



RUANDA

A cura di:

Ambasciata d'Italia - RUANDA

Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese

dgsp1@esteri.it

Con la collaborazione di:

**Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane - ICE**



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Camere di Commercio italiane all'estero



Associazione delle Camere
di Commercio

ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo



AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO - ENIT

www.infomercatiesteri.it

OVERVIEW DEI RAPPORTI CON L'ITALIA

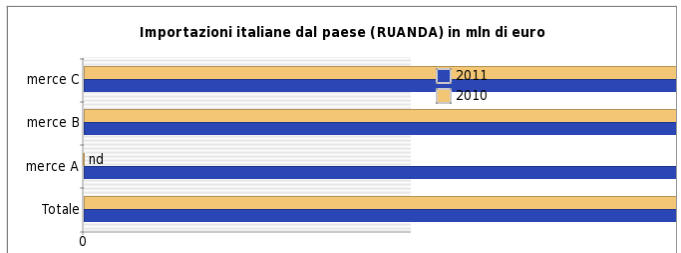
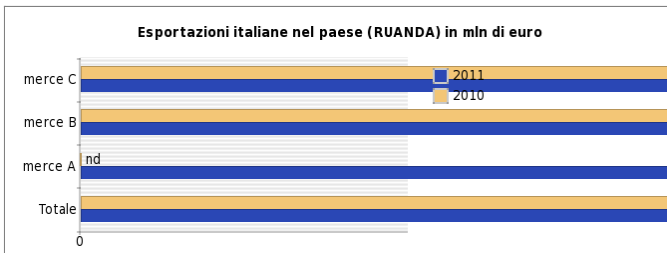
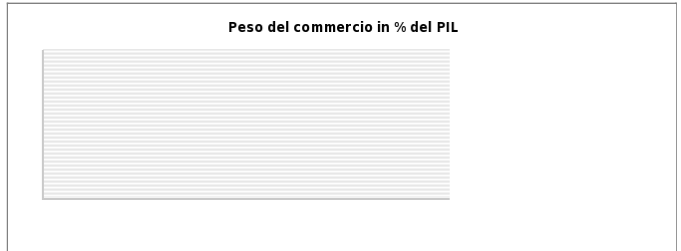
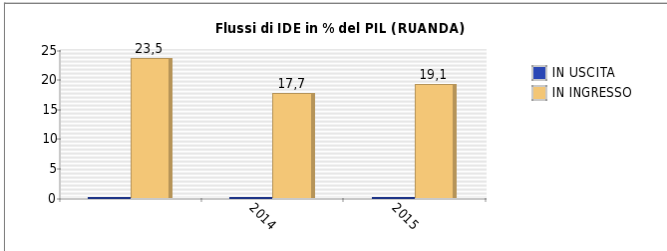
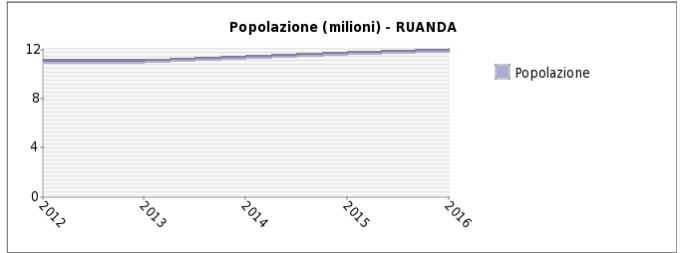
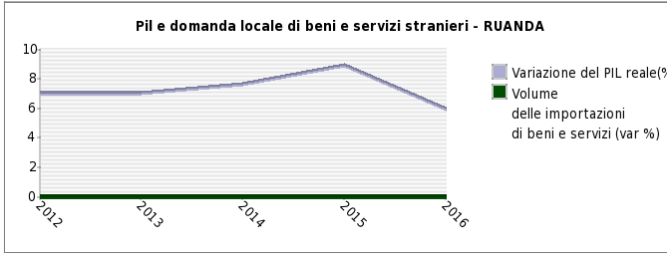
L'Italia ha buone relazioni diplomatiche con il Ruanda. La ministra degli Esteri ruandese Louise Mushikiwabo e' stata invitata in Italia nel 2016 e nel 2017, e le autorità diplomatiche italiane si recano frequentemente a Kigali.

