

«EXPORT VERSO 700 MILIARDI»
Intervista ad Andrea Prete: «L'asse tra Mae
e Camere di commercio preziosa per le Pmi»

CAMERE DI COMMERCIO E FARNESINA INSIEME PER AUMENTARE L'EXPORT A 700 MILIARDI DI EURO

Con l'accordo firmato con il Mae, il sistema camerale porta in dote qualcosa che Ice, Simest e Sace non hanno:
il contatto diretto e quotidiano con le imprese. Intervista con Andrea Prete, presidente di Unioncamere

di Sergio Luciano

IL SISTEMA CAMERALE TORNA IN CAMPO SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE. POCHI GIORNI FA IL MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI, NELLA PERSONA DEL VICEPREMIER ANTONIO TAJANI, HA FIRMATO CON UNIONCAMERE UN ACCORDO QUADRO CHE RILANCIA LA COLLABORAZIONE TRA LA FARNESINA E LE CAMERE DI COMMERCIO A SOSTEGNO DELL'EXPORT ITALIANO. Una firma che può sembrare un atto burocratico, ma non lo è: rimette in circolo, a supporto di chi esporta, 60 strutture capillarmente distribuite sul territorio nazionale - tante quante saranno, a valle dell'ultimo accorpamento ormai solo formale, le Camere di commercio italiane, che dieci anni fa erano 105 - più una rete di 86 Camere di commercio italiane all'estero, presenti in 64 Paesi, e di 39 Camere italo-estere. Ne parliamo con **Andrea Prete**, presidente di **Unioncamere** e presidente della Camera di commercio di Salerno.

In che modo le Camere di commercio riprenderanno, con questo accordo, lo spazio di manovra che avevano perso sul fronte dell'export?

Le do subito due numeri per inquadrare il tema. In Italia le imprese che esportano sono circa 120mila, su un totale di quasi 5,8 milioni di imprese registrate: un numero importante in valore assoluto, ma ancora una minoranza rispetto al totale. Eppure il nostro export è straordinario: siamo il quarto esportatore al mondo, con una previsione di 650 miliardi di euro per quest'anno, in crescita di tre punti rispetto al 2025, dietro solo a Cina, Stati Uniti e Germania. Per un Paese di 59 milioni di abitanti non è un miracolo, è la dimostrazione della qualità delle nostre imprese e dei nostri imprenditori. Va aggiunto che siamo

anche l'esportatore più diversificato, quello che vende più prodotti in più settori, e che lo facciamo da oltre vent'anni con una moneta forte: ricordo ancora quando si diceva che esportavamo solo grazie alle svalutazioni della lira. Oggi, con l'accordo firmato con il Ministero degli Esteri, Unioncamere e tutto il sistema camerale entrano a pieno titolo nella squadra dell'export italiano, insieme a Ice, Simest e Sace, portando in dote qualcosa che nessun altro ha: il contatto diretto e quotidiano con le imprese, soprattutto le più piccole. È lì che bisogna lavorare, perché l'obiettivo che il ministro Tajani si è dato per il prossimo anno è arrivare a 700 miliardi, e per raggiungerlo servono due cose: nuovi mercati - in questo senso vanno gli accordi recenti con Mercosur, India, Indonesia ed Emirati - e nuove imprese esportatrici. Con il nostro istituto di ricerca, la Fondazione Tagliacarne, abbiamo già censito 17mila piccole imprese che esportano solo occasionalmente: hanno un prodotto di qualità ma non sono strutturate per farlo con continuità. Trasformarle in esportatrici abituali farebbe crescere ulteriormente il volume complessivo dell'export italiano.

Un obiettivo ambizioso!

È un obiettivo chiaro, tanto più dopo che il nostro sistema aveva subito un ridimensionamento: dieci anni fa una riforma dimezzò gli introiti del diritto annuale delle Camere di commercio e vietò la promozione diretta all'estero. Io, come Camera di commercio di Salerno, non posso più organizzare da solo una fiera a Seul per fare vetrina del mio territorio, e va bene così. Quello che conta è accompagnare le imprese, soprattutto le piccole, lungo tutto il percorso dell'internazionalizzazione: dalle

“

**LE CAMERE
DI COMMERCIO
ITALIANE
ALL'ESTERO
SONO LE NOSTRE
ANTENNE
SUL TERRITORIO**

certificazioni ai documenti, fino alla logistica, terreni su cui una piccola impresa poco strutturata ha sempre bisogno di essere seguita da vicino.

