



MAURIZIO TORREGGIANI
Presidente Unioncamere
Emilia-Romagna

Un servizio per le imprese che vanno all'estero

L'Emilia-Romagna è la seconda regione in Italia per valore dell'export agroalimentare e la prima in Europa per importanza del settore, diffusione delle imprese e capacità di creare ricchezza e occupazione. La peculiarità del comparto, ossia il valore distintivo in grado di accrescere la qualità dell'offerta dei territori, è un rilevante punto di forza, un patrimonio di conoscenze e professionalità che consente di sviluppare programmi congiunti di promozione a supporto delle imprese.

Nell'attuale contesto economico è fondamentale un sempre più stretto coordinamento delle attività da svolgere a livello istituzionale, per poter intercettare una domanda mondiale che cresce. Ciò significa rafforzare le reti esistenti. In particolare, il modello di collaborazione avviato da oltre 15 anni tra il sistema Unioncamere-Camere di commercio dell'Emilia-Romagna e la Regione. Una collaborazione che può produrre azioni sinergiche per la competitività delle imprese, come prefigurano il nuovo accordo quadro e il protocollo d'intesa con l'assessorato regionale all'Agricoltura per integrare la promozione delle produzioni regionali di qualità all'offerta turistica.

È prioritario, quindi, consolidare partnership per ampliare il numero delle imprese esportatrici e supportarne la presenza in quei mercati dove cresce la richiesta di prodotti di qualità. Soprattutto considerando che il 44% delle imprese agroalimentari regionali esporta in un solo Paese e il 18% in oltre 10 Paesi; le cooperative realizzano oltre il 7% dell'export complessivo dell'Emilia-Romagna, mentre le imprese artigiane rappresentano il 9% del totale di quelle che esportano. Alle imprese che si chiedono come esportare di più o come individuare i mercati che offrono

maggiori opportunità oggi Unioncamere può offrire nuovi strumenti. Stiamo parlando di *Intelligent Export Report*, un servizio su misura, ritagliato sulle caratteristiche dell'impresa, in grado di fornire alle Pmi un orientamento strategico personalizzato per strutturare percorsi di internazionalizzazione. *IER* analizza i dati relativi alle esportazioni delle singole imprese incrociandoli con i flussi commerciali mondiali e i dati di bilancio di milioni di aziende del mondo, suddivise per settore merceologico. In questo modo è possibile misurare il grado di "esportabilità" dei prodotti di un'impresa ed elaborare un'analisi comparata dell'export delle concorrenti o di un gruppo omogeneo per classe dimensionale e fatturato.

Incrociando i dati dell'export regionale con quello mondiale e le previsioni economiche, *IER* può indicare i mercati *driver*, ossia rilevanti e in crescita, costituiti dai Paesi che importano quote importanti di beni alimentari, come Usa, Canada, Cina, Brasile, Spagna, Croazia, Tunisia, Sud Africa, Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti, Vietnam; i mercati *pit stop* importanti, seppur in flessione, da monitorare poiché potrebbero incidere negativamente sull'andamento dell'export se la loro ripartenza dovesse ritardare come Giappone e Russia; infine i mercati in rimonta, di media rilevanza ma in forte sviluppo, come Angola, Mozambico, India, Malesia, Qatar, Iraq, Colombia, Cile.

Il supporto del sistema camerale emiliano-romagnolo a queste concrete iniziative è una risposta tangibile all'esigenza di attrezzare sempre meglio il nostro sistema agroalimentare per affrontare la competizione mondiale, puntando sull'innovazione, assistendo le Pmi con nuovi servizi, rafforzando la collaborazione tra tutti gli attori.