La Provincia di Como

diffusione:18208
tiratura:24058

Export, arriva l'accordo con il ministero degli Affari «Crescere e diversificare»

Analisi. Da Pozzo, presidente di Promos Italia, sul supporto camerale «L'intesa aiuterà le pmi ad acquisire competenze e nuove opportunità»

MARIA G. DELLA VECCHIA

Un nuovo accordo fra sistema camerale e ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale rafforza la cooperazione istituzionale per sostenere l'export e promuovere l'internazionalizzazione delle imprese italiane - Giovanni Da Pozzo, presidente di Promos Italia, ci dà un aggiornamento dei risultati ottenuti dall'agenzia nazionale del sistema camerale che supporta le pmi nell'export e spiega il ruolo di Promos nell'accordo Maeci-Unioncamere.

Come valuta il nuovo accordo e quale sarà l'apporto di Promos Italia?
L'accordo rappresenta un passaggio importante perché rafforza il coordinamento tra il Maeci e il sistema camerale e riconosce pienamente quest'ultimo come parte del sistema Italia per l'internazionalizzazione. Un plauso va ad Unioncamere e al presidente Prete per aver conseguito questo importante risultato. Promos Italia metterà a disposizione la propria esperienza nell'accompagnamento delle Pmi, dalla valutazione del potenziale export alla formazione, dalla ricerca di partner al business matching e alla presenza sui mercati. L'obiettivo è molto concreto: integrare sempre meglio strumenti, competenze e reti, evitando sovrapposizioni e rendendo più semplice per le imprese, soprattutto quelle di minori dimensioni, accedere alle opportunità offerte dal sistema pubblico.

Promos Italia opera già nell'affiancamento, nell'ambito del sistema camerale, delle imprese per sostenerle nell'internazionalizzazione, con risultati positivi riferiti dai numeri dell'Istituto Tagliacarne. In concreto cosa porterà il nuovo accordo alle imprese che già sono partecipi dei programmi camerali?

Partiamo da una base positiva, l'analisi condotta con il Centro Studi Tagliacarne mostra che le imprese assistite con continuità da Promos Italia hanno registrato una crescita dell'export del 20%, una probabilità superiore del 40% di diventare esportatrici o accedere a nuovi mercati e, tra quelle già esportatrici, una crescita del 17%. L'accordo può consentirci un ulteriore salto di qualità: costruire percorsi ancora più integrati tra preparazione dell'impresa sul territorio, strumenti nazionali e accompagnamento all'estero. Non si tratta quindi di aggiungere un nuovo livello, ma di rendere la filiera più coordinata e accessibile.

Le guerre e le tensioni geopolitiche in corso stanno spostando le aree di mercato estero per le aziende già internazionalizzate?
Stiamo certamente assistendo a una ridefinizione delle geografie dell'export, questo non significa abbandonare i mercati tradizionali, che restano fondamentali, ma affiancarli con una maggiore diversificazione. India, Sud-Est asiatico, America Latina, Mediterraneo, Golfo e alcune economie africane presentano opportunità interessanti, naturalmente diverse a seconda dei settori. Oggi internazionalizzarsi richiede ancora più preparazione: analisi del mercato, verifica dei partner, valutazione dei rischi geopolitici, finanziari e logistici. La parola chiave è diversificare, evitando dipendenze eccessive da un singolo mercato o da una sola catena di fornitura.

Ci sono nuove missioni di Promos in vista dell'autunno?
L'autunno sarà caratterizzato da un'intensa attività di accompagnamento delle imprese, con iniziative dedicate a mercati europei ed extraeuropei e con un'attenzione particolare alle aree che stanno mostrando maggiore dinamismo. In particolare, stiamo lavorando insieme a Regione Lombardia e alle Camere di commercio lombarde, comprese quelle di Como-Lecco e Sondrio, al Bando Export su Misura 2027, che prevede per il prossimo anno un piano di missioni in mercati europei ed extraeuropei. E da settembre inizieremo a raccogliere le adesioni delle imprese lombarde. Il nostro intento è aumentare le opportunità concrete di business, selezionando

120mila
Made in Lecco si espande «Ora ci sono 18 aziende»
I migliori mercati esteri Bando per selezionarli
FRUTTI SPONTANEI

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

La Provincia di Como

diffusione:18208
tiratura:24058

mercati e interlocutori sulla base delle reali potenzialità delle imprese.

Le imprese stanno investendo in nuovi progetti commerciali digitali?

Sì, e il digitale sta diventando parte integrante della strategia di internazionalizzazione. E-commerce, marketplace, social media, Crm e intelligenza artificiale consentono anche alle Pmi di conoscere meglio i mercati, raggiungere nuovi clienti e rendere più efficace l'attività commerciale. Ma la tecnologia, da sola, non basta. Per questo Promos Italia lavora affinché il digitale sia inserito in un vero piano export: scelta del mercato, posizionamento, canali, comunicazione e organizzazione interna devono procedere insieme. Il nostro compito è aiutare le imprese a trasformare gli strumenti digitali in risultati commerciali misurabili.

