

Il resoconto del DigIt Export Day

Così il digitale può spingere le Pmi fuori dai confini

Lo sviluppo di una presenza online e l'utilizzo di canali digitali; identificare nuovi mercati esteri tramite ricerche e analisi di mercato; partecipazione a incontri d'affari «b2b» in Italia e all'estero. Sono queste le tre priorità che le imprese delle provincie di Milano, Monza-Brianza e Lodi hanno identificato per investire sull'internazionalizzazione.

La lista emerge da un sondaggio condotto su 74 imprese delle tre provincie, che hanno partecipato al «DigIt Export Day», iniziativa organizzata da

Promos Italia e Camera di commercio di Milano Monza-Brianza Lodi, con il contributo del Punto Impresa Digitale Milano Monza-Brianza Lodi.

«Grazie a questa iniziativa abbiamo dato l'opportunità a numerose imprese di informarsi sulle potenzialità degli strumenti digitali nei processi di internazionalizzazione — spiega Giovanni Da Pozzo, presidente di Promos Italia —. Chi saprà cogliere al meglio le sfide dell'evoluzione tecnologica potrà godere di un importante vantaggio competitivo».

Giunto alla quarta edizione, l'evento dedicato alle tematiche dell'export digitale ha dato l'opportunità alle imprese di incontrare esperti digitali di Promos Italia, agenzia del sistema Came-

rale che supporta il Made in Italy nel mondo e assiste gli operatori esteri.

Il programma della giornata ha previsto numerosi incontri incentrati sui temi del miglioramento digitale delle Pmi, i nuovi trend e il futuro dell'export digitale, le competenze necessarie per l'internazionalizzazione dell'export e una serie di consulenze con gli esperti di DigIT Export, Punto Impresa Digitale e il Team dei servizi digitali. « Con il progetto DigIT Export mettiamo a disposizione di imprenditrici e imprenditori un portale, con

contributi di player istituzionali e privati, che racchiude contenuti, informazioni e servizi per supportare la conoscenza del digitale e degli strumenti per favorire i loro processi di export

attraverso il web», prosegue Da Pozzo.

La piattaforma mette a disposizione delle imprese un'ampia gamma di servizi, tra cui: assessment per misurare la propria maturità digitale, consulenze personalizzate di orientamento; programmi di formazione, ricerca dati import-export per identificare tendenze emergenti e valutare potenziali mercati con dati aggiornati trimestralmente e filtrabili per più di 150 Paesi e 200 categoria di prodotto.

A. Bon.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Analisi

Giovanni Da Pozzo, presidente di Promos Italia, agenzia del Sistema Camerale per il Made in Italy