Che presenza internazionale ha, oggi, il sistema camerale italiano?

La nostra rete ha 86 Camere di commercio italiane all'estero, alcune ultracentenarie, riunite in Assocamerestero e presenti in 64 Paesi, a cui si aggiungono 39 Camere italo-estere, come l'italo-belga o l'italo-tedesca, nate dall'iniziativa congiunta di imprenditori italiani e locali. Sono le nostre antenne sul territorio: conoscono i mercati, i partner potenziali, le prassi locali, e con l'accordo firmato con la Farnesina diventano parte integrante della filiera pubblica dell'export.

Restando alla riforma di dieci anni fa:

Andrea Prete,
Presidente di Unioncamere



lei l'ha definita quasi un tentativo di smantellamento del sistema camerale...

Sì, resto convinto che quella furia con cui il governo Renzi provò a ridimensionare le Camere di commercio - un po' come tutti i corpi intermedi, in quella stagione - non avesse una vera ragione economico-gestionale. Ma le Camere di commercio non sono crollate: sono uscite da quella fase più solide, con le spalle larghe, forti di un percorso di accorpamento che ci ha portato dalle 105 originarie alle 60 attuali, già tutte operative. Detto questo, riconosco a quel governo anche scelte molto positive, penso al Jobs Act e a Industria 4.0: come sempre, in ogni stagione politica, si fanno cose buone e cose meno buone.

L'Italia si avvale anche di società di

promozione partecipate dal sistema camerale, come Promos Italia...

Promos Italia è una società del sistema camerale partecipata dalle Camere di commercio e, in prima battuta, da Unioncamere. È nata in Lombardia e col tempo l'abbiamo estesa a un azionariato più ampio. Fa un

**IN ITALIA LE IMPRESE
CHE ESPORTANO SONO CIRCA
120MILA SU UN TOTALE
DI QUASI 5,8 MILIONI DI IMPRESE**

lavoro eccellente, anche perché sulla digitalizzazione oggi si può fare moltissimo: una volta, per esportare, bisognava prendere un aereo, andare in un Paese, costruirsi relazioni personali dirette. Oggi, con vetrine digitali e collegamenti da remoto, anche una piccola impresa con un buon catalogo può intercettare potenziali clienti in tutto il mondo con costi molto più contenuti. Promos organizza

missioni, ha accordi con molte Regioni - che nella promozione dell'export hanno una loro autonomia - e fa molta formazione, perché prima di portare un'impresa sui mercati esteri bisogna prepararla.

Proviamo un mini tutorial. Sono un piccolo imprenditore lombardo, il mio prodotto va bene in Italia, magari sono subfornitore di una filiera agroalimentare o meccanica, e voglio provare a capire dove e come affacciarmi su un mercato estero. Da dove parto? Vado in Camera di commercio?

Molti piccoli imprenditori sono già iscritti a un'associazione di rappresentanza - Confindustria, Cna, Confartigianato, Confcommercio - e queste associazioni hanno tutte, di fatto, un filo diretto con le Camere di commercio, di cui esprimono in parte la governance. Ma anche chi non è associato può essere raggiunto: la Camera di commercio della propria provincia ha l'elenco completo delle imprese iscritte al registro e può individuare, con un semplice clic, tutte quelle di un determinato settore, per poi contattarle direttamente - non solo sull'internazionalizzazione, ma anche su transizione digitale, transizione verde, lavoro e competenze, turismo, finanza. A quel punto l'impresa viene messa in contatto con l'azienda speciale della Camera che si occupa di internazionalizzazione, o con Promos se la Camera vi aderisce, e nel giro di poche ore - non di giorni - trova uno specialista con cui confrontarsi. Dopo un primo screening su volumi, potenzialità e grado di maturità dell'impresa sui mercati esteri, entra in gioco la rete delle Camere di commercio italiane all'estero: individuato il Paese di interesse, la nostra Camera locale fa una verifica sul campo per valutare opportunità e controparti. È un percorso molto più semplice da fare che da raccontare.