

Made in Italy, la rete e la qualità per battere i rischi geopolitici

Giovanna Mancini



L'escalation della crisi in Medio Oriente – dopo l'attacco statunitense all'Iran e la risposta di Teheran con il lancio di missili sulle basi Usa in Qatar, ha dominato la scena della 34esima convention mondiale di Assocamerestero (l'Associazione delle Camere di commercio italiane all'Esteri), che si è chiusa ieri a Cosenza, con la partecipazione di circa 200 delegati da 63 Paesi, in rappresentanza delle 86 Camere italiane nel mondo.

Non che mancassero gli argomenti di cui discutere: tra dazi, conflitti bellici, tensioni commerciali e politiche, l'incertezza e il disorientamento sono all'ordine del giorno per le imprese italiane, di cui le Camere estere sono "antenne" sul territorio nei diversi mercati globali, come spiega il presidente di Assocamerestero, Mario Pozza. «In questo momento storico più che mai, le aziende italiane hanno bisogno di una bussola sui mercati esteri. Ed è quello che le nostre Camere offrono agli imprenditori, grazie a una rete capillare non solo di uffici, ma soprattutto di persone, che vivono nei mercati chiave e li conoscono da vicino, nella quotidianità, offrendo un supporto che non si limita alla fase iniziale, di avvio del business, ma che continua anche nelle fasi successive».

Una rete che, a sua volta, fa parte di un sistema articolato, che comprende anche le rappresentanze diplomatiche (ambasciate e consolati) e istituzioni governative come Ice, Sace, Simest e Cdp. «Questa rete è uno degli elementi di forza del made in Italy, assieme alla qualità dei nostri prodotti, in tutti settori, che, ne sono convinto, permetterà al nostro Paese di superare anche la fase attuale». In questo senso si inserisce l'accordo siglato ieri tra l'associazione e Agenzia ICE, che consolida la collaborazione tra le due, con l'obiettivo di integrare le attività delle rispettive reti estere. «Questa intesa conferma un metodo di lavoro già rivelatosi efficace in casi

come il Vinitaly di Chicago, e che oggi si propone come paradigma», ha detto Matteo Zoppas, presidente di Ice.

Il messaggio che esce dalla convention di Assocamerestero è dunque di fiducia e ottimismo, nonostante gli eventi degli ultimi giorni e nonostante i timori per i dazi statunitensi. «Certo, l'eventuale chiusura dello stretto di Hormuz preoccupa le imprese, che sanno bene che cosa significhi far viaggiare le merci per 15 giorni in più, considerando i costi dei container – ammette Pozza –. E i nostri uffici non hanno mai lavorato tanto come negli ultimi mesi, per aiutare le aziende a capire come affrontare eventuali nuovi dazi. Ma la conoscenza dei mercati, delle loro regole e dei loro meccanismi, può permettere alle imprese italiane di trovare sbocchi alternativi, o di elaborare strategie industriali e commerciali per ridurre l'impatto delle tariffe doganali».

Le Camere italiane nel mondo svolgono un'«azione di intelligence economica», aggiunge Pozza. «Raccolgono dati, anticipano trend e forniscono supporto concreto in ambito normativo, formativo e commerciale. Nel 2024, le 86 realtà di Assocamerestero hanno generato 300mila contatti d'affari, coinvolgendo oltre 160mila imprese e assistendone 60mila, con un valore degli interventi a supporto delle pmi che ha superato i 36 milioni di euro. Tra i settori su cui si è concentrata l'attività ci sono l'agroalimentare, la moda e l'arredo, ma anche la green economy, la meccanica, i trasporti e l'edilizia.

Un supporto più che mai necessario oggi, nella riconfigurazione degli assetti globali e della mappa geografica dell'export italiano. È necessario cercare nuovi sbocchi commerciali a integrazione, e non in sostituzione, di quelli vecchi: «Le opportunità sono ovunque, dall'America Latina all'Asia, con India, Vietnam e Singapore che crescono moltissimo – dice Pozza –. Fino all'Africa del Piano Mattei. Senza dimenticare i mercati tradizionali, come l'Europa, che rallentano ma restano fondamentali».

È così, conclude Pozza, che si può superare questa fase complessa e raggiungere l'obiettivo di far crescere ulteriormente l'export italiano, che nel 2024 ha superato i 620 miliardi di euro (oltre il 40% del Pil nazionale), confermandosi come uno dei principali motori della crescita economica, con un avanzo commerciale che ha raggiunto i 54,9 miliardi di euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA