



CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA



Il sistema delle Camere di Commercio per l'internazionalizzazione delle Pmi

**Sandro Pettinato
Unioncamere**

**Reggio Emilia
martedì 2 ottobre 2012**

Il grado di internazionalizzazione delle imprese italiane

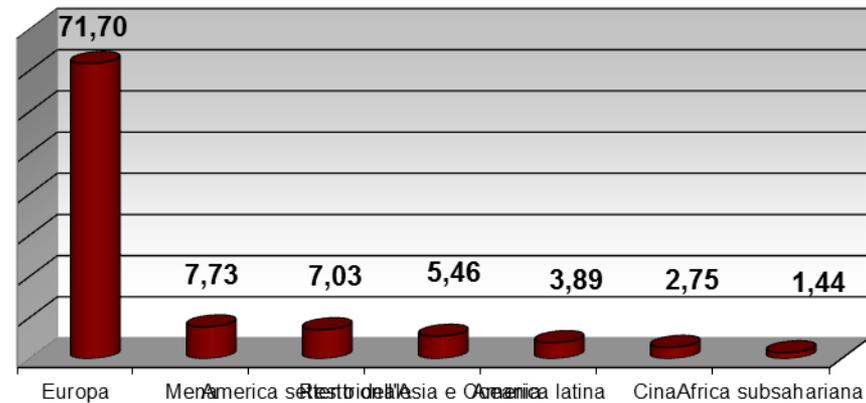
208.000 imprese
che operano
sui mercati esteri



Solo una minima
parte (circa 10.500)
intrattiene però
rapporti stabili con i
mercati internazionali

..e sono circa 70.000 quelle
che avrebbero le capacità per
andare all'estero ma che per
"timidezza" non lo hanno
ancora fatto!

Quota percentuale export italiano 2012



FONTE: Elaborazione su dati Istat

Limitata la quota dell'export
verso i Paesi emergenti



Le imprese esportatrici

IMPRESE ESPORTATRICI ED ESPORTAZIONI PER CLASSE DI ADDETTI (anno 2009)	IMPRESE			ESPORTAZIONI	
	N°	%	Quota su imprese attive	in milioni di Euro	%
• 1-9 (a)	110.830	61,6%	2,6%	19.796	7,0%
• 10-19	33.469	18,6%	22,9%	18.462	6,5%
• 20-49	21.693	12,0%	38,2%	32.362	11,5%
• 50-99	7.095	4,0%	48,5%	32.826	11,5%
• 100-249	3.964	2,2%	50,5%	48.521	17,4%
• 250-499	1.131	0,6%	52,8%	34.952	12,5%
• 500 e oltre	865	0,5%	54,9%	91.914	32,6%
• Addetti non specificati (b)	959	0,5%	-	2.633	1,0%
• TOTALE	180.006	-	4,0%	281.466	-
• Non residenti (c)	283	-	-	1.432	-

a) le classi di addetti 1-3 e 4-9 sono accorpate in un'unica classe; sono state inoltre escluse le unità legali diverse dalle imprese e dalle branch operative

b) la classe include l'insieme residuale di unità legali diverse dalle imprese e dalle branch operative che non è stato possibile ricollocare nell'ambito del gruppo di imprese per cui operano

