

Stati Uniti: tante opportunità per le imprese emiliano-romagnole

Il punto a Bologna. Export primo semestre 2017: quasi 3 miliardi euro. USA terzo mercato di sbocco

Nei primi sei mesi dell'anno l'Emilia-Romagna ha esportato verso gli Stati Uniti per 2,9 miliardi di euro, il 5,1% in più rispetto al primo semestre 2016. Gli Stati Uniti rappresentano il terzo mercato di sbocco per le produzioni emiliano-romagnole, trainate dalla meccanica, mezzi trasporto, ceramica, alimentare, moda. Modena, Bologna e Reggio Emilia sono le prime tre province della graduatoria delle esportazioni.

Sono alcuni dell'export regionale verso gli Stati Uniti analizzati nel workshop partecipativo **“Esportare negli USA e collaborare con le imprese americane nell'era di Trump”** organizzato da **Regione e Unioncamere Emilia-Romagna**.

Flessibilità, costi ridotti della manodopera media e dell'energia, dei trasporti e della dogana, ottima logistica, forte stimolo agli insediamenti industriali negli USA per la creazione o mantenimento di posti di lavoro e investimenti in immobili, macchinari e ristrutturazioni sulla base di incentivi pari al 10-20% (attraverso crediti d'imposta, contributi a fondo perduto, prestiti diretti a tasso basso, garanzie governative su prestiti privati, titoli obbligazionari e altre modalità).

Sono queste alcune opportunità che rendono gli USA un Paese dove oggi è possibile investire o attuare una strategia di penetrazione commerciale.

Charles Bernardini, partner della prestigiosa Law Firm Nixon & Peabody, ha fornito interessanti spunti su come affrontare il mercato americano. *“L'immagine di qualità, design, originalità dei prodotti delle aziende italiane è molto elevata negli Stati Uniti. Ci sono quindi opportunità, specie dei settori della meccanica e dell'agroalimentare, di poter fare business anche grazie all'euro forte rispetto al dollaro. Obama ha lasciato in eredità una economia forte a Trump che sta stimolando una politica di incentivazione alle imprese a produrre negli Stati Uniti e di “comprare americano”. La strategia giusta quindi per una azienda italiana può essere di creare una filiale negli Usa come canale privilegiato che permette di superare diversi ostacoli. I clienti americani preferiscono comprare da un'azienda “americana”, è il fenomeno del cosiddetto Buy America”.*

D'altra parte, anche le grandi aziende e multinazionali a stelle e strisce stanno investendo nel sistema regionale come ha ricordato **Palma Costi**, assessore Attività Produttive Regione Emilia-Romagna. *“Abbiamo un rapporto importante con gli Stati Uniti per il peso del nostro export e anche per il fatto che l'Emilia-Romagna è una regione con forte presenza di capitale americano. C'è crescente richiesta di insediamenti di imprese che riconoscono qui alcuni elementi: la capacità del sistema produttivo di piccole e medie imprese di saper lavorare e innovare, il tema dei lavoratori e quindi delle persone e la capacità del sistema emiliano-romagnolo di favorire questi investimenti. Il rapporto con il mercato americano rimane fondamentale sia tra imprese che istituzioni”.*

Ci sono notevoli spazi in prospettiva come ha sottolineato **Claudio Pasini**, segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna che ha aggiunto: *“Nel primo semestre 2017, l'Emilia-Romagna ha esportato quasi 3 miliardi di euro verso gli Stati Uniti, terzo mercato di sbocco, quindi un 5,1% in più rispetto allo stesso periodo del 2016. Ci sono molte opportunità e siamo in grado di indicare i prodotti driver con maggiori opportunità sul mercato americano dove sono poco meno di 5000 le*

imprese che esportano, di cui una metà non sono esportatrici abituali: quindi c'è un grande lavoro perché lo possano divenire, un percorso da parte di istituzioni pubbliche e associazioni di categoria per sostenere le piccole imprese a consolidarsi e le medie imprese a ragionare in termini di stabilizzazione quindi di investimenti per aprire filiali”.

Il mercato americano è stato individuato dal programma ER Go Global 2016-2020 della Regione Emilia-Romagna come il principale target per lo sviluppo delle esportazioni, l'attrazione degli investimenti, le partnership fra università e centri di ricerca.

Ruben Sacerdoti, responsabile servizio attrattività e internazionalizzazione ha precisato gli scenari di sviluppo sul mercato statunitense.

*“Sono diversi anni che abbiamo focalizzato la nostra attività a supporto delle imprese verso il mercato americano. L'idea ora è di creare un **advisory board**, un gruppo di esperti in grado di analizzare le strategie in atto e affinarle per consegnare linee guida e operative alle imprese. Abbiamo focalizzato tre aree degli Stati Uniti. La prima è la **Silicon Valley** tra San Francisco e San Josè dove stiamo portando start up e imprese hi tech grazie ad accordo con incubatore che funge da acceleratore. La seconda è quella di **New York** sul tema delle smart cities, in accordo con municipalità e università, per attività formazione, ricerca sviluppo oltre che tradizionale anche fieristico. Ora la possibilità di una terza area Mid West con centro a Chicago dove l'eccellenza e specializzazione regionale può trovare opportunità importanti dall'agroindustria alla meccanica con specializzazione per il packaging e una logistica adatta a tutto il mercato americano”.*