

## *Più internazionali e più digitali per chi vuole crescere*

Focus n. 111 del 17 dicembre 2014

*a cura di Studio Associato Bortolazzi & Borghesani partner BHR Group*



## *Il Focus In Breve*

**S**ono queste le imprese che non hanno smesso di chiedere finanziamenti al sistema bancario .

Export e canali digitali. Sono questi i due driver di crescita che hanno sostenuto le imprese di successo anche nei periodi più bui della crisi economica

**Una parte importante delle aziende italiane continua a crescere e sono quelle che operano sul mercato internazionale e quelle che si affacciano sui mercati digitali".**



Questa tipologia di aziende non ha mai smesso di chiedere finanziamenti e il sistema bancario non ha mai smesso di sostenerle, per il semplice motivo che il loro business è solido e la loro solvibilità alta. A sostenerlo è il responsabile dell'area Sales e marketing di Intesa Sanpaolo: "Una parte importante delle aziende italiane continua a crescere e sono quelle che operano sul mercato internazionale e quelle che si affacciano sui mercati digitali".

Per il manager del primo gruppo bancario italiano "ci sono dei segnali positivi" che vengono dall'economia e molti altri potrebbero arrivare da Expo2015, che aprirà i battenti fra poco più di cinque mesi. In occasione dell'evento meneghino, infatti, le eccellenze mondiali nel campo dell'alimentazione (e non solo) saranno sulla ribalta mondiale e potranno ricevere un notevole impulso in termini di crescita.

Le realtà italiane di maggior successo sui mercati internazionali si concentrano in Piemonte, Toscana, Emilia Romagna, Veneto e parte della Lombardia, mentre è soprattutto il

Sud ad avere un gap da colmare. I mercati che contano una maggiore presenza italiana sono invece Stati Uniti, Francia e Germania, seguiti dalla Cina. "Abbiamo però situazioni molto interessanti in Russia e Turchia, senza dimenticare le importanti aspettative che



alimentano mercati di frontiera come quello indiano e alcuni Paesi del continente africano". A mostrare una dinamica positiva non sono solo le società votate all'export ma anche alcune che operano soprattutto nel mercato

domestico. "L'alimentare è un ottimo esempio, così come lo è il settore farmaceutico. Restano invece sotto pressione comparti come quello immobiliare e delle costruzioni".

A sostegno delle Pmi, l'Istituto ha di recente siglato un accordo con Piccola Industria Confindustria che intende essere un nuovo strumento dedicato alle piccole e medie aziende alle quali viene proposta un'ampia gamma di soluzioni in linea con l'idea di una finanza sempre più strategica, al servizio della crescita e della competitività del sistema imprenditoriale del Paese. Al centro della collaborazione oltre a nuovi plafond di miliardi di euro, un programma focalizzato su interventi in tema di crescita, innovazione e start up, export e internazionalizzazione.

L'export resta dunque la vera chiave del successo del Made in Italy: Una piattaforma di e-commerce è messa a disposizione di tutte le piccole e medie imprese che vogliono crescere nei mercati internazionali sfruttando gli strumenti digitali.

"Il binomio export-internet è infatti quello che attualmente consente di creare maggior valore. La cura, la creatività, l'ingegno, l'energia sono i valori del made in Italy che il mondo riconosce e premia ogni giorno. Created in Italia è una vetrina dedicata alle imprese d'eccellenza che portano valore al brand Italia. Realtà imprenditoriali che considerano il paesaggio e le tradizioni del loro territorio come elementi distintivi delle loro creazioni e che, grazie a Intesa Sanpaolo, possono valorizzare i propri prodotti sul portale, beneficiando così di una grande visibilità". Created in Italia si articola in quattro sezioni: Ticket Expo Milano 2015, Offerte e promozioni, Proposte di viaggio e Luoghi d'Italia. Nella prima è possibile acquistare i biglietti d'ingresso o reperire informazioni sull'Esposizione universale; in Offerte e promozioni è presente un catalogo di coupon per vivere, a prezzi vantaggiosi, esperienze enogastronomiche e turistiche d'eccellenza. In Proposte di viaggio si trova la possibilità di acquistare pacchetti viaggio "in grado di far scoprire la bellezza più sorprendente e meno conosciuta del paesaggio e del territorio italiano"; nell'ultima sezione, infine, grazie alla collaborazione con SlowFood, Created in Italia mette a disposizione una sezione informativa con l'obiettivo di valorizzare e far conoscere i

presidi e i prodotti enogastronomici d'eccellenza del nostro Paese. A brevissimo sarà inoltre disponibile una nuova sezione "cultura" su Created in Italia dove i clienti in possesso della carta Expo potranno scaricare dei coupon contenenti sconti piuttosto che agevolazioni (es. salta coda) il tutto per valorizzare al massimo il patrimonio artistico culturale del nostro Paese. "C'è ancora molto da fare per uscire dalla crisi, bisogna fare sinergia e l'iniziativa Created in Italia va proprio in quella direzione", afferma Barrese, che si dice convinto che quella digitale è "una vera e propria rivoluzione industriale", che cambia radicalmente il modo di fare business.