

TOSCANA-RUSSIA: IMPRESE ITALIANE A CACCIA DI NUOVI MERCATI

REGIONE APRE SEDE RAPPRESENTANZA A 200 METRI DA CREMLINO

(ANSA) - MOSCA, 28 OTT - (dall'inviato Domenico Mugnaini)

- C'è spazio anche per le industrie italiane in un'economia come quella russa che, nel 2004, ha fatto segnare una crescita del Pil del 7,1%. E' questo uno dei dati che ha spinto la Regione Toscana ad aprire a Mosca, a 200 metri dal Cremlino, una nuova sede di rappresentanza che domani sarà inaugurata dal presidente Claudio Martini.

Un'iniziativa anticipata oggi da un incontro, organizzato da Toscana Promozione, tra alcune imprese toscane e il mercato russo. La parola d'ordine deve essere qualità visto che, come ha spiegato Salvatore Bellomo di Inside Partners, "nel settore dell'arredamento e del complemento dell'arredo, il segmento dei prodotti di fascia bassa è caratterizzato da una crescente competitività da parte dei produttori locali". In sostanza gli imprenditori italiani devono muoversi su mercati di fascia alta, "spostando i propri interessi fuori Mosca, dove il mercato è saturo". Secondo le previsioni di alcuni esperti, nel 2005 i consumi nel settore arredamento in Russia supereranno i tre miliardi di dollari nel 2005, con una spesa procapite di 22 dollari, e una crescita dell'arredamento per ufficio del 14%.

I dati emergono da uno dei tre studi sulle opportunità del mercato russo presentati oggi. Oltre a quello sull'arredamento ne sono stati predisposti altri due nel settore moda: il primo sull'abbigliamento e il secondo sulle calzature. Per l'abbigliamento, secondo l'agenzia "Export Ra", il mercato russo vale circa 25 miliardi di dollari e il tasso di crescita previsto fino al 2009 è del 20-30%. Stesso discorso anche per il mercato delle calzature dove, nel 2004, il volume totale è stato compreso tra 210 e 280 milioni di paia. Per il 2005 si stima che la crescita possa attestarsi intorno al 4-5%.

All'incontro di stamani il direttore di Toscana Promozione, Roberto Pucci, ha ricordato che l'agenzia presenterà, nei prossimi mesi, altri tre studi: uno sul turismo, uno sull'oreficeria e uno sul vino e i generi alimentari. L'intento è proprio quello di coprire tutti i settori più importanti per la Toscana offrendo alle imprese della regione una nuova possibilità per uscire dalla crisi economica attraverso un impegno diretto su mercati stranieri, e in quello russo in modo particolare. Per farlo, alle pmi toscane verrà offerta l'assistenza di Toscana Promozione, e della stessa Regione, la cui sede di rappresentanza è nello stesso palazzo della Banca Monte dei Paschi di Siena. (ANSA).

KVA

28-OTT-05 17:08 NNNN