



La Cittadella delle imprese di Taranto

■ **CAMCOM TARANTO** / Un triennio improntato alla promozione del territorio, a cominciare dall'accesso delle imprese locali ai mercati esteri, in un'ottica anti-crisi

Lavorare insieme per una piena internazionalizzazione

Unioncamere, ministero degli Affari Esteri e Cabina di Regia per l'Italia Internazionale. All'insegna di integrazione e solidarietà

Nell'ultimo triennio l'azione della Camera di commercio di Taranto a favore della internazionalizzazione del sistema imprenditoriale locale, sotto la guida del presidente Luigi Sportelli, ha subito un significativo impulso.

Con l'adozione del Programma pluriennale 2012 - 2015, il Consiglio camerale ha designato una complessa vision di promozione del territorio, nel cui ambito assolutamente rilevante, anche per risorse destinate, è l'obiettivo di supportare le imprese nell'accesso ai mercati esteri attraverso azioni di analisi, assistenza, formazione, promozione e finanziamento. Nel perdurare della crisi economica, l'internazionalizzazione è una leva essenziale per innescare una nuova crescita, uno degli elementi principali nella costruzione di una exit strategy che coniuga l'ampliamento dei mercati di sbocco con l'attrazione degli investimenti e la



Luigi Sportelli,
presidente
della Camera di
Commercio di
Taranto

certamente sta consentendo la massimizzazione di risultati e risorse economiche e una maggiore efficacia delle iniziative autonome. Sotto il profilo dell'assistenza, l'operazione nazionale "Worldpass" è fondamentale ai fini di una standardizzazione dei servizi che garantisce a ogni impresa, in qualunque Camera italiana, di avere la stessa qualità e quantità di informazioni per affrontare i mercati in modo consapevole. È un traguardo importante, sul quale anche l'ente tarantino sta lavorando con impegno attraverso il proprio sportello per l'internazionalizzazione.

Altrettanto serio è l'impegno sul versante della promozione: portare le eccellenze imprenditoriali all'estero e presentarle a buyer direttamente su questo straordinario territorio, sono due facce di una stessa medaglia che parla di identità, di made in Italy, di un Mezzogiorno e di una Taranto che rinascono dalle tradizioni, ma che si fanno conoscere anche per capacità innovativa. Questo in un'ottica di sistema e con uno sguardo attento all'impresa, studiando gli strumenti necessari alle imprese "matricole" (la grande maggioranza) e quelli, differenti, per le imprese strutturalmente presenti sui mercati esteri, nonché sostenendo le aggregazioni in rete. Oggi la Camera di commercio di Taranto ha un ruolo preciso in tale ambito, rappresentando un ottimale front office per l'internazionalizzazione. Ha al suo attivo numerosi rapporti di collaborazione con la rete camerale internazionale, lavora secondo principi di integrazione e complementarietà con l'agenzia Ice e Regione Puglia, favorendo in tal modo una ra-

zionale finalizzazione dei fondi pubblici e un utilizzo intelligente delle risorse umane che operano in un efficace schema collaborativo.



Nicola Spagnuolo,
presidente
dell'azienda
speciale Subfor
di Taranto



Francesco De Giorgio,
segretario
generale
dell'Azienda
speciale Subfor

Promuovere l'unicità

Subfor aiuta le aziende a far conoscere la qualità e l'eccellenza delle loro produzioni

Molte sono le iniziative in materia di internazionalizzazione organizzate dall'Azienda speciale della Camera di commercio di Taranto. "Siamo da sempre a fianco delle imprese che desiderano far conoscere la qualità e l'unicità della loro produzione - dichiara Francesco De Giorgio, segretario generale -. Mai come oggi è importante trasmettere il valore delle esperienze nate nel nostro territorio, di quelle realtà produttive e commerciali che sono il vanto della provincia di Taranto in ambito regionale".

