

# Con formazione e missioni produzione oltre i confini

**L**e Camere di commercio contribuiscono alla promozione delle imprese sui mercati internazionali attraverso numerose azioni: organizzazione di missioni commerciali, accesso a iniziative e programmi comunitari, realizzazione di accordi internazionali, assistenza per l'attrazione di investimenti diretti, promozione di accordi tecnico-produttivi e commerciali con l'estero, supporto per l'acquisizione e cessione di brevetti e licenze.

Nelle principali sedi delle Camere di commercio italiane è attiva la rete *Enterprise Europe Network* della Commissione europea che permette alle aziende di ricevere le informazioni necessarie per investire all'estero, inserirsi nei mercati stranieri e accedere ai servizi e ai finanziamenti messi a disposizione da Unioncamere.

Un supporto che è soprattutto di tipo informativo: «L'internazionalizzazione è uno dei temi su cui ci stiamo impegnando in modo particolare, cercando di coinvolgere quante più aziende possibili - sottolinea Ferruccio Dardanella, presidente di Unioncamere -. Da una nostra indagine è emerso come esistono 72 mila imprese che avrebbero potuto fare export ma non si affacciano sui mercati esteri per mancanza di conoscenza delle opportunità che offre il mercato, scarse risorse economiche e necessità di avere più coraggio. Nel 2013 sono andate sui mercati stranieri, con il nostro aiuto, 3 mila Pmi che han-

no così ampliato i propri orizzonti di riferimento».

Durante l'ultimo anno, il sistema camerale italiano ha complessivamente investito oltre 87 milioni di euro per favorire l'internazionalizzazione delle imprese, sia con iniziative di sistema sia con interventi a supporto di missioni imprenditoriali realizzate dalle Camere di commercio stesse. Il programma si è articolato in 1.770 iniziative in 81 diversi Paesi. Secondo una geografia dell'export quanto mai varia: a fare la parte del leone è la Germa-

nia (con 127 iniziative), seguita da Russia, Cina, Francia, India, Emirati Arabi, Brasile e Turchia, con una crescita anche rispetto all'anno precedente. Guardando ai singoli settori rispetto al 2012 sono cresciute in modo particolare le iniziative nell'agroalimentare (+14,9%) e nel turismo (+8,2%). Quanto alle tipologie, il 2013 fa registrare un maggiore dinamismo nel sostegno alle missioni di *outgoing*, di confronto con le istituzioni dei Paesi esteri (+33,3%) e alla partecipazione fieristica (+36,2%).

Ma come si traduce concretamente l'assistenza che Unioncamere offre alle imprese italiane? «Innanzitutto facciamo formazione per una nuova cultura dell'internazionalizzazione, offrendo supporto, attraverso la rete delle 80 Camere di commercio italiane all'estero, alle nostre aziende presenti sui mercati stranieri - spiega Ferruccio Dardanella -. Incentiviamo molto la conoscenza del brand "made in Italy" con la partecipazione a fiere e con politiche mirate, anche in collaborazione con l'Ice».

Le imprese possono ottenere facilmente informazioni non solo rivolgendosi direttamente alle sedi delle Camere di commercio, ma anche consultando il servizio Worldpass ([www.worldpass.it](http://www.worldpass.it)), lo sportello informativo online che offre dati sui mercati esteri, sulle iniziative per le imprese e i riferimenti degli sportelli presenti sul territorio.

E. D. R.

## Destinazioni 2013

Il numero di iniziative Unioncamere

Germania	127
Russia	89
Cina	76
Francia	66
India	58
Emirati	56
Brasile	53
Turchia	52
Usa	38
Canada	36
Gran Bretagna	33
Marocco	31
Vietnam	24
Sudafrica	22
Serbia	20
Giappone	16
Hong Kong	15