

Eccellenze produttive, oltre 280 imprese tricolore al Siaf

Oltre 280 le imprese tricolore, 90 i buyer stranieri, 1.860 gli incontri B2B, più di 200 le trattative avviate. È il bilancio dell'ultima edizione di Siaf (Southern Italy Agri Food and Tourism), il progetto di incoming del Sistema camerale sull'internazionalizzazione che da quattro anni promuove le eccellenze produttive del Centrosud Italia, grazie all'azione congiunta di 18 camere di commercio che operano sul territorio e al supporto della rete camerale all'estero. Cinque le tappe italiane che quest'anno hanno permesso di mettere in contatto gli operatori provenienti da Germania, Gran Bretagna, Spagna, Polonia, Canada, Francia e Giappone con numerose realtà imprenditoriali locali dei settori agroalimentare, turismo e nautica. Aziende di piccole e piccolissime dimensioni ma con produzioni qualitativamente elevate. E quest'anno, per ben 77 di queste imprese, Siaf ha rappresentato un'occasione preziosa per aprirsi per la prima volta ai mercati internazionali e magari chiudere un affare. Così come ha fatto l'Azienda agricola biologica Roberta Scarpellini di Latina che, nella tappa di Chieti, ha stipulato il suo primo contratto con l'estero vendendo ben 1.000 bottiglie di vino all'azienda te-

desca Ecola i Hannover. Un esempio concreto di come sia possibile aiutare tutte quelle imprese che pur avendo le carte in regola per gettarsi nel mare aperto della competizione globale, da sole non riescono a farlo. E non sono poche. Lungo tutto lo Stivale, secondo uno studio di Unioncamere, ce ne sarebbero oltre 73 mila pronte a spiccare il volo. Spalancare le finestre del mondo a queste aziende contribuirebbe a rilanciare la nostra economia in modo significativo. Basti pensare che con appena 222 mila aziende esportatrici l'Italia è la quinta potenza mondiale per valore di export, con un saldo commerciale passato dai -25,5 miliardi di euro del 2011 ai +11 miliardi del 2012. E se escludessimo i prodotti energetici, il surplus crescerebbe fino a 74 miliardi. Eppure nel Mezzogiorno le aziende che attualmente esportano sono solo 26.900! Così l'iniziativa Siaf, promossa da Unioncamere con il supporto di Mondimpresa e cofinanziata dal Ministero dello sviluppo economico, costituisce uno strumento strategico per elevare il numero delle imprese che operano all'estero e offrire nuove opportunità di business alle aziende che già lo fanno. E il mese di ottobre, con due importanti appuntamenti fie-

ristici internazionali, sarà un'altra importante occasione per permettere, attraverso questo progetto, a un numero selezionato di aziende del Centrosud di far parlare il proprio business straniero. Saranno 50 le imprese che andranno al salone di Anuga di Colonia riservato al settore agroalimentare che si terrà dal 5 al 9 ottobre, mentre 40 aziende saranno di scena alla fiera del turismo TTI/TTG di Rimini dal 17 al 19 ottobre. Ma Southern Italy Agri Food and Tourism costituisce anche un'opportunità straordinaria per conoscere meglio i gusti e i fabbisogni degli acquirenti stranieri e magari affinare la propria offerta. Il packaging per esempio è risultato un elemento importante per molti buyers tedeschi, francesi e giapponesi ma anche un punto di debolezza comune a molte aziende incontrate sul quale lavorare per migliorare la proposta commerciale. Siaf è solo uno dei quattro progetti speciali che fanno parte del programma di iniziative 2013 sviluppato dal Sistema camerale per spianare la strada dell'estero al made in Italy. Un piano per l'internazionalizzazione condiviso con la Cabina di regia che prevede la realizzazione di 15 missioni nei territori lontani del Bric e nelle aree più vicine dell'Eu-

ropa, dei Balcani e del Mediterraneo. Nella convinzione che, in presenza di una domanda interna sempre più debole, i mercati stranieri costituiscono la chiave di svolta per favorire la crescita e, talvolta, la sopravvivenza stessa delle nostre imprese. Anche per questo il network camerale ha lanciato a marzo World Pass. La rete degli sportelli fisica e virtuale per l'internazionalizzazione che mette a disposizione delle imprese il ricco patrimonio di competenze del Sistema camerale italiano e delle camere di commercio italiane all'estero. Un utile strumento conoscitivo che anche attraverso il sito www.worldpass.camcom.it da accesso a innumerevoli materiali informativi utili per vendere oltreconfine: dalla documentazione richiesta dalle dogane alle procedure da seguire per aprire un'impresa di import-export, dalla normativa fiscale o assicurativa fino alla contrattualistica internazionale. E permette in appena 48 ore di ricevere online risposte più svariate per fare affari con l'estero da un pool di 30 esperti. Una porta preziosa d'accesso al mondo che Unioncamere auspica possa divenire il punto di aggregazione di tutte le competenze nazionali sull'internazionalizzazione.