

## Strategie per fare business all'estero

### **Seminario formativo delle Camere miste a Bologna nella sede di Unioncamere ER**

Sessantacinque paesi, 6200 associati, 10 milioni di euro di bilancio. Sono questi i numeri delle **Camere estere ed italo estere (miste) in Italia**. Ai loro sportelli si rivolgono ogni anno 10mila imprese, per avere informazioni, usufruire dei servizi offerti e sfruttare il know-how per nuove opportunità di business. A Bologna, nella sede di Unioncamere Emilia-Romagna si è svolto il tradizionale appuntamento annuale con un seminario formativo in cui si è affrontato il tema della focalizzazione nelle strategie di marketing delle Camere miste a supporto dell'internazionalizzazione. In pratica, si è fatto il punto su quali servizi e potenzialità sviluppare per sostenere le imprese nella ricerca di spazi e opportunità sui mercati, individuando di cosa hanno veramente bisogno le Pmi esportatrici.

La Sezione delle Camere di Commercio estere in Italia, riunisce attualmente 37 istituzioni (le ultime associate sono per Cuba e per il Kazakistan) di paesi operanti sul territorio nazionale.

“La rete delle Camere miste – dice il presidente Pietro Baccarini – pienamente inserito nel sistema camerale, si rafforza sempre più a sostegno delle imprese che richiedono servizi per l’export sempre più specializzati. Con la chiusura dell’Ice prevista dalla manovra finanziaria, per le Camere di commercio si potranno aggiungere nuovi impegni ma anche opportunità. Le Camere miste rappresentano una realtà virtuosa in quanto non ricevono fondi pubblici, ma si autofinanziano e sostengono con i contributi delle imprese socie a cui offrono una serie di servizi sempre più mirati e specifici. L’incontro di oggi – aggiunge Baccarini – è stato organizzato proprio per individuare le strategie su cui orientarsi per favorire la presenza ed il successo all’estero delle aziende”.

Nel corso del forum sono state analizzate le principali aree di debolezza delle Pmi in ottica internazionale: assenza di una “cultura”, limitata esperienza, scarsa abitudine a un approccio strategico, mancanza di informazioni adeguate, limitate risorse professionali e competenze (tempo, struttura organizzativa leggera e centralizzata, elevata concentrazione delle responsabilità) e finanziarie (difficoltà accesso ai finanziamenti e gestione delle risorse).

Su questo possono svilupparsi le opportunità di intervento delle Camere di commercio miste che, conclude Pietro Baccarini *“sono rappresentanti dirette di larghe comunità d'affari. Questo le rende estremamente efficaci come volano per far crescere anche la quota di investimenti esteri in Italia e, quindi, favorire lo sviluppo della nostra economia”*.

Giorgio Gandellini, docente di Strategia d’Impresa e Marketing Internazionale (Università di Roma Tre e Macerata) ha illustrato una ricerca sui principali ostacoli allo sviluppo internazionale delle Pmi, indicando come selezionare le strategie di marketing, mentre Maurizio Di Genova (Ufficio Unioncamere di Bruxelles) ha parlato delle azioni dell’Unione europea a supporto delle PMI, e Paolo Bonaretti, direttore generale Aster dell’innovazione come opportunità per consolidare la presenza sui mercati esteri.

Ha concluso i lavori Ugo Girardi, direttore Unioncamere Emilia Romagna. “Rafforzare l’internazionalizzazione –ha detto Girardi - è fondamentale, perché uno dei punti di ripresa della nostra economia è proprio l’export, non più una opzione, ma una condizione necessaria”.