

EXPORT DIGITALE

Ice, mille Pmi allo sbarco su Alibaba.com

Rafforzato il sostegno ai negozi virtuali

Adesioni tre volte superiori alle attese per il programma di e-commerce B2B

Giovanna Mancini

Sarà l'assenza di fiere fisiche internazionali da oltre un anno. Sarà che le piccole e medie aziende italiane hanno compreso l'importanza del canale e-commerce per esportare i propri prodotti. Fatto sta che l'iniziativa lanciata dall'Agenzia Ice con il gruppo cinese Alibaba lo scorso novembre – che prevedeva l'accompagnamento e il sostegno per due anni di 300 aziende sulla piattaforma B2B Alibaba.com, attraverso la presenza in un padiglione virtuale dedicato al made in Italy – ha registrato in pochi giorni l'interesse di circa mille imprese. Tanto da convincere l'Ice ad accogliere tutte le istanze ritenute valide.

«Una risposta così ampia da parte delle aziende e la possibilità da parte nostra di andarvi incontro sono il segnale della bontà dell'iniziativa e della volontà, da parte del sistema Paese di accompagnare le imprese nella crescita – osserva Carlo Ferro, presidente di Ice –. Gli effetti della pandemia su alcuni strumenti tradizionali di internazionalizzazione, soprattutto sulle fiere, creano la necessità di intervenire in modi differenti. Quindi la nostra policy oggi è di non lasciare indietro nessuno, in casi di iniziative valide su cui c'è una domanda qualificata».

L'accordo è figlio anche della presenza in Italia (dove il gruppo è presente dal 2015) di un team dedicato di Alibaba.com, che in 18 mesi ha saputo creare «un ecosistema locale per favorire la digitalizzazione e internazionalizzazione delle Pmi», osserva Rodrigo Cipriani Foresio, general manager per il Sud Europa del gruppo Alibaba. L'Italia è l'unico Paese in Europa ad avere un team dedicato alla piattaforma B2B del gruppo (che si aggiunge a quelle B2C di TMall e TMall Global), la prima a essere stata fondata, che

si rivolge a 26 milioni di buyers professionali in 190 Paesi. L'obiettivo, per l'Italia, è di arrivare a coinvolgere 10mila aziende italiane in cinque anni.

Delle 950 aziende selezionate, 224 hanno già aperto il proprio negozio su Alibaba.com e postato oltre 9mila prodotti, con 200mila visite totali e contatti da 400 buyers, precisa Ferro. Sono ben distribuite, tra Nord (il 46%), il Centro (25%) e il Sud (29%), attive soprattutto nei settori Food&Beverage, Home&Design, Machinery, Fashion e Beauty. «Spero che sia solo l'inizio – aggiunge Cipriani Foresio – perché in Italia ci sono decine di migliaia di aziende che esportano, potenzialmente interessate».

© RIPRODUZIONE RISERVATA