo della presenza italiana in Danimarca, ma semplicemente fornire una prima base di riferimento

Elenco iniziative di sostegno all'internazionalizzazione svolte nel biennio precedente

Iniziative svolte nel 2009

Gennaio

16 –19 Programma Promozionale ordinario ICE 2008
Missione operatori economici esteri al MACEF di Milano – Salone Internazionale della casa – (arredo/decorazione/cucina e tavola/bijoux /regalo)

Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio di un buyer danese

Febbraio

4 - 8 Programma Promozionale ordinario ICE 2008 – Missione operatori economici esteri al Seatec di Marina di Carrara -
Mostra internazionale di tecnologia e subfornitura settore navale/ cantieristica

Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio dei buyers danesi

14 –17 Programma Promozionale ordinario ICE 2008 – Missione operatori economici esteri alla MIA di Rimini - Mostra Internazionale Alimentazione (biologico/catering)

Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio dei buyers danesi

22 – 25 Privatistica – Il Lazio alla Fiera Agroalimentare Tema di Copenaghen

Attività di promozione ed assistenza a favore di 30 aziende della Regione partecipanti alla Rassegna coordinate da Unioncamere Lazio con degustazione prodotti ed attività di formazione

27/2 – 1/3 Privatistica - Missione operatori economici esteri al Premio nazionale Sirena d'Oro di Sorrento (migliore produzione olio extravergine di oliva)

Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio un buyer ed un giornalista

Marzo

17–20 Convenzione ICE Regione Piemonte – Progetto Moscati d’Asti in Europa –Delegazione di giornalisti esteri nell’Astigiano

Selezione ed organizzazione viaggio per i giornalisti danesi

26 –29 Convenzione ICE - Regione Siciliana – Delegazioni buyers esteri alla EMAIA di Vittoria (Ragusa) - Mostra mercato agroalimentare

Ricerca,selezione ed organizzazione viaggio per i buyers danesi

3-5 Privatistica - Missione commerciale plurisettoriale meccanica in Danimarca organizzata da Conexport Vicenza, Apindustria Vicenza e Confapi Veneto

Matchmaking ed organizzazione incontri presso i buyers per 8 aziende della meccanica (ingranaggi ed organi di trasmissione, componenti ed impianti per fusione nucleare, impianti per panificazione, pizzerie pasticcerie, impianti per taglio laser su barriere e tubolari, valvole di sicurezza ed accessori per aria compressa ed oleodinamica, lavorazione, taglio piega e saldatura profili, ponteggi,sistemi di sicurezza, macchine ed attrezzature per edilizia, macchine automatiche transfer e tagliatrici per produzione serie di pezzi di metallo)

- 19-22 Convenzione ICE –Regione Puglia – Missione con workshop di operatori economici esteri e giornalisti a favore dei prodotti di Puglia (patate novelle ed asparagi)
Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio dei buyers danesi
- 22 - 24 Convenzione ICE-Regione Marche – Missioni operatori economici esteri alla Fiera internazionale della pesca di Ancona
Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio dei buyers danesi
- 23 – 28 Convenzione ICE – Regione Marche – missione operatori economici esteri e workshop per il comparto delle calzature
Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio dei buyers danesi
- 25 – 28 Privatistica – Workshop e degustazione vini a Brescia
Delegazione di buyers danesi e svedesi
Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio dei buyers danesi
- 26 - 27 Convenzione ICE - Regione Valle d'Aosta
Missione di operatori economici esteri in Valle d'Aosta per l'agroalimentare
Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio dei buyers danesi

Giugno

- 3 - 5 Convenzione ICE Regione Liguria – Giornate di formazione sui piatti e sulle specialità eno-gastronomiche liguri
Giornate di formazione con degustazioni per 50 allievi cuochi, camerieri e sommeliers della scuola alberghiera di Copenaghen ed Odense con docenti di una scuola alberghiera ligure
- 5 – 7 Convenzione ICE –Regione Valle d'Aosta – Progetto Rigenergia
Delegazioni estere alla Borsa della Cooperazione (Brokerage Event)
Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio dei delegati danesi

25-26 **Convenzione ICE –Regione Emilia-Romagna –Incoming operatori esteri settore food a Parma ambito Progetto “Deliziando”**

Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio degli operatori economici danesi

Luglio

21-24 Convenzione ICE/Regione Puglia Progetto Ortofrutta – Workshop incoming a favore dell’ortofrutta bio e delle uve apirene di Puglia – Bari

Ricerca,selezione ed organizzazione viaggio dei buyers danesi

Agosto

6 –8 Privatistica - Azioni di comunicazione e di supporto a favore delle imprese partecipanti a CIFF - Copenaghen Internazionale Fashion Fair – presentazioni collezioni Primavera- Estate 2010

Azioni di promozione della presenza italiana con inviti ed azioni di recall telefonico e di supporto ambito Punto Informazioni ICE in Fiera offerto dai rappresentanti italiani di CIFF

3 –4 Programma Promozionale 2009
Missione giornalisti alla VII Edizione di VINOVIP – Cortina d’Ampezzo

Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio un qualificato giornalista

10 –13 Convenzione ICE/Regione Emilia-Romagna 2008
Delegazioni estere al SANA - Salone internazionale del naturale – Bologna

Ricerca,selezione ed organizzazione viaggio operatori/giornalisti del food biologico

16 –19 Intesa operativa MSE/ICE/DOC.IT (associazione italiana documentaristi)
Delegazione operatori esteri Italian Doc Screenings – Trento

Contatto,invito ed organizzazione viaggio di rappresentanti di emittenti televisive/produttori.

24 –27 Convenzione ICE –Regione Marche – Delegazioni estere al DOMO 360
Ricerca,selezione ed organizzazione viaggio di 5 architetti, buyers e giornalisti danesi ad una nuova rassegna di rilievo internazionale per il comparto del mobile destinata a sostituire il Salone del Mobile di Pesaro (SAMP).

13

27 – 29

Workshop agroalimentare ad Århus ambito Festival Week

Incontro con gli imprenditori partecipanti all'iniziativa organizzata dal Consule italiano ad Århus, Provincia di Catania e Focus Europe, per fornire assistenza operativa e suggerire azioni follow up sul mercato.

Settembre

Ottobre

4-8

Convenzione ICE/Regione Marche 2008 – Promozione del marchio "Marche eccellenza artigiana"

Delegazioni estere con visita impianti produttivi artigianali (ricami, ceramiche, carta pregiata, gastronomia)

Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio un giornalista

4-8

Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio di 4 buyers danesi

7-9

Convenzione ICE/Regione Emilia Romagna Programma Agroalimentare Nord Europa Macfrut – Cesena - Mostra Internazionale di impianti, tecnologie e servizi per la produzione, condizionamento, commercializzazione e trasporto degli ortofruttili.

Ricerca e selezione ed organizzazione viaggio per gli operatori economici danesi.

7-9

Accordo ICE/AEFI – Padiglione Marche a Danfish International Aalborg (settore attrezzature per la pesca)

Partecipazione al padiglione insieme a una decina tra imprese e organismi di promozione territoriali tra cui la Fiera Internazionale della Pesca di Ancona. che coordina il gruppo. Previste azioni di sensibilizzazione con diffusione di un apposito catalogo ed inserzioni pubblicitarie, telemarketing, organizzazione incontri ed assistenza logistica in loco.

- 8-11 Convenzione ICE Regione Puglia 2009 – Progetto ortofrutta. Incoming buyers e giornalisti esteri a favore dei prodotti di Puglia: uva da tavola e carciofo
Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio per i buyers danesi
- 14-18 Privatistica - Incoming ed incontri B2B di operatori economici esteri ad Udine in occasione di Good –Salone dei prodotti e dei servizi della filiera agroalimentare ed enogastronomia dell'Alpe Adria
Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio dei buyers e giornalisti danesi
- 15-19 Convenzione ICE/Regione Lazio 2009
Missione operatori esteri del settore audiovisivo a New Cinema Network –Roma
Contatto, invito ed organizzazione viaggio delegati danesi
- 26-30 Privatistica – Regione Toscana – Incoming di giornalisti in Toscana settore agroalimentare
Iniziativa di promozione del workshop agro-alimentare Toscana del 18 Novembre 2009
- 29 Convenzione ICE/Regione Piemonte 2009 – Promozione Moscato d'Asti in Europa
Seminario/Workshop – Copenaghen (Moltkes Palæ)
Presentazione del Moscato d'Asti con incontri di affari e degustazioni con una quindicina di produttori

Novembre

- 2-6 Convenzione ICE / Regione Emilia-Romagna Progetto Nord Europa – Incoming studenti e docenti danesi
Selezione scuole ed organizzazione viaggio
- 12 - 14 Privatistica – azioni di supporto a favore Fiera Spirits &Co – Grappe e distillati –Trieste
Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio di buyers e giornalisti danesi, fornitura di informazioni ed elenchi di operatori economici e giornalisti per promozione nuova Rassegna sul mercato danese

18 Privatistica – Regione Toscana –Workshop settore agroalimentare-
Copenaghen (Scandic Hotel)

Incontri di affari e degustazioni con una trentina di produttori

23-28 Privatistica – Missione commerciale plurisetoriale meccanica in
Danimarca organizzata da Promos Milano Azienda speciale della
Camera di Commercio di Milano

*Matchmaking ed organizzazione incontri presso i buyers per 8 aziende
associate*

25 – 29 Convenzione ICE Regione Liguria – Giornate di formazione sui piatti e
sulle specialità eno-gastronomiche liguri

*Educational tour in Liguria in occasione di Olioliva 2009 –festa dell'olio
nuovo - a favore dei migliori studenti dei corsi in Danimarca, docenti,
buyers e giornalisti*

Dicembre

12-13 Programma Promozionale ICE - Sistema Italia a Bright Green –
Copenaghen (Forum)

*Punto informativo sulle tecnologie italiane del comparto alla vetrina
mondiale delle soluzioni innovative per le energie rinnovabili e
l'efficienza energetica in occasione dell' UN Climate Change
Conference (COP 15)*

Iniziative svolte nel 2010

Gennaio



21 - 22	Privatistica - Missione impresa lombarda a Copenaghen <i>Ricerca clienti ed organizzazione incontri azienda componenti meccaniche associata Promos Milano</i>
24 - 27	Privatistica - Promos -Educational tour in Danimarca delegazione imprese artigiane dell'industria edile <i>Organizzazione visite ed incontri con accompagnamento di 6 artigiani settore edile coordinati da Promos Milano e Confartigianato</i>
27 - 31	Convenzione ICE Regione Puglia – Progetto Wine &Land - Incoming delegazioni estere <i>Collaborazione alla selezione dei delegati dalla Danimarca</i>
31 Gennaio 5 Febbraio	Intesa ICE Unioncamere 2009 Incoming Sapori nel mondo 4 - Roma ed altre località Italia – vino e prodotti alimentari Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio buyers danesi con accompagnamento ed assistenza in loco trade analyst

Febbraio

11- 14	Privatistica - Sistema Italia a CIFF, Copenaghen International Fashion Fair – edizione invernale - ed azioni di comunicazione e di supporto a favore delle imprese italiane partecipanti <i>Punto Informazioni ICE, realizzato in collaborazione con i rappresentanti italiani di CIFF, alla principale Rassegna della moda dei Paesi scandinavi ed azioni di promozione a favore delle imprese italiane partecipanti con inviti ed azioni di recall telefonico e di supporto</i>
19 - 21	Programma Promozionale ICE – Missione operatori economici esteri alla Sirena d'oro – Premio migliori DOP olio extravergine d'oliva <i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio buyers danesi</i>
21- 24	Convenzione ICE – Emilia–Romagna –Delegazioni estere a Sapore Rimini - vino Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio buyers danesi



Marzo

2 - 5	<p>Privatistica Mondoimpresa Camera di Commercio di Crotone - Delegazione danese settore agroalimentare a Crotone con incontri B2B</p> <p>Ricerca buyers, selezione, organizzazione viaggio, accompagnamento trade analyst ed assistenza in loco</p>
25 - 28	<p>Privatistica – CCIAA di Foggia, Unioncamere Puglia, Provincia e Comune di Foggia Delegazioni operatori economici esteri a Euro&Med Food 2010 – Foggia</p> <p><i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio buyers danesi</i></p>
28 Marzo 3 Aprile	<p>Programma ICE ordinario Incoming giornalisti a Verona per il 18° Concorso enologico Vinitaly 2010</p> <p>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio 1 giornalista danese</p>

Aprile

8 - 12	<p>Convenzione ICE Regione Emilia –Romagna – Missione di operatori economici esteri al Vinitaly di Verona – Salone dei vini DOC italiani ed internazionali</p> <p>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio di buyers danesi</p>
22	<p>Privatistica – incontri conviviali in occasione de La Strada del Barolo a Copenaghen</p> <p>Organizzazione cena di gala e selezione buyers invitati</p>

Maggio

6	<p>Convenzione ICE Regione Siciliana – Seminario/workshop vini</p> <p><i>Seminario, degustazioni ed incontri commerciali da parte di 24 aziende produttrici siciliane</i></p>
---	--



8 - 12	Convenzione ICE Regione Emilia – Romagna – Missione di operatori economici esteri al Cibus di Parma <i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio di buyers danesi</i>
10 - 12	Intesa operativa MSE, ICE ed Assosport – Workshop articoli sportivi con incontri B2B ad Utrecht (Olanda) <i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio di buyers danesi</i>
13 - 15	Convenzione ICE Regione Piemonte – Salone Internazionale del Libro <i>Organizzazione viaggio delegati danesi</i>
16 - 20	Convenzione ICE Regione Marche – Missione operatori esteri da Nord ed Est Europa – settore pelletteria Ricerca,selezione ed organizzazione viaggio buyers danesi
21 - 23	Intesa operativa ICE – ERF Ente Regionale Fiera di Ancona. Incoming di buyers e giornalisti alla 70° edizione della Fiera internazionale della pesca <i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio di buyers e giornalisti danesi</i>
27 – 28	Convenzione ICE –Regione Puglia Seminario e Workshop di promozione delle specialità eno-agroalimentari pugliesi ad Helsinki Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio delegazione dei buyers danesi
28 – 30	Convenzione ICE Regione Autonoma Valle d’Aosta – Incoming di buyers esteri a Rigenergia <i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio delegati danesi</i>
28 - 31	Programma ICE ordinario - Missione di giornalisti esteri in visita ai cantieri navali e Sea Test Genova <i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio di giornalisti danesi</i>



