

## COMUNICATO STAMPA

### **Fiera del Levante 2020. Le nuove frontiere dell'e-commerce. La Puglia verso l'export digitale. Al via i primi progetti di Digital Export Lab**

**“Così la lezione della pandemia ci ha insegnato a cercare nuove strade”.**

**Ferro, presidente Agenzia Ice: “L'e-commerce, un mercato da 1,5 miliardi di consumatori”**

**Le esperienze di Amazon, Archiproducts, Prouvé**

È l'export digitale la nuova frontiera dell'e-commerce pugliese, la strategia più sicura per continuare a vendere sui mercati esteri ai tempi del Covid. In Puglia è l'anima di una nuova strategia che si sta concretizzando con l'iniziativa “Digital Export Lab” finalizzata ad accompagnare e a formare le imprese pugliesi al digital export e all'e-commerce.

Al tema, che sta assumendo sempre più i connotati della necessità e dell'urgenza, è stato dedicato un convegno organizzato dalla Sezione Internazionalizzazione della Regione Puglia in collaborazione con la Sezione Competitività e con Puglia Sviluppo, nel padiglione Internazionalizzazione della Fiera del Levante (stand 110).

“Non c'è tempo da perdere - ha detto il dirigente della Sezione Internazionalizzazione **Giuseppe Pastore** - il lockdown ha fatto sprofondare l'economia mondiale e italiana. Il crollo dell'export (-15% per l'Italia e -12% per la Puglia) ci dice che occorre cercare nuove strategie. L'e-commerce ha avuto ruolo trainante nella crescita del commercio globale. Ma adesso non è più una scelta, è un obbligo. L'esperienza del Covid ci ha insegnato che per promuovere un prodotto e per venderlo esistono anche i canali digitali. Quando tutto sarà finito non possiamo immaginare di tornare indietro. Oggi l'utilizzo di questi canali deve essere una consuetudine per le imprese. Per questo abbiamo pubblicato a maggio un avviso finalizzato acquisire idee progettuali per iniziative di digital export lab. Sono state individuate cinque proposte contenenti programmi di formazione ed accompagnamento alle imprese che, seppur molto diverse tra loro, possono - nel complesso - offrire gli strumenti necessari per sviluppare l'e-commerce in Puglia. Oggi ne presenteremo alcune”.

“L’e-commerce - ha sottolineato il presidente dell’Agenzia Ice **Carlo Maria Ferro** - è un mercato da 1,5 miliardi di consumatori ed Ice Agenzia è attiva per supportare le Pmi a migliorare queste opportunità. Mi fa piacere constatare che delle imprese che partecipano alle nostre 14 piattaforme del made in Italy sull’e-commerce, il 40 per cento è del Sud e di queste il 10 per cento sono imprese pugliesi. Il nostro obiettivo è aumentare la partecipazione delle imprese del Sud all’export nazionale che da 10 anni è ferma al 10 per cento. Comunque il sistema fieristico italiano è ripartito ed è ripartito anche dal Sud. Complimenti al coraggio degli organizzatori”.

Tre imprese hanno presentato le loro soluzioni innovative per l’e-commerce: **Amazon** (Stati Uniti), la più grande internet company al mondo, specializzata nel commercio elettronico, presente in Italia da 10 anni; **Archiproducts** (Italia), il più grande catalogo online di prodotti per l’architettura e il design che ha anche punti vendita fisici; **Prouvé** (Polonia), società di cosmetica, che vende online solo i prodotti di sua produzione e quest’anno ha aperto una sede italiana in Puglia, a Brindisi.

“Nel 2020 - ha detto Piero Crivellaro, Head of Public Policy di Amazon in Italia - è cresciuto il numero degli italiani che hanno iniziato a utilizzare l’e-commerce, così come quello di chi ha apprezzato soluzioni di digital retail come il Click&Collect. Quindi, le aziende che hanno avviato una strategia multicanale vedono crescere costantemente il proprio business. Fin dal suo arrivo in Italia, Amazon ha messo in piedi diverse iniziative per supportare le Pmi nello sviluppo del loro canale di vendita online in Italia e all’estero, dal programma Logistica di Amazon alla vetrina Amazon Made in Italy, che ha avuto un’ulteriore accelerazione grazie all’accordo con Agenzia Ice. Proseguiremo a innovare per conto delle Pmi e dei clienti nella certezza che, da una maggiore digitalizzazione delle nostre eccellenze italiane, l’intero sistema Paese potrà trarne beneficio a livello economico”.

Già prima del lockdown la Regione Puglia aveva partecipato al progetto di Invitalia “E-nternazionalization. Le prime analisi sulla propensione o presenza di digital export in un campione di Pmi aveva rilevato che solo il 50% di esse lo praticavano, ma con ampie potenzialità di sviluppo anche nel resto del campione. I dati risalgono al 4 marzo, in sette mesi è tutto cambiato, la propensione non basta più: è sempre più necessaria la formazione al digitale.

**Lorenzo Angeloni**, direttore generale per la Promozione del Sistema Paese, del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale ha annunciato un bando da 50 milioni di euro per manager della digitalizzazione per l’export, misura rivolta a 2.500 micro e piccole imprese. Una necessità, quella della formazione al digitale per le imprese, che è stato rimarcata da **Alessandro Ambrosi**, presidente della Nuova Fiera del Levante che ha definito il deficit di cultura digitale un fenomeno sociale, mentre il vicesindaco del Comune di Bari **Eugenio Di Sciascio** ha sottolineato l’importanza di creare un mercato elettronico che sostenga e accompagni soprattutto le piccole imprese.



---

La seconda parte dei lavori è stata dedicata al progetto Egov\_Inno Programma Grecia Italia V-A 2014/2020 in collaborazione con la Sezione Competitività della Regione Puglia. Infine il workshop “Digital Export Lab” Puglia con primi risultati del Progetto E-nternazionalization e la presentazione dei percorsi dell’iniziativa “Digital Export Lab” delle società Commercioestero, Rti Grifo multimedia e Rocket Marketing, Italia Online.

Gli interventi sono stati moderati da **Luca Zorloni**, responsabile economia ed internet di Wired.it.

Bari, 07 ottobre 2020

L’Ufficio Stampa