

LA SITUAZIONE ECONOMICA ATTUALE IN GERMANIA

Bologna, 28 marzo 2012

1911/2011



Cento Anni
della Camera di Commercio
Italiana per la Germania

100 Jahre
Italienische Handelskammer
für Deutschland



CAMERA DI COMMERCIO
ITALIANA PER LA GERMANIA
ITALIENISCHE HANDELSKAMMER
FÜR DEUTSCHLAND
Fondata nel 1911 *gegründet*

La Germania



357.111 km²

Centro Europa

**Paese più grande per
numero di abitanti in
Europa**

82.002.356 abitanti

**16,4% popolazione
europea**





**231.000 km di
autostrade**

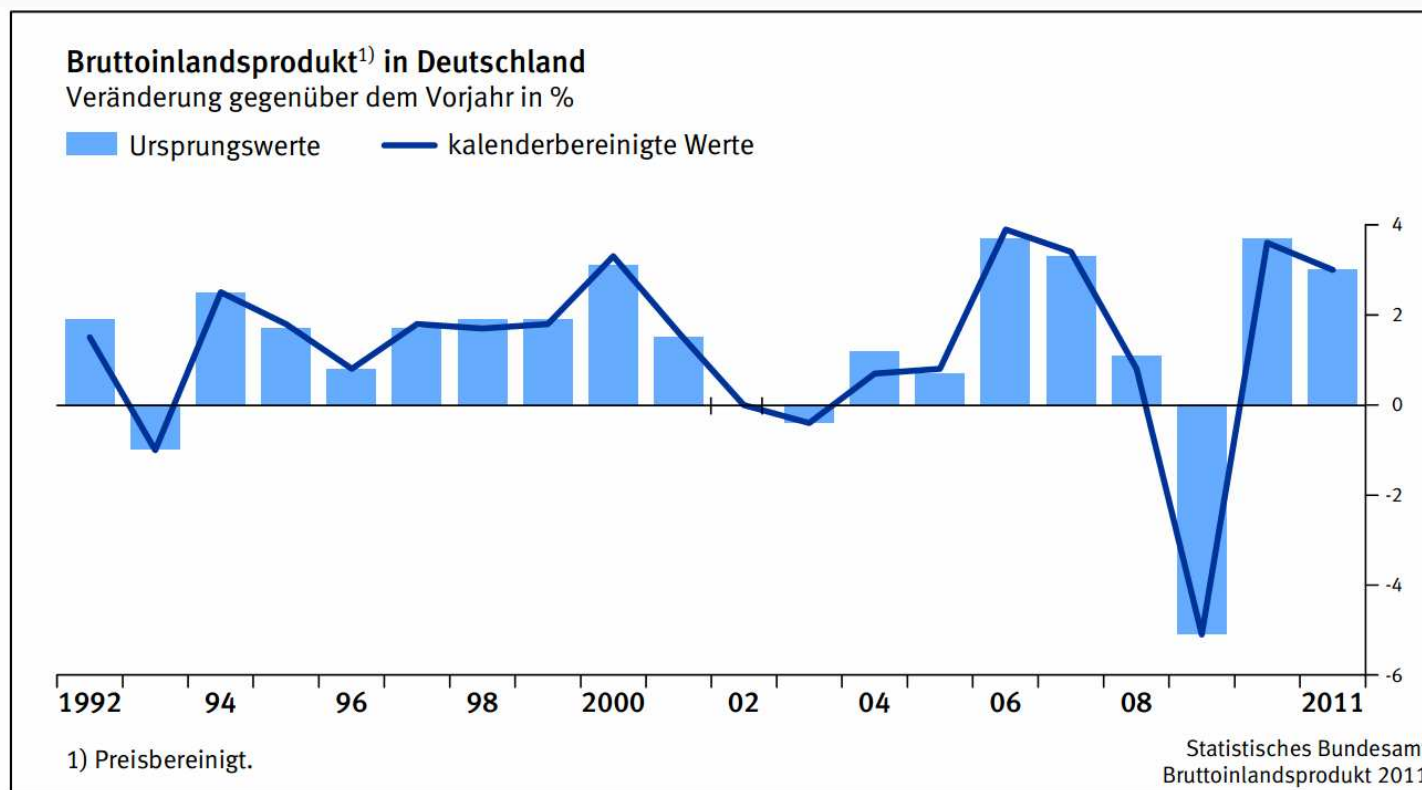
43.000 km di ferrovie

**7.500 km di canali
navigabili**

5 aeroporti principali

GERMANIA: ANDAMENTO PIL

PIL GERMANIA – 2010 = +3,7% - 2011 = +3,0%



Fonte: DESTATIS

© Camera di Commercio Italiana per la Germania

1911/2011



Cento Anni
della Camera di Commercio
Italiana per la Germania

100 Jahre
Italienische Handelskammer
für Deutschland

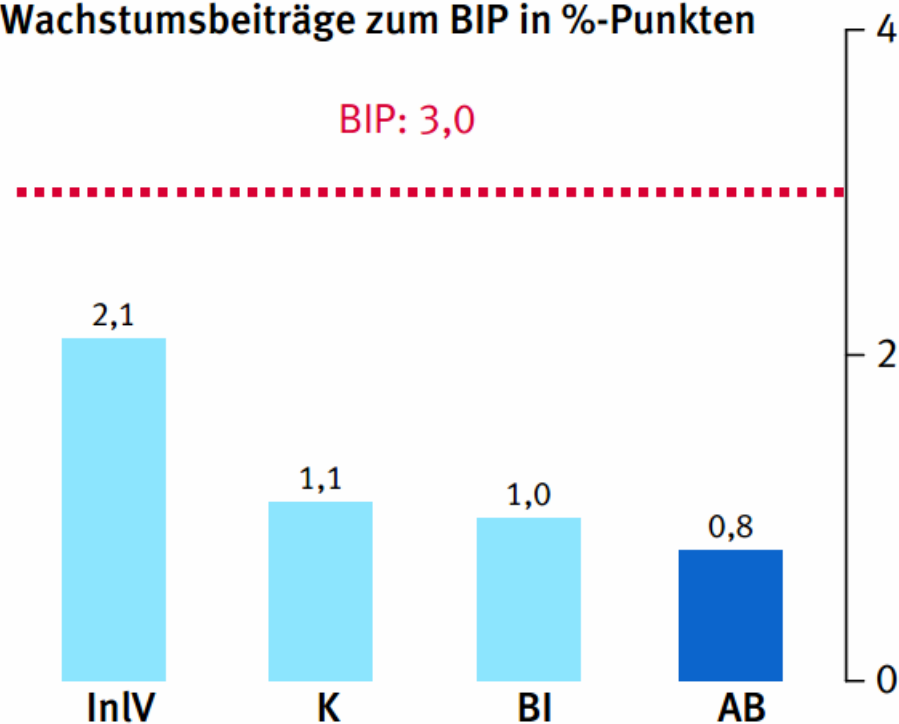
GERMANIA: PREVISIONI 2012