<p>31 Maggio 4 Giugno</p>	<p>Convenzione ICE Regione Emilia-Romagna. Corsi di formazione sulla cucina emiliano-romagnola in Danimarca presso le scuole alberghiere di Copenaghen, Odense, Silkeborg</p> <p><i>Organizzazione corsi con insegnanti chefs e sommelier della Scuola di Serramazzone</i></p>
<p>31 Maggio 26 Giugno</p>	<p>Programma ICE ordinario – Festival Italia in Danimarca</p> <p><i>Coordinamento e pubblicizzazione eventi in programma organizzati da ICE, Istituto italiano di cultura, ENIT, organismi pubblici di promozione ed imprese private</i></p>

Giugno

<p>7</p>	<p>Programma promozionale ICE ordinario Borsa dei vini a Copenaghen</p> <p><i>Seminario con degustazione guidata, altre degustazioni, incontri commerciali, azioni di comunicazione anche su apposito sito ed altre azioni collaterali. Prima tappa di un tour che toccherà anche Stoccolma ed Oslo: 48 le aziende partecipanti da tutta Italia</i></p>
-----------------	--

Luglio

<p>5 - 10</p>	<p>Convenzione ICE –Regione Lazio 2009 – Progetto International Fiction – Missione operatori al Roma Fiction Fest</p> <p>Organizzazione viaggio delegati danesi</p>
----------------------	---

Agosto

<p>12 - 15</p>	<p>Privatistica - Sistema Italia a CIFF, Copenaghen International Fashion Fair – edizione estiva - ed azioni di comunicazione e di supporto a favore delle imprese italiane partecipanti</p> <p><i>Punto Informazioni ICE, realizzato in collaborazione con i rappresentanti italiani di CIFF, alla principale Rassegna della moda dei Paesi scandinavi ed azioni di promozione a favore delle imprese italiane partecipanti con inviti ed azioni di recall telefonico e di supporto</i></p>
-----------------------	---

Settembre

26 - 30	<p>Privatistica – Toscana Promozione – Lucca Promos Incoming buyers da Paesi vari mondo per florovivaismo</p> <p>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio delegati danesi</p>
27 - 30	<p><i>Privatistica –Incoming e B2B a Pisa agroalimentare</i></p> <p><i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio buyers con accompagnamento trade analyst ed assistenza in loco</i></p>

Ottobre

6 - 9	<p>Privatistica – Vicenza Qualità - Incoming e workshop buyers settore orafa a Vicenza</p> <p><i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio per operatori economici danesi.</i></p>
8 - 9	<p>Privatistica – Indagine esplorativa su possibilità campers e RV italiani con organizzazione incontri esperto con buyers locali</p> <p>Organizzazione incontri esperto designato da imprese principale distretto produttivo nazionale di campers e RV di Poggibonsi con buyers settore</p>
13 -14	<p>Privatistica – Workshop a Copenaghen per imprese settore eno-agroalimentare in collaborazione con Intertrade/CC di Salerno</p> <p><i>Organizzazione seminario, degustazioni ed incontri commerciali da parte di una ventina di aziende produttrici della Provincia di Salerno</i></p>
13 - 15	<p>Convenzione ICE/Regione Liguria 2010 - incoming operatori a "SEAFUTURE 2010" - La Spezia, 13/15 ottobre</p> <p>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio delegati danesi</p>



24 - 27	<p>Privatistica – PromoSiena - Incoming buyers scandinavi settore eno-agroalimentare a Siena</p> <p><i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio per operatori economici danesi. con accompagnamento trade analyst ed assistenza in loco</i></p>
28 Ottobre 1 Novembre	<p>Intesa operativa ICE/ANICA Missione operatori esteri a The Business Street – Mercato del film di Roma</p> <p>Contatto con buyers già individuati, inoltro invito, organizzazione viaggio.</p>

Novembre

6 - 14	<p><i>Privatistica - Incoming buyers esteri a Mediterranea - Food & beverage - Lamezia Terme (Cz)</i></p> <p><i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio per operatori economici danesi con accompagnamento trade analyst ed assistenza in loco</i></p>
9 - 12	<p>Arredo - Privatistica – Incoming buyers esteri in Abruzzo in collaborazione con il Centro estero delle CCIAA abruzzesi</p> <p><i>Ricerca, selezione, organizzazione viaggio delegati danesi con accompagnamento trade analyst ed assistenza in loco.</i></p>
17 –21	<p>Intesa operativa MSE/ICE/DOC/IT (Associazione Italiana Documentaristi) – Missione operatori esteri ad Italian Doc Screenings – Firenze 17-21/11/2010</p> <p>Contatto ed organizzazione viaggio delegati danesi</p>
22 - 24	<p>Intesa operativa ICE –Unioncamere 2010 Missioni buyers e giornalisti a Matching 2010 Fiera di Milano 22-24 Novembre 2010</p> <p><i>Ricerca , selezione, organizzazione viaggio delegati danesi</i></p>
25 - 27	<p>Convenzione ICE – Regione Toscana - Presentazione XI Selezione dei vini della Toscana – Delegazioni di buyers da Paesi esteri</p> <p>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio delegati danesi</p>



27 - 30	<p>Programma ordinario ICE – Missione buyers da Paesi Vari Mondo alla 69° edizione di MODAPRONTA, salone internazionale delle collezioni moda programmata e ready-to-wear di abbigliamento ed accessori donna autunno inverno 2011-2012 –primavera estate 2012</p> <p><i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio delegati danesi con accompagnamento trade analyst ed assistenza in loco</i></p>
---------	--

Dicembre

4 - 5	<p>Privatistica – Delegazioni estere a Mostum 2010 – Corato (Bari) in collaborazione con ICE Bari</p> <p><i>Ricerca, selezione ed organizzazione viaggio delegati danesi con accompagnamento trade analyst ed assistenza in loco</i></p>
-------	---

b) Grado di apertura del Paese al commercio internazionale ed agli investimenti esteri ***Danimarca: Principali Paesi Esteri fornitori nel 2010 (valori in milioni di €)**

	Valori Import 2009	Quota Import 2009	Valori Import 2010	Quota Import 2010	Var. 2009/2008	Var. 2010/2009
Germania	12.475	21,2%	13.180	20,7%	-21,5%	5,6%
Svezia	7.849	13,3%	8.544	13,4%	-24,9%	8,8%
Cina	3.837	6,5%	4.830	7,6%	-13,3%	25,9%
Paesi Bassi	4.147	7,0%	4.565	7,2%	-17,8%	10,1%
Regno Unito	3.285	5,6%	3.801	6,0%	-13,0%	15,7%
Norvegia	3.120	5,3%	2.498	3,9%	-12,3%	-19,9%
Belgio	2.063	3,5%	2.194	3,4%	-20,8%	6,3%
<i>Italia</i>	<i>2.027</i>	<i>3,4%</i>	<i>2.175</i>	<i>3,4%</i>	<i>-31,0%</i>	<i>7,3%</i>
Francia	2.071	3,5%	2.135	3,4%	-25,7%	3,1%
USA	2.032	3,4%	2.033	3,2%	-15,5%	0,1%

Fonte: Elaborazione ICE su dati Danmark Statistik www.statistikbanken.dk

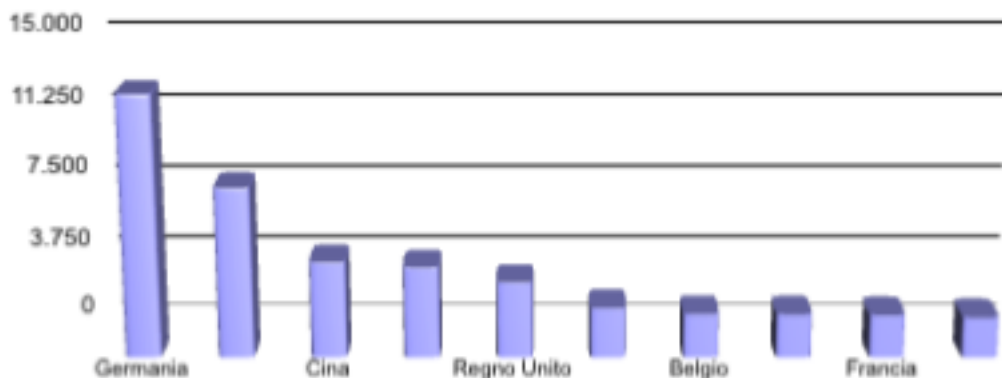
Il quadro delle importazioni danesi é rimasto immutato nel 2010 rispetto agli anni precedenti.

Continuano a dominare le imprese delle vicine Germania e Svezia mentre l'Italia compete con gli altri Paesi del Centro e del Nord Europa – Paesi Bassi, Norvegia, Regno Unito e Francia - per le posizioni di rincalzo.

Diverso il discorso della Cina, le cui esportazioni, dopo la pausa del 2009 – conseguente alla crisi – hanno ripreso a crescere a ritmi formidabili 25,9%, scavalcando i Paesi Bassi ed avvicinandosi a Germania e Svezia nella classifica dei principali Paesi esteri fornitori.

Tutti detti Paesi hanno registrato incrementi delle loro esportazioni sul mercato danese: e, soprattutto Cina, come visto, Regno Unito e Paesi Bassi, Unica eccezione la Norvegia le cui esportazioni nel Paese sono diminuite quasi del 20% e gli Usa rimasti stazionari. Bene anche l'Italia che ha registrato variazioni superiori rispetto a Germania, Belgio e Francia salendo in tal modo di una posizione nella classifica dei principali Paesi esteri fornitori, 8° posto.

Importazioni Danesi nel 2010 - Principali Paesi esteri fornitori



*Nota: tutti i dati del presente capitolo sono espressi in termini nominali senza tener conto dei tassi annuali di inflazione

Danimarca: Principali Paesi esteri clienti nel 2010 (valori in milioni di €)

		Valori Export 2009	Quota Export 2009	Valori Export 2010	Quota Export 2010	Variazioni
1	Germania	10.702	16,20%	12.285	16,84%	14,79%
2	Svezia	8.121	12,30%	9.837	13,48%	21,13%
3	Regno Unito	5.172	7,80%	5.706	7,82%	10,32%
5	USA	3.573	5,40%	4.781	6,55%	33,81%
4	Norvegia	4.104	6,20%	4.596	6,30%	11,99%
6	Paesi Bassi	2.870	4,30%	3.285	4,50%	14,46%
7	Francia	2.514	3,80%	3.048	4,18%	21,24%
8	Italia	1.806	2,70%	2.084	2,86%	15,39%

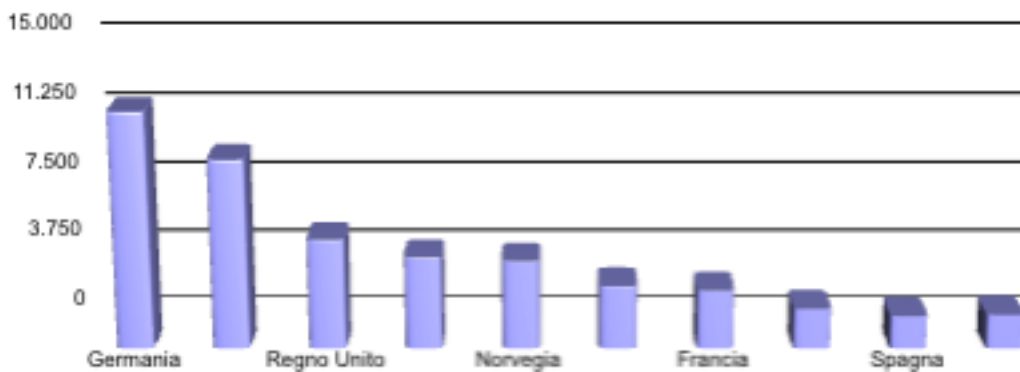
9	Spagna	1.629	2,50%	1.706	2,34%	4,73%
10	Polonia	1.480	2,20%	1.774	2,43%	19,86%

Fonte: Ibidem

La tabella conferma che *il peggio è passato* almeno per quanto riguarda le esportazioni con crescita delle merci danesi in tutti i principali sbocchi, in misura molto rilevante in USA, Francia e Svezia ma in misura comunque soddisfacente anche in tutti gli altri, con parziale eccezione per il solo mercato spagnolo dove l'export danese è cresciuto solo del 4,73%,

Sintomo di maggior competitività almeno dei commercianti danesi se non dei fabbricanti considerando l'alto livello di delocalizzazione delle industrie danesi.

Esportazioni Danesi nel 2010 - Principali Paesi esteri clienti



Danimarca: Bilancia commerciale nel periodo 2008-2010 (valori in miliardi di euro)

	2008	2009	2010	Var 09/08	Var 10/09
	Mln €	Mln €	Mln €		
Esportazioni danesi	78.323	66.520	72.951	-15,1%	9,7%
Importazioni danesi	73.954	58.792	63.663	-20,5%	8,3%
Saldo bilancia danesi	4.369	7.729	9.288	76,9%	20,2%
Interscambio	152.277	125.312	136.614	-17,7%	9,0%

Fonte: Elaborazione ICE su dati Danmark Statistik www.statistikbanken.dk

Danimarca: Bilancia commerciale nel periodo 2008-2010 - (valori in miliardi di €)



La crisi sembra ormai alle spalle almeno per quanto riguarda i flussi commerciali per un Paese tradizionalmente molto aperto con l'Estero: lievemente meglio le esportazioni rispetto alle importazioni, entrambe aumentate quasi *a doppia cifra* dopo i pesanti cali registrati nel 2009 che si stanno avvicinando sempre più ai valori pre-crisi del 2008. Come conseguenza aumenta l'interscambio e, soprattutto, il saldo positivo della bilancia commerciale a favore della Danimarca.

Interscambio Danimarca – UE (valori in milioni di €)

	2008	2009	2010	var 10/09	var 09/08
importazioni	55373	43440	46428	6,9%	-21,6%
esportazioni	57615	47547	51102	7,5%	-17,5%
interscambio	114996	92996	99540	7,0%	-19,1%

Fonte: Elaborazione ICE su dati Danmark Statistik www.statistikbanken.dk

Il raffronto con la precedente tabella conferma il forte peso ancora del mercato europeo per le imprese danesi - quasi 100 dei 136 miliardi di interscambio hanno luogo ancora nell'ambito dell'Unione Europea – peso tuttavia lievemente diminuito lo scorso anno per un maggior incremento dell'export ed import danese con il e dal resto del mondo

Danimarca : principali prodotti importati nel periodo 2009-2010 (valori in milioni di €)

		2009		2010		Var.08/09
SITC	Totale	58.929		63.663		8,03%
33	Petrolio, prodotti del petrolio e materiali correlati	3.422	5,20%	4.332	6,80%	26,59%
78	Veicoli	3.041	4,60%	3.883	6,10%	27,69%
77	Macchine elettriche e accessori	2.966	4,50%	3.350	5,26%	12,95%
89	Diversi semilavorati	3.006	4,50%	3.338	5,24%	11,04%
84	Abbigliamento e Accessori	2.833	4,30%	3.220	5,06%	13,66%
74	Macchinari e attrezzature per l'industria in generale	3.145	4,80%	3.184	5,00%	1,24%
54	Medicinali e prodotti farmaceutici	2.509	3,80%	2.747	4,31%	9,49%
76	Apparecchi per telecomunicazione	2.382	3,60%	2.454	3,85%	3,02%
75	Macchine per ufficio e elaborazione dati	2.215	3,40%	2.380	3,74%	7,45%
79	Altri mezzi di trasporto	3.462	5,20%	2.231	3,50%	-35,56%

Fonte: ibidem

In forte aumento nel 2010 le importazioni dei principali prodotti tradizionalmente acquistati dall'Estero quali petrolio e prodotti petroliferi, autoveicoli - come noto la Danimarca non ha industrie in questo comparto - ed, in minor misura, medicinali, macchine elettriche ed accessori, abbigliamento e macchine per ufficio.

Ancora più lievi, quasi stazionari, gli incrementi delle importazioni per gli apparecchi per telecomunicazione ed i macchinari ed attrezzature in genere, chiara conseguenza della crisi che ha colpito anche le industrie locali imponendo il rinvio di nuovi acquisti.

In forte calo, soprattutto, nel 2010, l'import di altri mezzi di trasporto anche per la ciclicità di detti acquisti.

Danimarca: Principali prodotti esportati nel periodo 2009-2010 (valore in milioni di €)

		2009		2010		Var. 10/09
SITC	TOTALE	66.093		72.951		
54	Medicinali e prodotti farmaceutici	5.775	8,70%	6.953	9,53%	20,40%
33	Petrolio, prodotti del petrolio e materiali correlati	4.476	6,80%	5.485	7,52%	22,54%
74	Macchinari e attrezzature per l'industria in generale	4.548	6,90%	4.964	6,80%	9,15%
1	Carni	3.647	5,50%	3.819	5,24%	4,72%
89	Diversi semilavorati	3.381	5,10%	3.767	5,16%	11,42%
84	Abbigliamento e Accessori	2.612	4,00%	2.922	4,01%	11,87%
77	Macchine elettriche e accessori	2.375	3,60%	2.768	3,79%	16,55%
71	Macchinari e attrezzature per produrre energia	2.925	4,40%	2.746	3,76%	-6,12%
72	Macchinari per industrie specializzate	2.218	3,40%	2.463	3,38%	11,05%
69	Manufatti in metallo	2.340	3,50%	2.298	3,15%	-1,79%

Fonte: Elaborazione ICE su dati Danmark Statistik www.statistikbanken.dk

	2008	2009	2010
Flussi in entrata	3.812	3.342	685
Var %	- 46,80	-12,30	-79,50

Importazioni ed esportazioni sono spesso strettamente correlate in un Paese: non deve quindi

sorprendere che, al pari di quanto visto per le importazioni anche per le esportazioni si sono registrati incrementi generalizzati per tutti i principali prodotti venduti all'estero e, soprattutto per petrolio e relativi prodotti e materiali (così come già visto per le importazioni) e prodotti farmaceutici ed, in misura minore, per i diversi macchinari e l'abbigliamento. In calo le sole esportazioni di macchinari ed attrezzature per produrre energia (spiegabile forse con il fatto che in tempi di crisi le energie alternative sono viste quasi come un *lusso* ed i relativi acquisti vengono differiti a tempi migliori) e manufatti in metallo.

b.2) Grado di apertura del Paese agli investimenti esteri
Investimenti diretti esteri in Danimarca nel periodo 2008-2010¹ - (valori in miliardi di €)

	2008	2009	2010	Var. 09/08	Var. 10/09
Investimenti esteri in Danimarca	73,4	79,3	92,8	8%	17%

Fonte:elaborazione ICE Copenaghen su dati Denmark Nationalbanken www.nationalbanken.dk

Flussi degli investimenti diretti esteri in Danimarca

(valori in milioni di euro)

Fonte: elaborazione ICE Copenaghen su dati Denmark Nationalbank www.nationalbanken.dk

Flussi degli investimenti diretti esteri in Danimarca nel 2010 ripartiti per trimestri

(valori in milioni di euro)

	2010 1 trimestre	2010 2 trimestre	2010 3 trimestre	2010 4 trimestre
Flussi in entrata	94,0	2.698,0	1.489,9	-3.597,3
Var %		2771,40	-44,80	-341,40

Fonte: Ibidem

In attesa dei dati relativi agli investimenti finali per il 2010 con gli stocks di fine periodo, i dati relativi ai flussi riscontrati nel 2010 sembrano confermare la relativa perdita di attrattività riportata dalla Danimarca negli ultimi anni soprattutto a seguito della crisi economica e finanziaria globale che ha colpito in misura rilevante un Paese tradizionalmente molto aperto agli scambi commerciali e finanziari.

Infatti, dopo gli incrementi registrati nei due trimestri centrali che facevano ben sperare per un ottimo risultato a fine anno, questo é risultato negativo a seguito dei forti disinvestimenti operati nell'ultimo trimestre 2010.

¹ I dati statistici per gli IDE sono stati rilevati nel modo seguente:

Stock (rimanenze) presenti alla fine del periodo

+ flussi di credito del periodo corrente

+ variazioni dei valori

=Stock (rimanenze) fine periodo

Occorre peraltro rimarcare come la Danimarca ha sempre ricevuto negli anni una particolare attenzione da parte degli investitori esteri ben superiore alle sue ridotte dimensioni geografiche, grazie alla sua posizione geografica ed al ruolo strategico riconosciutogli negli anni per l'intera area baltica e soprattutto in alcune aree produttive di eccellenza quali le tecnologie pulite (in particolare energia eolica, bio masse e veicoli elettrici), Information & Communication Technology (ICT, tecnologie wireless e mobile), le cosiddette *scienze della vita*, biotecnologie e tecnologie medicali, le tecnologie marittime (trasporti, offshore e tecnologie avanzate) i servizi logistici, la grande distribuzione e l'industria dell'ospitalità (hotels e ristoranti)..

D'altra parte le stesse autorità locali hanno sempre rivolto un'attenzione prioritaria all'attrazione degli investimenti diretti., consapevoli dell'importanza di questi quale fonte di crescita, impiego e conoscenza per mantenere il Paese e le sue imprese competitive a livello internazionale. Le imprese a capitale estero, infatti, pur contando per solo l'1% sul totale, impiegano il 18% della forza lavoro del Paese, generando il 22% del totale dei fatturati . Gli addetti sono di solito maggiormente istruiti e meglio pagati. Le stesse imprese estere che investono aiutano ad aumentare la competitività delle imprese danesi attraverso la creazione di lavori con maggiore intensità di conoscenza.

Per tutti detti motivi operano nel Paese specifiche agenzie di promozione, a livello nazionale e territoriale Tra le prime Invest in Denmark, agenzia che opera nell'abito del Ministero degli Esteri che nel sito istituzionale www.investindk.com elenca le tante motivazioni che dovrebbero spingere le imprese estere ad investire in Danimarca, quali:

- Estremamente basso livello di corruzione
- Possibilità di accesso agli oltre 100 milioni di consumatori dell'Unione Europea
- Mercato del lavoro estremamente flessibile sia nell'assunzione con disponibilità dei dipendenti ad orari lunghi e straordinari che nei licenziamenti.
- Disponibilità di forza lavoro altamente qualificata(96% dei giovani ha un titolo di scuola superiore ed il 47% universitario 3 su 5 parla inglese ed 1 su 2 tedesco).
- Ottime infrastrutture: l'aeroporto di Copenaghen è il riconosciuto principale hub della rete nordica e baltica con 57 linee 137 destinazioni e 380.000 tonnellate di merci trasportate; lo scorso anno ha servito 21,5 milioni di passeggeri, +9,1% rispetto al 2009.
- Servizi pubblici che *funzionano*.tempi ristretti per apertura attività (1 solo giorno, 5 settimane per ricevere residenza e permesso di lavoro)
- Leader mondiale nelle tecnologie pulite,ICT e scienze della vita (in particolare il 20 % dell'elettricità è generata dall'industria eolica dove le imprese danesi controllano un terzo del mercato globale e sono le prime ad utilizzare carburanti bio di seconda generazione
- Costi efficienti in termini di contributi sociali (nessun costo) affitti e tasse (le più basse nell'area nordica) e salari
- Miglior mercato al mondo per i test con infrastrutture ICT di livello mondiale e la più alta penetrazione per portatili e banda larga
- Alta qualità della vita con alti livelli di welfare, assistenza medica ed educazione gratuita

Alcuni di dette motivazioni sono state riconosciute da organismi imparziali quali

- Forbes Magazine, che ha collocato la Danimarca per il terzo anno di fila al primo posto nella classifica delle migliori location per fare business grazie ai più bassi livelli di corruzione, libertà, diritti di proprietà favorevoli ed alto livello di innovazione;
- La Banca Mondiale che ha collocato la Danimarca al secondo posto in Europa ed al 6° al mondo per livelli di innovazione;
- la Commissione Europea nell'ultimo rapporto sempre sull'innovazione nei Paesi membri promuove la Danimarca dal 5 al 2 per – il primo tra i 24 differenti indicatori –
- le forti competenze in ricerca e sviluppo del Paese oltre al vasto numero di laureati, pubblicazioni scientifiche e brevetti
- il Centro per scienze e studi tecnologici (CWTS) dell'Università di Leiden (Olanda) che ha collocato l'Università tecnica di Danimarca (DTU) al decimo posto al mondo per livelli di cooperazione con le imprese private. Preme rilevare a tale proposito che secondo un recente rapporto realizzato dal Ministero delle scienze, tecnologie ed innovazione più di un terzo dei 3.300 nuovi professori assunti nel triennio 2007-2009 non è cittadino danese ed il 60% dei nuovi posti pubblicizzati riceve almeno una candidatura estera. Negli altri comparti gli stranieri rappresentano solo il 12% dei nuovi assunti

Solo negli ultimi 3 anni l'Agenzia Invest in Denmark ha attratto 60 imprese estere nel Paese, contribuendo alla creazione o mantenimento di oltre 3.000 posti di lavoro.

Tra i diversi recenti esempi,

- il *gigante* cinese della ricerca nelle biotecnologie **ChemPartner** (più di 2.000 ricercatori) che ha scelto Copenaghen quale base operativa per le sue attività in Europa,
- un fondo di capitali svedese che ha acquistato il principale impianto di trattamento rifiuti pericolosi del Paese
- la taiwanese **Amita** consociata del più grande produttore mondiale di batterie – **GP batteries**, che ha scelto la Danimarca per la produzione di batterie per i veicoli elettrici – nuovo grande business dell'immediato futuro.

