



COMUNICATO STAMPA

Salerno incontra Indonesia **Opportunità commerciali e d'investimento**

Martedì 12 luglio 2011 alle ore 10.00 presso la sede della Camera di Commercio di Salerno - via Roma n.29 - si terrà il **seminario "Salerno incontra Indonesia: opportunità commerciali e d'investimento"**. L'evento, organizzato da **Intertrade** in collaborazione con **l'Ambasciata** della Repubblica di Indonesia a Roma e il **Consolato** generale indonesiano di Napoli, costituisce una concreta occasione per le imprese salernitane di conoscere le peculiarità della realtà indonesiana e cogliere le opportunità offerte da quel mercato.

Dopo l'introduzione del presidente di Intertrade **Vincenzo Galiano** ci sarà un focus sull'Indonesia curato dal Console indonesiano a Napoli **Giuseppe Testa** e l'illustrazione dei settori chiave dell'Indonesia da parte dell'incaricato d'affari dell'Ambasciata indonesiana a Roma **Priyo Iswanto**. Seguirà l'illustrazione degli strumenti di Unicredit a sostegno dell'internazionalizzazione da parte del direttore territoriale Sud Italia **Felice Delle Femmine**. Prima delle conclusioni, affidate al Presidente della Camera di Commercio di Salerno **Guido Arzano**, si darà spazio ad alcune testimonianze di imprese che hanno sviluppato relazioni commerciali con l'Indonesia.

L'Indonesia, che conta circa 240 milioni di abitanti, si è confermata anche nel 2010 prima economia del Sud-Est asiatico, con una crescita del PIL pari al 6,1%, con tassi stabilmente superiori al 5% dal 2004, tra i più alti dell'area asiatica, e con un notevole incremento del reddito pro-capite (+20%).

L'interscambio Italia-Indonesia è in crescita, con un aumento sia delle esportazioni (+25,3%, da 726 milioni di dollari nel 2009 a circa 910 milioni nel 2010) che delle importazioni (+43,5%, da 1.65 milioni di dollari nel 2009 a 2.370 milioni nel 2010).

La struttura produttiva indonesiana, anch'essa composta soprattutto da PMI, presenta alcune affinità con quella italiana, con la quale vi sono opportunità di proficue collaborazioni nei settori dell'energia (più specificamente quelle alternative), delle infrastrutture e dell'agroalimentare, ma anche nel turismo e per i beni di consumo "Made in Italy", caratterizzati da fattori distintivi di originalità, qualità e design.

Salerno, 8 luglio 2011.