Che effetti si aspetta sul commercio estero a causa dell'instabilità che persiste su Hormuz e non solo? E che effetti economici vediamo già oggi sui bilanci?

La situazione richiede molta attenzione. Le tensioni su Hormuz e sugli altri snodi strategici del commercio mondiale incidono sui costi energetici, sui noli, sulle assicurazioni, sui tempi di consegna e, più in generale, sulla prevedibilità delle catene di approvvigionamento. Sono fattori che possono comprimere i margini soprattutto delle imprese più energivore o maggiormente dipendenti dalle rotte marittime. Eviterei però letture eccessivamente deterministiche: le imprese italiane hanno dimostrato negli ultimi anni una notevole capacità di adattamento. La risposta deve essere rafforzare la diversificazione dei mercati e dei fornitori, la capacità di pianificazione e il presidio dei rischi.

Quanto le imprese ne stanno risentendo?

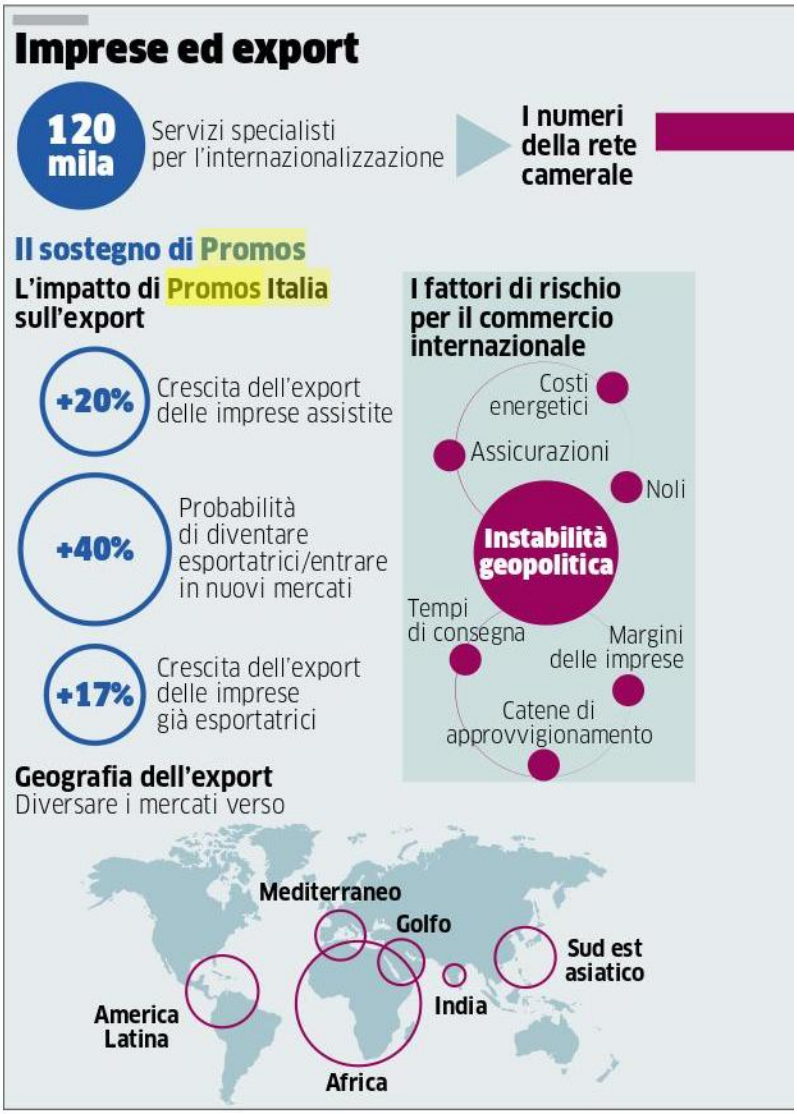
Il clima di incertezza è percepibile. I dati del sistema camerale indicano che il 70% delle imprese italiane manifesta preoccupazione rispetto alle grandi sfide che incidono sull'attività, dall'instabilità geopolitica ai costi energetici, e quasi un'impresa su due prevede possibili ripercussioni sul fatturato nell'ordine del 5-10%. È un segnale da considerare con attenzione, senza perdere di vista la capacità di reazione del nostro sistema produttivo. Come Promos Italia continueremo a monitorare l'evoluzione dei mercati e, soprattutto, a tradurre queste informazioni in indicazioni operative per le imprese. In una fase così complessa, avere più informazioni, più competenze e più mercati su cui poter contare rappresenta una forma concreta di deterrenza.

Giovanni del Pozzo, presidente di Promos Italia

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

La Provincia di Como

diffusione:18208
tiratura:24058



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato