Il Focus In Breve

Expo 2015 significa rilancio del Made in Italy ed espansione sul mercato globale: le PMI italiane sapranno sfruttare questa opportunità al meglio?

Vetrina internazionale per le eccellenze del Made in Italy e piattaforma di lancio per l'export: Expo 2015 rappresenta un'occasione strategica per potenziare la competitività nei mercati internazionali e stabilire relazioni strategiche con gli stakeholder del settore agroalimentare, ma anche un trampolino di lancio per tutte le imprese attive nel turismo, nella cultura e nel comparto digitale, impegnate nel rilancio commerciale della penisola.

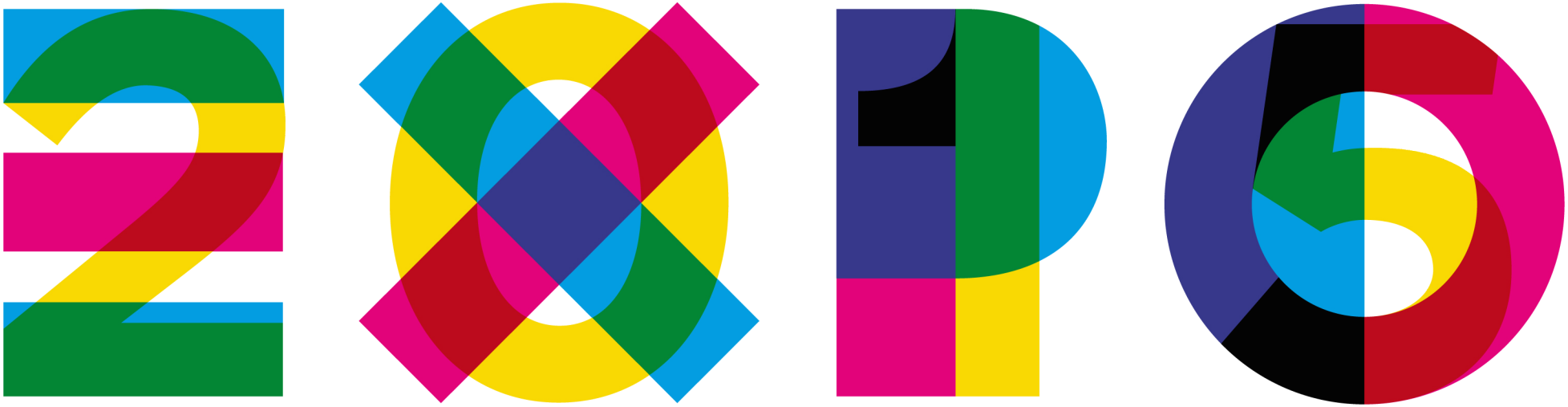
BHR Group
Via Antonio Canova, 7
37050 – Oppeano (VR)

Telefono +39 045/8538155
Fax +39 045/7130963
eMail info@bhrgroup.net

"L'esposizione universale, ospitata dal 1 maggio al 31 ottobre nel capoluogo lombardo presso il sito fieristico di Rho Fieramilano, canalizza oltre 140 Paesi e Organizzazioni internazionali attirando più di 20 milioni di visitatori. I vantaggi e i progetti per le aziende e le piccole e medie imprese non mancano, così come le sfide da affrontare per espandersi sul mercato globale.

Business e visibilità

Il tema scelto per Expo 2015, *"Nutrire il pianeta, energia per la vita"*, colloca in primo piano le imprese della tradizione agroalimentare e gastronomica desiderose di consolidare credibilità e cogliere nuove opportunità di business: la sfida non consiste solo nel lanciare prodotti e servizi su scala globale, ma anche nel coltivare relazioni con potenziali partner internazionali.



della contraffazione, è altrettanto vero che le PMI devono compiere notevoli passi in avanti per distinguersi potenziando il proprio brand e la *corporate reputation*: un obiettivo che è possibile conseguire puntando sulla realizzazione di una rete export e distributiva strutturata in modo ottimale, dando vita a strategie efficaci. In questo senso può rivelarsi fondamentale ricorrere a competenze esterne e a professionisti qualificati, come i Temporary Export Manager.

Iniziative locali

Le amministrazioni regionali e locali, ma anche le singole Camere di Commercio, hanno attivato bandi e avvisi pubblici per supportare le imprese nella partecipazione all'esposizione universale e per la creazione di iniziative di cooperazione commerciale. Oltre ai contributi mirati a coprire parte delle spese sostenute dalle PMI, sono state promosse iniziative finalizzate a far conoscere le eccellenze del territorio anche fuori dai confini della Lombardia.

Supporto del Governo

Promuovere l'internazionalizzazione delle imprese nazionali è anche l'obiettivo del *"Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia"* promosso dal Ministro dello Sviluppo Economico, basato su un plafond di risorse pari a 260 milioni di euro e incentrato anche su una serie di interventi per Expo 2015.

Il programma si propone di attrarre investimenti esteri, potenziando il volume dell'export sia per i beni sia per i servizi. Le iniziative governative spaziano dal potenziamento dei grandi eventi fieristici nazionali alla collaborazione con alcune delle più grandi catene distributive mondiali, dall'avvio di una strategia di comunicazione intensiva al lancio di un roadshow in partnership con le associazioni imprenditoriali e le Camere di Commercio. E ancora, misure specifiche per formare e inserire i Temporary Export Manager nelle imprese e per supportare l'e-commerce.

Italian Quality Experience

Dal Sistema Camerale arriva un ulteriore aiuto concreto allo sviluppo delle PMI della filiera agroalimentare durante Expo 2015: la piattaforma Web Italian Quality Experience raggruppa le imprese che vogliono far conoscere il Made in Italy ottenendo visibilità e diffondendo le loro peculiarità aziendali e produttive (è possibile registrarsi sul sito e avere a disposizione uno spazio riservato).

Iniziative UE

Nell'ambito del programma *"Missions for Growth"* promosso dalla Direzione Generale per l'Industria, Imprenditorialità e PMI (DG GROW), la Commissione Europea lancia infine una serie di eventi legati all'Expo diretti a creare nuove opportunità di investimento e partnership internazionali: incontri B2B gratuiti dedicati alle aree geografiche internazionali ritenute più strategiche (Cina, America Latina e Caraibi, Giappone, Africa Sub Sahariana, Sud Est Asiatico, Stati Uniti e Canada).