Governo Federale Tedesco	Gennaio 2012	+0,7%	+1,6%
Commissione Europea	Novembre 2011	+0,8%	+1,5%
Fondo Monetario Internazionale	Gennaio 2012	+0,3%	+1,5%
OECD	Novembre 2011	+0,6%	+1,9%
Banca Federale Tedesca	Dicembre 2011	+0,6%	+1,8%
Analisi dei principali istituti di ricerca economica	Ottobre 2011	+0,8%	
Istituto Tedesco per la Ricerca Economica - DIW	Gennaio 2012	+0,6%	+2,2%
ifo - Istituto di Ricerca Ec. dell'Università di Monaco	Dicembre 2011	+0,4%	
Istituto per l'Economia Mondiale - IfW Kiel	Dicembre 2011	+0,5%	+1,7%
Istituto dell'Economia Tedesca di Colonia	Settembre 2011	+1,25%	
Istituto per l'Economia Mondiale di Amburgo	Dicembre 2011	+0,5%	
Istituto di Ricerca Economica di Halle - IWH	Dicembre 2011	+0,3%	+1,6%
Istituto per macroeconomia e ricerca congiunturale - IMK	Dicembre 2011	-0,1%	
Kiel Economics Research & Forecasting	Dicembre 2011	+1,2%	+1,4%
Istituto Economia mondiale del Nord R. Vestfalia - RWI	Dicembre 2011	+0,6%	
Consiglio Tedesco degli Esperti Economici	Novembre 2011	+0,9%	



GERMANIA: COMPOSIZIONE DEL PIL

Wachstumsbeiträge zum BIP in %-Punkten



InIV = utilizzo interno

K = consumi privati e statali

BI = investimenti in attrezzature e edilizia

AB = commercio con l'estero

Fonte: DESTATIS

© Camera di Commercio Italiana per la Germania

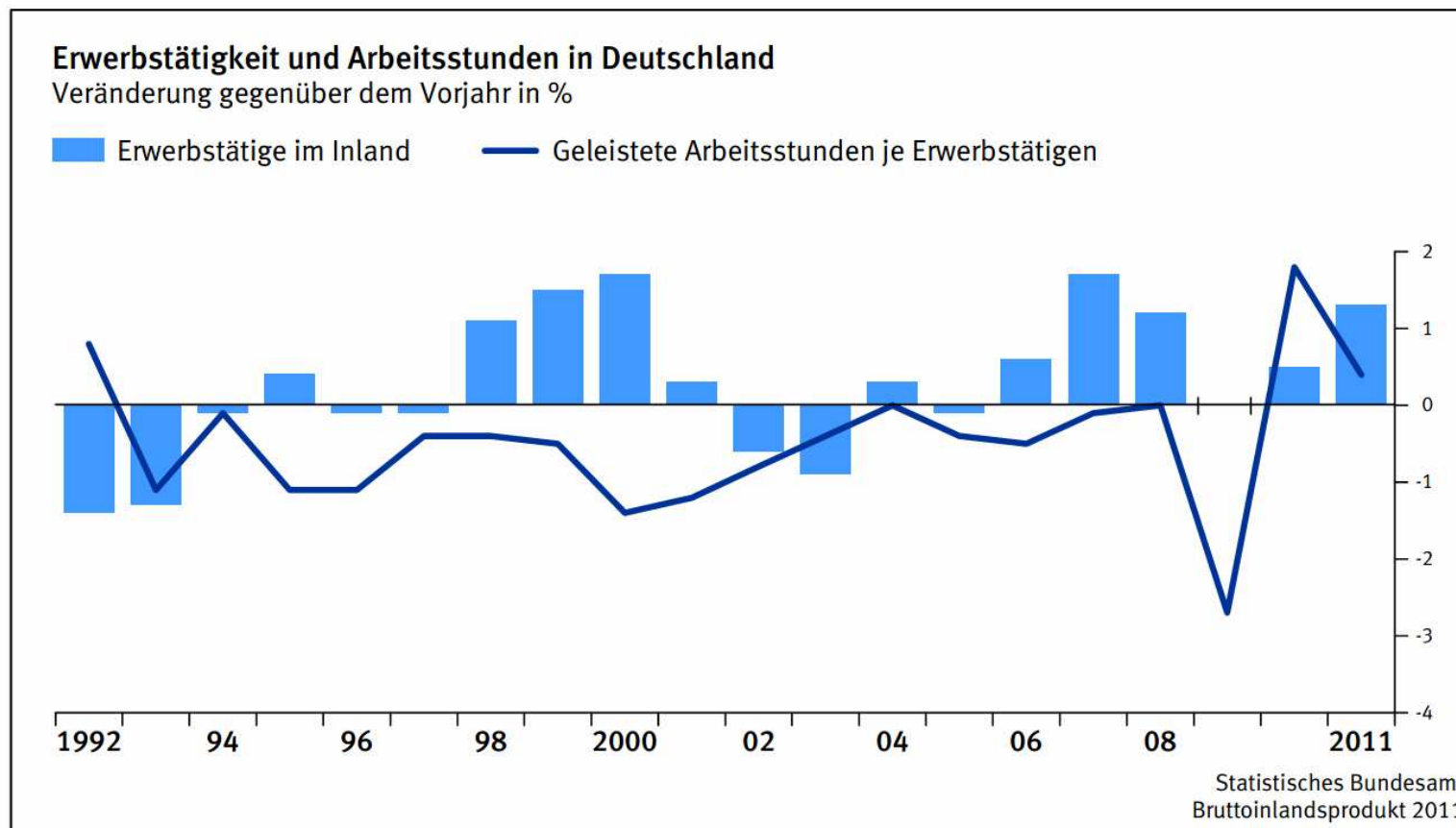
1911/2011



Cento Anni
della Camera di Commercio
Italiana per la Germania

100 Jahre
