

Internazionalizzazione Primo bilancio dell'iniziativa varata dal ministero dello Sviluppo economico e dall'Ice, insieme a Sace e Simest

Le Pmi vanno all'estero grazie al voucher per l'export manager

Successo per il roadshow che ha formato 5mila imprese e ha permesso a un terzo di loro di ottenere i contributi statali. Si ripeterà nel 2017

Oltre 5mila Pmi «formate» sull'internazionalizzazione.

Circa 1.700 check-up aziendali effettuati per vedere le affinità con i mercati esteri. E 1.500 le imprese che hanno ricevuto il voucher per l'export manager. È il bilancio del roadshow per l'internazionalizzazione organizzato da Ice-Agenzia assieme a Sace e a Simest, che a fine marzo ha toccato la trentesima tappa. L'iniziativa, promossa e sostenuta dal ministero per lo Sviluppo economico, è arrivata al terzo anno. Avrebbe dovuto essere l'ultimo ma, visto l'interesse delle imprese, si sta pensando a un prosieguo anche nel 2017. «Immaginavamo che avrebbe funzionato, ma non ci aspettavamo un successo simile — commenta

Roberto Luongo, direttore generale di Ice-Agenzia —. Quest'anno mancano ancora sedici tappe, ma altre città non previste dal tour lo hanno richiesto. Dovremo proseguire anche l'anno prossimo, dove prevediamo di andare a Bolzano, Firenze, Latina, Frosinone, Salerno e in alcune città della Sicilia. Esaurite le tappe nelle città, organizzeremo roadshow settoriali».

Sondrio, Parma e Trento le città dove sono stati organizzati gli incontri quest'anno. Ma che cosa trovano le imprese che partecipano? Non si tratta del classico convegno. L'incontro si apre con una sessione introduttiva, a cui segue una sessione tecnica per inquadrare opportunità e strumenti per accedere ai

mercati esteri. Le imprese, in base a un calendario prestabilito, hanno anche la possibilità di partecipare a una sessione di incontri informativi individuali in cui sono fatti check-up aziendali e check-up sui prodotti.

«Si tratta di un vero e proprio accompagnamento, che non si ferma all'incontro — dice Luongo —. Successivamente le imprese sono aggiornate su fiere e incoming e, quelle che risultano adatte all'internazionalizzazione, possono usufruire del voucher che il Mise ha messo a disposizione attraverso il piano straordinario del made in Italy: il 45% è riservato alle aziende che hanno partecipato al roadshow. Il contributo è di 10mila euro e serve

per pagare i manager che aiutano ad avviare le imprese all'internazionalizzazione».

Il roadshow rappresenta, dunque, un'opportunità per le aziende che vogliono crescere aprendosi al mercato globale e che cercano servizi di assistenza e consulenza, ma anche un piano strategico personalizzato. «Il target sono le micro e piccole imprese attive nei settori tipici del made in Italy: agro-alimentare, abbigliamento, arredamento, calzature, meccanica e gioielleria — precisa Luongo —. I Paesi più interessanti per imprese con dimensioni così piccole restano quelli europei: Germania, Francia, Regno Unito, Spagna e Svizzera».

Per ogni appuntamento è prevista la partecipazione di un rappresentante del ministero dello Sviluppo e del ministero degli Esteri e della cooperazione. All'iniziativa intervengono anche Confindustria, Unioncamere, Rete Imprese Italia e Alleanze delle cooperative. A ogni singola tappa del roadshow possono partecipare altri organismi che operano specificamente sul territorio, in sinergia con le altre istituzioni. Un lavoro di «rete», voluto dal governo per spingere sul pedale dell'export. «Attualmente deriva dall'export il 30% del Prodotto interno lordo — spiega Luongo —. L'obiettivo che si pone il governo è di portarlo gradualmente al 50%».

FAUSTA CHIESA



Istituzione Riccardo Monti, presidente dell'Ice, l'Istituto per il commercio estero