- la svedese **Ikea**, che ha aperto nuovi grandi *superstores* nella Provincia (Odense, Aalborg) mirando ad incrementare l'attuale già forte quota di mercato (28% in Danimarca, mentre in Svezia copre il 50% del mercato)
- la **banca d'affari svizzera EFG**, con uffici in oltre 30 Paesi di cui 2 nella vicina Svezia, che ha deciso di *avventurarsi* per la prima volta sul suolo danese, primo istituto di credito svizzero nella storia.
- la notizia di una prossima apertura della filiale della **Deutsche Bank**, sia per le dimensioni di detto Istituto di credito, che per le possibili auspicate ripercussioni positive di investimenti tedeschi nel Paese. Dette nuove presenze rivestono infatti un'importanza strategica per nuovi investimenti locali e dall'estero, considerato le attuali difficoltà attraversate dal sistema creditizio locale – con diversi episodi di fallimenti per eccessiva esposizione creditizia – che ha reso meno accessibile il ricorso al credito.
- l'investimento per più di 4 milioni di Euro effettuato dalla **compagnia polacca per l'energia PGNIG** – la quarta del Paese – per la prospezione di petrolio nella parte meridionale dello Jutland, nelle cui profondità potrebbero nascondersi, secondo le stime, tra i 5 e gli 8 milioni di tonnellate di petrolio.
- la **Siemens Wind Power** del gruppo tedesco Siemens, che contende alla danese Vestas la leadership dell'industria eolica e partecipa alle gare d'appalto anche all'estero per Nuovi impianti in collaborazione con la danese Dong, ha annunciato un potenziamento dei quadri amministrativi e dello staff di supporto per la sua crescente politica di internazionalizzazione – circa 500 ingegneri per le due sedi di Aalborg e di Brande.
- La crescente presenza dei Cinesi interessati ai settori più innovativi, in particolare delle auto elettriche che saranno presto sperimentate nell'isola di **Bornholm**, recentemente battezzata "Bright green island" per l'obiettivo dichiarato di divenire al più presto un'isola basata esclusivamente sull'energia sostenibile. Il progetto prevede la fornitura - gratuita o a prezzi simbolici - di auto (a due posti) elettriche – funzionanti con batterie al litio - del produttore cinese EuAuto con creazione di nuovi uffici amministrativi e officine di manutenzione e riparazione.
- Sempre nell'ambito dei veicoli elettrici la cinese BYD – Build your Dreams – specializzata in IT, automobili e energie alternative ha scelto la Danimarca per test di mercato per la ricerca e sviluppo di nuovi bus elettrici con la collaborazione della locale società di trasporti Movia che ha già una profonda conoscenza in merito. Nel paese operano già due compagnie Better Place e ChooseEV per rendere accessibili a tutti i veicoli elettrici esenti, come noto, dalle pesanti tasse a carico degli altri veicoli a benzina.
- In occasione di un apposito Forum di cooperazione economico - commerciale organizzato da Invest in Denmark, che ha visto la partecipazione di ben 100 imprenditori cinesi – la più grande delegazione cinese di sempre – è stato annunciato l'investimento per oltre 10 milioni di Dollari USA per la creazione di uffici e centri di ricerca da parte di una delle imprese leader mondiali nel campo della ricerca dei *genomi*, la **BGI**, il più grande investimento cinese di sempre in Danimarca nel campo delle biotecnologie. Sono previsti 50 nuovi posti di lavoro



il primo anno e altri 100 il secondo, per un fatturato iniziale di almeno 1 miliardo di Dollari USA.

La principale agenzia di promozione territoriale del Paese da parte sua – Copenaghen Capacity -ha attratto nel solo 2010 investimenti per 483 milioni di € nella Regione della Capitale e della vicina Zelanda generando 1.184 nuovi posti di lavoro e migliorando l'economia nelle 2 Regioni per 30 milioni di €. Particolarmente rilevanti i risultati riportati nelle Regione della Selandia specie nei settori delle nuove tecnologie pulite, trasporti e servizi – 6 nuove società estere investitrici con la creazione di 320 nuovi posti lavoro il doppio rispetto all'anno precedente . Specialmente la parte meridionale della Selandia potrebbe recitare un ruolo di primissimo piano nell'attrazione di nuovi investimenti nel Paese avere un particolare ruolo nell'attrazione di nuovi investimenti una volta che sarà operativo il nuovo collegamento via tunnel con la Germania dello stretto di Femern che accorcerà di diverse centinaia di chilometri e di diverse ore il percorso per raggiungere il potente e ricco vicino europeo.

Copenaghen Capacity ha inoltre avviato una più stretta collaborazione con 12 municipalità della Regione per migliorare e le condizioni infrastrutturali dell'Area per rendere la stessa ancora più attrattiva per gli investimenti esteri. Valore del progetto 2,3 milioni di €.

Infine il sindaco di Copenaghen ha appena varato una nuova Task Force individuare le migliori strategie da seguire per migliorare il clima di affari nella Capitale e stimolare la crescita nell'economia regionale.

I primi risultati saranno annunciati in Agosto

La crescita di Copenaghen viene ritenuta cruciale per quella dell'intero Paese in quanto metà del PIL nazionale viene generato in quell'Area.

La Task Force avrà tempo fino al 2020 per raggiungere gli obiettivi preposti, crescita media annua del PIL del 5%, della produttività del 4%, della popolazione del 8,5% creazione di 20.000 posti di lavoro, il miglioramento di almeno 10 posizioni nella classifica nazionale delle municipalità con le migliori condizioni di business, che vede attualmente il Comune di Copenaghen 83° su 90.

Le autorità cittadine riconoscono di aver fatto finora poco per promuovere la Città tra gli uomini di affari. Copenaghen viene facilmente associata a molti concetti, come ad esempio la qualità della vita (11° a livello mondiale) ma non al business.

Il paragone viene inevitabile con Stoccolma, che ha visto un notevole sviluppo negli ultimi anni a livello di affari, che quindi si propone sempre più come la Capitale della Scandinavia e con la quale Copenaghen può invece ancora competere come principale hub dell'area scandinava considerando, sia la posizione più centrale, sia le potenzialità ancora disponibili nello sviluppo della Regione dell'Øresund grazie anche alla leadership nei trasporti via mare ed in particolare del Gruppo Maersk.

2. POLITICA COMMERCIALE E DI ACCESSO AL MERCATO

a) Ostacoli alla libera circolazione delle merci.

La Danimarca è membro dell'Unione Europea dal 1973 e, come tale, l'importazione dagli altri Paesi dell'Unione è libera e senza dazi. Non sono quindi richiesti particolari documenti d'importazione (oltre a quelli indicati nel successivo paragrafo), né imposte doganali. Al pari degli altri Paesi membri dell'Unione all'atto dell'importazione, su alcuni prodotti (tra cui auto ed alcolici) sono riscosse delle accise. L'aliquota IVA (MOMS), unica per tutte le merci e servizi, ammonta al 25% del valore. Particolarmente penalizzata è l'importazione di autovetture perché al prezzo al netto delle imposte va aggiunto il 180% di tasse, oltre all'aliquota IVA. Detta misura viene comunemente denominata "Tassa sull'Ambiente", in quanto da un lato finalizzata a finanziare investimenti statali a favore dell'ambiente appunto e, dall'altro, a scoraggiare l'acquisto e l'utilizzo di autovetture (in assenza di un'industria nazionale dell'auto da proteggere).

Trattamenti preferenziali sono accordati ai Paesi EFTA (Islanda, Norvegia e Svizzera) ed ai Paesi associati all'UE. Con le Isole Fær Øer e la Groenlandia, che fanno parte del Regno danese sia pure con sempre maggiori autonomie amministrative, vigono accordi privilegiati bilaterali.

Dal 1 Luglio 2011 aumenteranno le accise dei vini da tavola (quelli da 6 a 15 gradi di alcool) di 73 øre (centesimi di Corona danese pari a 9,80 centesimi di €) passando dalle attuali 6,14 Corone al litro (0,82€) a 6,87 Corone (0,92€). Secondo quanto dichiarato dalle autorità locali l'aumento sarebbe dovuto alla necessità di rispettare l'equilibrio con le entrate delle accise applicate alla birra.

A seguito di detto aumento dal 1 luglio 2011 una bottiglia di vino da tavola da 75 cl pagherà 0,69 € di accise contro gli attuali 0,62€, aumento troppo contenuto per incidere sui consumi.

Il Paese è fortemente consapevole dell'importanza di adeguate **infrastrutture** per lo sviluppo del commercio.

Il porto di Århus è il maggiore della Danimarca per numero di attracchi, mentre quello di Copenaghen è l'unico a possedere una zona franca e dispone inoltre di 10 km di banchina che assicurano l'attracco a oltre 24.000 navi l'anno. Il porto franco dispone di un nuovo e moderno parco macchine per il servizio Ro/Ro, Lo/Lo, Truck/Truck e per navi convenzionali. Altri porti con possibilità di sdoganamento sono: Aarhus, Esbjerg, Aalborg, Vejle, Odense e Fredericia. Presso i succitati porti per merci provenienti da Paesi terzi può essere sospesa solamente l'imposta doganale, ma non l'IVA. Solo presso il porto franco di Copenaghen vi è la possibilità di esenzione per ambedue le imposte. È possibile effettuare l'importazione temporanea di merci e campionari, purché le merci siano in libera circolazione e vendita nei paesi UE. Non vi sono restrizioni alle importazioni dagli altri Paesi UE e dall'Area Economica Europea. I contratti di fornitura alla difesa sono generalmente soggetti ad accordi che prevedono la produzione in collaborazione con aziende danesi.

Nonostante la lenta ripresa dalla crisi i **principali aeroporti di Århus, Billung e, soprattutto, Copenaghen stanno tenendo bene e quest'ultimo, confermandosi sempre più principale hub per il Nord Europa**, sta aprendo un nuovo terminale a tariffe inferiori per le compagnie low cost ed aumentando i voli internazionali no stop: tra gli ultimi Atlanta con Delta Airlines ed il Cairo con Turkish Airlines. Per quanto riguarda in particolare l'Italia, Norwegian, Cimber Sterling e SAS effettuano già numerosi voli diretti durante la settimana con diversi scali italiani mentre la low cost

olandese Transavia ha per il momento tolto dalla propria offerta voli da Copenaghen per gli scali italiani ; da Giugno 2010 la catanese Wind Jet ha avviato voli diretti da Forlì per Copenaghen al momento solo durante la stagione estiva. Copenaghen è inoltre raggiungibile con 1 solo scalo via i principali aeroporti europei tra cui Zurigo, Francoforte, Amsterdam, Parigi e Praga.

I contenziosi in materia commerciale risultano limitati e vertono essenzialmente sul rispetto dei contratti stipulati, richiedendo il fornitore il pagamento di quanto dovuto ed eccependo l'acquirente ritardi nelle consegne o difettosa qualità del prodotto. Nel periodo sotto osservazione risultano meno vertenze commerciali rispetto al passato.

Continuano peraltro a far notizia sui media le difficoltà da parte di Ansaldo Breda nella fornitura dei treni IC4 alle ferrovie dello Stato danesi - DSB . La Danimarca aveva ordinato nel 2001 83 di detti treni, di cui solo 42 sono stati consegnati e la gran parte di essi avrebbe rivelato seri problemi tecnici (riscaldamento, sistema di informazione ai passeggeri, frizione, freni, porte ed adattatori di potenza secondo l'ultimo rapporto del 5 maggio redatto dalle Ferrovie danesi). Inoltre secondo sempre detto rapporto i nuovi treni contestati devono essere riparati od in manutenzione dopo soli 2.000 km contro i 20.000 degli altri treni operanti nel Paese. Per detto motivo DSB ha annunciato che sta verificando la possibilità di rompere il contratto stipulato con Ansaldo Breda per la consegna di detti treni, a seguito delle inadempienze e continui ritardi e problemi tecnici incontrati.

Questo non sembra incidere assolutamente sull'immagine delle nostre imprese del comparto infrastrutture impegnate nella costruzione del nuovo anello della metropolitana (Salini ed Ansaldo) i cui scavi sono già iniziati per risolvere ogni possibile problema sul tracciato ed evitare ogni possibile intoppo alla costruzione vera e propria dell'infrastruttura. Altre 3 linee

sono previste nei prossimi 50 anni nell'ambito di un piano che costerà circa 7 miliardi di € e doterà la capitale di 82 Km di metropolitana e 86 stazioni.

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

Non si segnalano particolari ostacoli in detto ambito. Notevoli preoccupazioni sta tuttavia suscitando la decisione del Governo, *sollecitata* dal partito xenofobo di estrema destra della coalizione al potere, in cambio dell'appoggio alla nuova riforma restrittiva sul sistema pensionistico, di reintrodurre controlli doganali ai confini sotto forma di controlli a campione sui veicoli (consentiti dal trattato di Schengen), utilizzando attrezzature elettroniche per l'identificazione delle targhe.

Obiettivo dichiarato del provvedimento colpire la piccola delinquenza ma non è esclusa la volontà di un maggior controllo sull'immigrazione e una dissuasione del commercio di confine in quanto i Danesi *fanno sempre più la spesa* in Germania e Svezia dove tutto costa meno – si parla di 1,3 miliardi di € l'anno di spesa di confine - importo

destinato ad aumentare a seguito di una nuova tassa governativa sui grassi che dovrebbe spingere sempre di più i Danesi ad acquistare nei Paesi vicini prodotti basilari per la tavola locale quali burro e carne. Penalizzati anche i numerosi lavoratori transfrontalieri.

Numerosi turisti tedeschi starebbero già cancellando le loro vacanze nel Paese.

Nel Paese vige un alto livello di organizzazione del mercato del lavoro, che è alla base della cultura sociale danese (quasi il 90% dei lavoratori è iscritto ad un sindacato) e al fatto che i contratti collettivi regolano i rapporti tra le parti sociali, senza intervento dello Stato.

In passato alcune aziende italiane operanti temporaneamente in Danimarca per la costruzione di grandi opere pubbliche con propria manodopera hanno incontrato, a volte, forti reazioni dei sindacati locali, con accuse - molto spesso infondate - di "dumping salariale". Si consiglia, pertanto, alle imprese italiane che volessero operare in Danimarca con proprie maestranze, di trovare preventivamente possibili intese con i sindacati locali di categoria, al fine di evitare problemi in corso d'opera. Si consiglia ancora di valutare comparativamente tutte le variabili di costo della commessa alla cui gara si intende partecipare, considerando che la Danimarca può offrire da un lato, oltre a vantaggi fiscali, anche sorprendenti costi concorrenziali in fatto di trasporti e telecomunicazioni ma, dall'altro, retribuzioni tra le più alte d'Europa. Estremamente limitate le difficoltà di comunicazione in quanto, pur essendo la lingua ufficiale il danese, di difficile comprensione, la grandissima parte della popolazione, e soprattutto gli imprenditori industriali e commerciali, parla di norma un ottimo inglese.