Italienische Handelskammer
für Deutschland

GERMANIA: RECORD DELLE OCCUPAZIONI



Fonte: DESTATIS

© Camera di Commercio Italiana per la Germania

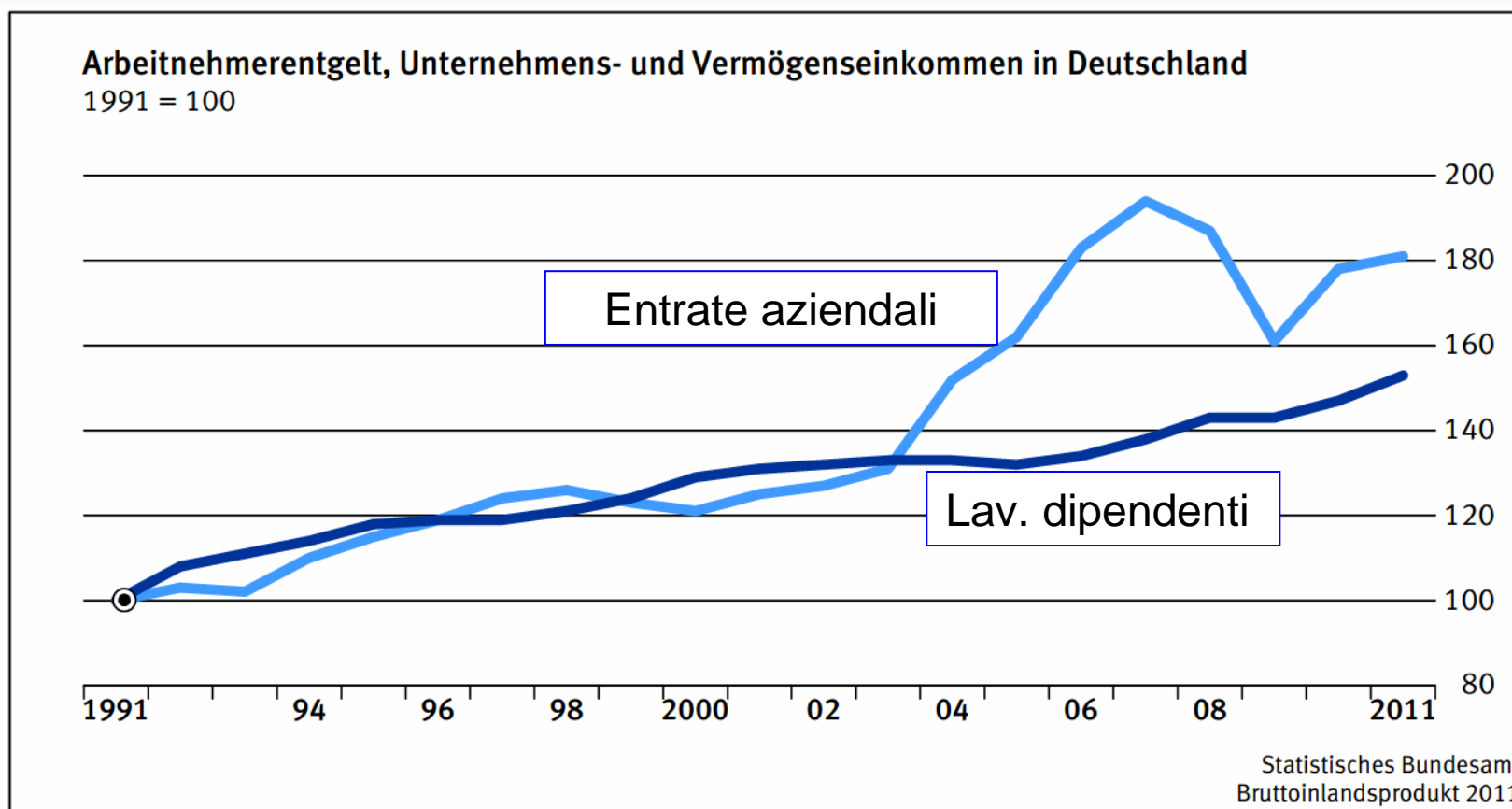
1911/2011



Cento Anni
della Camera di Commercio
Italiana per la Germania

100 Jahre
Italienische Handelskammer
für Deutschland

GERMANIA: RECORD DELLE OCCUPAZIONI



Fonte: DESTATIS

