

Le camere di commercio italiane all'estero: una rete globale a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese italiane

contributi

di Pina Costa, Camilla Sala, Samuele Lorient*

Il *network* delle Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE) rappresenta la più ampia rete italiana di promozione, di natura privata e, al tempo stesso, parte integrante del sistema della *promotion* pubblica, che opera a sostegno del *Made in Italy* nel mondo.

Le CCIE, infatti, sono associazioni di imprenditori e professionisti, italiani ed esteri, nate oltre un secolo fa, e sviluppatasi nei Paesi tradizionalmente di maggiore presenza italiana, che il Governo italiano riconosce in base alla Legge n. 518 del 1970.

In virtù della loro capacità di coniugare una vocazione associativa e uno spiccato orientamento al mercato con un forte impegno sul piano istituzionale, le Camere costituiscono uno strumento di *policy* in grado di rispondere alle esigenze di un sistema economico mondiale sempre più caratterizzato dall'interdipendenza degli attori coinvolti.

Inoltre, sfruttando la propria particolare configurazione di rete binazionale, operativa sui territori esteri e impegnata nel favorire le relazioni economico-commerciali con l'Italia, le CCIE hanno affinato nel corso degli anni la loro capacità progettuale, che si caratterizza per i seguenti elementi:

- una forte capacità di orientamento strategico e di *scouting* delle opportunità offerte dai mercati internazionali, grazie al radicamento sui territori esteri e al legame con le comunità d'affari e le istituzioni locali;
- una particolare predisposizione al rapporto *one-to-one* con le aziende, che permette di rispondere con maggior efficacia alle esigenze di personalizzazione che oggi il mercato globale impone;
- una spiccata attitudine a lavorare con parametri di efficacia e di efficienza tipici di

una struttura aziendale, che deriva dall'esperienza maturata a fianco delle imprese italiane ed estere intenzionate ad internazionalizzarsi.

Attualmente le Camere di Commercio Italiane all'Estero riconosciute dallo Stato italiano sono 70, attive in 45 Paesi del mondo con 140 uffici e oltre 24.000 imprese associate, costituite per il 70 per cento da aziende locali interessate ad operare con l'Italia. Le Camere possono contare sul patrimonio di *expertise* e di profonda conoscenza dei mercati degli oltre 1.300 amministratori che – su base volontaria – fanno parte degli organi collegiali, in rappresentanza delle imprese locali e italiane radicate localmente. Le strutture camerale, inoltre, dispongono di oltre 600 dipendenti, gran parte dei quali perfettamente bilingui.

Tipologie di servizi offerti dalle CCIE

- I servizi di orientamento al mercato sono volti a fornire agli imprenditori gli elementi conoscitivi funzionali all'inserimento nel mercato di interesse.

Nel 2008, nel quadro di questa attività, le CCIE hanno realizzato 362 seminari e/o eventi di informazione coinvolgendo oltre 22.000 imprenditori. Informazioni su *trend* settoriali, normative vigenti in ambito fiscale, finanziario, doganale e legale, vengono erogate sia attraverso appositi *desk* informativi presso le strutture camerale, sia attraverso censimenti, studi di settore e appositi seminari.

- I servizi di aggiornamento e qualificazione delle competenze imprenditoriali hanno previsto nel 2008 l'organizzazione di 381 iniziative formative a beneficio di circa

* Area Promozione, Comunicazione e Sviluppo, Assocamerestero.

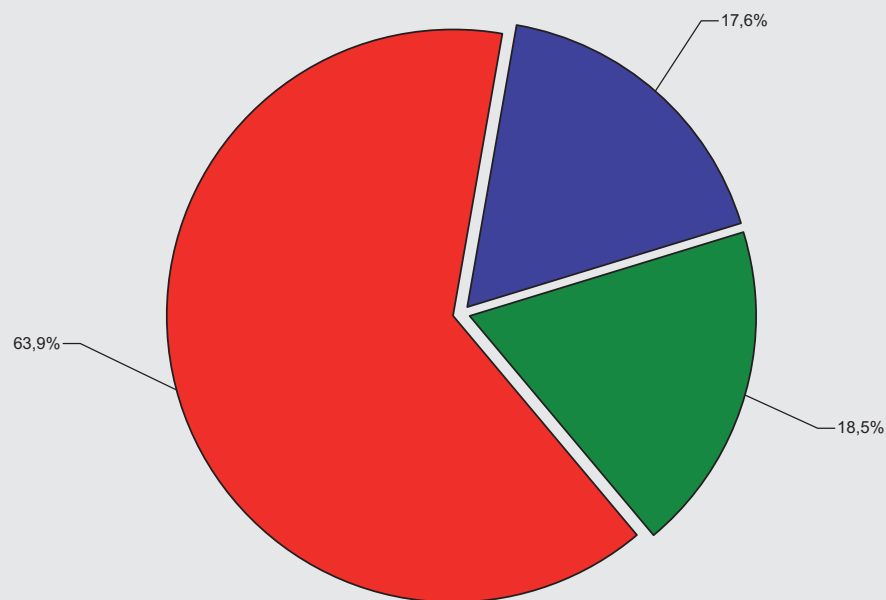
17.000 imprese, con una media di 44 soggetti coinvolti da ciascuna attività realizzata.

