

**CAPACITY BUILDING FOR SMECA AND
TECHNICAL ASSISTANCE TO SERBIAN
AND MONTENEGRO EXPORTERS**

EXPORTERS' TRAINING COMPONENT

Roberto Zavatta

November 8, 2005

TABLE OF CONTENTS

- ✓ Key Elements
- ✓ Work Plan
- ✓ Identification of Target Sectors
- ✓ Enterprise Screening
- ✓ Workshops
- ✓ Direct Assistance
- ✓ Conclusions

KEY ELEMENTS

- ✓ Provision of training and direct assistance
- ✓ Limited budget and time horizon
- ✓ Operating in a crowded environment



- ✓ **Selective approach:** assistance to exporters with some prior experience in foreign (Western) markets
- ✓ **Gap filling attitude,** in order to avoid overlapping with others

WORK PLAN

- ✓ **Identification of target sectors**
- ✓ **Enterprise screening**
- ✓ **Workshops**
- ✓ **Direct assistance**

IDENTIFICATION OF TARGET SECTORS

- ✓ Quick review of **trade data**
- ✓ Consultations with **stakeholders**



- ✓ **Agro-processing** (fruits and vegetables)
- ✓ **Wood processing** (doors & windows)
- ✓ **Tourism** (in Montenegro)

Also selected cases outside target sectors

ENTERPRISE SCREENING

- ✓ **Initial contacts** with 100+ exporters
- ✓ **Company visits** to over 40 exporters



- ✓ **Main themes:** (i) quality certification issues; (ii) practical advice to access new markets
- ✓ Need to involve “**intermediary organizations**” (multiplier effect)

WORKSHOPS

Nine workshops (and two more coming up) with over **160** participants

- ✓ **Fruits & vegetables** (EUREPGAP certification)
- ✓ **Doors & windows** (CE product certification)
- ✓ **Tourism** (destination marketing)
- ✓ **Export credit insurance**

Varied audience (exporters, but not only)

Export credit

Wood processing

Tourism

Fruits & vegetables



DIRECT ASSISTANCE

- ✓ **Fruits & vegetables:** first EUREPGAP certification awarded in Serbia
- ✓ **Doors & windows:** 3 producers in the process of being CE certified (final lab tests next week)
- ✓ **Tourism:** benchmarking mission to Italy to assess benefits of destination marketing, followed by press tour & website development
- ✓ **Other:** paper mill (product certification), agro-processing (identification of suppliers)

DIRECT ASSISTANCE



TÜV Bayern Sava d.o.o.
TÜV Süd Group Munich

Libertas d.o.o.
Belgrade

Predstavništvo Beograd
Representative office Belgrade
Stevana Sremca 4
11000 Beograd
+381 11 303 55 33, 303 55 34
www.tuv.co.yu office@tuv.co.yu
Strana/Seite 1 od/von 1

Vaš zveki / Ivestija od
Ih: Zeichen / Nachricht vom:

Naš zveki:
Unser Zeichen:
AE 05

Telefon / lok.
Tel.: Durchwahl

Telefax / lok.
Fax: Durchwahl

Datum:
Datum:
8.9.2005.

Subject: Certification of EurepGAP system

Here we declare that company

**Libertas d.o.o.
Belgrade**

*has certified its primary production of raspberry at the areas specified in the attachment by
system EurepGAP, **version 2.0**, scope: **EurepGAP 6***

Certification is performed by certification body TÜV Management Service - Vitacert, Munich.

Audit date: 25.7.2005.

Audit number 70087485

TÜV BAYERN SAVA d.o.o.
TÜV SÜD Group

Boško Gavović
Rep.office Belgrade, manager



Entro il 2010 sarà un ulteriore protagonista del turismo mediterraneo. Modello: la Sardegna

Montenegro, il nuovo Eldorado

Con ingenti finanziamenti da parte di istituti internazionali

DI PIER GIORGIO COZZI

Un nuovo soggetto turistico si affaccia sull'Adriatico: la Repubblica di Montenegro. Il paese, membro dell'Unione con la Serbia (Ser) in base agli accordi di Belgrado del 2002, con la sua costa, le isole, i laghi, le cittadine ricche di storia, si appresta, nei prossimi anni, a diventare una destinazione di richiamo. Del resto, già il Club Med, fino alla guerra del Kosovo, aveva un villaggio sull'isola di Sveti Nikola, di fronte a Tivat.

