

MERCATI E MADE IN ITALY

Camere di commercio all'estero, nel 2023 soci aumentati del 20%

Giovanna Mancini



Aerospazio. Tra i settori più in crescita in termini di utilizzo dei servizi camerali Getty Images

Ottantasei antenne sul territorio, in 63 Paesi, al servizio delle piccole e medie aziende italiane che vogliono investire sui processi di internazionalizzazione per crescere. Le Camere di commercio italiane all'estero (Ccie, rappresentate da Assocamerestero) sono un network capillare presente in tutto il mondo dall'Uruguay, dove nel 1883 venne aperta la prima Camera di commercio estera, a Montevideo, fino al Mozambico, lo scorso anno è stata inaugurata l'ultima sede. E altre ne arriveranno nei prossimi mesi: in Irlanda, a Panama, ancora in Uruguay. «La nostra rete si espande, così come la nostra base associativa – spiega il presidente di Assocamerestero, Mario Pozza, che oggi presenterà alla Camera dei Deputati, alla presenza delle istituzioni, l'attività delle Ccie nel 2023 –. Lo scorso anno il numero dei nostri soci è aumentato del 20%, raggiungendo quota 21mila, tra imprenditori e professionisti, e abbiamo ulteriori richieste di iscrizioni, per cui anche nel 2024 ci aspettiamo un'ulteriore crescita». Le attività delle Ccie nel 2023 hanno coinvolto 160mila imprese italiane, 50mila sono state quelle assistite, mentre 18mila società hanno incontrato nuovi partner. I settori industriali che hanno maggiormente usufruito dei servizi camerali sono stati quelli che maggiormente rappresentano l'export italiano, dall'agroalimentare alla moda, dall'edilizia all'arredamento, dalla meccanica all'energia, fino al turismo. «Ci sono anche molte imprese dei settori altamente tecnologici, come l'aerospaziale, su cui sono molto attive

le camere di San Paolo e Toronto, o la cybersecurity, in particolare attraverso le sedi di Montreal e Tel Aviv. Ma anche la farmaceutica e l'elettromedicale, con la nostra camera in Colombia», aggiunge Pozza. Che mette l'accento anche su come è cambiato negli ultimi anni il ruolo delle camere di commercio all'estero. «Il nostro obiettivo è sempre quello di creare nuove opportunità per il sistema Paese, in sinergia con le rappresentanze diplomatiche, con Ice, Simest e Sace, sia nel senso di attrarre nuovi investimenti in Italia, sia per aumentare la quota di esportazione delle nostre aziende, soprattutto quelle piccole e medie meno internazionalizzate, che si rivolgono a noi per avere contatti, per conoscere il Paese di interesse, le sue normative, le potenzialità e i rischi», spiega Pozza. Quasi la metà delle imprese che si rivolge alle Ccie (il 47%) chiede servizi di assistenza nella ricerca di partner. Al secondo posto, tra le richieste, ci sono i servizi di ricerca di opportunità di business e consulenza specialistica (23,8%), seguiti da quelli di primo orientamento ai mercati esteri (22,2%). Dopo la pandemia, i servizi offerti da Assocamerestero si sono gradualmente spostati verso le nuove frontiere della digitalizzazione e della sostenibilità. Il ruolo di assistenza e consulenza svolto dalle camere è destinato a diventare sempre più rilevante per le imprese di un Paese trasformatore come l'Italia, che nel 2023 ha esportato più di 600 miliardi di euro di prodotti, soprattutto alla luce delle tante tensioni internazionali che – dall'Est Europa al Medio Oriente – stanno generando incertezza tra le aziende. «In questo momento, molti imprenditori stanno cercando di diversificare le aree di investimento – osserva il presidente –. Vediamo interessanti potenzialità nei Balcani, grazie anche alle iniziative del nostro governo per rafforzare i legami con quei Paesi, ma anche nel Nord Africa, grazie alla spinta del Piano Mattei, in Sud America e in Australia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA