Economy

Mensile Data 05-2020
Pagina 28/29
Foglio 1 / 2

COVERSTORY

ICE METTE IL MADE IN ITALY IN VETRINA... SUL WEB

L'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane ha lanciato un nuovo piano di promozione che prevede accordi strutturali con grandi player, incluso Amazon

di Riccardo Venturi

Accompagnare un maggior numero di Pmi verso l'export, supportandole anche nell'avvio di un'attività strutturata di e-commerce. È la strategia di Ice, l'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, particolarmente efficace in tempi di pandemia: secondo alcuni studi, anche le aziende che vendono online stanno perdendo fatturato, ma molto meno di quelle che non lo fanno, in media il 20% contro il 60%.
Ma Ice ha già intrapreso questa strada prima che il Coronavirus stravolgesse il pianeta. «L'emergenza è soprattutto un tema di salute delle persone che va tutelata, e questo è fondamentale. Venendo a noi, abbiamo lanciato un nuovo piano sull'e-commerce che, con il Ministero degli Esteri, presenteremo nelle prossime settimane alle associazioni delle imprese» dice Carlo Ferro, presidente di Ice, «che prevede un incremento molto significativo del supporto di Ice alle Pmi. Abbiamo accordi strutturali con grandi player di e-commerce, quando sono diventato presidente dell'Ice l'anno scorso ce n'erano 2 in corso, ora sono diventati 6, l'obiettivo per la fine del biennio 2020-2021 è arrivare ad avere una vetrina virtuale del made in Italy su 15 piattaforme, e dare presenza a società italiane su altre dieci piattaforme per toccare circa 15 paesi».

IL PRESIDENTE DI ICE CARLO FERRO

ARRIVERÀ IL MOMENTO DELLA RIPRESA E ALLORA L'E-COMMERCE AVRÀ UN PESO MOLTO PIÙ IMPORTANTE

ALLE PMI IL MARKETPLACE OFFRE UN PACCHETTO COMPLETO CHE INCLUDE LA GESTIONE DI ORDINE E INCASSO

Il progetto in fase più avanzata è quello che riguarda la collaborazione con il gigante globale delle vendite online. «Il modello di intervento è quello di un accordo strategico con grandi piattaforme di e-commerce, sul modello di quello che abbiamo con Amazon» spiega Ferro, «con cui abbiamo lanciato un'iniziativa comune nella scorsa primavera. L'obiettivo era far partecipare 600 imprese, di cui almeno il 30% newcomers nell'e-commerce. Ma oggi Amazon ha selezionato con noi oltre mille imprese, 350 circa sono già presenti e altre sono in fase di preparazione e allestimento, circa la metà sono newcomers; nel tempo moltiplicheremo il numero di players e quello dei paesi».
L'accordo prevede che il marketplace crei una vetrina virtuale del made in Italy, un "Padiglione Italia" punto d'accesso per il consumatore nell'area dell'offerta delle imprese italiane. «I fattori di costo per le imprese partecipanti sono molto favorevoli» sottolinea il presidente di Ice, «perché la Pmi beneficia di un accordo di grande scala, e anche perché noi interveniamo finanziariamente per sostenerla; e facciamo l'investimento di supporto promozionale e di marketing. Alle Pmi il marketplace offre un pacchetto completo, che include la gestione di ordine e incasso, e anche il servizio logistico».
Un'operazione niente affatto banale: l'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane crea un'economia di scala, dando la possibilità a un network costituito da centinaia di Pmi di essere presenti sulle grandi piattaforme globali dell'e-commerce. «Arriverà il momento della ripresa, che forse sarà abbastanza rapida come è accaduto con la Sars» afferma Ferro, «in quel momento l'e-commerce avrà un peso molto più importante. I consumatori si stanno abituando all'uso del digitale,

152944

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

quindi dobbiamo aspettarci che avranno più successo le imprese che potranno accedere a questi canali».

