

**COMMERCIO ESTERO: TOSCANA, POSITIVO IL PRIMO TRIM 2010, PIU' 13,5% (2)=**

(AGI) - Firenze, 7 lug. - Il buon recupero nell'andamento delle esportazioni della Toscana appare tuttavia differenziato in termini di mercati geografici di sbocco: accanto alla forte crescita dei paesi asiatici, in particolare della Cina (+82,2%), degli Emirati Arabi Uniti (+55,1%) e di Hong Kong (+43,3%) ed ai primi segnali di ripresa delle vendite anche sul mercato europeo (Unione Europea a 27 +16,1%), prosegue la contrazione della domanda statunitense, con un dato sulle vendite complessive che si mantiene in terreno negativo (-5,1%). Il positivo andamento delle vendite all'estero nel primo trimestre 2010 riguarda la maggior parte delle province toscane: spiccano Livorno (+72,1%), grazie soprattutto alla dinamica dei prodotti energetici, e Siena (+85,5%), principalmente per il contributo dei prodotti farmaceutici. Torna infine in positivo l'andamento delle vendite all'estero di tutte le province distrettuali: Lucca (+13,3%) e Prato (+13,2%) registrano gli incrementi piu' elevati, seguite da Pisa (+8,7%), Firenze (+5,7%), Pistoia (+5,4%) e, in misura inferiore, Arezzo (+0,9%). "A conferma di quanto rilevato con l'indagine trimestrale sulle imprese manifatturiere - sottolinea Pierfrancesco Pacini, Presidente di Unioncamere Toscana - la crescita degli ordinativi esteri sembra nel primo trimestre dell'anno aver stimolato una ripresa produttiva per le imprese esportatrici. Accanto ad una ripresa dell'export si osserva un recupero anche dell'import, legato soprattutto agli acquisti di input produttivi ed, in particolare, alle importazioni di prodotti intermedi e beni strumentali. I primi segnali di crescita nella domanda internazionale vanno affrontati con misure di sostegno alle imprese toscane che operano sui mercati esteri: esse costituiscono il veicolo di trasmissione per la diffusione della ripresa sui territori in cui sono radicate. Tali interventi devono riguardare fra l'altro la promozione e l'offerta di credito: il ri-orientamento delle strategie di internazionalizzazione richiede la realizzazione di investimenti in tal senso -materiali e immateriali- per favorire una maggiore flessibilita' operativa, una piu' elevata capacita' di presidio dei mercati in crescita ed il conseguimento di livelli di competitivita' adeguati". (AGI) Sep