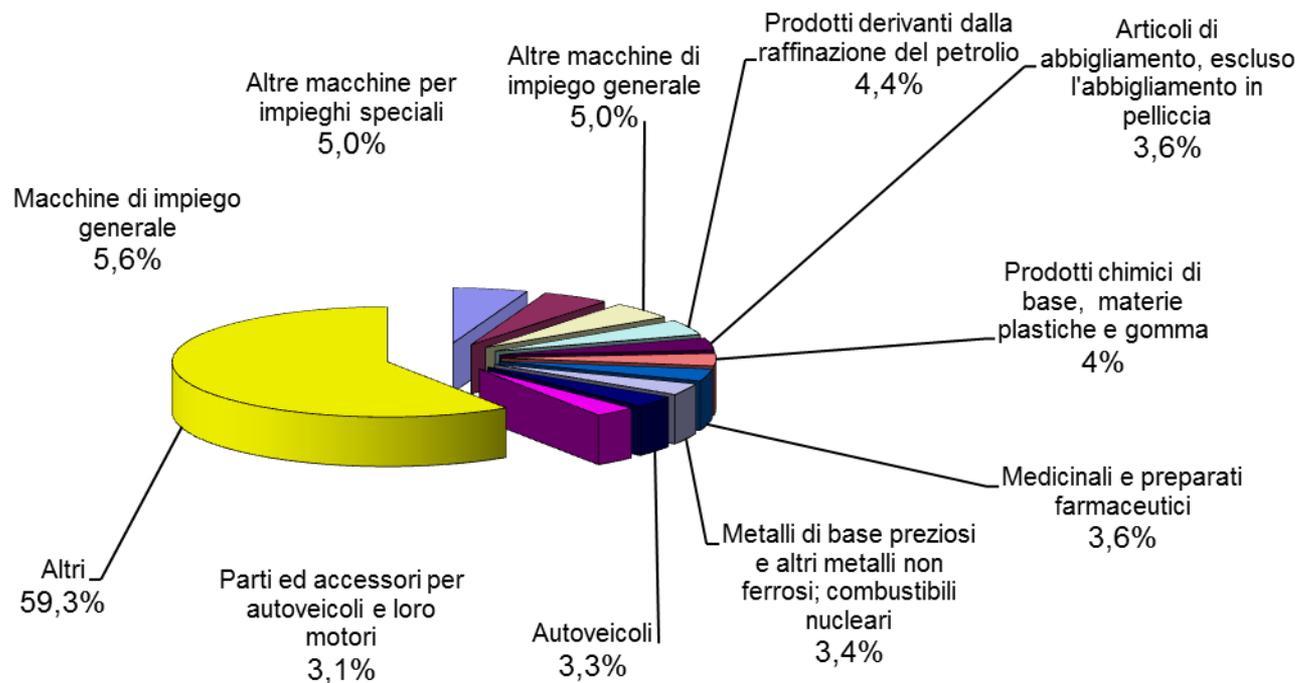
c) I dati si riferiscono alle imprese, attive alle esportazioni, non residenti in Italia

Top ten : Export italiano 2012 principali categorie produttive



Principali esportazioni Italia 2012

Classifica dei primi dieci Gruppi 'Ateco 2007'



Fonte: Elaborazione su dati Istat



Obiettivi di crescita dell'export e di internazionalizzazione delle imprese

Breve - medio termine: *Aumento della quota export su settori in cui l'Italia ha un'elevata competitività*

Sempre più forte posizionamento sui mercati strategici

Stabile presenza nei mercati in forte espansione

Rafforzamento della posizione competitiva

- incrementando la quota di mercato sulle geografie "sottopenetrate".
- difendendo e rafforzando il posizionamento e la competitività nelle aree più sviluppate,
- recuperando quote di mercato sui Paesi emergenti o a «forte volume di consumi»

Lungo termine:

- *Nuove relazioni commerciali nelle aree a maggiore potenzialità di crescita (es. Africa Sub-sahariana*
- *Rafforzamento con iniziative di diplomazia economica (es. progettazione e realizzazione di opere infrastrutturali e accordi commerciali bilaterali)*

Ostacoli all'internazionalizzazione

***Dimensione
imprenditoriale***

Forte presenza di ***imprese di medie e piccole dimensioni***
tradizionalmente meno orientate all'export

***Distribuzione
geografica
dell'export***

Le esportazioni italiane si concentrano su ***aree geografiche tradizionali***.
Il 70% dell'export italiano è orientato verso l'Europa mentre sono in secondo piano alcune macro-aree a più alti tassi di crescita (BRIC, Asia, Africa sub-sahariana, Nord e Sud America)

***Mancanza di una
strategia comune***

Sovrapposizione di ruoli tra i diversi soggetti impegnati nel campo della promozione all'estero

Ostacoli all'internazionalizzazione

**Scarso supporto
finanziario**

L'offerta pubblica si basa su prodotti «export finance» di medio - lungo termine, assicurazioni e garanzie.

***Assenza di prodotti finanziamento
- o meglio di garanzia -
a breve termine e su Project finance***

**Mancanza di
specifiche
professionalità**

***Assenza nelle PMI di consulenti export: costi alti,
specificità complesse, ecc.***

Introduzione del temporary manager

L'e-commerce: una grande opportunità di crescita per le imprese italiane



Nel 2011 l'e-commerce in Italia ha fatto registrare una crescita del 32%, con un valore superiore a 18 miliardi di Euro

L'Italia rimane però il fanalino di coda in Europa

Sono soprattutto le PMI a far registrare un importante gap nell'utilizzo dell'e-commerce

Solo l'11% delle aziende italiane di medie dimensioni vendono on line contro il 30% di quelle tedesche.
Peggiora la situazione per le piccole, solo il 5% utilizza internet contro il 19% delle PMI tedesche