3.ANDAMENTO DEI RAPPORTI BILATERALI COMMERCIALI ED INDIVIDUAZIONE DELLE AREE DI INTERVENTO

a)Andamento dell'interscambio commerciale con l'Italia e degli investimenti diretti esteri*

Danimarca: Interscambio con Italia nel 2010 - (valori in milioni di €)

	2008	2009	2010	Var 09/08	Var 10/09
Importazioni	2939	2027	2175	-31,0%	7,3%
Esportazioni	2180	1806	2084	-17,2%	15,4%
Saldo	-759	-221	-91	-70,9%	-58,8%
Interscambio	5119	3833	4259	-25,1%	11,1%

Fonte: Elaborazione ICE su dati Danmark Statistik www.statistikbanken.dk

La tabella conferma i buoni risultati già delineatisi nel primo semestre in clamorosa controtendenza a quanto registrato solo 12 mesi fa avvicinandosi quindi ai valori pre-crisi soprattutto per quanto riguarda le esportazioni, mentre per le importazioni occorrerà attendere ancora un poco

Danimarca: principali merci/settori importati dall'Italia nel 2010 (valori in milioni di €)



	2009%		2010%		2011%		var.11/10
84-Reattori nucleari, caldaie, macchine, apparecchi e congegni meccanici; parti di queste macchine o apparecchi	31.487.971	19,5%	23.474.036	16,6%	28.619.251	17,8%	21,9%
73-Lavori di ghisa, ferro o acciaio	10.234.757	6,3%	7.671.651	5,4%	9.597.938	6,0%	25,1%
85-Macchine, apparecchi e materiale elettrico e loro parti; apparecchi per la registrazione o la riproduzione del suono, apparecchi per la registrazione o la riproduzione delle immagini e del suono per la televisione, e parti ed accessori di questi appare	9.643.617	6,0%	8.738.151	6,2%	9.572.571	5,9%	9,5%
87-Vetture automobili, trattori, velocipedi, motocicli ed altri veicoli terrestri, loro parti ed accessori	8.088.343	5,0%	5.514.210	3,9%	8.996.755	5,6%	63,2%
62-Indumenti ed accessori di abbigliamento, diversi da quelli a maglia	14.766.640	9,1%	7.271.288	5,2%	8.841.189	5,5%	21,6%
39-Materie plastiche e lavori di tali materie	6.814.951	4,2%	5.864.552	4,2%	7.434.724	4,6%	26,8%
22-Bevande, liquidi alcolici ed aceti	7.566.502	4,7%	6.689.307	4,7%	7.410.398	4,6%	10,8%
64-Calzature, ghette ed oggetti simili; parti di questi oggetti	5.235.908	3,2%	4.720.994	3,3%	5.874.532	3,6%	24,4%
94-Mobili; mobili medico-chirurgici; oggetti lettereschi e simili; apparecchi per l'illuminazione non nominati nè compresi altrove; insegne pubblicitarie, insegne luminose, targhette indicatrici luminose ed oggetti simili; costruzioni prefabbricate	5.551.258	3,4%	5.212.071	3,7%	4.942.076	3,1%	-5,2%
8-Frutti commestibili; scorze di agrumi o di meloni	3.093.834	1,9%	3.155.103	2,2%	4.198.841	2,6%	33,1%
TOTALE	161.831.602		140.990.516		161.109.775		14,3%

Fonte:Istat

Interessante l'incremento registrato dalle esportazioni di macchinari per industria e per industrie specializzate, sia perché trattasi di uno dei tanti comparti di successo del nostro *madeintaly*, sia, soprattutto, perché possibile sintomo di volontà di ripresa delle industrie manifatturiere locali. In tale chiave di lettura va letto l'incremento di acquisti di ferro ed acciaio e di manufatti sia vari che in metallo. Importanti anche gli incrementi registrati da altri due rappresentativi comparti del *madeintaly*, veicoli e bevande (vino soprattutto). L'unico comparto – tra i principali - che continua a *soffrire* e quello dell'abbigliamento.

Danimarca: principali prodotti esportati in Italia nel periodo 2010 (valori in milioni di €)

	2009%		2010%		2011%		var 11/10
2-Carni e frattaglie commestibili	20.321.842	11,9%	21.221.293	13,7%	23.697.615	14,2%	11,7%



84-Reattori nucleari, caldaie, macchine, apparecchi e congegni meccanici; parti di queste macchine o apparecchi	15.534.807	9,1%	16.463.267	10,7%	16.464.548	9,9%	0,0%
3-Pesci e crostacei, molluschi e altri invertebrati acquatici	17.554.403	10,3%	16.657.137	10,8%	16.382.103	9,8%	-1,7%
27-Combustibili minerali, oli minerali e prodotti della loro distillazione; sostanze bituminose; cere minerali	12.958.147	7,6%	18.285.090	11,8%	13.192.084	7,9%	-27,9%
30-Prodotti farmaceutici	11.561.057	6,8%	5.060.865	3,3%	13.127.617	7,9%	159,4%
85-Macchine, apparecchi e materiale elettrico e loro parti; apparecchi per la registrazione o la riproduzione del suono, apparecchi per la registrazione o la riproduzione delle immagini e del suono per la televisione, e parti ed accessori di questi apparecchi	33.167.016	19,5%	11.326.801	7,3%	13.119.225	7,9%	15,8%
90-Strumenti ed apparecchi di ottica, per fotografia e per cinematografia, di misura, di controllo o di precisione; strumenti ed apparecchi medico-chirurgici; parti ed accessori di questi strumenti o apparecchi	8.718.416	5,1%	8.331.184	5,4%	10.964.255	6,6%	31,6%
22-Bevande, liquidi alcolici ed aceti	68.354	0,0%	5.736.517	3,7%	6.323.784	3,8%	10,2%
38-Prodotti vari delle industrie chimiche	3.626.878	2,1%	3.128.442	2,0%	5.780.545	3,5%	84,8%
62-Indumenti ed accessori di abbigliamento, diversi da quelli a maglia	3.374.348	2,0%	3.471.304	2,2%	5.443.843	3,3%	56,8%
TOTALE	170.233.256		154.346.083		166.639.906		8,0%

Fonte: Istat

Carni e carni lavorate, prodotti ittici, farmaceutici e macchinari continuano a rappresentare i principali prodotti danesi esportati nel nostro Paese, anche secondo le rilevazioni relative al 2010. Diversamente da quanto visto per le importazioni gli incrementi delle esportazioni danesi in Italia sono stati diffusi a molti prodotti e non necessariamente solo ai primi dell'elenco di quelli maggiormente acquistati. Tra i più rilevanti incrementi delle esportazioni danesi in Italia, l'abbigliamento ed accessori, i prodotti farmaceutici e gli strumenti scientifici di controllo. Nelle posizioni di rincalzo grossi cali nell'export sono stati registrati nei macchinari ed attrezzature per produrre energia e nei manufatti in metallo. Stazionarie le esportazioni danesi di carni.

Import export saldi con l'Italia

	2008	2009	2010	Var.09/08	Var.10/09
--	------	------	------	-----------	-----------

Import (DAN-ITA)	2.709.508.953	1.853.435.184	2.087.221.636	-31,6%	12,6%
Export (DAN-ITA)	2.348.146.488	2.243.885.911	2.210.898.932	-4,4%	-1,5%

Fonte:Istat

Nonostante le difficoltà economico-finanziarie di entrambi i Paesi dovute alla crisi economica globale, **non si sono arrestati i flussi di investimenti diretti nei due sensi: quelli italiani sono aumentati costantemente negli ultimi 3 anni mentre sono rimasti invariati quelli danesi.**

La situazione sembrerebbe mutata nel 2010 a fronte di rilevanti cali per entrambi i flussi registrati nei primi 6 mesi. Pur se ogni valutazione si potrà effettuare solo ad anno concluso, appare difficile un ribaltamento della situazione nella seconda parte dell'anno tale da raggiungere almeno i livelli del 2009 anche alla luce del perdurare dell'attuale difficile congiuntura economica.

b) Valutazione della penetrazione commerciale dei prodotti italiani sul mercato locale, individuazione delle aree di intervento

Il mercato danese rappresenta tradizionalmente **un'area commerciale interessante per l'Italia** – nonostante le dimensioni limitate del Paese, sia dal punto di vista della sua estensione geografica, assimilabile a una grande regione italiana, che della sua popolazione (circa 5,5 milioni di abitanti) – grazie soprattutto alla **sua posizione strategica ed al ruolo storico nell'area.**

La Danimarca infatti rappresenta una sorta di **ponte** per gli altri mercati nordici e del Baltico, sia per la forza della grande distribuzione e della logistica che opera nel Paese (per cui molte aziende scelgono la propria base a Copenaghen per operare sull'intera area scandinava) sia per l'alto livello dei consumi, che suggerisce di utilizzare il Paese medesimo per test su nuovi prodotti e nuove tecnologie.

Il ponte sull'Øresund, costruito nel 2001, ha reso ancora più evidente detto ruolo di collegamento con l'area scandinava **raddoppiando**, di fatto, la stessa **area metropolitana di Copenaghen**, ormai un tutt'uno con la *dirimpettaia* città svedese di Malmö, la terza città di detto importante Paese. Molti Danesi si sono trasferiti da Copenaghen a Malmö, per i più bassi costi delle abitazioni e del costo della vita, pur mantenendo lavoro ed interessi nella capitale danese, moltissimi altri si recavano a Malmo per gli acquisti. Entrambe le situazioni rischiano di cambiare a seguito del costante trend di rafforzamento della valuta svedese nei confronti di Euro e Corona danese (occorre 65 centesimi di Corona Danese per acquistare 1 Corona Svedese all'inizio del 2009 ora ne occorrono 84, il 20% in più. Solo gli occhiali da lettura e le cure odontoiatriche sono ancora convenienti a Malmo.

Detto nuovo rincaro della Corona svedese dovrebbe incentivare ulteriormente l'attenzione degli Svedesi del Sud verso Copenaghen e la Danimarca in genere, sia per i consumi che per gli investimenti., già tradizionalmente più forte – di cui faceva politicamente parte fino a 400 anni fa – che non verso la *lontana* Stoccolma. Detto ruolo dovrebbe aumentare ulteriormente con il nuovo collegamento (tunnel o ponte) recentemente approvato dalle autorità tedesche e danesi che dovrebbe collegare tra qualche anno l'isola di Falster con la *frontaliera* costa settentrionale della Germania,

consentendo di risparmiare tanti chilometri e ore per il trasporto di merci diretto a Copenaghen ed alla Svezia stessa. A tale proposito il Parlamento danese - gran parte dei costi saranno infatti a carico del Paese scandinavo – ha scelto un tunnel e non un ponte per detto collegamento ma la decisione finale sarà presa solo dopo tutte le verifiche tecniche, di sicurezza ed ambientalistiche - attualmente in corso.

Un terzo collegamento fisso (ponte o tunnel è allo studio (le autorità svedesi hanno interpellato in proposito quelle danesi) all'inizio dello stretto dell'Øresund tra la svedese Helsingborg e la danese Helsingør (l'Elsinore del Principe Amleto), attualmente collegate in soli 20 minuti da un servizio di traghetti. Il nuovo collegamento agevolerebbe ulteriormente i flussi di passeggeri e merci tra i due Paesi e contribuirebbe allo sviluppo dell'area intorno ad Helsingør, nella Regione dell'Øresund, parte settentrionale dello Shetland (dove si trova Copenaghen) regione importante sia in termini di impieghi che di popolazione. D'altra parte, la capitale danese è riconosciuta metropoli leader per l'intera area scandinava: diverse manifestazioni fieristiche vi hanno annualmente luogo e vedono moltissimi partecipanti svedesi e norvegesi sia come espositori che come visitatori.

Come illustrato in precedenza, la **crisi economica** che ha colpito anche la Danimarca aveva **penalizzato** fortemente anche **le nostre esportazioni, diminuite del 31% nel 2009** (anno in cui siamo stati scavalcati come fornitori da Francia, Belgio e Stati Uniti). Lo scorso anno uscendo sia pure lentamente dalla crisi sia la Danimarca che l'Italia, le nostre esportazioni già diminuite in forma lieve nel primo semestre (-2,2%) sono decisamente aumentate +7,3% consentendo di recuperare diverse posizioni nella classifica dei principali Paesi esteri fornitori dove occupiamo attualmente l'8 posto dopo aver scavalcato Francia e Stati Uniti.

Il **Made in Italy**, quindi dopo un biennio di difesa delle posizioni sta crescendo nuovamente nel Paese grazie al radicamento di numerose imprese sia dei beni di consumo (alimentare, moda e arredocasa) che dei beni strumentali (meccanica, elettronica, imballaggi, macchinari).

Per i beni di consumo, da anni ormai **diversi nomi significativi del Made in Italy hanno aperto sulla piazza di Copenaghen propri negozi, flagship stores e, spesso, uffici per il coordinamento dell'azione commerciale per l'intera area scandinava o negozi di società locali che operano in franchising o comunque con focus prioritario sul Made in Italy**: Abet Laminati, Alessi, Artemide, Flos, Giorgetti, Ceramiche Ricchetti, I Guzzini, Luceplan, Kartell, Molteni, Natuzzi e Targetti per l'arredo casa; Benetton, Bottega Veneta, Corneliani, Diesel, Dolce e Gabbana, Geox, Gucci, Max Mara, Miss Sixties, Replay e Zegna per la moda; Barilla, Del Verde, De Cecco, Di Vella, Ferrero, Galbani, Gavazza, Segafredo (solo per citare alcuni nomi) per l'alimentare, etc.

Tutte le nostre imprese hanno resistito a questo ultimo periodo di crisi.

Qualcuna come Natuzzi e Max Mara hanno stretto la cinghia ridimensionando la loro presenza sul mercato (Natuzzi) o rivedendo precedenti strategie di gestione del mercato arretrando a Bruxelles (Natuzzi) e Düsseldorf (Max Mara) i propri uffici di coordinamento per l'area nordica prima a Copenaghen.