- Il matching tra la domanda e l'offerta di prodotti e servizi di imprese italiane ed estere costituisce, con una quota pari al 64 per cento, il *core business* delle attività promozionali (rientrano in questo ambito l'organizzazione di missioni imprenditoriali, incontri BtoB in Italia e all'estero, la partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche italiane e internazionali). Nel 2008, a fronte di 1.314 attività, le CCIE hanno attivato contatti di *business* con

circa 52.000 aziende.

- L'attività di assistenza e consulenza fornita dalle CCIE, che nel 2008 ha portato a soddisfare le richieste di 83.682 imprese, viene effettuata in risposta a specifiche esigenze manifestate dagli imprenditori, sia grazie a risorse interne alle strutture camerale, sia con il contributo di professionisti specializzati che lavorano sui mercati delle Camere. Gli ambiti di assistenza vanno dall'individuazione di canali di vendita e distribuzione, alla ricerca di *partner* d'affari, e alla diffusione di informazioni riguardo eventi fieristici.

Grafico 1
Tipologia delle attività promozionali 2008



■ Orientamento al mercato ■ Aggiornamento e qualificazione competenze imprenditoriali ■ Matching domanda-offerta delle imprese

Tavola 1 - Tipologia delle attività promozionali 2008

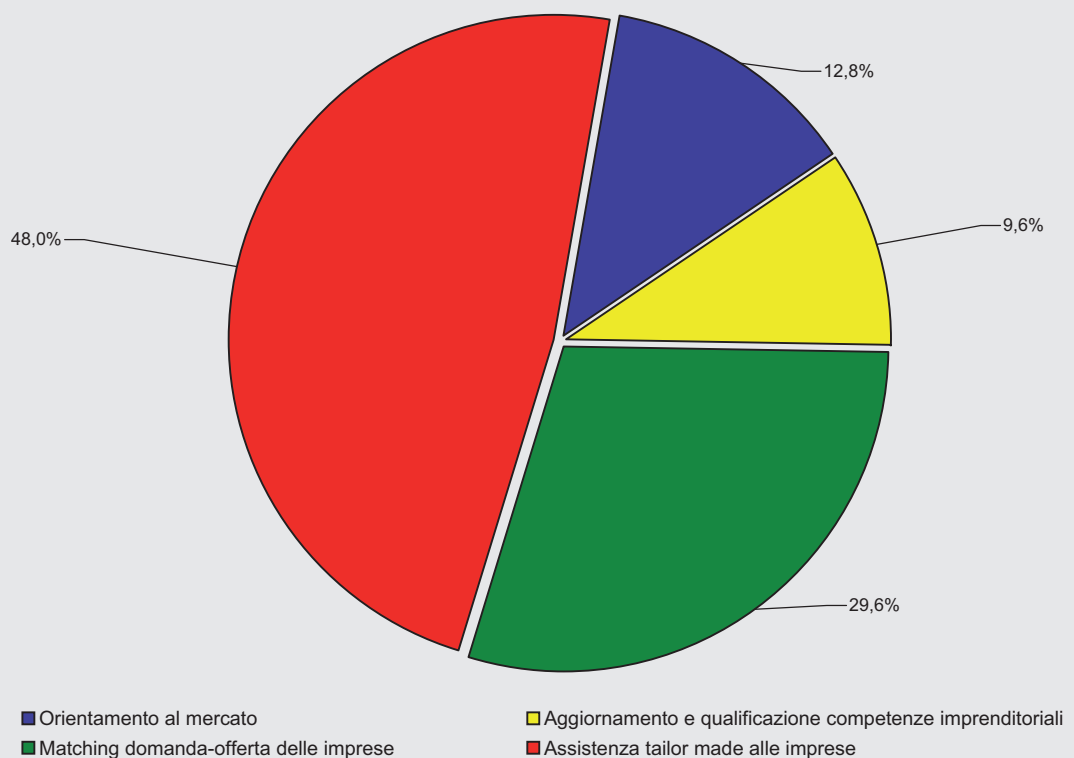
Aree	Camere	Orientamento al mercato		Aggiornamento e qualificazione delle competenze imprenditoriali		Matching domanda-offerta delle imprese		Assistenza <i>tailor made</i> alle imprese
		Imprese	Iniziative	Imprese	Iniziative	Imprese	Iniziative	Imprese assistite
Patto Andino e Centro-America	6	989	21	541	22	2.437	59	797
Asia	7	3.926	38	2.104	80	9.704	139	5.898
Australia	5	726	7	24	13	2.020	106	2.894
Europa	26	7.099	94	5.176	176	20.981	493	27.066
Mediterraneo	5	1.470	9	55	12	4.642	76	8.228
Mercosur	11	5.341	157	6.849	42	2.213	279	34.908
Nafta	10	2.827	36	2.071	36	9.594	162	3.891
Totale	70	22.378	362	16.820	381	51.591	1.314	83.682

I contatti di *business* attivati e le modalità di promozione adottate dalle CCIE

Complessivamente, attraverso oltre 2.000 attività di orientamento, formazione e supporto alla conclusione di affari, le CCIE hanno stabilito circa 200.000 contatti con

imprese italiane ed estere che vogliono ampliare il loro *business* all'estero, cui vanno a sommarsi i circa 100.000 contatti *on line* stimati nel corso dell'anno, per un numero complessivo di oltre 300.000 aziende assistite.