Gli indicatori macroeconomici del 2004 disegnano la situazione del Montenegro: una popolazione multi-etnica di 650 mila abitanti con un reddito pro capite di 770 euro, pil di 1.475 milioni di euro, inflazione al 4,3%, un tasso di disoccupazione al 22,2%. È un paese determinato a crescere e il turismo è il principale settore dell'economia montenegrina: contribuisce per il 21% alla formazione del pil.

Importanza economica del settore turistico. Secondo le stime della Banca centrale del Montenegro, nel 2004 il settore turistico ha generato un giro d'affari di 180 milioni di euro. Circa 163

hanno riguardato le entrate generate dai turisti stranieri. Quelli occidentali, soprattutto tedeschi, sono in aumento. Il numero di ingressi ha sfiorato le 190 mila unità (+50 mila rispetto al 2003), per 1,2 milioni di pernottamenti. La presenza di turisti italiani è ancora limitata, con circa 4.600 arrivi e 17.500 pernottamenti. In linea con l'andamento delle presenze, il grosso delle entrate riguarda il turismo balneare. «In questa fase della nostra economia», spiega a *ItaliaOggi* il ministro del turismo, Predrag Nenezi, «vogliamo sviluppare programmi molto concreti, basati sulla formazione delle strutture e delle persone. A questo scopo organizzeremo presto una National tourism organization con il compito di promuoverci sui principali mercati europei». Il modello di sviluppo ideale, secondo il ministro, è quello italiano, della Sardegna in particolare.

Programmi di sviluppo e privatizzazioni. Lo sviluppo del settore turistico montenegrino è stato sostenuto da diversi finanziatori internazionali. In particolare, la preparazione del master plan nazionale e dei pia-



La località di Sveti Stefan

ni di settore o di area è stata aiutata dal programma dall'agenzia delle Nazioni Unite Undp, dalla cooperazione allo sviluppo tedesca e da quella americana. Il programma del World bank istituito (finanziato dall'Italia) si iscrive in questo contesto. Lo sviluppo dell'infrastruttura aeroportuale usufruisce di un prestito di 12 milioni di euro concesso dalla Banca europea degli investimenti. Negli ultimi anni, diversi complessi turistici sono sta-

ti privatizzati e altri lo saranno nel breve e medio termine (per esempio, il complesso turistico Boka, a Herceg Novi). In questo ambito, assume particolare rilievo la gara indetta dal governo montenegrino per l'affidamento in concessione a privati del famoso complesso turistico di Sveti Stefan. La gara per la concessione (che si prevede abbia durata decennale) è stata lanciata in giugno e la conclusione della prima fase è prevista a giorni.

I progetti regionali per lo sviluppo delle Bocche di Cattaro (Kotor è patrimonio culturale mondiale) prevedono lo sviluppo di una destinazione internazionale di alta qualità con un marchio commerciale del turismo di cultura, sport, mare, salute e fitness e alberghi tre-cinque stelle per 10-15 mila posti letto, piccoli alberghi familiari e pensioni nell'entroterra. Per la grande spiaggia di Ulcjni si prevede la costruzione di alberghi tre-quattro stelle da massimo 800 letti l'uno per 30 mila posti letto.

Imprese italiane assenti. In questo scenario, l'Italia, primo partner commerciale tra i paesi occidentali, latita. Con flussi di soli 270 mila euro nel 2004 nel campo degli investimenti, la nostra presenza è modesta. Questo è anche il rammarico di Valentina Setta, nostro console generale nella capitale Podgorica. Annunciando imminenti migliorie ai collegamenti marittimi tra i due paesi, il console preconizza un maggior impegno italiano: «Fossi un imprenditore», dichiara convinta, «investirei nel turismo del Montenegro». (riproduzione riservata)

CONCLUSIONS

- ✓ Practical approach, with significant **technical content**, highly appreciated
- ✓ **Time factor** (some activities can be performed only at specific time)
- ✓ **Indirect impact**, through involvement of business associations and local consultants

THANK YOU

Roberto Zavatta



+39 051 6569606

rzavatta@economistiassociati.com