Altre invece stanno investendo sul mercato:

Emporio Armani ha aperto il suo primo flagship store di Copenaghen nella parte più elegante della principale via pedonale

Boffi, marchio storico della cucina italiana di design ha aperto un nuovo punto di vendita in collaborazione con il proprio agente locale nella via più elegante della città a pochi metri dal Palazzo reale.

Geox aprirà a breve il suo primo flagship store nel centro cittadino: lo ha preannunciato lo stesso Presidente Mairio Moretti Polegato in occasione di una recente Lectio Magistralis tenuta presso la Copenaghen Buisnee School.

Negli ultimi mesi Il **Made in Italy** continua ad essere largamente **diffuso in tutti i settori** del moderno lifestyle, alimentare, moda, arredo. In tutti questi campi il nostro Paese é sempre citato come modello di successo anche per prodotti non fabbricati in Italia. Proliferano gelaterie e ristoranti di gusto italiano anche se non sempre dai risultati pari alle aspettative. Diversi invece i ristoranti di proprietà e conduzione italiana, le pizzerie, i negozi di *delicatessen*, le gastronomie con ottimi prodotti italiani. La gran parte delle storie sono di successo. Si parte spesso come camerieri o cuochi e facilmente si aprono uno dopo l'altro diversi locali grazie anche ai forti profitti che l'attività della ristorazione consente nel Paese. Nell'area di Copenaghen sono ora almeno tre i supermercati che vendono esclusivamente prodotti alimentari italiani con nuovo personale espressamente venuto dall'Italia, in grado di proporre vere e proprie eccellenze nel campo della gastronomia (pizze, calzoni rigorosamente cotti con forno a legna) e del dessert (sfogliatelle ed altre tipiche pastarelle regionali, gelati).

Recentemente ha aperto in una delle vie pedonali più affollate di passanti e turisti un fast food (Piada & CO) che offre piadine preparate con gli ingredienti originali da un team di cuochi italiani.

Meno appariscente per i non addetti ai lavori, ma non meno significativa, la presenza di alcuni dei grandi protagonisti dei mercati internazionali nei beni strumentali come Cementir, Enichem, AnsaldoBreda/Finmeccanica, Fiat, Iveco, New Holland, Olivetti Tecnost.

Particolarmente significativa la presenza del gruppo Finmeccanica che, dopo aver realizzato (Ansaldo STF) due linee di metropolitana completamente automatizzate, di cui una per l'aeroporto, ha vinto (sempre con Ansaldo STF) due importantissime gare

- ❑ la gara per il proseguimento della gestione dell'attuale metropolitana – la migliore al mondo secondo l'ultima classifica stilata a Londra da parte degli addetti ai lavori
- ❑ la gara per l'ampliamento della metropolitana cittadina secondo un percorso circolare dove fornirà tutte le infrastrutture tecniche ed il materiale rotabile e la gestione anche per detto nuovo tratto di metropolitana.

Meno fortunata Ansaldo Breda, come sopra ampiamente illustrato, per la consegna dei pur topo noti ai media locali treni IC4 per i quali la consegna sta avvenendo con fortissimi ritardi e con contestazioni da parte delle Ferrovie locali di diversi difetti tecnici tali da valutare la possibilità di recedere dal contratto.

Completa il successo del made in Italy la nota società di costruzione Salini che ha vinto

la gara per i lavori di scavo per detta nuova linea della metropolitana.

Altre aziende forse meno conosciute al grande pubblico, ma *leaders* nei rispettivi comparti, sono presenti con proprie filiali come Brevini e Motovario (organi di trasmissione e cambi), Robuschi (pompe), Metal work (macchine lavorazione metallo), Giben International (macchine lavorazione legno) Carlo Gavazzi impianti (elettronica industriale), STF (prodotti e servizi per impianti produzione energia), Molteni (tessili per autoveicoli), Pellicani (imballaggi, tappi e chiusure per imbottigliamento lattine e latta) e Fratelli Pettinaroli (climatizzazione).

La Danimarca, quindi, nonostante la lenta ripresa economica dopo la crisi, continua a rappresentare un mercato particolarmente appetibile, considerando i seguenti fattori:

per i beni di consumo:

- **una distribuzione “diffusa” della ricchezza** e quindi, un reddito medio pro-capite tra i più alti dell’UE, grazie anche al forte sviluppo del settore terziario che impiega il 73% dell’occupazione totale e contribuisce al 64,7% del PIL;
- **la forte sensibilità nei confronti del vivere bene** in tutti i suoi aspetti (food, fashion ed arredo) con relativa alta propensione al consumo

per i beni strumentali:

- **una realtà industriale nel complesso non lontana dalla nostra**, con cui si può facilmente *dialogare*, basata essenzialmente su pochi grandi gruppi industriali - Møller-Mærsk e J.Lauritzen (trasporti e logistica), Novo Nordisk (farmaceutica), Vestas (energia eolica), Arla Foods (latticini), Danish Crown (lavorazione carne), Carlsberg/Tuborg (birra e altre bevande), Lego (giocattoli) e Grundfos (pompe) ed un gran numero di PMI, che mediamente impiegano 10 dipendenti e risultano dotate di una forte *vocazione* manifatturiera;
- **un sistema produttivo altamente specializzato con nicchie di eccellenza** nell’elettronica di consumo (Bang & Olufsen), design ed illuminazione (Le Klint e Louis Poulsen) e nell’alta tecnologia applicata alle biotecnologie (Danisco), alla farmaceutica (Novo Nordisk), biomedicale (Oticon), all’energia eolica (Vestas), al riscaldamento, condizionamento aria e tecnologie ambientali (Danfoss);
- **una tradizionale forte domanda di beni e servizi da parte dello Stato** (circa il 25,0%) destinata nel breve a ridursi secondo i piani governativi improntati ad una forte riduzione della spesa pubblica per rimpinguare le attuali magre casse finanziarie dello Stato. Occorre

peraltro ricordare i tanti progetti pubblici per importanti opere infrastrutturali in corso

(menzionato nuovo tratto della metropolitana od in programma (nuovo collegamento con la Germania via tunnel già menzionato)

•

Inoltre, per quanto riguarda il **Sistema Paese**, la Danimarca presenta:

- **un’economia ancora sostanzialmente sana**, nonostante la crisi mondiale, che sta lentamente riprendendo la sua *corsa* dietro le *locomotive*, tradizionali (attualmente più Germania e Svezia che Stati Uniti) e nuove (soprattutto Cina

ed India);

- **una completa autosufficienza nell'approvvigionamento energetico**, almeno fino al 2025, grazie ai giacimenti di petrolio e gas nel Mare del Nord ed in Groenlandia (scoperti recentemente) ed alla crescente ricerca ed utilizzo di energie rinnovabili eolica, solare, bio-masse, geotermica, onde marine;
- **una solidità della moneta**, la Corona danese, che in base all'Accordo Speciale EMR2 risulta legata saldamente all'Euro e può subire oscillazioni in più o in meno del 2,25% in rapporto al cambio medio concordato di 7,46 Corone danesi per 1 Euro. A tale proposito, la crisi globale nonché considerazioni elettorali, nell'ottica delle consultazioni politiche che si terranno entro il novembre del 2011, hanno suggerito al Governo in carica di rinviare per ora ogni valutazione in merito al possibile ingresso della Danimarca nell'area dell'Euro.
- **una struttura particolarmente aperta verso l'estero** nei due sensi (import/export) sia con i Paesi vicini che con i grandi protagonisti del commercio mondiale come Nordamerica e Cina. Detta struttura ha penalizzato fortemente il piccolo Paese scandinavo in un periodo di crisi; è destinata ad avvantaggiarlo al momento della ripresa mondiale.

La Danimarca è quindi certamente un mercato di sicuro interesse per diverse tipologie di imprese italiane, tra le quali:

1. produttrici di vini e di prodotti agroalimentari di qualità, espressione dell'apprezzata cucina mediterranea e biologici, per la crescente affezione della classe media urbana (circa il 90% della popolazione) verso stili di consumo salutistici e gusti alimentari cosmopoliti;

2. produttrici di beni di consumo con marchio affermato, come ben testimoniano le tante aziende di successo che utilizzano il mercato danese per:

-**testare la ricettività** della clientela nordeuropea ricca, esigente e sofisticata, alle proposte di nuovi prodotti;

-**coordinare la rete di vendita nei Paesi scandinavi e baltici.**

In particolare sono di estremo interesse per questo mercato i prodotti del:

•**Sistema moda** (soprattutto calzature, accessori e pelletteria, confezioni, tessili - l'industria danese spesso *delocalizza* le prime fasi di lavorazione -, gioielleria, bigiotteria);

•**Sistema arredo** (mobili ed articoli da illuminazione, forte sensibilità verso il design, l'arredo e la decorazione specie della tavola, piastrelle di ceramica sempre più apprezzate, ecc.);

•**Tempo libero** (Imbarcazioni da diporto, accessori e subfornitura);

3. produttrici di macchinari e beni strumentali in quanto, accanto ai grandi gruppi industriali in Danimarca, sono attive un numero consistente di **PMI con una forte vocazione manifatturiera "di nicchia", potenzialmente in grado di integrarsi in maniera positiva con le nostre PMI;**

4. attive nell'innovazione tecnologica nei diversi comparti in cui la Danimarca possiede:

•una **leadership** consolidata, in alcune tecnologie di **conservazione alimentare, generazione di energia dal vento e da biomasse, farmaceutica**, etc.;

•una **leadership** nei settori delle **tecnologie ambientali, biotecnologie, nanotecnologie e nuovi materiali**, etc., per lo sviluppo delle quali sono tuttora disponibili fondi pubblici per il finanziamento di programmi di R&S ed Innovazione "non competitivi" ed altri incentivi pubblici resi disponibili attraverso l'introduzione di tasse per la protezione dell'ambiente.

Per tutti i precitati prodotti il mercato danese, visto anche in un'ottica allargata all'intera area scandinava e spesso anche baltica, offre ottime potenzialità per le nostre aziende più qualificate.

Occorre peraltro far presente che l'alto livello qualitativo raggiunto un po' in tutti i settori comporta una fortissima **concorrenzialità** del mercato, nel quale solo le aziende italiane più *agguerrite* nell'approccio e più professionali nei comportamenti avranno maggiori possibilità di successo. Visitando i vari punti vendita, sia della grande distribuzione che delle boutiques, si ha la conferma di una capillare presenza dei nostri prodotti, soprattutto nella enogastronomia, ma anche nella moda (soprattutto marchi famosi) e nell'abitare (soprattutto illuminazione, complementi di arredo e decorazione).

Ai fini del consolidamento delle posizioni da parte delle aziende già presenti, e dell'inserimento di nuove valide imprese, **sono quindi essenziali politiche di marketing attente** e volte a presentare prodotti sempre ricchi di novità, qualità ed a prezzo competitivo, oltre che con un livello di servizio post-vendita adeguato. Lo stesso discorso si applica ai beni strumentali, per i quali **viene inoltre richiesto il rispetto assoluto di standard qualitativi e specifiche tecniche**.

Sono ancora troppe, invece, le aziende che affrontano il mercato danese senza la dovuta preparazione e senza appropriate strategie.

A questo proposito, si segnala che l'Ufficio commerciale dell'Ambasciata, in collaborazione con l'Ufficio ICE di Copenaghen, ha realizzato **una guida pratica per gli operatori** e gli imprenditori italiani che intendono avviare o rafforzare le loro attività in questo mercato, disponibile on-line e già distribuita nel formato cartaceo alle imprese italiane presenti alle manifestazioni fieristiche

Analogo strumento é stato realizzato dall'ufficio Commerciale dell'Ambasciata con la collaborazione del locale ufficio ICE a favore delle imprese danesi interessate ad investire in Italia.

L'Ufficio ICE e l'Ufficio Economico dell'Ambasciata sono sempre più impegnati nell'assistere adeguatamente le aziende italiane nel loro primo approccio al mercato, incoraggiandole ad adottare politiche commerciali basate su specifici sondaggi "prodotto" presso la distribuzione locale. Particolare attenzione riveste inoltre l'azione di sensibilizzazione affinché le aziende assicurino un'adeguata continuità nel tempo dell'intervento sul mercato, scoraggiando interventi occasionali.

c)Valutazione degli investimenti diretti da e verso l'Italia, individuazione delle aree di intervento

La gravissima crisi che ha colpito entrambi i Paesi non ha inciso sugli **investimenti italiani in Danimarca aumentati fortemente sia nel 2008 che, in maggior misura, nel 2009**: + 23,7 % in termini di investimenti complessivi (600 milioni di Euro) e + 33,3 % in termini di flussi (circa 161 milioni di Euro) lo scorso anno. Detti flussi dovrebbero probabilmente rallentare secondo gli ultimi dati relativi ai primi 6 mesi 2010 che attestano un calo del 39.7% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Gli investimenti più rilevanti continuano ad essere quelli di **Snamprogetti** (che possiede il 50% del capitale della Società "Haldor Tøpsoe", specializzata nella produzione e ricerca di catalizzatori), **Cementir** (che ha acquisito nell'agosto 2004 il 100% del capitale di Aalborg Portland e Unicom, società di produzione rispettivamente di cemento e calcestruzzi del gruppo danese FLS Industries A/S) e **Ansaldo STF** che,

tramite una controllata, gestisce la rete metropolitana di Copenaghen, dopo averla progettata e realizzata. Di rilievo altresì l'acquisto avvenuto nel 2002 della BWE, Burmeister & Wain Energy A/S storico nome danese per il mercato delle caldaie specializzata in Ultra Super Critical caldaie per centrali elettriche, industrie ed inceneritori. L'acquirente è la **STF di Magenta**, azienda leader nella progettazione, fornitura e montaggio di componenti ad alto livello tecnologico, apparecchiature ed unità complete per impianti industriali e centrali termoelettriche convenzionali, inceneritori idroelettriche e nucleari.