Iniziative da sviluppare

Diventare grandi restando piccole Le reti di imprese

Circa 2.000 le PMI coinvolte in progetti di rete d'impresa

- Sul piano giuridico sono forme di **coordinamento** di natura contrattuale tra aziende
- Sul piano economico rappresentano una libera aggregazione tra imprese con l'obiettivo di crescere in **competitività e innovazione**



Miglior posizionamento strategico
in termini di mercato, accesso al
credito, brevetti, investimenti esteri e
certificazioni di qualità

Speciale disciplina fiscale agevolata



Iniziative da sviluppare

Crescere sui mercati esteri: Progetto Matricole

Progetto sostenuto da Unioncamere dedicato a:

- Aziende non strutturate
- Aziende che non hanno mai operato sui mercati esteri
- Aziende con grandi potenzialità e caratteristiche per operare sull'estero

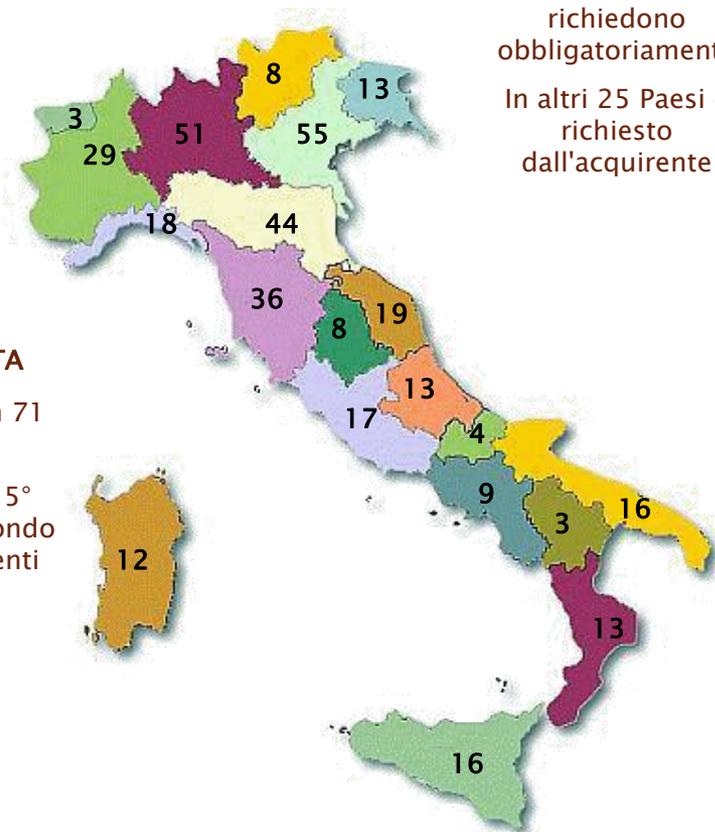
Le imprese vengono “prese per mano” e accompagnate sui mercati esteri attraverso un percorso che prevede assistenza e consulenza anche nel Paese straniero

Gli sportelli territoriali per l'informazione



Gli uffici commercio estero delle Camere

Risorse Umane dedicate per Regione



Carnet ATA

Operativo in 71 Paesi

L'Italia è al 5° posto nel mondo per documenti rilasciati

Certificati d'origine

76 Paesi in diversi continenti lo richiedono obbligatoriamente

In altri 25 Paesi è richiesto dall'acquirente

Regioni	Personale CCIAA	Servizi			Contatti
		Certificati d'origine	Carnet ATA	Altri visti	Imprese / utenti Servizi Estero
PIEMONTE	29	67.648	1.410	24.690	3.279
VALLE D'AOSTA	3	324	21		85
LOMBARDIA	51	238.284	2.168	120.675	10.831
TRENTINO A.ADIGE	8	9.616	180	5.038	430
VENETO	55	93.121	1.330	74.052	6.172
FRIULI V.GIULIA	13	26.141	244	11.747	1.144
LIGURIA	18	8.702	86	3.757	642
EMILIA ROMAGNA	43	104.800	1.015	55.870	5.048
TOSCANA	36	65.912	1.008	23.571	3.113
UMBRIA	8	6.022	94	924	1.243
MARCHE	19	21.590	233	11.099	2.985
LAZIO	17	21.580	701	12.157	1.168
ABRUZZO	13	7.027	68	4.412	518
MOLISE	4	1.535	21	1.021	120
CAMPANIA	9	17.499	183	1.000	1.106
PUGLIA	16	4.100	72	1.080	554
BASILICATA	4	746	2	285	87
CALABRIA	13	601	17	253	97
SICILIA	16	4.219	37	978	465
SARDEGNA	12	1.188	4	216	91
ITALIA	387	700.778	8.894	352.825	39.178

n.b. Le imprese esportatrici abituali sono tra i principali utenti di tali servizi

