

Mercati europei a caccia di “made in Italy”

Oltre 50 imprese per il seminario ed incontri di business nelle sede di Unioncamere Emilia-Romagna

A tu per tu con cinque mercati europei ricchi e dinamici a caccia di “Made in Italy”.

Alle opportunità di business in **Francia, Inghilterra, Svezia, Germania, Svizzera**, è stata dedicata una intera giornata di approfondimento con un seminario e incontri individuali per le imprese a Bologna nella sede di Unioncamere Emilia-Romagna.

Cinque esperti delle Camere di commercio italiane all'estero di Londra (Melody Dadon), Monaco di Baviera (Isabella Pignagnoli-Hoffmann), Nizza (Nicolas Placidi), Stoccolma (Anna De Geer), Zurigo (Fabrizio Macrì) hanno illustrato ad una cinquantina di aziende le opportunità commerciali ed industriali, gli approcci consigliati ai mercati ed i settori in crescita, fornendo utili indicazioni sulla strategia da adottare per avere successo.

Unioncamere Emilia-Romagna e Modena Emilia Romagna Italy Empowering Agency (Azienda Speciale della Camera di commercio di Modena), con il patrocinio di Enterprise Europe Network - Simpler Consortium, hanno organizzato questo evento operativo scegliendo l'Europa, il principale acquirente delle merci esportate dall'Emilia-Romagna con una quota pari a circa il 68 per cento, che per la sola Unione europea si attesta al 57,5 per cento.

Il format ha permesso alle imprese di entrare in contatto con chi vive nei paesi target, conosce i mercati in prima persona e può dare indicazioni operative alle piccole e medie imprese emiliano-romagnole.

*“Rimodellando la nostra struttura per accompagnare le aziende sui mercati – ha ricordato **Erio Luigi Munari, presidente dell'azienda speciale della Camera di Modena** – siamo passati decisamente da una forma di sussidiarietà ad una strategia che investe su imprenditore e prodotti, e mette a disposizione professionalità e strumenti in modo concreto in tutta la regione”.*

I primi tre mesi del 2011 si sono chiusi con una **crescita delle esportazioni dell'Emilia-Romagna** pari al **19,2 per cento** rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente.

Metalmeccanica ed alimentare sono i settori dove il “made in Emilia-Romagna” ha maggiore successo.

*“I Paesi europei – sottolinea **Agostino Pesce**, direttore dell'azienda speciale per l'internazionalizzazione della Camera di commercio di Modena – sono più facili da approcciare per le nostre imprese. Occorre favorirne una ancora migliore penetrazione commerciale ed aiutarle ad aumentare le quote di mercato in queste aree. Laddove, rispetto a mercati emergenti ma lontani, si può contare su elementi, come distribuzione e sistema bancario, che possono agevolare l'attività. E' importante crescere in Europa anche per maturare una mentalità ed un approccio culturale tali da stimolare le aziende ad aggregarsi in una logica di rete e puntare poi ad obiettivi e paesi più distanti”.*

A questo riguardo, **Fabio Ferretti** della **Goldoni Spa** di Migliarino di Carpi ha raccontato la strategia alla base di una partnership fruttuosa con la Camera di commercio italiana a Nizza che ha permesso alla storica impresa fondata 85 anni fa di affermarsi ulteriormente sul mercato francese.

Ennio Fava della **Sagem di Traversetolo (Parma)** ha raccontato come l'azienda che commercializza i migliori salumi della tradizione, già affettati e preparati in comode ed igieniche vaschette è riuscita ad affermarsi in un mercato difficile e selettivo come quello svedese con il supporto della Camera di commercio italiana a Stoccolma. *“I tempi di risposta al primo approccio sono lunghi - ha detto Fava - pari a circa 6 mesi, poi però le soddisfazioni non mancano. Abbiamo identificato prodotti e packaging adatto per il mercato svedese che sta rispondendo molto bene: ogni anno aumentiamo la quota in doppia cifra. Aspetto da non sottovalutare è anche quello dei pagamenti sempre puntuali. Stiamo pensando ad una espansione in Finlandia e Norvegia nel prossimo futuro”.*