

LA NUOVA STRUTTURA NAZIONALE DELLE CAMERE DI COMMERCIO

«Promos Italia può lanciare tante pmi verso l'estero»

Il presidente Da Pozzo presenta la società nata dall'accorpamento di enti locali per l'internazionalizzazione. Anche la modenese Promec è confluita nell'agenzia

Stefano Turcato

La riforma delle Camere di commercio, oltre a non pochi accorpamenti in ambito nazionale, ha determinato anche una revisione delle strutture che supportano le imprese nelle loro attività di espansione sui mercati esteri, quei processi che quasi sempre vengono definiti con una parola quasi impronunciabile: internazionalizzazione. L'assistenza alle imprese modenesi veniva garantita dalla società camerale Promec, che ora è confluita in Promos Italia, nuova realtà cui hanno già aderito importanti Camere di commercio. Per capire come funzionerà Promos Italia, e quali obiettivi si prefigge, nulla di meglio che parlarne con Giovanni Da Pozzo, che è il presidente della società.

Presidente Da Pozzo, che cos'è Promos Italia?

«Promos Italia è la struttura del sistema camerale italiano a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese - dice Da Pozzo - che si occupa delle attività di informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali, nonché della collaborazione con ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, Sace Simest e Cassa depositi e prestiti. La società nasce dall'accorpamento di un primo gruppo di aziende speciali del sistema camerale: Promos Milano, WTC Genova,

Promec Modena, Eurosporetto Ravenna e I.TER Udine con l'obiettivo di dare seguito e attuazione al percorso di razionalizzazione ed efficientamento delle strutture camerali previsto dal decreto di riforma delle Camere di commercio del 2016. Ad oggi a Promos Italia, che conta una settantina di dipendenti, hanno aderito 6 strutture camerali dedicate all'internazionalizzazione, che complessivamente contano un bacino di circa 600.000 imprese: Unioncamere, Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi, poi quella di Pordenone-Udine, oltre a quelle di Ravenna, Modena, Genova, oltre a Unioncamere Lombardia».

Quali sono gli obiettivi di Promos Italia?

«L'obiettivo è preparare all'export nuove potenziali imprese esportatrici e ampliare il business internazionale di quelle già attive nei mercati esteri. Grazie a Promos Italia, il sistema camerale può continuare a garantire il proprio ruolo istituzionale a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese mettendo a fattor comune esperienze e competenze di ciascuna struttura territoriale dedicata, generando così economie di scala. Promos Italia garantirà un raccordo funzionale e operativo tra le iniziative che quotidianamente le Camere di commercio mettono in campo in materia di internazionalizzazione. L'atti-

vità sarà realizzata facendo sistema e coinvolgendo tutti gli stakeholder di riferimento e le altre istituzioni».

In cosa si differenzia Promos Italia da Ice e dagli altri enti che si occupano di supporto all'internazionalizzazione delle imprese?

«Quello che rende il sistema camerale un unicum in Italia è il suo forte radicamento sul territorio, la sua costante relazione con gli imprenditori, la sua capacità di ascoltare le loro esigenze e la profonda conoscenza delle varie vocazioni territoriali. Queste caratteristiche sono ciò che ci permette, da sempre, di proporre soluzioni adeguate, di realizzare servizi realmente utili e di riuscire a supportare concretamente lo sviluppo dei vari territori. Gli altri enti, come ad esempio Ice, Sace Simest, hanno una dimensione centrale, il sistema camerale, da statuto, ha come obiettivo lo sviluppo dell'interesse generale del sistema delle imprese e dell'economia locale».

Perché solo Milano, Genova, Udine, Modena, Ravenna?

«La riforma del 2016 - chiarisce Da Pozzo - ha obbligato il sistema camerale ad avviare una fase di riflessione molto utile, perché ne sta uscendo un sistema camerale più



Peso:60%

forte nella sua identità, più coeso nella sua diversità, più efficiente nella sua produttività e più consapevole della sua utilità. Una conseguenza della riforma è il processo di accorpamento di alcune strutture camerali, ancora in corso. E proprio questo processo di accorpamento in fase di completamento da parte di alcune Camere, è uno dei motivi per cui ad oggi a **Promos Italia** hanno aderito inizialmente sei realtà. Uno degli obiettivi per il 2019 è accogliere in **Promos Italia** altre strutture camerali».

Quali servizi garantirà alle imprese Promos Italia?

«**Promos Italia** mette a disposizione delle Pmi italiane un'ampia gamma di servizi a supporto dell'internazionalizzazione: informazione specialistica, formazione qualificata, assistenza personalizzata, incontri b2b in Italia e all'estero con operatori

selezionati e soluzioni per il digital export sono le attività proposte. Tutto questo avverrà avvalendosi della competenza e dell'esperienza del personale delle Camere di commercio che da anni supporta in tutta Italia i processi di internazionalizzazione delle imprese».

Quali sono i mercati su cui punterete e i settori prioritari su cui indirizzerete la vostra attività?

«La nostra attività ha l'obiettivo sia di consolidare la presenza delle Pmi su quei mercati considerati tradizionali, come i Paesi Ue, Stati Uniti, Cina e Canada, sia di favorire il business delle nostre imprese in quei mercati nei quali l'export italiano sta facendo registrare importanti tassi di crescita. I settori sono quelli tradizionali del Made in Italy, ma la nostra presenza sui territori, la conoscenza delle peculiarità dei vari tessuti imprenditoriali e del-

le esigenze delle imprese, ci permette di pianificare azioni specifiche per i settori prioritari di ciascun territorio».

Modena che ruolo può giocare nell'ambito di Promos Italia?

«È ovvio che l'adesione di Modena è basilare. Tra meccanica, food, moda, solo per citare alcuni settori, nella nostra economia è fondamentale e credo che bene abbia fatto ad aderire assieme ad altre realtà del nord-est e della Lombardia per molti versi assimilabili, con problemi ma anche obiettivi comuni».

La recente ricerca presentata alla Camera di commercio modenese non evidenzia numeri brillantissimi per il prossimo triennio.

«Va premesso - dice Da Pozzo - che qualsiasi previsione oltre i sei mesi, pur avendo un senso, non deve per forza essere intesa come di probabile realizzazione. Figurarsi quando si parla di un trien-

nio. E in ogni caso già la crescita dell'1,5% è superiore a quella nazionale e il +0,9% previsto per i tre prossimi anni non va interpretato negativamente in fasi difficili come questa, ora ancor più complicata dai colossi Usa e Cina e dai loro dazi». —

«Adesioni di Milano Genova, Ravenna e Udine ma ora sono attese tante altre»

«I dati della provincia di Modena in una fase così difficile non vanno letti negativamente»



Giovanni Da Pozzo, presidente della società Promos Italia



Peso:60%