L'azione di Ice in campo di e-commerce si situa nell'ambito di una politica di sostegno alle Pmi voluta da Carlo Ferro. «Una considerazione strutturale che viene prima dell'emergenza dovuta al Covid» osserva il presidente di Ice, «è che una grande opportunità per l'export italiano consiste nella capacità di aumentare significativamente il numero di esportatori sistematici e i mercati a cui si rivolgono; il tessuto industriale italiano è costituito prevalentemente di Pmi strutturalmente più fragili e meno attrezzate ad affrontare i mercati esteri». Per questo Ice prima dell'emergenza Coronavirus ha varato due nuove iniziative: il rafforzamento della presenza sul territorio con desk settimanali in ogni regione, per fare da connessione tra le imprese regionali e gli uffici esteri; e l'apertura alla gratuità dei servizi essenziali per avviare l'impresa alle esportazioni, ad esempio per trovare un distributore (vedi box). Altra iniziativa di Ice nel segno del digitale è quella nell'ambito del sistema fieristico. «L'obiettivo è quello della fiera virtuale 365 giorni all'anno» mette in evidenza Ferro, «stiamo sviluppando una piattaforma per la partecipazione da remoto modulabile nell'utilizzo, valida per l'emergenza ma anche per la ripresa: quando le fiere ripartiranno i partecipanti non saranno così numerosi come eravamo abituati. Vogliamo partire dal modello di Pitti, che ha fatto un ottimo lavoro dando la possibilità di una partecipazione virtuale». Il punto in comune tra le due azioni digitali di Ice, e-commerce e sistema fieristico, è l'utilità sia immediata, sia rivolta alla ripresa: «facciamo una sintesi tra quello che può servire a reagire più velocemente e fare cambiamenti strutturali che rimarranno nel tempo: credo che tutto quello che è digitale si rafforzerà» aggiunge il presidente di Ice.

Lo stesso tipo di sinergia tra esigenze presenti e strategie future Ice lo fa per quanto riguarda i mercati su cui puntare, perché saranno i primi a ripartire, come la Cina. «Penso che l'attenzione verso i mercati non possa perdere di vista le linee guida strategiche in direzione dei paesi che nel tempo potranno essere quelli di maggiore soddisfazione» osserva Ferro, «perché sono grandi e perché crescono a ritmi più rapidi di altri, e dove la quota di mercato dell'export italiano è oggi meno importante rispetto a quanto accade altrove; la Cina è un mercato molto difficile ma sicuramente risponde a queste caratteristiche, basti pensare che l'export italiano nel mondo ha una quota di mercato nell'ordine del 3% della domanda mondiale, e in Cina la quota è solo lo 0.8%. Eppure il prodotto italiano e le caratteristiche dell'export italiano, penso per esempio alla meccanica, all'elettromeccanica, ai macchinari, al farmaceutico, alla moda, ma anche a agroalimentare e vini, risponde alle caratteristiche e ai gusti della domanda di quel mercato». L'Ice quindi monitora con attenzione i mercati globali e tutto porta a credere che i primi a ripartire saranno proprio i cinesi: «Nel brevissimo termine c'è un'azione molto pragmatica di attenzione ai mercati in funzione della capacità degli stessi di generare domanda, che oggi è molto bassa in tutto il mondo» aggiunge il presidente, «quindi vogliamo essere pronti a sincronizzare la destinazione dei nostri interventi in quei mercati dove per prima partirà la ripresa. E in Cina si iniziano a vedere segnali di ripresa dell'attività economica e sociale».

L'AGENZIA STA SVILUPPANDO UNA PIATTAFORMA PER LA PARTECIPAZIONE DA REMOTO A UNA SORTA DI FIERA VIRTUALE

I SERVIZI GRATUITI PER LE PMI

Dallo scorso primo di aprile Ice offre 20 servizi gratuiti alle Pmi con un numero massimo di 100 dipendenti, con l'intento di metterle sempre più al centro della propria azione e con l'obiettivo di aumentare il numero delle imprese esportatrici. Le Pmi possono rivolgersi agli uffici Ice in Italia e all'estero, senza il pagamento di alcun corrispettivo, per ottenere servizi e informazioni generali e di primo orientamento, ricerche di mercato, statistiche personalizzate, informazioni doganali, fiscali legali e valutarie, assistenza nella soluzione di controversie o per la partecipazione a gare internazionali, ma anche per richiedere servizi di ricerca clienti, partner o investitori esteri; potranno inoltre utilizzare gratuitamente le strutture Ice in Italia e all'estero per un periodo massimo predeterminato. «Insieme alla recente creazione dei desk settimanali in ogni regione, la decisione di estendere la gratuità dei servizi per le imprese medio-piccole, piccole e micro è una rivoluzione copernicana» dice Carlo Ferro, presidente di Ice, «che rimette al centro le imprese e afferma il ruolo di servizio sul territorio dell'Ice fra gli attori della promozione del Sistema Paese».

152944

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.