

L'INTERVISTA GIOVANNI DA POZZO. Presidente di Promos Italia, agenzia italiana per l'internazionalizzazione

« IN DUE MESI MENO 60% PER 4 AZIENDE SU DIECI ORA SI DEVE RIPARTIRE »

■ Già nel 2019 il territorio lariano per l'export aveva fatto registrare percentuali negative

■ I primi mercati da recuperare sono quelli europei. Il turismo? Paga un prezzo molto alto

MARILENA LUALDI

L'export difficilmente darà segnali tranquillizzanti prima dell'estate. E anche sul turismo i nostri territori dovranno lottare molto. Ma abbiamo diverse armi per combattere questa dura battaglia di nome coronavirus, anche dal punto di vista economico. Il presidente di Promos Italia Giovanni Da Pozzo spiega come.

Qual è stato l'impatto del coronavirus sulle aziende?

Un paio di settimane fa abbiamo realizzato un'indagine su circa 600 piccole e medie imprese di tutta Italia ed è emerso che in marzo e aprile oltre il 24% ha accusato un calo dell'80% dei ricavi, il 17% dal 60% all'80% e il 19% dal 40% al 60%. Oltre a questi numeri pesantissimi ora si sta ponendo un ulteriore problema relativo all'attesa fase 2, quella che sarebbe dovuta essere di ripartenza, ma per ora è difficile definirla tale. In alcuni casi si può al massimo considerare di riapertura.

Che cosa manca per definirla di ripartenza?

Regole chiare, indicazioni precise e condizioni che permettano di lavorare in sicurezza ma senza sacrificare eccessivamente il business. Purtroppo per ora le misure varate dal Governo non sono state in grado di garantire

questo.

La tecnologia, digitale in testa, ha permesso di attenuare però in parte l'impatto più devastante?

Le imprese che negli ultimi anni, con lungimiranza, hanno avviato processi di digitalizzazione, sia a livello produttivo sia a livello commerciale, hanno sicuramente retto meglio l'urto e sono anche quelle che stanno ripartendo con maggior celerità. Se pensiamo però che in Italia solo il 16% delle Pmi si può considerare realmente digitalizzato, questo discorso vale purtroppo per poche piccole e medie imprese.

È dunque l'asset su cui spingere nel futuro, un terreno su cui siamo ancora troppo indietro?

Quest'emergenza è servita a far comprendere a imprenditrici e imprenditori di aziende di qualsiasi dimensione quanto la digitalizzazione sia diventata determinante. Lo sarà ancor più nei prossimi mesi, soprattutto per l'export, considerato che gli spostamenti saranno limitati, le manifestazioni fieristiche annullate e gli acquisti online stanno registrando volumi mai visti prima. Questa emergenza dev'essere dunque l'occasione per avviare reali e concrete politiche a favore della digitalizzazione delle imprese, perché se il nostro tessuto produttivo non sarà in grado di fare questo salto di qualità il rischio concreto è di resta-

re irrimediabilmente indietro.

Fermiamoci proprio sull'export, che caratterizza le nostre province. Ci sono stati settori che sono riusciti a resistere all'onda d'urto più di altri?

Già nel 2019 il territorio lariano, in termini di export, ha fatto registrare valori con segno meno: -3% rispetto al 2018, per un valore complessivo di 10,2 miliardi di euro. Come ha fatto leggermente meglio di Lecco, -2,5% contro -3,4%, ma diciamo che il trend è stato più o meno lo stesso.

A trainare le esportazioni lariane è prevalentemente il settore dell'industria (33,1% del totale), seguito da prodotti in metallo (22,2%) e dal tessile, tutti settori che, come molti altri, hanno accusato l'impatto del Covid19. Dalle prime analisi emerge che una reale ripartenza dell'export si dovrebbe avere negli ultimi 4 mesi dell'anno per poi riavvicinarci nel primo semestre 2021 ai valori pre-crisi. Ovviamente si tratta di stime che tengono conto dello scenario attuale, bisognerà vedere cosa accadrà nei prossimi mesi.

Quali mercati saranno più facilmente recuperabili?

Sicuramente i mercati europei restano il riferimento. Le nostre imprese in Germania, Francia e Svizzera hanno relazioni solide e sussistono anche minori problematiche di carattere logisti-



co. Sempre dalla nostra indagine emerge che quasi il 20% delle imprese ha già riavviato processi di export proprio in Europa e questo è un segnale incoraggiante. Registriamo poi un interesse crescente nei confronti della Cina, mercato molto attraente ma anche piuttosto complesso: è necessario essere strutturati e farsi assistere durante il processo.

Quali strategie serviranno per recuperare terreno nel manifatturiero? E come rimarrete al fianco di queste aziende?

Intanto è fondamentale ripartire davvero e qui torniamo al tema di prima, le nostre imprese devono essere messe nelle condizioni di operare al meglio delle loro possibilità, cosa che per ora non sta avvenendo. Per le imprese lariane, nello specifico, nell'ambito del Progetto Clab, realizzato assieme alla [Camera di commercio](#) di Como-Lecco, abbiamo avviato da anni un piano strutturato di valorizzazione internazionale del design, con particolare riferimento al comparto del legno-arredo. Il piano prevede iniziative mirate con controparti internazionali in Italia e all'estero. Inoltre, per l'anno in corso, data la contingenza, abbiamo realizzato attività e servizi a supporto dell'export digitale e le imprese stanno rispondendo in maniera positiva. Grazie al nostro ufficio di Cantù, infatti, stiamo seguendo in queste settimane una trentina di aziende interessate ad azioni di lead generation con LinkedIn per la ricerca di controparti commerciali estere, alla definizione di azioni di digital marketing e di prima assistenza virtuale.

Il turismo è rimasto tramortito immediatamente: Como, Lecco e Sondrio lo sanno bene purtroppo. Ci sono margini di azione anche per il futuro, prossimo e non solo?

Il turismo è uno dei settori che sta pagando il prezzo più alto di questa crisi. Gli ultimi dati della Cna parlano di un calo del 66% nel 2020 e questo rappresenta un problema enorme anche per tutte quelle attività che dipendono molto dai flussi turistici, penso a ristoranti, negozi, agriturismi, bed and breakfast.

In Lombardia negli ultimi giorni ha riaperto solo circa il 60% di bar e ristoranti, questo ci fa capire quanto, nei fatti, la ripartenza non ci sia ancora stata. Per un territorio come quello lariano, che ha nel turismo una delle leve principali del proprio indotto e che nei primi nove mesi del 2019 aveva fatto registrare numeri straordinari, un milione e 300mila arrivi, con un +12,2 per cento rispetto allo stesso periodo del 2018, e oltre 3 milioni e 400mila presenze (+11,6%) l'impatto rischia di essere più forte che in altri territori.

Come ripartire, dunque?

Per farlo davvero servono in primo luogo incentivi consistenti, i 4 miliardi stanziati dal Governo sono troppo pochi per un paese come l'Italia in cui il turismo è uno dei settori strategici.

Inoltre, è necessario trasmettere a operatori e turisti la consapevolezza che tutto funziona, che l'Italia è pronta a ripartire nei fatti e non solo nelle intenzioni, serve spazzare via quell'incertezza che si traduce in immobilismo e scetticismo sia da parte degli imprenditori sia da parte dei potenziali visitatori.



Giovanni Da Pozzo