La rete dei centri specializzati: assetto attuale delle Aziende speciali e delle Camere

Risorse Umane dedicate per Regione



49 Aziende Speciali

(*) solo per la promozione internazionale
603 unità di personale cui si aggiungono
143 unità di personale Camerale

Regioni	Num. Az. Speciali	Personale (*)	Partenariati, incoming, outgoing, ecc.	Fiere Formaz.	Società Regionali partecipate
PIEMONTE	3	36	35	87	CEIPIEMONTE
VALLE D'AOSTA	1	11	5	8	
LOMBARDIA	5	185	216	227	
TRENTINO A.ADIGE	2	62	4	7	
VENETO	3	34	39	28	Veneto Promozione
FRIULI V.GIULIA	3	62	66	12	
LIGURIA	2	21	3	8	Liguria International
EMILIA ROMAGNA	2	26	28	30	
TOSCANA	4	65	37	56	
UMBRIA	1	14	0	0	Umbria Trade Agency
MARCHE	4	25	2	2	
LAZIO	2	14	41	20	
ABRUZZO	1	14	4	22	
MOLISE	2	2	7	7	
CAMPANIA	4	39	2	12	
PUGLIA	3	47	7	29	
BASILICATA	2	36	18	14	
CALABRIA	2	7	9	3	
SICILIA	2	19	7	15	
SARDEGNA	3	27	7	3	
ITALIA	49	746	537	590	

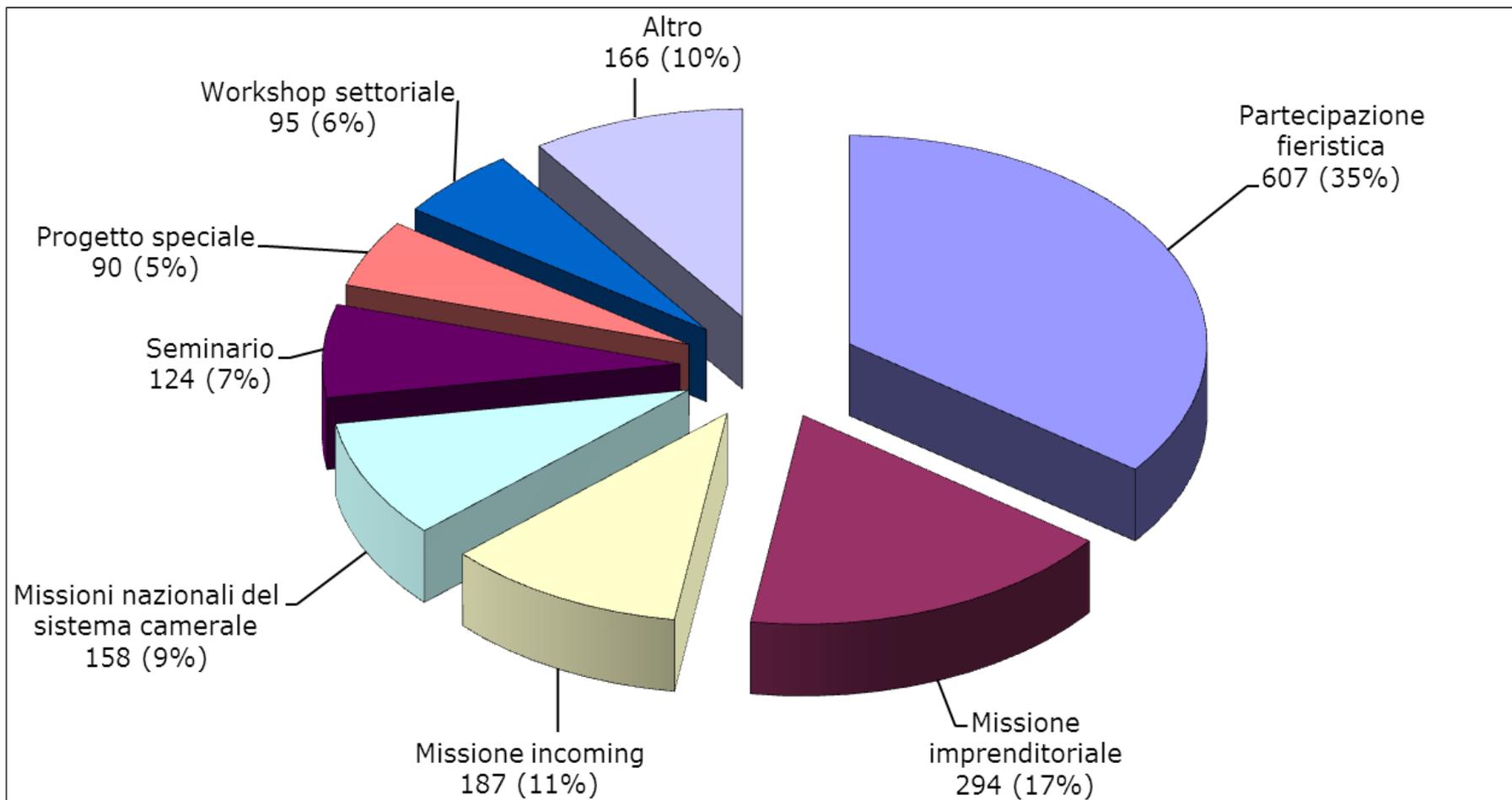
La rete degli sportelli territoriali: ipotesi di servizi standard