© Camera di Commercio Italiana per la Germania

1911/2011



Cento Anni
della Camera di Commercio
Italiana per la Germania

100 Jahre
Italienische Handelskammer
fŸr Deutschland

GERMANIA: ANDAMENTO ECONOMICO

Ifo-Geschäftsklimaindex Juni 2011

Gewerbliche Wirtschaft Gesamtdeutschland (2005 = Index 100)



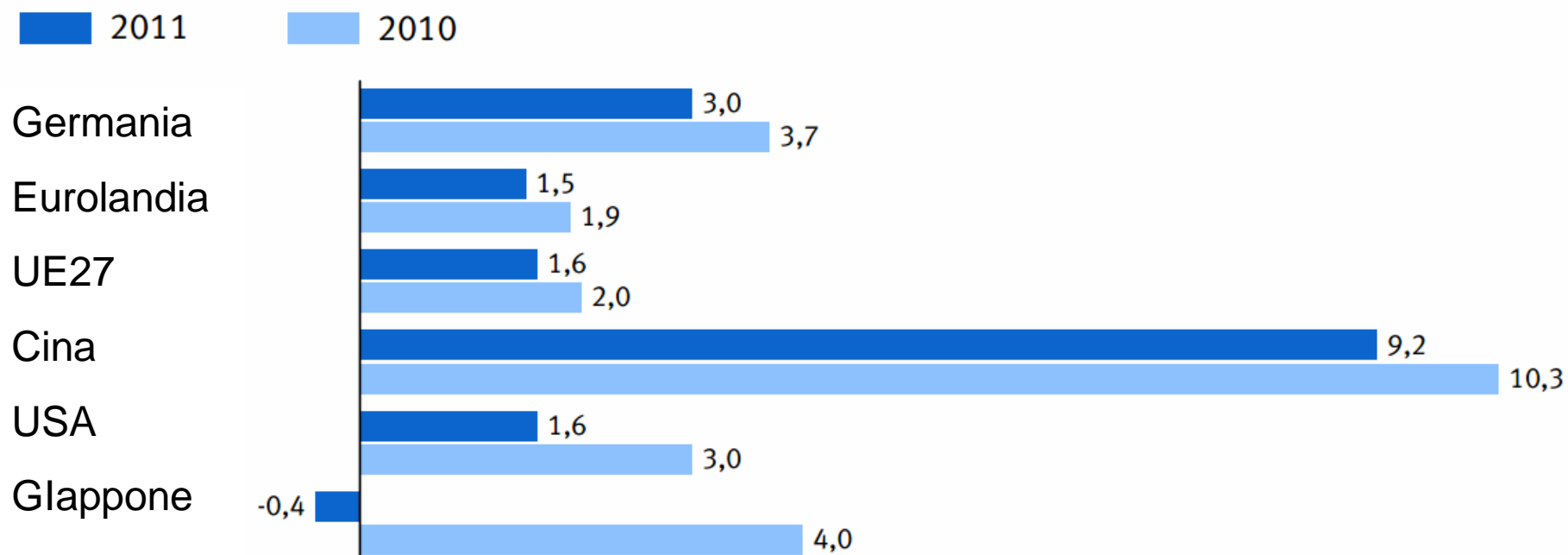
Quelle: Ifo Institut für Wirtschaftsforschung, München

Grafik: F.A.Z.