Grafico 2
Contatti di business per tipologia di attività 2008



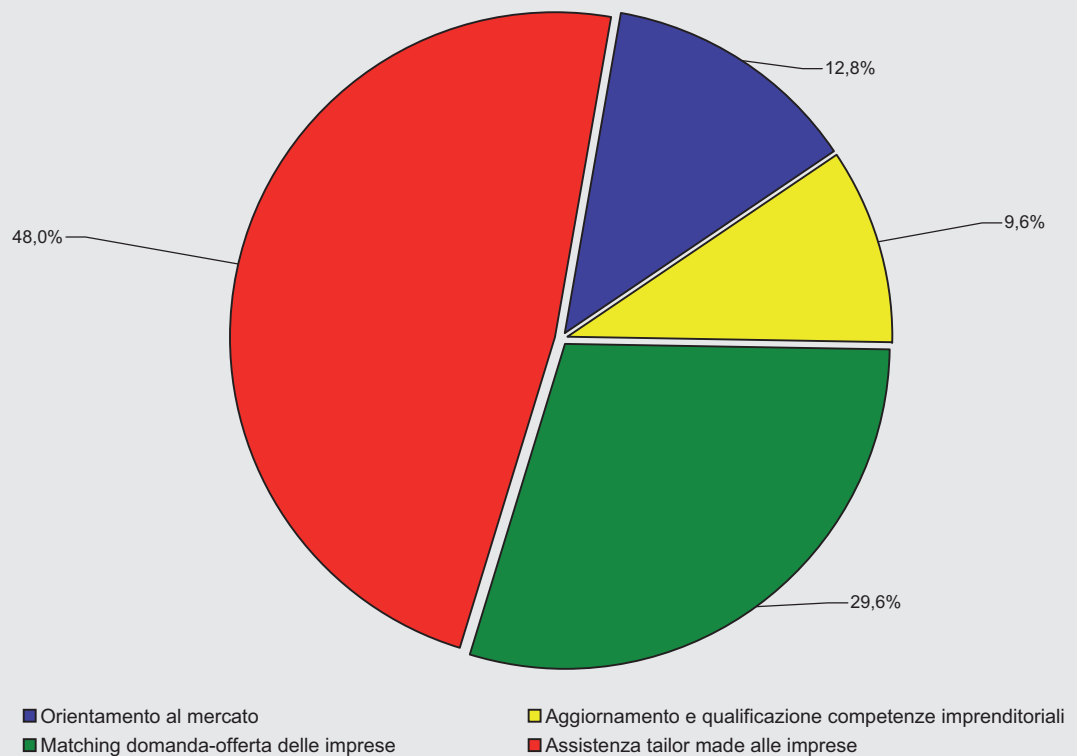
Per veicolare più efficacemente anche il contenuto innovativo del *Made in Italy*, le CCIE hanno puntato su tre modalità di intervento promozionale:

- la promozione integrata, realizzata attraverso progetti in grado di raccordare iniziative economiche, culturali e di valorizzazione turistica dell'Italia, al fine di amplificare l'effetto sul *business*;
- la promozione monosettoriale, attraverso la quale viene individuato un settore che per la sua particolare strategicità in un determinato Paese o innovatività rappresenta il *fil rouge* che tiene legate diverse iniziative promozionali;
- la promozione multimercato, che coinvolge contemporaneamente imprese presenti su

più mercati, interessate a scambiare *know-how* con l'Italia in settori ad elevato valore aggiunto. Questa tipologia di progetti, realizzata da 42 CCIE, ha coinvolto nel 2008 circa 20.000 imprenditori italiani ed esteri.

Per quanto riguarda i settori di attività, le CCIE hanno affiancato ai tradizionali comparti del *Made in Italy* - come agroalimentare (26,6 per cento), moda-persona (15,9 per cento) e turismo, cultura e tempo libero (12,0 per cento) - iniziative volte a veicolare l' "eccellenza italiana" anche in settori tecnologicamente avanzati, quali infrastrutture e logistica (9,6 per cento), meccatronica (7,2 per cento), chimica, ambiente e energia (6,8 per cento), e ICT-R&S (3,6 per cento).

Grafico 3
Settori delle
attività di
matching tra
domanda e
offerta delle
imprese 2008



L'attività promozionale 2009

Il percorso di sviluppo dell'attività delle CCIE prosegue nel 2009, come testimoniato dal forte incremento delle risorse investite dal *network* nella realizzazione di oltre 1.800

iniziative promozionali, passate dai circa 28 milioni di euro del 2000 ai quasi 52 milioni previsti per il 2009, di cui 43 milioni costituiti da attività riconosciute dal Ministero dello Sviluppo Economico.