

## **Australia: è qui il business**

***Affari per le imprese dopo la missione coordinata da Unioncamere Emilia-Romagna. Fino allo scorso anno è stato attivo il Parma Point***

Porta dritto in Australia la strada per trovare nuovi sbocchi commerciali e interessanti prospettive di affari.

Lo confermano due imprese emiliano-romagnole che hanno messo a profitto una recente missione nel grande Paese agli Antipodi coordinata da **Unioncamere Emilia-Romagna**, Promec Modena (Azienda Speciale della Camera di Commercio), Camera di Commercio di Ferrara in collaborazione con Camera di Commercio Italiana in Australia di Sydney.

Pur lontana migliaia di chilometri, l'Australia, dove il 2014 si è chiuso con un incremento del PIL intorno al 3%, può comunque essere un punto di arrivo più vicino di quanto non si possa pensare: forte è l'attenzione ai prodotti emiliano-romagnoli che possono competere per tecnologia e qualità.

Che l'approccio a questa nuova frontiera sia promettente, lo dimostra l'esperienza delle due aziende "pioniere", la ferrarese **Mangolini Confezioni** s.r.l. (marchio PHILO) ditta di abbigliamento di Goro, e la modenese **DEC** s.p.a. produttrice di trattori elettrici e lavasciuga che hanno già concluso contratti con controparti australiane. E' un primo passo, confortante per il futuro.

"L'Australia si sta consolidando come una economia avanzata, a prova di crisi globale. La crescita prosegue in modo ininterrotto da 22 anni – dice **Claudio Pasini**, segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna – In una fase di riposizionamento come questa in cui le imprese devono necessariamente guardare all'export, è importante considerare e intercettare realtà in fase di sviluppo, anche se lontane".

Anche il **sistema Parma conosce la realtà australiana**. Infatti fino al 2014 è stato attivo un "**Parma Point**", una vetrina stabile delle eccellenze parmigiane, nei locali della Camera di Commercio Italiana a Sydney. E' stato un articolato progetto della Camera di Commercio di Parma in collaborazione con la Camera di Commercio Italiana a Sydney, un esempio concreto di contatto diretto per favorire le relazioni con gli operatori australiani.

Gli incontri B2B hanno, in un numero significativo di casi, dato il via a percorsi di collaborazione commerciale, con l'acquisizione di nuovi clienti per le imprese Equipage pantaloni, Classe Ducale e Camiceria Emanuele Maffei, Pilogen Carezza.

Secondo **Luigi Eva**, presidente del Consorzio Parma Couture e socio della ditta di moda Equipage "*L'Australia è un Paese dove vale la pena investire, perché, nonostante la forte concorrenza, la qualità e l'artigianalità dei prodotti sono un fattore di forte appeal specie per una fascia di consumatori che hanno una buona capacità di spesa. La presenza di boutique select shop ben si interfaccia con la nostra realtà di piccole imprese dotate di grande flessibilità. Si tratta di rafforzare un rapporto di fidelizzazione. Anche la stagionalità che è opposta a quella europea può diventare un fattore di vantaggio competitivo se ben interpretata*"

**Ufficio stampa Unioncamere Emilia-Romagna**  
***Giuseppe Sangiorgi Tel. n. 051/6377026; E-mail:giuseppe.sangiorgi@rer.camcom.it***