

La voglia di Made in Italy sui mercati internazionali è inarrestabile. A confermarlo è il record storico dell'export italiano che, secondo i recenti dati diffusi dall'Istat, nel 2021 supera per la prima volta la soglia dei 500 miliardi di euro, con una crescita nell'anno di oltre il 18%. Ci aspettiamo per quest'anno un consolidamento della ripresa economica globale e le Pmi hanno un ruolo chiave per la ripartenza del nostro Paese.

Operare all'estero è sempre stato importante per le aziende italiane e oggi quelle attive sui mercati internazionali stanno riguadagnando quote di mercato; è evidente che la ripresa post Covid sarà legata in buona parte, oltre che al corretto impiego dei fondi del Pnrr, anche alle performance delle esportazioni. L'internazionalizzazione è oggi una dimensione indispensabile delle strategie aziendali, non solo per

Nel 2022 previste oltre mille iniziative promozionali delle Ccie, per un investimento di 37mln di euro

di Gian Domenico Auricchio
Presidente Assocamerestero

vendere di più ma anche per far crescere la propria organizzazione sia sotto il profilo del capitale umano che dell'innovazione.

In questo momento di trasformazione e cambiamento in cui le imprese, per essere competitive sui mercati esteri, hanno bisogno di rafforzare la propria identità, rivedere le strategie di sviluppo e interfacciarsi con controparti sempre più efficaci, le Camere di Commercio Italiane all'Estero (Ccie) rappresentano un interlocutore qualificato e di fiducia sui mercati internazionali. Quella

delle Ccie è una rete capillare composta da 81 Camere in 58 Paesi; un sistema costituito da associazioni private che nascono e si sviluppano sui territori esteri come aggregazioni di imprenditori e professionisti, italiani e locali-esteri, con l'obiettivo di favorire lo sviluppo dei processi di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese e promuovere il Made in Italy nel mondo.

Gestite da un management residente in loco, e, soprattutto, potendo contare sulla significativa esperienza dei propri soci, le Ccie sono in grado di sviluppare le relazioni istituzionali e industriali nei paesi di insediamento e offrire servizi personalizzati per le imprese in raccordo con le business community italo-locali. Ci piace definirle come un punto privilegiato di accesso ai mercati internazionali per le Pmi, soprattutto quelle micro, piccole e artigiane.

Al network delle Ccie sono oggi associate circa 20.000 imprese, di cui l'88% è rappresentato da aziende locali che riconoscono nell'Italia un partner per il proprio business e/o per operazioni di investimento. Radicate sui territori esteri in modo stabile e consolidato, con più di 160 punti di presenza nel mondo e 500 addetti, le Ccie riescono a garantire flessibilità e tempestività di risposta alle esigenze delle imprese e sono in grado di fornire una rete di relazioni ricca e variegata nei mercati di interesse.

L'azione delle Ccie è tradizionalmente focalizzata sulle attività di promozione del Made in Italy e di business connection come, ad esempio, attività di networking, organizzazione di eventi promozionali e di incontri bilaterali fra operatori italiani e controparti estere (b2b), organizzazione di missioni di buyer esteri in Italia e azioni di orientamento al mercato, oltre ad azioni di as-

sistenza e consulenza personalizzata e di scouting di opportunità di affari.

Già prima della pandemia di Covid-19, il sistema ha peraltro avviato un processo di efficientamento, concentrando sulle nuove frontiere di attività all'insegna della sostenibilità e della transizione ecologica, specializzandosi quindi in servizi che aumentano il valore aggiunto aziendale. Poi la grave situazione di emergenza sanitaria nel mondo ha accelerato e aumentato l'importanza strategica delle attività di affiancamento alle imprese anche sull'export digitale.

Il 2022 vedrà le Ccie impegnate in più di mille iniziative promozionali, per un investimento complessivo di 37 milioni di euro, il doppio della spesa sostenuta nel 2020 – anno di piena pandemia che ha limitato la realizzazione di attività in presenza in tutto il mondo.

La maggior parte delle risorse – circa il 74% – sarà impiegata dalle Ccie in attività di supporto alla realizzazione di partnership e conclusione d'affari tra imprese. Parliamo quindi di matching tra la domanda e l'offerta di prodotti e servizi di imprese italiane e/o estere, iniziative di networking, eventi promozionali, attività b2b e azioni di orientamento al mercato. Una fetta consistente del programma (18%) riguarderà le azioni di assistenza e consulenza tailor made, in risposta a specifiche richieste delle imprese, sia nei settori più tradizionali sia in quelli più innovativi, come blockchain, sviluppo sostenibile e commercio elettronico. L'8% sarà, invece, dedicato al training e alla formazione imprenditoriale, con l'obiettivo di favorire la crescita e lo sviluppo delle imprese del Made in Italy sui mercati esteri.

Per delineare in maniera più specifica i settori, le Ccie concentreranno quest'anno più del

60% del loro programma sulle attività di promozione integrata, sviluppando iniziative trasversali che mirano al consolidamento e accrescimento della proiezione del Made in Italy all'estero, con l'obiettivo di accompagnare le Pmi lungo un percorso di primo e corretto posizionamento all'estero, ma anche di fornire un'assistenza nella fase di radicamento sui territori. Saranno sviluppati progetti anche nei settori innovativi della meccanica, edilizia, trasporti, trade, industria 4.0 e green e circular economy, nonché in settori cardine del Made in Italy, quali tessile e moda e arredamento. Saranno previsti focus anche nel campo della valorizzazione del territorio attraverso turismo e cultura. L'agroalimentare, uno dei principali comparti dell'export italiano, rappresenta invece già da diversi anni il campo di maggiore azione: supportare le imprese del settore a livello internazionale significa per le Ccie promuovere anche una cultura fatta di tradizione, innovazione, sostenibilità e legame con il territorio di origine.

