

Promos Italia porta all'estero le Pmi

EXPORT

La nuova realtà del sistema camerale farà leva sulle specificità dei territori

Giovanna Mancini

Mentre si susseguono segnali poco incoraggianti per l'economia del Paese nei prossimi mesi, l'espansione sui mercati internazionali rimane per molte aziende italiane la carta principale da giocare per contenere gli effetti di un'eventuale recessione o per continuare a crescere.

Proprio per accompagnare all'estero le nuove potenziali imprese esportatrici (soprattutto quelle più piccole) o per ampliare l'export di quelle già attive oltreconfine si è costituita ieri ufficialmente **Promos Italia**, la nuova struttura del sistema camerale italiano a supporto dell'internazionalizzazione delle aziende. Una "start up" che nasce in realtà dalla fusione di alcune aziende speciali territoriali afferenti alle Camere di commercio, facendo confluire sotto un unico cappello esperienze e competenze già presenti e radicate. La fusione, prevista in un percorso di razionalizzazione ed efficientamento del sistema camerale avviato nel

2016, ha infatti tra gli obiettivi quello di mettere a rete e in condivisione competenze ed esperienze sul tema export, a favore soprattutto di quei territori in cui, fino a oggi, realtà di questo genere non esistevano o non hanno funzionato in modo efficace.

Il nucleo di partenza di **Promos Italia** (che nasce con circa 70 dipendenti e un budget 2019 di 10 milioni di euro) è costituito da sei agenzie: **Promos** Milano, **Wtc** Genova, **Promec** Modena, **Eursportello** Ravenna e **I.Ter** Udine. «Ma altre realtà camerale si aggiungeranno presto – assicura il presidente della nuova re-

altà, **Giovanni Da Pozzo** –. Ad esempio sono convinto che vada fatto uno sforzo immediato sul Veneto, che dopo la Lombardia è la regione maggiormente vocata all'export». È probabile che già nel corso di quest'anno l'attuale quota in mano a **Unioncamere** nazionale (socio di maggioranza con il 40%, seguita dalla Cdc di Milano Monza Brianza Lodi con il 35% e poi dalle altre) si riduca anche di un 20%, a favore di nuovi ingressi, tra i quali a breve dovrebbe esserci quello di **Unioncamere** Lombardia.

Se la dimensione di **Promos Italia** e il suo raggio d'azione sono nazionali, il suo punto di forza risiede però nel radicamento territoriale, nella vicinanza alle imprese e nella co-

noscenza delle specificità economiche locali. «È proprio questo – spiega **Da Pozzo** – che ci distingue da altre strutture nazionali attive nell'internazionalizzazione, come **Ice**, **Sace** o **Simest**». Tutti soggetti con cui, precisa il presidente, il dialogo e la collaborazione sono e saranno costanti, così come con il ministero per lo Sviluppo Economico, **Invitalia** e le Regioni.

In un momento ancora difficile per l'economia, anche a livello globale, è necessario consolidare i punti di forza del nostro sistema Paese e tra questi l'internazionalizzazione – commenta **Carlo Sangalli**, presidente di **Unioncamere** –. La nascita di **Promos Italia** va in questa direzione».

Informazione specialistica, formazione qualificata, assistenza personalizzata, incontri B2B in Italia e all'estero, ma anche attività di attrazione di investimenti in Italia sono tra i servizi inseriti nella mission di **Promos Italia**, che pianificherà le attività sulla base delle peculiarità territoriali, focalizzandosi sui settori di eccellenza di ciascun territorio e sui mercati internazionali che offrono le opportunità più interessanti per quei comparti.

