

## Parla Auricchio: Spazio per 100 mila esportatori

**Presidente Auricchio, c'è fame di made in Italy nel mondo. Come convincere i tanti imprenditori italiani ma ancora chiusi nei confini nazionali a tentare la via dell'export? «Partirei dai numeri», risponde Giandomenico Auricchio (nella foto), presidente di Assocamerestero: «Lo scorso anno il nostro Paese ha esportato beni del made in Italy per 417 miliardi di euro, con un incremento dell'1,2% su base annua, e il trend positivo prosegue negli ultimi mesi. Le nostre esportazioni nel 2016 sono cresciute di più di quelle di Germania e Francia, e anche di più della media mondiale. Quindi l'ampliamento di mercato è una necessità e non più solo una opportunità. Da tante fonti poi vediamo che le imprese esportatrici hanno una migliore redditività dei prodotti di quelle che non esportano, infatti le più colpite dalla crisi sono state quelle attive solo sul mercato interno». Eppure, evidentemente, l'idea di esportare spaventa!**

**«Certo, occorre sapere che vendere su mercati più ampi richiede un investimento, non solo in capitale fisico, ma anche in capitale**

**umano, cioè nelle competenze aziendali capaci di gestire questo processo. Sono convinto che la sfida non è tanto riuscire a vendere una partita di merci all'estero - molti ne sono capaci - ma piuttosto rimanere in modo continuativo sui mercati. Serve una strategia aziendale seria e soprattutto di medio periodo se si vogliono avere dei risultati duraturi. E poi voglio anche fare una battuta: internazionalizzarsi significa anche riuscire ad acquisire materie prime e semilavorati a condizioni migliori dall'estero. Insomma, anche importare meglio - in diversi settori - è una scelta importante con molte convenienze da sfruttare».**

**Ma c'è spazio all'estero per nuove imprese italiane esportatrici?**

**«Molto spazio: secondo stime Unioncamere ci sono 112.000 imprese che hanno le potenzialità per spingersi oltreconfine se ben supportate».**

**E secondo Lei, oggi, la rete del sistema Italia è adeguata alle esigenze di chi voglia andare all'estero senza essere ancora sicuro sul da farsi?**

**«Guardi, se ci riferiamo alle aziende piccole e medio-piccole, che tra l'altro in questi anni hanno espresso brillanti performance sui mercati internazionali, dico sempre che per andare bene all'estero occorre prepararsi**

**bene in Italia. Qui c'è un ruolo importante che, anche alla luce della recente riforma, può essere svolto dal sistema camerale, l'unico - per capillarità e presenza - in grado di approcciare questa imprenditoria sul territorio. Per quanto riguarda la rete all'estero, negli ultimi anni si sono fatti importanti progressi. Il Governo, e il Ministro Calenda in prima persona, hanno dato un impulso importante allo sviluppo dell'azione pubblica, l'approccio dell'Agenzia ICE è molto più mirato e il merito va anche ai vertici dell'Agenzia. Da diversi anni lo stesso approccio della diplomazia è cambiato, più attento e vicino alle esigenze delle imprese, consolidando una funzione importante di raccordo e di coordinamento della promozione all'estero. Adesso occorre fare un ulteriore passo, che è quello della personalizzazione dei servizi e della multilateralità sui mercati».**

**E qui entrate in ballo voi come Camere di commercio italiane all'estero?**

**«Certamente! Da imprenditore dico che siamo una piattaforma straordinaria per**

**lo sviluppo del business delle aziende sui mercati internazionali: perché siamo una rete fatta da imprenditori, che conoscono quindi "dal di dentro" le esigenze di chi vuole internazionalizzarsi, e siamo anche un network multi-mercato con una presenza capillare di 78 strutture in 54 mercati. Anche noi abbiamo intrapreso un processo di riorganizzazione per essere sempre più al passo con le nuove esigenze delle aziende, e mi pare che i risultati ci sono, visto che una recente indagine della Farnesina ci dice che la nostra offerta di servizi è conosciuta dal 55% delle imprese che vanno all'estero, valori molto superiori a quelli di altri operatori. Certo vorremmo essere utilizzati ancora di più, perché pensiamo di poter dare un contributo sostanziale alle esigenze delle aziende nello scovare opportunità di business e assicurare un maggiore radicamento sui mercati».**

**Quanto si è evoluta, a Suo avviso, negli ultimi anni (dalla crisi in qua) la capacità di esportare delle imprese italiane?**

**«Molto e in modo convinto. La crisi ha segnato un'esperienza spesso drammatica per tante aziende, ma è stata anche un'occasione per ripensarsi e cambiare approccio al mercato. Parliamoci chiaro, ci sono stati tanti che non sono riusciti a intercettare i nuovi trend, ma siamo il secondo paese manifatturiero esportatore europeo, dopo la Germania, abbiamo posizioni di eccellenza che ci pongono ai primi posti.**