Ipotesi di **servizi di assistenza e supporto** di base che contemplano i fabbisogni di imprese esportatrici e potenziali esportatrici:

- Certificazione, procedure doganali, fiscali e assicurative;
- Informazione, prima assistenza sui Paesi e mercati;
- Schede Paese, banche dati, normative internazionali;
- Risposta a quesiti specialistici, specializzazione sui principali Paesi e settori, diffusione dei programmi e dei calendari;
- Formalità per aprire un'impresa di import/export;
- Fasi di un'operazione commerciale internazionale;
- Costituzione di società all'estero, contrattualistica internazionale (compravendita beni, stipula di contratti, fasi consegna e trasporto);
- Finanziamenti internazionali e comunitari;
- Informazioni sulle opportunità offerte da Simest e Sace

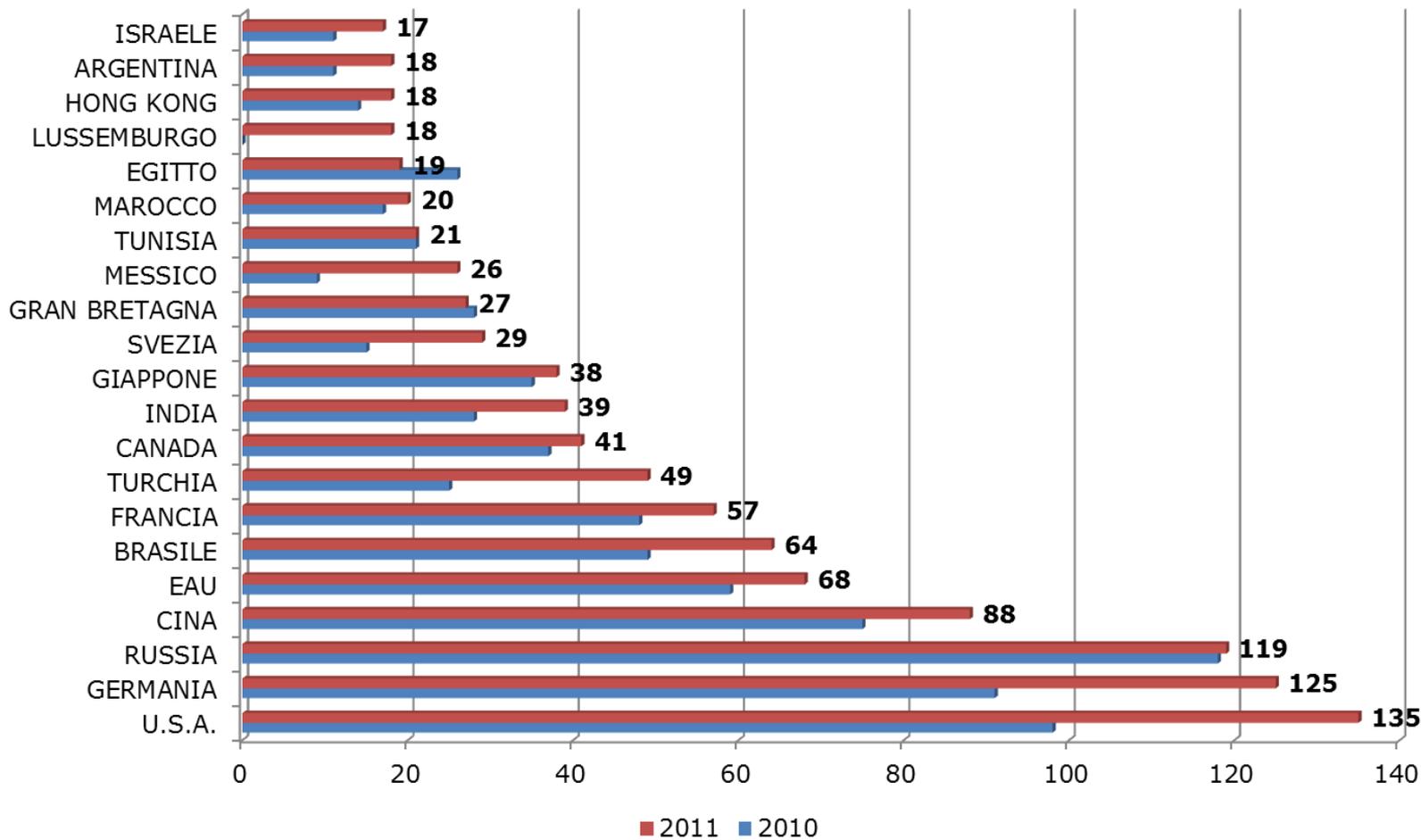
Attività del sistema camerale sul territorio nazionale