Gran parte degli investimenti italiani nel Paese ha tuttavia interessato la distribuzione e commercializzazione con proprie strutture dei prodotti in Danimarca e spesso per l'intera area scandinava e baltica. È il caso della **FIAT Auto**, che da Copenaghen gestisce 30 distributori in dette aree ed attualmente è particolarmente impegnata nella riorganizzazione della sua rete in Svezia. Lo stesso dicasi per la **New Holland Agriculture** (Gruppo FIAT) per l'intera area nordica e baltica.

Di rilievo risultano gli investimenti nel comparto dell'arredo in tutte le fasce. **Targetti**, attraverso l'acquisizione nel 2007 di uno dei marchi storici del design danese, Louis Poulsen, sta cercando di inserirsi con maggior efficacia nei diversi segmenti del mercato per le proprie produzioni, illuminazione per esterni, contract, etc. Dettati da esigenze di rilancio di immagine sono stati la ristrutturazione e potenziamento degli spazi espositivi e relativi uffici di altri due grandi marchi dell'illuminazione, **Luceplan ed iGuzzini** (il cui nuovo showroom di Copenaghen è stato recentemente inaugurato dal Vice presidente Paolo Guzzini).

L'elenco completo della presenza imprenditoriale italiana in Danimarca è consultabile sulla pagina "**Presenza italiana in Danimarca**" del sito Danimarca dell'ICE, www.ice.it.

Investimenti diretti danesi verso l'Italia

Nonostante la crisi economica, **gli imprenditori danesi hanno continuato ad investire nel nostro Paese** nel 2008 e 2009, superando molte delle tradizionali difficoltà incontrate dalle aziende estere nell'approccio con il nostro Paese (carenza di infrastrutture e logistica, forti apparati burocratici con necessità di autorizzazioni territoriali ai diversi livelli, ecc.). Detti flussi sono continuati anche nel I semestre 2010, pur se a livelli inferiori secondo i dati di giugno.

Finora la presenza danese in Italia è distribuita nei seguenti comparti:

- **logistica:** la più grande società di trasporto container al mondo, la **Mærsk Møller**, ha scelto il Porto di Gioia Tauro, come la principale base di smistamento nel Mediterraneo per le sue porta-container;
- **giocattoli e tempo libero:** **Lego Co. S.p.A. Bang & Olufsen Italia S.p.A.;**
- **food e bevande:** **Ceres S.p.A., Danisco Italy S.p.A.;**
- **prodotti per le costruzioni (infissi):** **Velux Italia;**
- **farmaceutica:** **Novo Nordisk**, leader mondiale nel campo della lotta contro il diabete;
- **energia ed alta tecnologia:** **Vestas** confermatosi anche nel 2009 leader mondiale nella produzione di parchi eolici. La Danimarca è al primo posto nel mondo nel campo dell'energia eolica ed è particolarmente attiva anche in Italia, soprattutto nel Sud (con propri Uffici a Taranto) dove sono previsti nuovi impianti "*on-shore*", soprattutto in aree insulari italiane. Altra azienda molto attiva è la **Greentech Energy System**, che dal 2002 opera in Italia, sviluppando, costruendo e gestendo impianti eolici in Sardegna (insieme alla

francese EDF Energies Nouvelles) ed in Sicilia, con nuovi progetti per ben 234 impianti anche nelle altre regioni dell'Italia meridionale.

d) Valutazione delle potenzialità di cooperazione commerciale ed industriale nei settori ad alto contenuto tecnologico.

La Danimarca possiede **aree di eccellenza internazionalmente riconosciute nei comparti dell'alta tecnologia meccanica, delle biotecnologie, della generazione di energia da fonti rinnovabili, delle tecnologie per l'ambiente, delle nanotecnologie, dei nuovi materiali, dell'ICT**. Grazie ai programmi di ricerca attivati con ingenti finanziamenti pubblici a partire dagli anni '80, la Danimarca, al pari della vicina Svezia, è stata ed è tuttora tra le prime nazioni a contribuire allo sviluppo delle energie rinnovabili (anche per la scelta di rinunciare all'energia nucleare – diversamente dal grande vicino scandinavo) e delle biotecnologie. All'attuale successo ha fattivamente contribuito la sinergia che questo Paese ha saputo sviluppare tra il settore pubblico e quello privato nella condivisione delle informazioni e dei risultati ottenuti dalla ricerca, determinando:

- la nascita di un elevato numero di aziende nei settori delle energie rinnovabili, farmaceutico e biotecnologico;
- l'attrazione di ingenti capitali di rischio privati per finanziare ulteriormente la ricerca nelle energie rinnovabili e bioscienze.

Ciò ha contribuito non solo alla sua crescita economica ma, anche, allo sviluppo di specifiche aree di eccellenza e vantaggi competitivi nel comparto della salute umana, dell'ambiente e delle tecnologie avanzate. Considerate la complessità interna a tali comparti e la necessità - per l'azione pubblica di promozione - di maturare nei predetti un'esperienza specifica in materia di accordi di cooperazione scientifica tra università/centri di ricerca, parchi scientifici, consorzi di ricerca, imprese, si rinnova l'auspicio di una pronta attivazione - in collaborazione e con il coinvolgimento attivo degli Addetti Scientifici delle nostre Ambasciate nei Paesi coinvolti - di progetti specifici pluriennali di promozione pubblica - anche a carattere regionale (Paesi Scandinavi) - nei comparti più rilevanti quali:

- generazione di energie da fonti rinnovabili
- tecnologie conservazione ambiente
- biotecnologie
- nuovi materiali e mecatronica

Come noto i Paesi nordici (Danimarca, Svezia e Finlandia) e, sempre più anche i Paesi Baltici, occupano posizioni di eccellenza internazionalmente riconosciuta in tutti i settori sopra citati.

Gran parte delle imprese danesi attive nel settore del biotech sono localizzate nella regione metropolitana di Copenaghen, che, insieme alla vicina regione di Malmö nella Svezia meridionale, è nota nel mondo come la **“Medicon Valley”**.

Un importante cluster per le imprese impegnate nella ricerca e produzione di energia eolica è localizzato a Aarhus. Altri *clusters* minori per i comparti delle energie rinnovabili e biotech sono emersi vicino agli altri più importanti centri del Paese tra cui Odense (isola di Fyn), ed Aalborg (che sta riconvertendo molte delle attività industriali più tradizionali, tra cui la cantieristica, in attività di ricerca e sviluppo).

La Conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici dello scorso Dicembre (COP 15), sebbene non abbia raggiunto l'obiettivo di pervenire ad un accordo specifico tra i Paesi membri per ridurre l'emissione di CO₂ nell'atmosfera – che subentrasse al precedente accordo di Kyoto – ha comunque contribuito ad attirare l'attenzione degli opinion maker e degli operatori sulle tecnologie verdi, che hanno avuto una grande vetrina nell'ambito dell'evento collaterale “Bright Green”, cui anche Ufficio ICE ed

Ambasciata hanno presenziato con uno stand informativo e con esposizione di prodotti e tecnologie italiani. Il recente evento “World Climate Solutions” di Copenaghen (29-30 settembre 2010) ha costituito un’ideale prosecuzione del “Bright Green”, sebbene il primo fosse destinato ad una platea più ridotta di visitatori ed operatori.

e) Suggerimenti per l’attivazione di strumenti di sostegno finanziario e assicurativo pubblico per SACE e SIMEST.

Trattandosi di un Paese membro dell’Unione Europea detto aspetto non ha rilievi significativi.

4.POLITICA PROMOZIONALE E PROPOSTE OPERATIVE DI INTERVENTO CONGIUNTO

a) Mappatura delle iniziative di sostegno all’internazionalizzazione del sistema produttivo che l’Ambasciata e l’ICE intendono realizzare nel corso del primo semestre del 2011.

Nel primo semestre sono previsti finora complessivamente 31 interventi di cui 23 a valere su fondi pubblici (programma promozionale ICE ordinario ed in Convenzione con organismi di promozione territoriali (Regioni) o di settore) e gli altri 8 a totale carico dei committenti privati (Camere di commercio ed altri organismi di promozione territoriali) senza alcuna spesa per l’ICE e in alcuni interventi con incassi (*corrispettivo ICE*) rientrando nel catalogo servizi ICE.

Gran parte degli interventi ha luogo in Italia

Sono previste in particolare missioni di buyers in Italia in occasione dei principali eventi fieristici od autonomi (worksops) del

- vino (Vinitaly Verona ed Anteprema rosso cesanese del Piglio)olio (Sol Verona) alimentare (Tuttofood Milano, Food Parma e workshop Pescara)
- moda (Altaroma Roma),
- libro (IBF International Book Forum Torino),
- oreficeria (Oroarezzo Arezzo),
- nautica (SeaTest Viareggio).

Ove possibile e giustificato dalle dimensioni della delegazione, il trade analyst accompagna i delegati sia per assistenza agli stessi ed ai produttori italiani, sia per approfondire le conoscenze

dell’offerta italiana da diffondere successivamente sul mercato, promuovere i servizi ICE e curare auspicabili azioni di follow up. Tra queste degne di nota una specifica azione di scouting nella provincia di Salerno volta ad individuare nuove aziende e prodotti per il mercato danese a seguito di un workshop che ha avuto luogo lo scorso ottobre a Copenaghen ed organizzazione di incontri con i buyers danesi in occasione di Vinitaly.

Più limitato ma non meno rilevante il programma di iniziative da realizzare in Danimarca nel semestre comprendente

- l'organizzazione di 3 padiglioni marchigiani alla principale manifestazione fieristica della moda in collaborazione con ICE Ancona e Regione Marche,
- azioni di comunicazione e supporto alle imprese (una ventina) partecipanti al padiglione italiana al principale evento del settore food & wine, Tema,
- azioni di consulenza organizzativa, collaborazione e comunicazione della terza edizione di Strada del Barolo, workshops e degustazioni produttori vini e prodotti tipici piemontesi,
- organizzazione di una cena di affari con relativa degustazione di prodotti tipici calabresi e visita delle strutture della grande e media distribuzione
- collaborazione all'organizzazione della tappa di Copenaghen di Italian Magic tour con particolare riferimento alla promozione della conferenza stampa di apertura e relativa visita guidata dell'impianto promozionale (grande autotreno con relativi tendoni e strutture auto-portanti) e cena degustazione di piatti tipici italiani preparati sul momento da chefs professionali. L'iniziativa è organizzata congiuntamente dalla Presidenza del Consiglio, Ministero delle politiche agricole ministero del Turismo e Buonitalia con l'obiettivo di promuovere in giro per l'Europa l'eccellenza della cucina e del turismo italiano.

Nel primo semestre 2011 è partito, finalmente, dopo una lunga ma necessaria fase di progettazione congiunta con le Regioni partecipanti e gli uffici della Sede e della Rete Italia, il Programma "I veri saperi e sapori delle Regioni italiane in Scandinavia". Dopo i necessari contatti preliminari con tutte le Regioni italiane, hanno aderito alla I edizione, 5 Regioni, tutte estremamente significative nel panorama della buona tavola italiana, Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia - Romagna e Toscana.

Programma ambizioso nella modalità di realizzazione e nei singoli interventi con cui si intende portare avanti una serie di iniziative coordinate in Italia e nei singoli Paesi scandinavi e nordici con la partecipazione di tutti i principali attori del comparto, produttori italiani ed interlocutori esteri, grande distribuzione, grossisti, dettaglianti, enoteche e sommeliers, scuole di alberghiere ristorazione, giornalisti e pubblico di appassionati.

Il programma prevede nel primo semestre

- **Cicli di educational tour per giornalisti** con visita dei primari distretti produttivi del settore eno-agroalimentare, degustazione prodotti e menus regionali.
- **Workshop con incontri B2B** con alcuni produttori selezionati di dette regioni in località particolarmente significative dei vari territori quali Firenze, Grinzane Cavour (Cuneo) Formigine (Modena) e Pacengo del Garda (Verona)
- **Corsi di formazione per chefs, sommeliers ed insegnanti di scuole alberghiere** dei Paesi scandinavi presso una delle principali scuole del comparto, ICIF International Culinary Institute for Foreigners di Asti.

Per quanto riguarda la mappatura sopra illustrata, si formulano le seguenti considerazioni:

- Diversamente dal precedente semestre prevalgono nel periodo le iniziative a stanziamento pubblico previste dalle varie Convenzioni ICE con altri soggetti di promozione territoriale e di categoria rispetto a quelle in regime di privatistica. Questo non vuole significare un minor interesse delle categorie italiane verso il mercato ma la necessità di contenere il numero di iniziative per limitare il rischio di duplicazioni e sovrapposizione specie in presenza di programma forti quali quelli del progetto interregionale Saperi e sapori
- Permane un certo assortimento dei settori merceologici che godono della nostra attività promozionale anche se il “food & wine” mantiene una certa prevalenza. Occorrerebbe quindi sviluppare più attività a favore di beni di consumo e dei prodotti tecnologici, obiettivo non facile data la lenta ripresa del mercato.
- La grande maggioranza delle iniziative è stata commissionata dalla Sede Centrale, pur se condivisa da ICE Copenaghen.
- Continua la difficoltà a far recepire le proposte promozionali formulate dal locale Ufficio ICE per limitatezza dei fondi ordinari e diverse strategie prioritarie dell’Istituto, ed in particolare una marcata difficoltà ad ottenere finanziamenti per iniziative sul *territorio* (partecipazione a fiere, workshop e missioni operatori italiani, ecc). Si tratta di una difficoltà peraltro comune a gran parte della rete estera ICE europea in quanto le risorse promozionali sempre più scarse vengono utilizzate per i momenti chiave (fiere, convention, expo, ecc.) e per i mercati in maggiore sviluppo, (BRIC, ecc).
- Sembra infine inutile rimarcare che il primo semestre dell’anno è solo apparentemente più libero per la realizzazione di iniziative promozionali non includendo invero il mese delle ferie dei Danesi (luglio) ma diverse feste con relativi ponti (Pasqua, Grande Preghiera, Ascensione, più le festività italiane (17 Marzo – solo quest’ anno - 25 aprile e 2 Giugno) più le chiusure periodiche delle scuole (2 settimane in occasione della Pasqua) e già dopo la prima quindicina di Giugno l’attenzione dei professionali verso l’attività promozionale con la chiusura estiva delle scuole e le prime ferie.