Indice IFO: fiducia delle imprese sulle prospettive economiche



GERMANIA: CONFRONTO INTERNAZIONALE



GERMANIA: AMBURGO LAND NR. 1

Apprezzamento della classifica dei Länder (livello e dinamicità)

Rang	Land	Punti
1	Amburgo	112,7
2	Baviera	111,5
3	Brandeburgo	109,3
4	Hessen	104,4
5	Schleswig-Holstein	102,6
6	Rheinland-Pfalz	101,6
7	Baden- Württemberg	101,4
8	Niedersachsen	100,2
9	Meckl.Vorpommern	99,6
10	Sachsen	99,0
11	Berlin	97,8
12	Thüringen	97,1
13	Nordrhein- Westfalen	91,7
14	Sachsen-Anhalt	91,3
15	Bremen	90,1
16	Saarland	89,6

Quelle: IW Consult



GERMANIA: DATI MACROECONOMICI LÄNDER

Serie ufficiale 2011	Serie precedente 2010	Bundesländer	Punti	Mercato del lavoro	Benessere	Posizione	Struttura
				25%	25%	20%	30%
1	1	Baviera	65,6	1	3	3	1
2	2	Baden-Württemberg	62,3	2	4	4	2
3	3	Amburgo	62,3	8	1	1	5
4	4	Hessen	59,1	4	2	7	3
5	5	Rheinland-Pfalz	54,6	3	8	13	4
6	6	Schleswig-Holstein	52,1	5	7	5	9
7	7	Niedersachsen	51,2	6	10	11	7
8	8	Nordrhein-Westfalen	50,0	9	6	9	13
9	9	Saarland	48,7	7	9	12	12
10	11	Bremen	45,8	15	5	2	16
11	10	Thüringen	44,9	10	14	15	6
12	13	Sachsen	44,6	11	13	10	8
13	12	Brandenburg	43,9	12	12	14	10
14	14	Mecklenburg-Vorpommern	39,6	14	16	6	11
15	16	Berlin	37,7	16	11	8	14
16	15	Sachsen-Anhalt	37,5	13	15	16	15