Le iniziative delle CCIAA (2012)

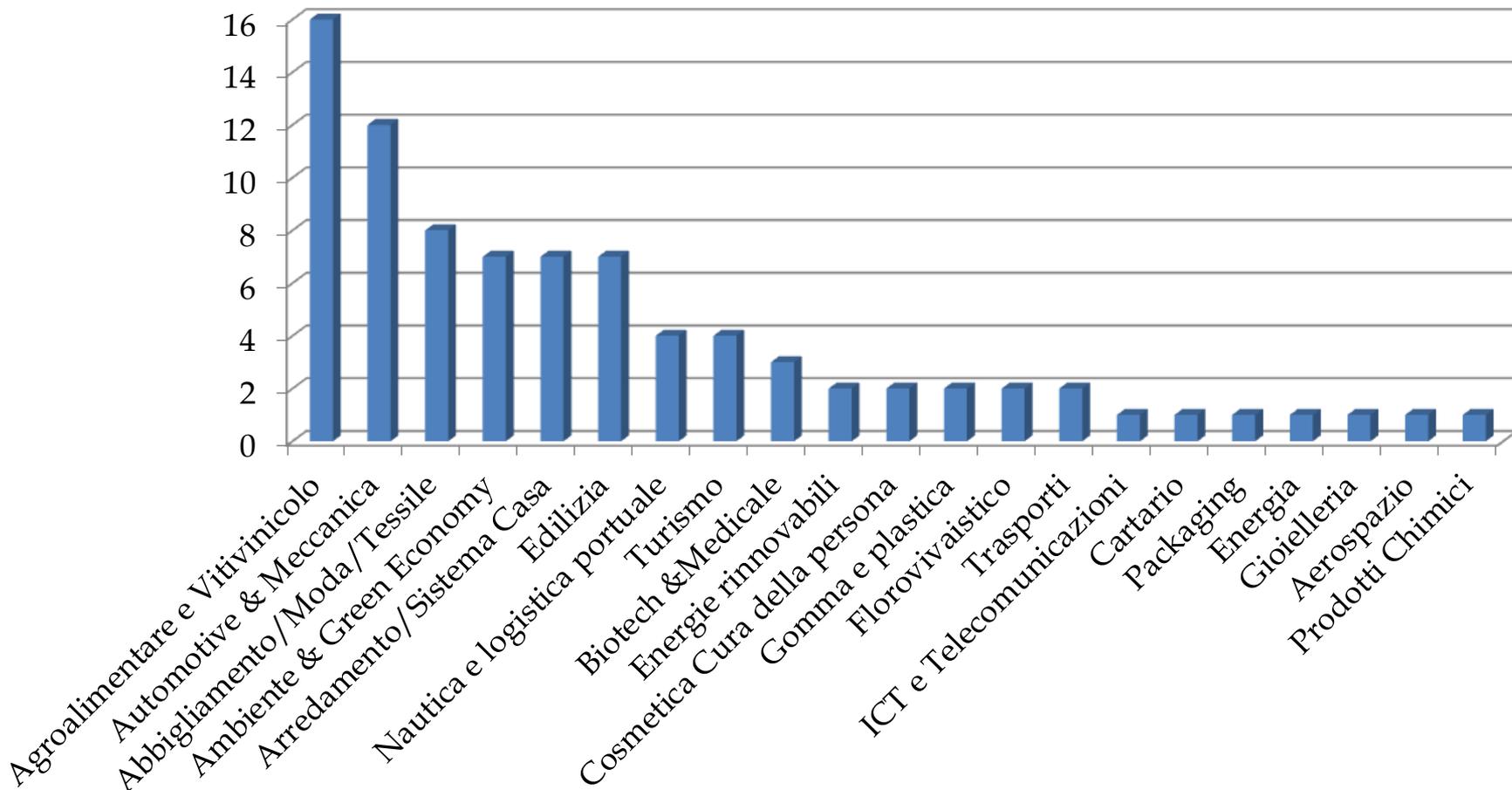


Attività del sistema camerale sul territorio nazionale

Paesi a più alta concentrazione di iniziative



I settori di interesse (escluse le fiere)