L'Azienda speciale Subfor sostiene lo sviluppo delle attività economiche e supporta le imprese nelle loro attività promozionali, facilitandone l'accesso al credito e l'aggregazione nelle sue diverse forme più innovative (quali i distretti e i contratti di rete), attuando progetti per la crescita del commercio con l'estero, favorendo il trasferimento tecnologico, i servizi per le certificazioni della qualità, i contributi a fondo perduto

per la partecipazione delle imprese a eventi nazionali e internazionali.

"Oltre a contributi e agevolazioni - specifica il segretario generale De Giorgio - la Camera di commercio contribuisce a incrementare l'efficienza delle imprese attraverso servizi reali, nonché a creare le condizioni per attrarre investimenti esteri. Desidero inoltre ricordare il supporto nella ricerca di opportunità e risoluzione di problematiche specifiche, tramite servizi di assistenza personalizzata e banche dati tematiche, l'organizzazione di incontri b2b (con relative attività propeedeutiche di matchmaking e marketing), le attività per lo sviluppo delle infrastrutture fisiche e immateriali e la valorizzazione dei marchi e dei prodotti. Apprezzate sono le iniziative incoming e outgoing, in cui è presentato e offerto un prodotto di fascia alta sotto il profilo qualitativo, ma di quantità limitata per singolo produttore: l'obiettivo è aggregarli per accrescerne la competitività".

Le azioni: analisi, assistenza, formazione, promozione e finanziamento

valorizzazione delle peculiarità territoriali, in un'ottica di crescita generale dell'universo imprenditoriale tarantino.

Il sistema camerale è in prima fila nella definizione di politiche di internazionalizzazione con i soggetti istituzionali che hanno intrapreso un percorso di integrazione delle diverse linee di intervento, a partire da una programmazione sinergica. L'Unioncamere partecipa attivamente alla Cabina di Regia per l'Italia Internazionale, mantenendo uno stretto raccordo con il ministero degli Affari Esteri. Tanto in virtù dell'eccellente bagaglio di competenza ed esperienza che le Camere e le loro aziende speciali hanno maturato e che trovano sintesi nell'Unione. Questo genere di interazione

Opportunità e strumenti per il successo all'estero

Di notevole impatto sono i progetti specifici e le attività di outgoing e incoming. Particolare attenzione per le "matricole"

"Favorire la conoscenza dei Paesi, dei settori, delle opportunità e degli strumenti per consentire un accesso consapevole delle Pmi ai mercati internazionali, promuovendo la cultura dell'aggregazione delle imprese al fine della realizzazione di iniziative condivise. Sono questi i cardini su cui si basano i nostri piani di internazionalizzazione", dichiara Nicola Spagnuolo, presidente dell'Azienda speciale Subfor di Taranto.

Nel corso del 2013, l'Azienda, su delega della Camera di commercio, ha dato esecutività alla strategia camerale volta

all'incremento dei contatti con i mercati target, strategia perseguita, in particolare, con due azioni di incoming dai mercati tedesco (comparto turistico) e russo (agroalimentare) e una di outgoing verso il mercato svizzero (turismo). Tale attività proseguirà nel 2014, "anno in cui saremo presenti in Paesi come Canada e Australia - prosegue Spagnuolo -. La partecipazione a iniziative congiunte rappresenta un'opportunità per le imprese tarantine di inserirsi in circuiti macro-regionali utili a presentare la nostra provincia quale parte integrante di un sistema più ampio e co-

eso. Di notevole impatto quanto sin qui realizzato attraverso progetti quali Sift, Dieta mediterranea e Itinerari federici, cofinanziati da Unioncamere e dal contributo di diverse Camere di commercio". Tutti progetti curati dall'Azienda in fase di progettazione e di attuazione: "Ciò ha consentito ad alcune delle migliori aziende del territorio di partecipare a iniziative internazionali e valorizzare prodotti e servizi con un impegno determinante da parte dell'Azienda. Particolare attenzione è stata riservata alle imprese "matricole", soggetti che accompagniamo in percorsi di internazionalizzazione.

Con riferimento alle missioni, ipotizziamo quale possibile Paese target di outgoing, per esempio, l'Australia.

Per l'incoming è rinnovato l'interesse per i mercati russo e tedesco, per la Serbia e per il Nord America".