

Il sostegno Le risorse sono destinate ad aumentare (o rafforzare) le competenze delle piccole aziende votate ai rapporti commerciali con l'estero

# Il Piano Export Sud entra nel vivo Cinquanta milioni per quattro regioni

DI FRANCESCO STRIPPOLI

**L**e piccole imprese vanno a scuola per imparare a esportare. Entra nel vivo il Piano Export Sud, sostenuto da 50 milioni di fondi di coesione (ex Fas) e rivolto a quattro regioni meridionali: Puglia, Campania, Sicilia e Sardegna. Si tratta di risorse destinate ad aumentare (o rafforzare) le competenze delle piccole aziende votate ai rapporti commerciali con l'estero.

Nella scorsa settimana, a Bari, si è tenuto il convegno inaugurale delle attività formative destinate alle imprese pugliesi. Ad aprire il percorso di formazione è stato Riccardo Monti, presidente di Ice-Agenzia (erede del soppresso Istituto per il commercio estero), ente cui è affidata la gestione del Piano, in collaborazione con le Regioni, le Camere di commercio e la Confindustria locale. Monti ha inaugurato Export Lab, una delle nove linee di intervento di cui si compone il Piano. I numeri divulgati nel corso del confronto sono interessanti, perché manifestano l'interesse delle aziende a confrontarsi con i mercati esteri. Ad Export Lab si sono candidate 90 imprese pugliesi (ma sono solo 60 quelle ammesse nella graduatoria prevista dal bando). Dalla Sicilia sono arrivate 58 domande, 53 dalla Campania, 33 dalla Calabria. Il corso di affiancamento e formazione, partito a Bari, riguarda 25 aziende: provengono dal settore dell'alta tecnologia, dell'agroalimentare, dell'arredo, delle costruzioni. L'attività formativa si svolgerà nella sede di Puglia Sviluppo (società in house di Regione Puglia) e durerà 9 mesi: formazione in aula, affiancamento e incubazione all'estero.

Il Piano Export Sud, ad ogni modo, è molto più ampio. Per usare le parole di Monti «si regge su tre gambe»: ossia la formazione in senso stretto, l'*incoming* e la promozione classica. La prima gamba, quella formativa, prevede laboratori come quello inaugurato a Bari e azioni di affiancamento. Mira sostanzialmente a preparare l'azienda ad assumere competenze per imparare ad esportare i propri prodotti: dal disbrigo delle procedu-

re doganali (per i Paesi non Ue) alla composizione di un business plan. «L'*incoming* — commenta Monti — è la seconda gamba del Piano. Forse è l'iniziativa che costa meno ed è la più efficace in termini di ricadute immediate. A condizione, tuttavia, che venga ben svolta. Si tratta di portare in Italia, nei territori dove si lavorano i prodotti da esportare, imprenditori esteri interessati all'acquisto, operatori commerciali, giornalisti: persone e istituzioni selezionate dai nostri uffici Ice disseminati all'estero».

Nelle scorse settimane un'iniziativa di *incoming* è stata portata a termine al «Tari» di Marcianise (Caserta) nel comparto della gioielleria. Tra una quindicina di giorni si svolgerà un'esperienza simile in Sicilia: riguarderà in questo caso l'industria del cinema e richiamerà a Taormina gli imprenditori esteri interessati a produrre pellicole in Italia o ambientare qui le storie destinate ai movie.

La terza gamba del Piano è quella della promozione classica: riguarda la partecipazione a fiere, rassegne, manifestazio-

ni, eccetera.

I 50 milioni sono distribuiti secondo le varie filiere produttive: agroalimentare, aerospazio, nautica, tessile, gioielleria, manifatturiero (le aziende interessate possono approfondire su [www.ice.it](http://www.ice.it)). Monti, nel corso della giornata barese, si è confrontato con l'assessora pugliese allo Sviluppo economico Loredana Capone («vogliamo fare della Puglia un territorio che compete tutto insieme») e con un paio di imprenditori: il napoletano Antonio Ascione dell'Sms Engineering («è importante esportare per rimanere a vivere nel proprio territorio») e il barese Mario Totaro della Mafrat («Non c'è posto al mondo in cui non si possa vendere un prodotto»). Moderatore l'opinionista del Sole 24 Ore Alfonso Ruffo. Lo spirito pugnace delle aziende è quello giusto. Bisogna recuperare uno svantaggio. Lo spiega Monti: «Anche in questo il Sud vive un drammatico ritardo: conta un terzo della popolazione italiana, ma rappresenta solo un decimo delle esportazioni nazionali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Numero uno Riccardo Monti, presidente di Ice-Agenzia ex Istituto per il commercio estero



## 🎯 A chi si rivolge

### Interessate sei filiere

Coinvolti complessivamente 23 settori

Il Piano Export Sud è gestito dall'Ice-Agenzia per l'internazionalizzazione, ed è alimentato con fondi del Piano Azione Coesione. Prevede tre programmi annuali di iniziative di formazione e promozione distribuite tra Paesi Ue, area del Mediterraneo, Brics, Asia, Usa e America Latina. Sono interessate sei filiere per 23 settori, secondo un calendario che per la prima annualità si concluderà a febbraio 2015: le modalità di partecipazione saranno pubblicate per ogni singola iniziativa e in alcuni casi ci sarà una selezione. La maggior parte dei servizi sarà comunque a titolo gratuito. Nel *carnet* delle iniziative, figurano anche 16 missioni di *incoming* di operatori esteri.