Dal punto di vista strategico, il Paese presenta un'importanza non indifferente per la stabilità della regione dei Grandi Laghi. Il governo italiano ha recentemente impresso un salto di qualità alla cooperazione politica, economica ed in materia di tutela dell'ambiente con una serie di incontri di livello ministeriale e di iniziative tecniche. Il Ministro dell'ambiente Galletti ha firmato un Accordo bilaterale con il suo omologo Biruta (quest'ultimo è stato inoltre invitato alla Ministeriale G7 Ambiente di Bologna). Nel mese di giugno 2017 il MAECI (insieme ad Assafrica e ICE) ha organizzato una Country Presentation Rwanda a Milano, seguita da diversi incontri B2B. Nel settore della sicurezza si segnala l'Accordo Tecnico firmato dal comandante generale dei Carabinieri Del Sette con il suo omologo ruandese nel gennaio 2017 (in parallelo ad uno simile siglato con l'Eapcco, l'organizzazione che riunisce i capi delle polizie di tutti i paesi dell'Africa orientale e del Corno d'Africa).

L'accelerazione nei contatti di livello politico e tecnico hanno avuto ricadute positive sugli scambi bilaterali e sulle commesse ottenute da imprese italiane.

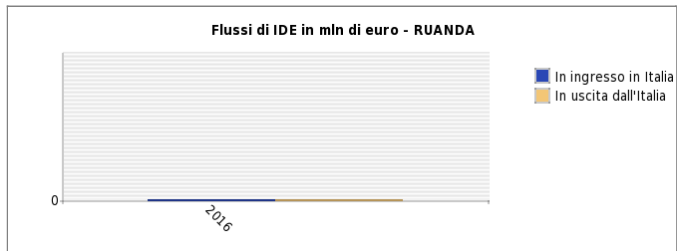
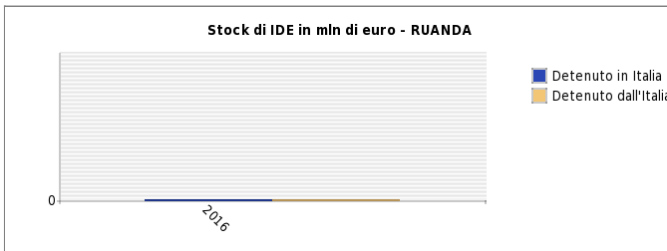
Il rapporto con il Rwanda e' tenuto in considerazione anche dato l'attivismo di questo Paese nello scacchiere regionale e multilaterale dimostrato dall'impegno ruandese nel quadro delle attività di peacekeeping promosse dalle Nazioni Unite e dall'Unione Africana. Inoltre, il presidente Kagame è stato eletto a presiedere l'Unione Africana nel 2018.

ANDAMENTO DELLE PRINCIPALI VARIABILI ECONOMICHE



Merce A = Apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche
Merce B = Prodotti alimentari
Merce C = Articoli in gomma e materie plastiche

Merce A = Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili
Merce B = Prodotti alimentari
Merce C = Prodotti dell'agricoltura, pesca e silvicoltura



Nota: la presente scheda non rappresenta uno strumento di diffusione ufficiale di dati statistici, i quali provengono da molteplici fonti nazionali ed internazionali (quali, ad esempio, IMF-WEO, UnComtrade, UNCTAD, ISTAT, Eurostat, Banca d'Italia, Istituto di Statistica locale, Banca Centrale locale, secondo disponibilità dei dati). Per informazioni puntuali sulle fonti utilizzate, si prega di far riferimento all'Ambasciata Italiana competente per il paese.

ANALISI SWOT (STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS)

PUNTI DI FORZA

- Ruanda è protagonista di uno straordinario successo economico
- Governo Stabile
- Clima amichevole per gli investitori
- Accesso a mercati emergenti in rapida crescita
- Un nuovo mercato per investire in obbligazioni

PUNTI DI DEBOLEZZA

- Accesso al finanziamento
- Forza lavoro non adeguatamente istruita

OPPORTUNITA'

Cosa vendere

- Prodotti dell'agricoltura, pesca e silvicoltura

Dove investire

- Flussi turistici
- Servizi di informazione e comunicazione
- Prodotti dell'agricoltura, pesca e silvicoltura
- Energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata (anche da fonti rinnovabili)

MINACCE

- Conflitti Armati
- Trasporti e infrastrutture energetiche sono i punti deboli del sistema economico

Nota: I punti di forza, le opportunità e le minacce sono identificati localmente sulla base di informazioni qualitative e quantitative (provenienti da varie fonti). I punti di debolezza risultano dalle interviste ad imprenditori operanti in loco realizzate dal World Economic Forum – Global Competitiveness Index (ultima edizione disponibile).

