

## EXPORT DIGITALE, IL ROADSHOW NEI TERRITORI

Con **Digit Export Day**, Promos Italia allarga da Milano a Cosenza e Ferrara-Ravenna la formula che aiuta le imprese a crescere all'estero con strumenti digitali, AI e marketplace globali

di Sergio Luciano

**D**alla "capitale economica" al territorio per aiutare le imprese ad esportare rischiando e spendendo il meno possibile, ossia utilizzando al meglio gli strumenti digitali: è la missione, e la traiettoria di crescita, dell'evento **Digit Export Day** organizzato da **Promos Italia**, che quest'anno, dopo cinque edizioni svoltesi solo a Milano, diventa un roadshow nazionale grazie alla collaborazione con le Camere di commercio di Cosenza, Ferrara-Ravenna e naturalmente Milano Monza Brianza Lodi. Una trasformazione che riflette non solo la maturazione dell'iniziativa, ma anche l'esigenza sempre più diffusa di accompagnare le imprese nei processi di internazionalizzazione con strumenti accessibili e scalabili. Nelle cinque edizioni milanesi si sono contate oltre 600 imprese partecipanti e 50 autorevoli relatori, quest'anno il road show inizierà il 14 aprile da Ferrara, per poi fare tappa a Cosenza il 18 maggio, e concludersi con il tradizionale appuntamento di Milano, l'11 giugno, ampliando così il raggio d'azione e il coinvolgimento dei territori.

«Il Digit Export Day sta diventando sempre più un'iniziativa identitaria di Promos Italia - spiega il presidente **Giovanni Da Pozzo** - e un

punto di riferimento per il Sistema Camerale a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese. Siamo orgogliosi della crescita di questo progetto, che unisce sempre più territori, competenze e imprese attorno a temi chiave per lo sviluppo del nostro tessuto imprenditoriale».

L'iniziativa si inserisce in un contesto in cui il digitale è sempre più determinante: oltre il 60% dei processi di acquisto B2B in Europa inizia online, mentre l'e-commerce globale ha superato i 6 trilioni di dollari e continua a crescere a ritmi sostenuti, trainato dall'evoluzione delle piattaforme e dall'integrazione tra canali fisici e digitali. In Italia, l'export ha raggiunto valori record superiori ai 640 miliardi di euro, con una componente digitale in costante espansione e con oltre il 70% delle imprese che utilizza canali digitali a supporto delle vendite internazionali. Si tratta in larga parte di un tessuto imprenditoriale composto da piccole e medie imprese, spesso fortemente specializzate e inserite in filiere produttive territoriali, con una vocazione all'export storicamente consolidata ma ancora in fase di trasformazione digitale. Gli esporta-

tori italiani si caratterizzano per una forte presenza nei settori del manifatturiero di qualità - dalla meccanica alla moda, dall'agroalimentare al design - e per una crescente capacità di presidiare nicchie di mercato ad alto valore aggiunto. Negli ultimi anni, tuttavia, si è assistito anche a un progressivo ampliamento della platea delle imprese esportatrici, con l'ingresso di realtà più piccole e meno strutturate che utilizzano il digitale per accedere direttamente

ai mercati esteri, riducendo intermediazioni e costi di ingresso. In questo contesto, piattaforme e-commerce,

marketplace globali e strumenti di marketing digitale stanno diventando leve fondamentali per rafforzare la presenza internazionale, migliorare la visibilità dei prodotti e costruire relazioni dirette con i clienti finali.

Se si considera che anche nel 2025, anno dei dazi americani, l'export italiano è riuscito a crescere, se ne riesce meglio a comprendere lo straordinario valore: «Sì, in questi tempi di straordinaria difficoltà a livello internazionale il nostro obiettivo - sottolinea **Carlo Sangalli**, Presidente della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi nonché della Confindustria - è affiancare le imprese, in modo personalizzato, per posizionarsi sui mercati esteri, ottimizzare la propria visibilità, proporre prodotti e servizi sui social media, utilizzando sistemi avanzati di intelligenza artificiale».

Per le piccole e medie imprese, in particolare, il digitale rappresenta un fattore abilitante decisivo: le imprese più digitalizzate, infatti, esportano in media fino al doppio rispetto a quelle meno strutturate e mostrano una maggiore resilienza nei contesti di incertezza globale. Non si tratta solo di presenza online, ma di un cambiamento più profondo che riguarda processi,

IL DIGIT EXPORT DAY  
STA DIVENTANDO SEMPRE PIÙ  
UN'INIZIATIVA IDENTITARIA  
DI PROMOS ITALIA



CARLO SANGALLI CON GIOVANNI DA POZZO

## STORY-LEARNING

organizzazione e modelli di business: dall'uso dei dati per comprendere la domanda internazionale, fino all'adozione di strumenti di automazione e intelligenza artificiale per migliorare l'efficienza commerciale. E questo fattore abilitante da compreso e colto ovunque: non certo solo a Milano. Da qui la trasformazione, evolutiva, della giornata milanese in un road show, con l'obiettivo di diffondere competenze e opportunità anche nelle aree meno centrali ma ad alto potenziale.

«In questa fase storica è fondamentale accompagnare le imprese nell'affrontare la transizione economica - osserva al riguardo **Giorgio Guberti**, Presidente Camera di commercio di Ferrara-Ravenna - trasformando la resilienza in crescita strutturale, soprattutto a fronte di uno scenario internazionale estremamente delicato come quello attuale. Il Digit Export Day, che ospiteremo il prossimo 14 aprile nella sede di Ferrara della **Camera di commercio**, va proprio in questa direzione. Metterà al centro, infatti, i temi oggi più strategici per la crescita delle imprese sui mercati esteri, intelligenza artificiale, marketplace internazionali e strategie digitali per l'export».

Il Digit Export Day rappresenta quindi un'importante occasione per portare competenze, strumenti e confronto direttamente sui territori, supportando concretamente le imprese nello sviluppo di strategie digitali efficaci per competere sui mercati internazionali. L'obiet-



KLAUS ALGIERI

tivo è anche quello di creare una rete sempre più integrata tra istituzioni, imprese e professionisti, in grado di condividere buone pratiche e accelerare i percorsi di internazionalizzazione. «E questa prima edizione del Digit Export Day a Cosenza - spiega Klaus Algieri, Presidente Camera di commercio di Cosenza - rappre-

**IL TEMA DELL'EXPORT DIGITALE  
È SEMPRE PIÙ UNA LEVA STRATEGICA  
PER LA COMPETITIVITÀ  
DEL SISTEMA PRODUTTIVO ITALIANO**

senta un'opportunità per il nostro territorio. Crediamo fortemente in iniziative come questa che offrono strumenti concreti e visione strategica. È un passo importante che facciamo con l'obiettivo di rafforzare ancor più innovazione e competitività del sistema produttivo locale». L'evento vedrà la partecipazione di relatori di primo piano che analizzeranno le dinamiche



GIORGIO GUBERTI

del commercio globale e i principali trend digitali che stanno trasformando il business, con particolare attenzione alle opportunità offerte dall'intelligenza artificiale e dall'evoluzione dei canali di vendita online. Tra questi: Federico Fubini, inviato, editorialista e vice presidente ad personam del Corriere della Sera; Franco Moscetti, Presidente di Ovs; Rudy Bandiera, divulgatore su innovazione e AI; Ambra Danesin, docente Ninja Marketing; Raffaella Còndina, esperta di retail digitale ed Export 4.0; Daniele Rutigliano, imprenditore digitale ed esperto di e-commerce e strategie di vendita online; e Nicola Mattina, esperto di innovazione digitale e docente universitario di Digital Entrepreneurship. Un parterre che testimonia come il tema dell'export digitale non sia più circoscritto agli addetti ai lavori, ma rappresenti ormai una leva strategica per la competitività complessiva del sistema produttivo italiano.