Quelle: IW Consult

Elaborazione di CCIG



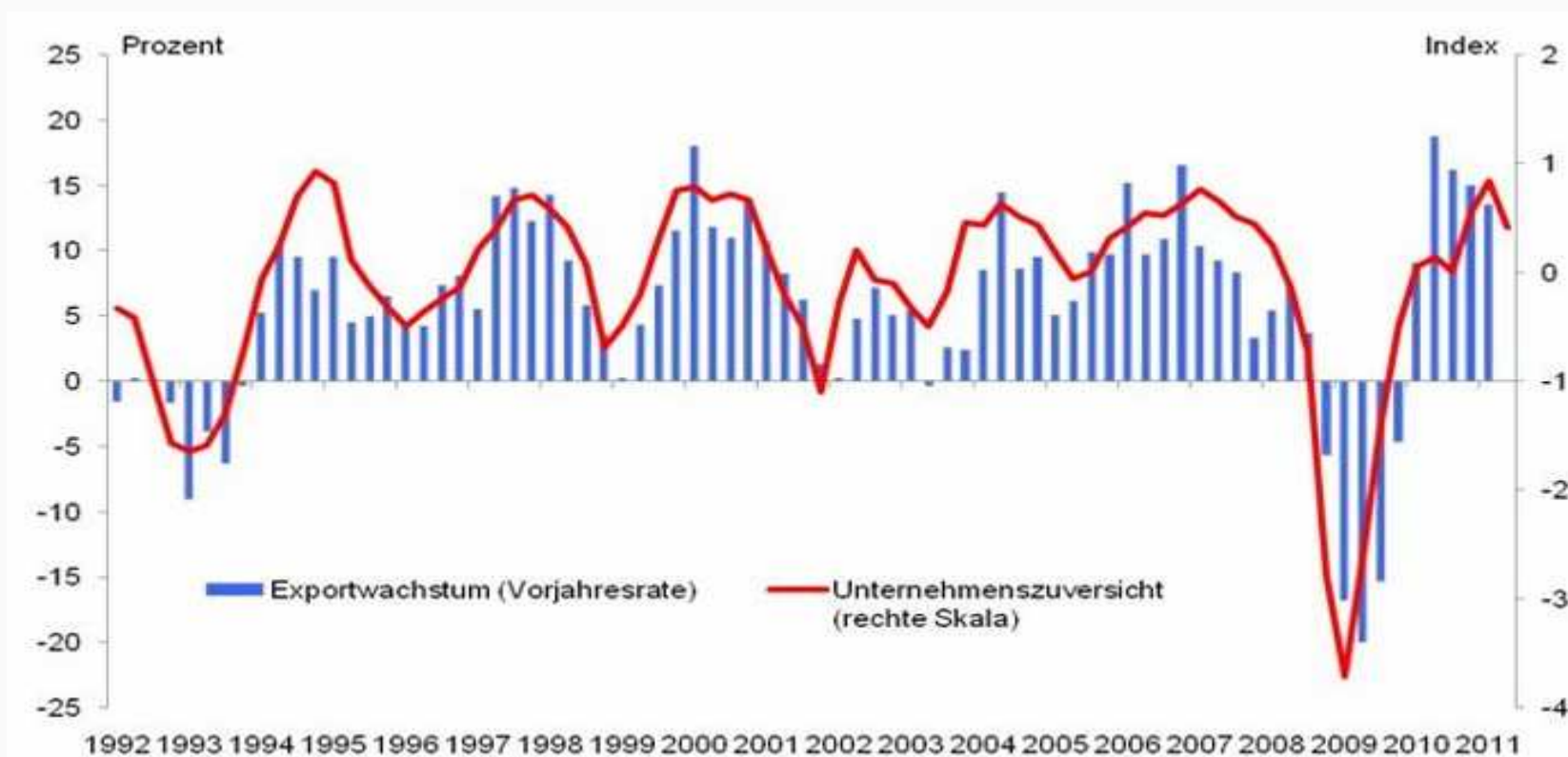
GERMANIA: IMPORT - EXPORT

<u>Valori in migliaia di Euro</u>		
Paesi fornitori della Germania	1° semestre 2011	Cambiamento in %a
Olanda	40.827.764,00	
Cina	37.995.330,00	
Francia	33.841.067,00	
USA	24.289.457,00	
Italia	24.278.978,00	+16,3 **

Paesi clienti della Germania	1° semestre 2011	Cambiamento in %
Francia	51.408.084,00	
USA	35.178.232,00	
Olanda	34.810.995,00	
Regno Unito	32.572.452,00	
Italia	32.408.722,00	+14,0 **