Proprio sull'agroalimentare le Ccie sono fra l'altro protagoniste, dal 2016, del progetto "True Italian Taste" con il quale, grazie al supporto finanziario del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, sono impegnate nella valorizzazione del prodotto agroalimentare autentico per sensibilizzare il consumatore estero nella scelta consapevole dei prodotti di qualità Made in Italy, favorendo quindi un migliore posizionamento di produzioni e imprese italiane.

Le Camere di Commercio Italiane all'Estero continueranno inoltre a lavorare in sinergia con il Sistema Camerale italiano, di cui sono parte integrante. Ne è un esempio l'attività di mentoring – uno dei servizi di punta del network – che sarà attuata con il progetto "Stay Export", realizzato grazie al supporto di Unioncamere, per offrire a oltre 500 imprese italiane sessioni di formazione personalizzata per avviare o incrementare la propria proiezione all'estero.

Tribuna Economica
(© Riproduzione riservata)

Usa, Ambasciatrice Zappia incontra senior manager gruppi italiani

"La ripresa di Italia e Stati Uniti e i dati record sull'interscambio bilaterale nel 2021 ci permettono di guardare con ottimismo al 2022, con la dovuta attenzione al quadro geopolitico e a fattori di criticità quali le pressioni inflazionistiche". Così l'Ambasciatrice d'Italia, Mariangela Zappia, ai manager dei principali gruppi italiani operanti negli Stati Uniti riuniti a Washington, cui ha assicurato il sostegno dell'Ambasciata e di tutto il Sistema Italia nel Paese.

L'Ambasciatrice ha richiamato i recenti dati del Dipartimento del Commercio Usa, che evidenziano la crescita del 19,4% nell'interscambio bilaterale nel 2021. Ha evidenziato in particolare l'aumento dell'export di prodotti italiani verso gli Usa, pari al 23,4% rispetto al 2020 e al 6,5% rispetto al 2019. Tali dati confermano la posizione chiave degli Stati Uniti, fonte di oltre la metà del surplus italiano netto con l'estero, come nostro principale partner commerciale extra-Ue e terzo al mondo. *"Il governo italiano ha contribuito a generare questo trend e lo sostiene – ha rilevato l'Ambasciatrice –, con strumenti innovativi quali il Patto per l'Export, lanciato nel 2020, e la campagna di nation branding "beIT" lanciata lo scorso dicembre dal Maeci per la promozione del "Made in Italy" sul mercato Usa e in altri 25 mercati esteri.*

A favorire un ulteriore rafforzamento di scambi e investimenti tra Italia e Stati Uniti contribuiranno il rilancio delle relazioni Ue-Usa anche in campo economico – con il superamento di alcune dispute tariffarie, l'avvio del Consiglio Commercio e Tecnologia (Ttc) e il riavvio del Consiglio

Nel 2021 crescita del 19,4% nello scambio bilaterale. "Il governo italiano ha contribuito a generare questo trend e lo sostiene"

Energia –, nonché le dinamiche di "near-shoring" e "reshoring" delle catene del valore e la trasformazione dell'economia italiana avviata con il Pnrr. L'Ambasciatrice ha insistito su

"sostenibilità e innovazione, due temi su cui l'Italia ha molto da dire", quali priorità nell'azione del Sistema Italia negli Usa.

Negli interventi dei manager è emerso un quadro molto positivo del business italiano negli Usa, che in tutti i settori ha visto numeri record. La domanda di prodotti italiani è elevatissima e in crescita, pur a fronte di limitazioni sistemiche come i costi dell'energia, le difficoltà nella logistica, i colli di bottiglia nelle supply-chain e la carenza di manodopera specializzata. Di fronte a sfide come la decarbonizzazione, la transizione energetica, la "great resignation", l'aumento dei salari, lo spostamento verso l'e-commerce e il cambiamento dei consumi, fattori come formazione, digitalizzazione, crescita dimensionale e investimenti in nuove tecnologie come l'Intelligenza Artificiale appaiono priorità comuni in tutti i settori.

Incentivi per l'imprenditoria femminile Pubblicato il decreto che stanziava 400 milioni di euro previsti dal Pnrr

È stato pubblicato nella Gazzetta Ufficiale il decreto del Ministro dello sviluppo economico Giancarlo Giorgetti che integra le risorse a sostegno dell'imprenditoria femminile con i 400 milioni di euro previsti dal Piano nazionale di ripresa e resilienza.

Si tratta di un intervento cardine del Ministero che mira a incentivare le donne ad entrare nel mondo delle imprese, supportan-

do le loro competenze e creatività, attraverso contributi a fondo perduto e finanziamenti agevolati.

In particolare il decreto rafforza sia il nuovo Fondo per l'imprenditoria femminile, sia le altre misure già avviate come Nuove Imprese a Tasso zero, a supporto della creazione di piccole e medie imprese e auto-imprenditoria, e Smart&Start, che

supporta start-up e PMI innovative.

L'obiettivo è di sostenere almeno 2400 imprese femminili, agevolando la realizzazione di progetti imprenditoriali innovativi, supportando le startup femminili attraverso attività di mentoring, assistenza tecnico-manageriale e misure per la conciliazione vita-lavoro, creare un clima culturale favorevole che valorizzi l'imprenditorialità femminile attraverso misure di accompagnamento, monitoraggio e campagne di comunicazione.

Con un prossimo provvedimento ministeriale verranno indicati i termini e le modalità di presentazione delle domande.



Gian Domenico Auricchio