

INIZIATIVA DI FARNESINA E UNIONCAMERE

Prete: «Così rafforziamo l'export»

Giorgio dell'Orefice — a pag. 19

«Rilanceremo il ruolo delle Pmi sui mercati internazionali»

UNIONCAMERE IN CIFRE

60

Le Cdc in Italia
In Italia sono presenti 60 camere di commercio.

83

Le Cdc all'estero
All'estero sono operative 83 camere di commercio in 64 paesi.

6 milioni

Le imprese iscritte
Alle 60 camere di commercio italiane sono iscritte circa 6 milioni di imprese

LA STRATEGIA

«Vogliamo aiutare le Pmi a trasformare l'export occasionale ed episodico in flusso abituale»

L'intervista

Andrea Prete

Presidente Unioncamere
Giorgio dell'Orefice

Unioncamere e l'intero sistema camerale tornano nella squadra di soggetti e istituzioni che operano per favorire l'export made in Italy. Al sistema nazionale delle camere di commercio viene così "restituito" un ruolo operativo sulla promozione del made in Italy all'estero che, circa dieci anni, fa era stato ridimensionato dalla riforma Madia voluta dal Governo Renzi.

In base all'accordo siglato ieri, infatti, Unioncamere metterà a disposizione la propria conoscenza del tessuto produttivo nazionale e delle vocazioni all'export dei territori, mentre la Farnesina coinvolgerà il sistema camerale nelle missioni istituzionali ed economiche e nei programmi internazionalizzazione.

«Il Governo Renzi – spiega il presidente di Unioncamere, Andrea Prete – aveva deciso che le Camere di commercio non potessero fare promozione diretta all'estero ma solo azioni di

incoming, invitando operatori stranieri in Italia per conto delle nostre imprese. Un vincolo che resta, tuttavia, il ministro Tajani ha voluto ricomprendere il sistema camerale all'interno della squadra dell'export italiano sulla base del principio che se hai un giocatore in più, e per giunta di valore, meglio schierarlo in campo».

Come si era arrivati invece alla precedente esclusione?

Sulla base della presunzione che troppe iniziative promozionali, avviate da soggetti diversi, potessero sovrapporsi e danneggiare il made in Italy. Ma non è così. Abbiamo competenze e un ruolo preciso, distinto da quello degli altri attori. E con l'iniziativa del ministro Tajani questo ruolo e queste competenze ci sono state riconosciute.

E il rischio sovrapposizione?

Io non credo ci siano rischi di sovrapposizione. In tutti i modi saranno disinnescati attraverso il coordinamento delle iniziative, che viene istituito con l'intesa, tra tutti i soggetti coinvolti. Questa è una novità introdotta dall'accordo e che non sempre è stata attuata in passato.

Quali sono le specificità del sistema camerale in chiave export?

Grazie alla nostra presenza capillare sui territori (disponiamo di 60 camere di commercio in Italia, 83 all'estero in 64 paesi e 39 camere miste come quella italo-araba ad esempio), siamo convinti di essere tra i soggetti che meglio conoscono la piccola impresa italiana. Attualmente l'Italia

esporta beni e servizi per 650 miliardi di euro e siamo la quarta economia esportatrice al mondo alle spalle di Usa, Cina e Germania. Un risultato che ha dell'incredibile. Anni fa quando c'era la lira si diceva che l'Italia esportava solo grazie alla svalutazione della moneta. In anni recenti, e con l'euro che impedisce svalutazioni, abbiamo invece dimostrato di saper conquistare i mercati grazie alla qualità dei nostri prodotti. Ma adesso se vogliamo consolidare le posizioni raggiunte e sviluppare ulteriormente le nostre vendite all'estero dobbiamo coinvolgere di più il tessuto di piccole e medie imprese. E noi come Unioncamere possiamo dare un contributo importante in questo senso.

Lungo quali direttrici ritenete di muovervi?

Nonostante gli accorpamenti degli scorsi anni siamo ancora molto radicati in tutte le province italiane, abbiamo una conoscenza approfondita dei territori e siamo un riferimento soprattutto per le piccole imprese. Noi vogliamo aumentare la quota di Pmi che esportano andando a sollecitare le tante che già oggi sono esportatrici ma solo occasionali per farle



diventare abituali. Anche questa è una strada per rafforzare la nostra presenza sui mercati internazionali.

Che tipo di assistenza offrirete alle Pmi?

Le Pmi italiane anche in settori molto diversi tra loro come la meccanica, la plastica, il tessile, hanno la caratteristica di essere molto specializzate. E la loro principale difficoltà quando varcano i confini nazionali è quella di individuare l'interlocutore giusto, quello in grado davvero di capire e apprezzare i loro prodotti. Mentre invece molti imprenditori si muovono da soli, spesso alla ventura noi possiamo offrire loro formazione, fare ricerche all'estero per conto delle nostre imprese, offrire loro informazioni su quando e dove esportare. Fino a tutti i servizi di affiancamento come illustrare la documentazione necessaria, le certificazioni richieste, affiancare le imprese anche sulle garanzie dei pagamenti fino all'individuazione delle soluzioni logistiche per il trasporto del prodotto. Molte di queste azioni sono già effettuate dalla nostra controllata promozionale Promos. Insomma, non vogliamo andare all'estero in prima persona ma attraverso l'affiancamento delle nostre imprese.

A suo giudizio c'è in Italia un bacino di Pmi pronte a fare il salto di qualità e diventare esportatrici?

Secondo una ricerca che abbiamo effettuato con l'Istituto Tagliacarne in Italia ci sono 17mila imprese che finora sono andate all'estero con contatti sporadici e occasionali ma che sono pronte ad andarci in pianta stabile. Hanno prodotti che funzionano, premiati dai mercati, ma spesso non hanno l'organizzazione e le competenze necessarie per farlo. Noi come Unioncamere, possiamo accompagnarle.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IMAGOECONOMICA