

Emilia-Romagna, internazionalizzazione una via da sviluppare

L'export è un motore ancora positivo della nostra economia.

Secondo i dati Istat, presentati nel Rapporto 2012 sull'Economia regionale, nei primi nove mesi dell'anno, l'export dell'Emilia-Romagna è ammontato a circa 37 miliardi di euro, superando del 3,6 per cento l'importo dell'analogo periodo del 2011.

Oggi le imprese della regione che commercializzano con l'estero sono 24.115.

L'obiettivo è di aumentare di 3000 unità il numero nel triennio, in coerenza con il piano nazionale di Unioncamere ("progetto matricole") che punta a far salire di una quota pari a 30 mila le imprese esportatrici italiane rispetto al livello attuale.

La propensione ad affrontare i mercati esteri, va quindi sostenuta e rafforzata ed è una delle linee guida strategiche del sistema camerale che punta a potenziare i servizi per l'internazionalizzazione, con l'obiettivo di far percepire alle imprese di essere portatrici di un grande valore quale è il brand "Made in Italy".

A questo scopo, le Camere di commercio stanno investendo sulla qualità e sull'origine del *Made in Italy*, promuovendo l'aggregazione tra le imprese attraverso lo strumento delle reti.

In Emilia-Romagna, secondo dati aggiornati a settembre, 295 imprese hanno sottoscritto un contratto di rete per realizzare 53 programmi comuni, con un fatturato complessivo consolidato di 1,1 miliardi di euro, pari al 6,1% del fatturato delle 2.475 imprese che a livello nazionale hanno firmato 458 contratti di rete.

I contratti di rete, e più in generale le diversificate strumentazioni per agevolare i percorsi di aggregazione tra imprese, possono contribuire a recuperare competitività. Il contratto di rete consente alle Pmi di conseguire la massa critica e di attuare un progetto comune senza ridurre il livello di autonomia decisionale di ogni singola impresa aderente.

Parallelamente, si vuole riaffermare sui territori il ruolo delle Camere di commercio quali "caselli d'entrata" delle imprese sui mercati internazionali e, al tempo stesso, contribuire a riordinare i "punti di approdo" sui mercati globali attraverso una forte valorizzazione della rete delle Camere di commercio italiane all'estero.

In uno scenario di progressiva perdita di appeal all'estero delle merci europee e, all'interno di queste, delle produzioni dell'Emilia-Romagna, è necessario supportare le imprese nei loro processi di internazionalizzazione lungo due direttrici.

Da una parte, consolidare la presenza delle imprese sui mercati, in particolare i Paesi BRICST, dove si hanno già quote rilevanti di export e dove la domanda cresce in misura superiore alla media.

Dall'altra, aiutare le imprese a penetrare in mercati di grande potenzialità ed espansione, dove l'incidenza dell'Emilia-Romagna è ancora modesta, ma tuttavia già rilevanti per la domanda mondiale, quindi potenzialmente pronti ad accogliere le merci regionali. Si tratta, in larga parte, di Paesi asiatici, anche se non mancano mercati più vicini come la Polonia per l'alimentare, la Svezia per l'abbigliamento e l'automotive, la Repubblica Ceca per la meccanica e l'elettronica.

Nel 2013 le iniziative di internazionalizzazione del sistema camerale regionale, declinate secondo queste linee strategiche, saranno sviluppate su alcune progettualità integrate quali Meccanica/Russia 2, Progetto India 3, Green Technologies e Industria della Salute/Turchia, Meccanica/Vietnam, e abitare-costruire/Paesi del Golfo da realizzare in collaborazione con Regione Emilia-Romagna. con l'organizzazione di una delegazione multisettoriale di buyer indiani in Emilia-Romagna e le attività specifiche dedicate al settore arredamento.

Per il settore agroalimentare, proseguirà l'articolato programma di interventi che ha valorizzato il paniere dei prodotti di qualità del progetto Deliziando, supportando le imprese sui mercati internazionali e rafforzando al contempo la collaborazione già avviata da anni con l'Assessorato Agricoltura della Regione Emilia-Romagna attraverso un ricco programma di eventi mirati.

Il *focus geografico* degli interventi promozionali verrà posto sia sui mercati con le più elevate dinamiche di crescita (BRIC) dove è costante l'aumento della domanda dei prodotti italiani, che in quelli più avanzati dell'Unione Europea, per presidiare le posizioni acquisite e valorizzare le nostre eccellenze enogastronomiche in un'ottica di promozione integrata della regione. Nello specifico le aree di interesse saranno: America Latina (Brasile, Messico, Colombia); Asia Pacifico (Hong Kong, Thailandia); Unione Europea (Austria, Francia, Regno Unito, Svezia); Nord America (Canada).

Nel 2013 il paniere di Deliziando includerà i 36 prodotti DOP e IGP, quelli a Qualità Controllata e quelli BIO da agricoltura biologica, i vini DOP (ex DOCG e DOC) ed IGP (ex IGT) prioritariamente da vitigni autoctoni, alcuni prodotti selezionati nell'ambito dell'elenco di quelli agro-alimentari tradizionali dell'Emilia-Romagna per completare l'offerta ed ulteriori prodotti di eccellenza regionale quali caffè e cioccolato.