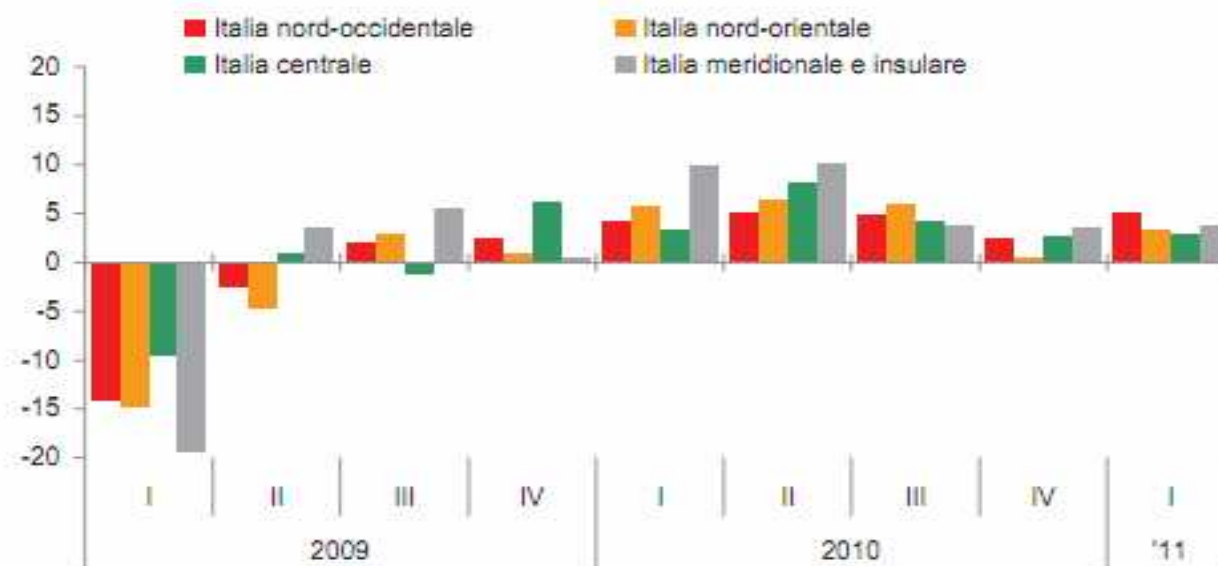
GERMANIA: INDICATORI EXPORT 1992 - 2011



ESPORTAZIONI ITALIANE PER RIPARTIZIONE TERRITORIALE

I trimestre 2011, variazioni percentuali e valori

ESPORTAZIONI PER RIPARTIZIONI TERRITORIALI
I trimestre 2009-I trimestre 2011, dati destagionalizzati,
variazioni percentuali congiunturali



Fonte: ISTAT

© Camera di Commercio Italiana per la Germania

1911/2011



Cento Anni
della Camera di Commercio
Italiana per la Germania

100 Jahre
Italienische Handelskammer
für Deutschland

ESPORTAZIONI ITALIANE PER RIPARTIZIONE TERRITORIALE

RIPARTIZIONI TERRITORIALI	DATI GREZZI		DATI DESTAGIONALIZZATI	
	MILIONI DI EURO	VARIAZIONI %	MILIONI DI EURO	VARIAZIONI %
		<u>I trimestre2011</u>		<u>I trimestre2011</u>
	I trimestre2011	I trimestre2010	I trimestre2011	IV trimestre2010
Italia nord-occidentale	36.381	18,3	37.108	5,1
Italia nord-orientale	28.020	15,8	28.385	3,4
Italia centrale	14.102	18,8	14.475	2,9
Italia meridionale	6.482	18,8	10.685	3,6
Italia insulare	3.880	27,4		
Province non specificate	1.577	45,2		
Italia	90.442	18,4		

Fonte: ISTAT

© Camera di Commercio Italiana per la Germania

1911/2011



Cento Anni
della Camera di Commercio
Italiana per la Germania

100 Jahre
Italienische Handelskammer
für Deutschland

Motivi per affrontare il mercato tedesco



PERCHÈ AFFRONTARE IL MERCATO TEDESCO

Germania:

1. Mercato di 80.000 milioni di persone

1. Posizione strategica: centro d'Europa

1. Buone infrastrutture

I. Esistenti

II. Nuovi progetti -> ulteriori sbocchi verso l'estero

• Elevato livello di pil pro- capite=

• Elevato livello di produzione

• Elevata domanda aggregata interna



PERCHÈ AFFRONTARE IL MERCATO TEDESCO

Germania:

1. Stabilità economica - politica=

- I. Sicurezza del diritto;
- II. Licenze, brevetti

2. Sistema formativo:

- I. Università : idee nuove
- II. Studi tecnici: manodopera di primo livello. Percorso formativo (cosiddetto *ausbildung*) è diviso equamente tra pratica e teoria



PERCHÈ AFFRONTARE IL MERCATO TEDESCO

Germania:

1. Politica ambientale forward looking:

- I. Effetto diretto: risparmi sui costi di produzione / vita
 - Efficienza energetica
 - Risorse rinnovabili -> meno dipendenza da altri paesi
ambiente più salubre
 - Maggiore disponibilità di acquisti (raddoppio del prezzo delle materie prime dal 2002 hanno effetti depressivi sulla domanda di tutti i paesi avanzati, ma non molto in Germania)
- II. Effetto indiretto:
 - Vantaggio rispetto agli altri paesi in futuro:
 - Conoscenze già acquisite
 - Vendita di tecnologia sviluppata
 - Spillover di conoscenza in altri settori

