

GIOVANNI DA POZZO Il presidente di Promos Italia: «Cala la fiducia per colpa dei contagi. Più forte la credibilità internazionale dell'Italia»

«Liguria? Bene l'export Per spingere i consumi occorre investire sul turismo straniero»

L'INTERVISTA

Gilda Ferrari / GENOVA

Le potenzialità dell'export «ora che l'Italia gode di una migliore reputazione internazionale», l'esigenza di investire «in cultura dell'ospitalità» per sfruttare al massimo la spinta che il turismo straniero già oggi imprime sui consumi della Liguria, penalizzata in termini demografici. Giovanni Da Pozzo, vice presidente nazionale di Confcommercio e numero uno di Promos Italia, l'agenzia degli enti camerali che supporta l'internazionalizzazione delle imprese, è ottimista rispetto al futuro, ma non nasconde qualche preoccupazione. «La risalita dei contagi crea difficoltà. - osserva - Anche se le restrizioni materiali sono minime, il ritorno delle zone gialle e la conseguente incertezza rallentano i consumi. È un effetto psicologico, cala la fiducia, anche se l'Italia primeggia in Europa per percentuale di vaccinati».

Restano 6 milioni di persone non vaccinate. Lei è favorevole all'obbligo vaccinale?

«Ci vuole buon senso. Ho una formazione liberale, gli obblighi mi stanno stretti. Credo nella persuasione: tra i non vaccinati i no vax credo siano pochi, ci sono invece tante persone che hanno perplessità e



GIOVANNI DA POZZO
PRESIDENTE PROMOS ITALIA
VICE PRESIDENTE CONFCOMMERCIO

«La spesa del turista straniero in Liguria è ben più alta del dato nazionale. Bisogna puntare su un upgrade della formazione»

«Nel 2022 partirà un progetto di promozione internazionale degli asset portuali e retroportuali»

paure che possono essere superate. Io ho tre dosi».

L'Italia nel 2020 ha perso 11,7% dei consumi e nel 2021 si stima un recupero del 3,8%, insufficiente. La Liguria ha perso meno (-9,2%), ma il recupero stimato è del 2,5%, sotto la media nazionale.

«Il dato aggregato sui consumi regionali mostra un Sud in difficoltà e la Liguria rientra in questo quadro, con un dato che sarebbe ancora più negativo, se non fosse alimentato dalla spinta che arriva dal turismo straniero. Per questa regione, il turismo è una leva fondamentale per recuperare consumi dopo il lockdown, perché la popolazione è anziana e proprio gli anziani sono le persone che più hanno modificato le proprie abitudini di consumo dopo la pandemia».

Qui la spesa media del turista straniero (1.309 euro per abitante) è decisamente più alta della media nazionale (646 euro). Gli investimenti sono adeguati?

«No, si deve fare di più. Come tutte le regioni italiane a forte stagionalità turistico balneare, la Liguria soffre una carenza di programmazione e di lungimiranza. Dovrebbe investire di più in formazione, dai corsi universitari per manager del settore alle scuole alberghiere. Il turismo richiede un upgrade formativo, mai preso in considerazione perché si è



Previsioni dei consumi per il 2021

	CONSUMI SUL TERRITORIO				CONSUMI PRO CAPITE	
	Variazione percentuale		Variazione assoluta in milioni euro		Variazione assoluta in euro	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Liguria	-9,2	2,5	-3.039	747	-1.838	493
Nord	-12,5	3,8	-71.135	18.794	-2.517	683
Centro	-12,2	4,6	-27.987	9.158	-2.281	777
Mezzogiorno	-9,5	3,2	-27.494	8.471	-1.271	421
Italia	-11,7	3,8	-126.616	36.423	-2.044	613
ITALIA (valore assoluto)			958.493	994.916		

INDICATORI CHE CARATTERIZZANO LA LIGURIA

Positivi

- La quota di imprese dell'Economia del mare (9,2%) è quasi pari al triplo del valore nazionale (3,2%)
- La spesa dei turisti stranieri (1.309 euro per abitante) è doppia rispetto al dato medio italiano (646 euro per abitante)
- La quota del valore aggiunto del settore high tech sulla manifattura è pari al 56,9% e supera di 16 punti percentuali il valore nazionale

Negativi

- Le esportazioni per abitante si attestano a 4.800 euro, contro una media nazionale pari a 7.600 euro per abitante
- Il numero delle startup innovative è pari a 1,1 ogni 1.000 imprese, mentre a livello nazionale le startup innovative sono 1,6 ogni 1.000 imprese

L'EGO - HUB

sempre privilegiato lo sviluppo tecnico post scolastico nei settori manifatturieri. Occorre sviluppare una cultura dell'ospitalità. Oltre a valere il 13% del Pil nazionale, il turismo è l'unico comparto che muove tutti gli altri con effetto moltiplicatore: trasporti, cultura, costruzioni, arredamento, agricoltura».

Sull'export, l'Italia nel 2021 sta registrando un forte recupero (+24%). La Liguria?

«I dati del primo semestre 2021 sono di grande ripresa e anche le quattro province liguri hanno buone performance. In Liguria il primo semestre 2021 l'export ha raggiunto i 3,3 miliardi a fronte dei 3,6 miliardi dello stesso periodo del 2020: crescono del 31,5% le esportazioni della Spezia, del 24,3% quelle di Imperia, dell'8,6% quelle di Savona, solo Genova registra un calo del 21,6% dovuto però all'andamento della cantieristica, settore in cui basta una commessa in più o in meno per incidere sul dato aggregato».

Le prospettive?

«Sono ottimista. Con gli Stati Uniti avremo un'intensificazione dei rapporti, l'Europa continuerà a essere trainante e il ruolo della Cina sarà sempre più importante».

Su cosa devono puntare le imprese italiane per sviluppare i mercati esteri?

«Guardi, l'eccellenza del made in Italy c'è e c'è sempre stata. Il Paese aveva bisogno di una maggiore credibilità internazionale, che con l'attuale governo è arrivata e i risultati si vedono. Draghi ha creato un'area reputazionale molto positiva per l'economia italiana. Ora abbiamo bisogno di un sistema meno dispersivo nella promozione, di un'immagine più forte a livello Paese, sistemica. Questo ci permetterà di fare un ulteriore passo in avanti. C'è una cabina di regia sotto il ministero degli Esteri con Ice, Unioncamere, Promos Italia, Confindustria. Stiamo lavorando, anche per diventare un Paese maggiormente capace di attrarre investimenti».

L'attività di Promos Italia per le imprese liguri?

«Insieme alla Camera di commercio di Genova, nel 2021 abbiamo erogato oltre 600 servizi a favore delle imprese per supportarle nei loro processi di export anche attraverso canali digitali. Inoltre, abbiamo svolto attività proattiva di primo scouting e lead generation di operatori logistici».

Nuovi progetti?

«Partiremo nel 2022 con un progetto focalizzato sul settore dell'Economia del mare, un percorso di valorizzazione in stretto raccordo con la Camera di Commercio e l'Autorità portuale. Sono previste azioni di mappatura degli asset portuali e retroportuali, la promozione internazionale a una prima selezione di fiere di settore in Germania, Olanda e Stati Uniti».

Promos Italia aggrega 16 Camere di Commercio. Intendente ampliare gli aderenti?

«Copriamo a macchia di leopardo tutto il territorio nazionale. La cosa migliore è continuare a lavorare bene. La nostra priorità è essere credibili e riconoscibili all'estero». —