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

In Danimarca si è finalmente costituita (ad Århus, nel centro della penisola dello Juthland) una nuova società che aspira, una volta decollata e dopo il previsto periodo di osservazione da parte delle nostre autorità, ad operare come Camera di Commercio italiana all’Estero.

Vi è da dire che, nonostante il supporto finora fornito dove richiesto, detta società stenta ad suscitare il necessario interesse presso le categorie sia locali che italiane anche a seguito della perdurante recessione economica nei due Paesi che scoraggia molte nuove iniziative specie nella ricerca.

Le altre istituzioni pubbliche italiane operanti sul territorio collaborano attivamente.



ICE ed Ufficio economico gli uffici economico commerciali dell'Ambasciata per offrire tempestiva assistenza agli operatori economici dei due Paesi interessati ad avviare o consolidare la loro attività imprenditoriale in Danimarca ed Italia.

Pari collaborazione ha luogo anche con l'Ufficio di cultura e l'ENIT per l'individuazione di eventi congiunti che quest'anno ha avuto come focus le celebrazioni dei 150 anni di Unità d'Italia che ha visto un fitto programma di iniziative di carattere culturale recital di musica lirica alla NyGlyptotek presentazione dell'arte italiana, servizi e turismo visita della nave di Costa Crociere che fa scalo a Copenaghen per le crociere nei Paesi scandinavi delle nostre eccellenze in occasione della Festa della Repubblica con la partecipazione di significativi nomi

del design Artemide, Luceplan, della moda Replay Coccinelle e della ristorazione locale e del commercio dei nostri vini più qualificati vini.

Una sorta di mini Festival Italia in attesa di quello vero che si cercherà di proporre il prossimo una volta ricevuti necessari fondi quest'anno. Esempio di detta collaborazione è stata nel giugno del 2010 l'organizzazione di un Festival Italia in Danimarca, il primo mai realizzato nel Paese, che ha riscosso vivo successo di pubblico con circa trenta eventi realizzati, secondo un piano di interventi coordinato dall'Ambasciata, secondo le proprie competenze. Gli eventi di promozione del turismo sono stati realizzati dall'Ufficio dell'ENIT di Stoccolma che ha anche lanciato un concorso a premi con soggiorni in Italia oltre a curare la distribuzione di apposito materiale promozionale divulgativo in occasione di tutti gli eventi del Programma. Considerato anche il vivo interesse suscitato anche presso le imprese private italiane partecipanti (filiali, ristoranti, showrooms) ed anche locali (Musei, ecc) l'iniziativa è già stata riproposta per il prossimo anno.

c) Progetti delle rappresentanze diplomatico-consolari e degli uffici ICE per iniziative promozionali nel corso del 2011.

Si ribadiscono le considerazioni già espresse in occasione dei precedenti rapporti circa la necessità, considerate le sempre più scarse risorse disponibili per gli organismi di promozione

statali ed il concomitante marcato decentramento della promozione a livello regionale e territoriale, di un coordinamento degli interventi delle Autonomie locali, e dell'adozione di strategie appropriate volte ad utilizzare al meglio dette risorse, evitando duplicazioni e sovrapposizioni.

Considerando anche la lenta ripresa del mercato dopo la crisi globale che l'ha colpito, occorrerà inoltre uno sforzo particolare per individuare i comparti per i quali più immediati sono i sintomi di recupero, mettendo in atto progetti complessi composti da azioni alternate sul territorio danese con workshop settoriali e visite dei potenziali clienti a impianti produttivi e partecipazioni alle principali manifestazioni fieristiche specializzate in Italia.

Tenuto conto che **la Danimarca è un mercato sostanzialmente maturo**, dove i nostri principali marchi dei diversi comparti di successo sono già presenti da tempo, obiettivo dell'azione dovrà essere anche quello di inserire nuovi prodotti di qualità apprezzabile fabbricati da aziende adeguatamente organizzate. Facendo leva anche sulle qualità del territorio dove nascono, spesso come espressione di veri e propri distretti produttivi

ed unendo, se utile e possibile, più comparti per ottenere un maggior impatto sul mercato.

Proseguirà quindi l'azione di sensibilizzazione nei confronti delle Regioni e degli altri enti di promozione territoriale per il varo di una serie di eventi regionali, anche solo in regime di privatistica senza intervento finanziario statale, comprensivi di differenti azioni quali:

- **Workshops** preceduti da brevi presentazioni seminariali del territorio di provenienza dei prodotti (vino e prodotti alimentari, accessori per abbigliamento, artigianato e complementi di arredo, cosmetici e bigiotteria, ecc.);
- **Degustazioni** di prodotti alimentari tipici e wine testings;
- **Missioni in Danimarca** con visite di potenziali nuovi clienti da parte di delegazioni di imprese, in particolare per il comparto della subfornitura;
- **Corsi sui piatti tipici regionali** e corretto abbinamento con i vini per cuochi e sommeliers presso scuole alberghiere.

Dai riscontri avuti è emerso interesse per dette tipologie di intervento, soprattutto da alcune aree del Centro Sud e del comparto eno-agroalimentare.

Si opererà per un adeguato e qualificante coinvolgimento dell'Istituto italiano di cultura per eventuali mostre od altri eventi espressione dei territori interessati, e dell'ENIT, per il coinvolgimento degli organismi territoriali di promozione del turismo e le attrezzature alberghiere. I progetti potranno anche prevedere successivi "educational tours" nelle Regioni di volta in volta coinvolte, per una visione d'insieme dei distretti e per l'opportuno follow up commerciale, tanto più necessario per i prodotti agro-alimentari, per i quali il *territorio* acquista valenze di marketing sempre più determinanti ai fini del successo finale.

Si cercherà di replicare detto pacchetto di iniziative negli altri Paesi dell'area scandinava.

Considerando infatti le limitate dimensioni dei mercati del Nord Europa, ed una forte affinità nei consumatori e nella politica industriale di detti Paesi, andrebbero favorite strategie che

prevedano un'**interazione** fra detti mercati e la **replicabilità** nei diversi Paesi di iniziative di particolare successo. Ciò anche per venire incontro alle richieste che pervengono dalle stesse imprese italiane, che considerano i Paesi scandinavi ed, in qualche caso anche quelli baltici, un'unica potenziale vasta area di intervento. Tours itineranti sono stati realizzati anche recentemente nel comparto agro-alimentare (Borsa dei vini con una serie di workshops nelle 3 capitali scandinave in un'unica settimana con forte attenzione alla comunicazione via INTERNET con apposito unico sito e newsletters coordinate per i 3 mercati ed, inoltre, un altro workshop a favore dei vini di Sicilia itinerante anche in Belgio e Germania).

Per quanto riguarda in particolare i singoli macrocomparti, vengono proposti interventi specifici nei diversi tavoli promozionali pubblici e privati, ed in particolare:

per i vini e prodotti agro-alimentari, considerando il crescente interesse per la cucina mediterranea:

- la promozione delle specialità eno-gastronomiche regionali attraverso la formula consolidata dei seminari di presentazione e workshops degustazione, accompagnati da idonee **iniziative educative** volte a:
 - **educare** ai gusti e ai sapori delle specialità italiane **i cuochi e sommelier danesi** impegnati in corsi di aggiornamento presso qualificate scuole alberghiere del Paese sia a Copenaghen, sia sempre di più spesso nella ricca provincia danese;

➤ **radicare** presso detti studenti, i loro docenti e giornalisti specializzati l'imprescindibile **legame cibo/territorio** attraverso specifici **study tours**, successivi ai corsi, utili anche per consolidare la collaborazione tra scuole alberghiere dei diversi Paesi e per la realizzazione congiunta di programmi comunitari di formazione;

• **la realizzazione di iniziative di animazione presso i circuiti della GDO** frequentati dai dettaglianti e dai buyers della ristorazione ed hôtellerie (HORECA), e la sponsorizzazione di progetti di promozione dei prodotti italiani autonomamente sviluppati dagli importatori / distributori locali presso i loro clienti quale immediato "follow up";

• **lo sviluppo di idonee campagne di comunicazione** dirette a conquistare i consumatori più ricchi ed attenti al benessere fisico ed al buongusto attraverso la collaborazione delle principali riviste sul gusto e il territorio.

la puntuale organizzazione di delegazioni dei più significativi buyers e giornalisti ai principali momenti in Italia di promozione del comparto a livello territoriale, siano esse manifestazioni fieristiche o workshop. Particolare attenzione sarà posta ad una opportuna alternanza dei partecipanti alle missioni, al fine di allargare il più possibile l'ambito della promozione ed effettuare un controllo sistematico dei risultati delle stesse.

Momento centrale della presenza italiana sul mercato sarà costituito dalla fiera biennale **Tema**, che avrà luogo dal 27 Febbraio al 2 Marzo al Bella Center di Copenaghen. In tale occasione l'ICE Copenaghen organizzerà un ufficio informazioni ed assistenza quale punto di riferimento della partecipazione italiana, in uno spazio fornito gratuitamente dagli organizzatori nell'ambito di una ormai pluriennale collaborazione.

Durante l'intero anno avranno inoltre luogo le varie iniziative a favore del food & wine italiano previste nell'ambizioso progetto interregionale sopra descritto "I veri saperi e sapori delle regioni italiane in Scandinavia", con cui si intendono sensibilizzare gli addetti ai lavori (giornalisti ed opinion leaders, ristoratori, buyers ed anche pubblico di appassionati) verso i veri

sapori della cucina italiana ed un corretto abbinamento con i vini contro le tante contaminazioni e sofisticazioni esistenti. Sono previste visite presso le Regioni partecipanti al Progetto (Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna e Toscana) workshops, visita di impianti produttivi rappresentativi, appositi corsi sia in Italia, presso un'unica scuola selezionata, che in Danimarca presso strutture della grande distribuzione e del circuito HORECA.

2) **Per i beni di consumo** altro momento centrale sarà rappresentato dal padiglione delle aziende marchigiane del comparto abbigliamento ed accessori (una ventina complessivamente) all'edizione invernale di CIFF (3-6 Febbraio), la massima rassegna del comparto per l'area scandinava, organizzata nell'ambito della Convenzione con la Regione Marche. Inoltre l'Ufficio ICE allestirà un nuovo ufficio informazioni ed assistenza all'edizione estiva della Rassegna (4-7 Agosto 2011).

3) **Per i beni strumentali**, i diversi mondi della subfornitura a crescente livello di sofisticazione tecnologica, dalla componentistica per la nautica, alla meccanica ed elettronica, alle tecnologie ambientali per uno sviluppo sostenibile, alle biotecnologie, la ripresa delle fila dei rapporti avviati prima dell'attuale crisi economica, da cui il mercato danese si sta molto lentamente riprendendo: la strategia è quella di *preparare il terreno* in modo da essere pronti al momento della piena ripresa attraverso una reciproca conoscenza delle eccellenze che favorisca rapporti di collaborazione. A tale proposito sarà riproposto alle Regioni nell'ambito dei programmi interregionali, un grande progetto sull'area scandinava e baltica per la creazione di una piattaforma logistica sulle nuove tecnologie ad alta intensità di conoscenza, che vedrà coinvolti tutti



Ministero degli Affari Esteri

ITALIA

Istituto nazionale per il Commercio Estero

gli uffici ICE dell'Area. Tale progetto è finalizzato alla mappatura di tutte le potenzialità offerte in detti campi ed al varo di singoli progetti, alla collaborazione tra centri di ricerca, a accordi di collaborazione/trasferimento di know how tra agenzie di sviluppo e strutture finanziarie specializzate in start up di imprese ad alta intensità tecnologica, seminari/workshop e missioni nelle due direzioni.

Particolare attenzione sarà infine rivolta ai comparti tradizionalmente più forti del Paese quali le biotecnologie e, soprattutto, le energie rinnovabili e l'efficienza energetica. Si monitorerà attentamente l'organizzazione di una nuova manifestazione che sarà promossa dalla municipalità di Copenaghen e denominata Green Growth (onde eventualmente sollecitare la partecipazione delle imprese italiane) che costituirà per quest'anno il World Climate Solutions.

Si avrà cura di tenere costantemente informati il Ministero degli Esteri e quello dello Sviluppo Economico sullo stato di avanzamento delle varie iniziative. Anche le Regioni e gli enti locali interessati riceveranno opportune comunicazioni in merito ai risultati delle strategie di coordinamento tra i soggetti che operano nel campo dell'internazionalizzazione del Sistema Italia in Danimarca. Le proposte di eventi regionali sopra illustrate dovranno rappresentare uno stimolo ad una maggiore presenza regionale sul mercato danese. Si avrà cura di sviluppare tramite la Rete Italia dell'ICE un'azione di costante monitoraggio nei confronti dell'attività promozionale regionale e degli altri enti locali. Particolarmente utile, ai fini di una maggiore sinergia e impegno delle Regioni in Danimarca e in tutta l'area scandinava, sarà l'accresciuta collaborazione MAE - Regioni, grazie anche all'Intesa Governo-Regioni sull'attività internazionale ed al "Tavolo permanente" da essa previsto.