Enti a sostegno dell'internazionalizzazione



LA RETE ALL'ESTERO

Le camere italiane all'estero

Sono **74** Associazioni private di diritto straniero costituite da imprenditori, italiani e locali, riconosciute dal nostro Governo (L. 518/70) e parte integrante degli sportelli Italia all'estero (L. 56/2005).

Europa	29
Nord America	9
Africa	4
Asia	8
America Latina	19
Oceania	5

LA RETE ALL'ESTERO

Le Camere miste

Sono **37** le Camere di commercio estere in Italia (altre 3 sono in corso di approvazione formale presso il Mise). Sono associazioni non riconosciute disciplinate dal DM 96/2000.

Europa continentale ed Europa dell'Est **14**

Asia e Medio Oriente **14**

Africa **4**

Americhe **5**

Oceania **0**

LA RETE ALL'ESTERO

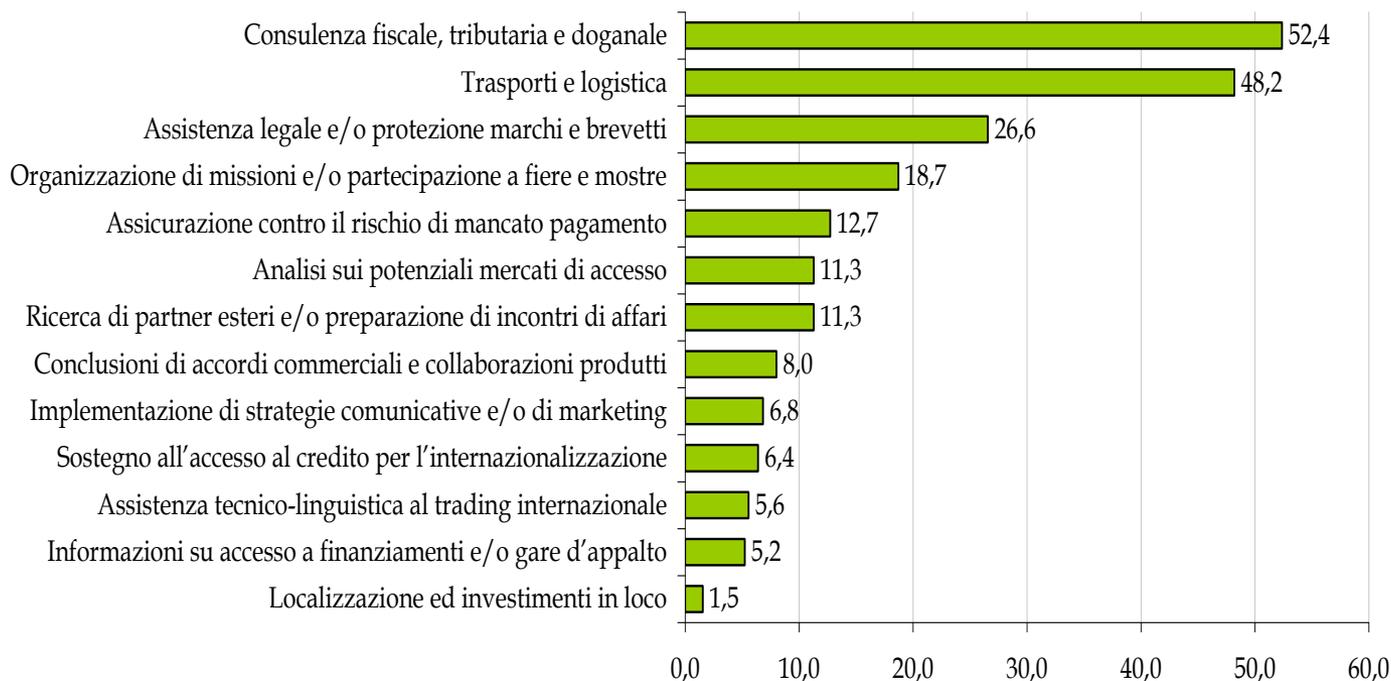
La presenza dell'Ice (ante riforma)

L'ICE, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, istituita dalla L. 214/2011, è dotata attualmente di **94** sedi all'estero (in prospettiva diventeranno 75 - max 80) ed opereranno in stretto raccordo con gli uffici diplomatico-consolari:

Europa	39
Nord America	10
Africa	7
Asia	29
America Latina	5
Oceania	4

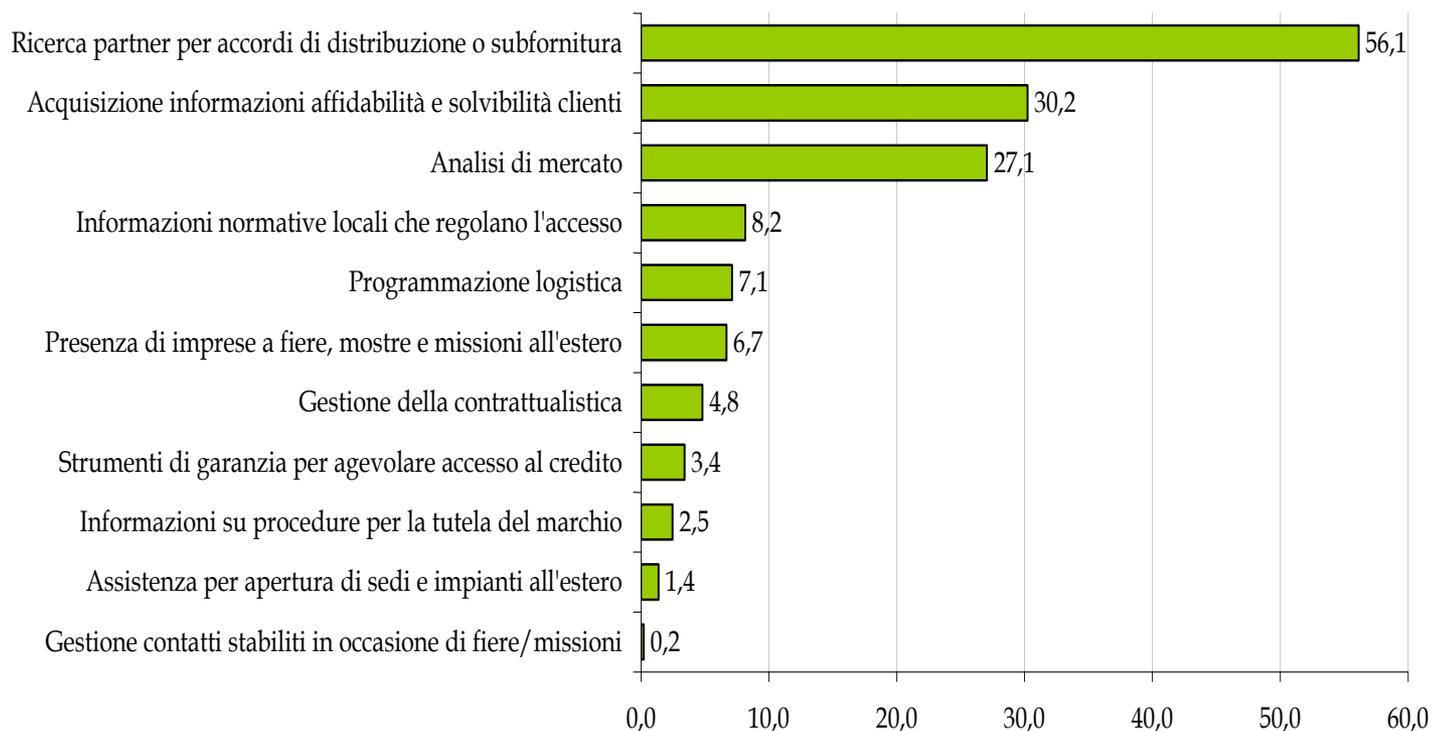
Una recente indagine interpreta i fabbisogni delle imprese a sostegno della loro attività sui mercati internazionali e definisce due diversi livelli di esigenze

Graf. 1 - Tipologie di servizi a supporto dell'internazionalizzazione acquistati dalle imprese esportatrici italiane (valori percentuali sul totale delle imprese che acquistano servizi all'export; possibilità di risposta multipla)



Una recente indagine interpreta i fabbisogni delle imprese a sostegno della loro attività sui mercati internazionali e definisce due diversi livelli di esigenze

Graf. 2 - Servizi a sostegno dell'accesso ai mercati esteri richiesti dalle imprese potenzialmente esportatrici (valori percentuali; possibilità di risposta multipla)



Enti a sostegno dell'internazionalizzazione Semplificazione delle procedure

***Chi è il soggetto richiesto per la fornitura dei servizi
all'internazionalizzazione dalle imprese esportatrici italiane?***

