

PER UNA RIPRESA INTERNAZIONALE

Export e nuove quote di mercato all'estero. Ne hanno parlato, durante un e-meeting per il ciclo 'Ricostruzione' di Fortune Italia, cinque protagonisti del settore: Mauro Alfonso, Ad Simest; Francesco Casoli, presidente Elica e Aidaf; Maria Beatrice Deli, segretario generale ICC Italia; Carlo Ferro, presidente Agenzia Ice; Luisa Quarta, marketing director Bureau van Dijk Italia - A Moody's Analytics Company di Cesare Valsania



E

ESPORTARE, DIFENDERE e conquistare nuove quote di mercato. L'internazionalizzazione delle imprese, a maggior ragione nella fase della 'Ricostruzione' post Coronavirus, resta una strada imprescindibile per la competitività del sistema produttivo. La diffusione dell'epidemia ha imposto uno stop ma il sistema è pronto a ripartire, sia a livello istituzionale sia a livello imprenditoriale. Ne hanno parlato, durante un e-meeting per il ciclo 'Ricostruzione' di Fortune Italia, cinque protagonisti del settore: Mauro Alfonso, Ad Simest; Francesco Casoli, presidente Elica e Aidaf; Maria Beatrice Deli, segretario generale ICC Italia; Carlo Ferro, presidente Agenzia Ice; Luisa Quarta, marketing director Bureau van Dijk Italia - A Moody's Analytics Company. Proprio a Luisa Quarta è spettato l'intervento di apertura, utile a delineare lo scenario entro il quale si stanno muovendo le imprese e il sistema Paese. "Mai come in questa fase dovremmo stringere alleanze con Paesi che percepiscono il valore del nostro made in Italy", ha sintetizzato, esponendo dati che fotografano l'impatto dell'epidemia innescata dal Coronavirus. "L'effetto della pandemia sulle imprese, è noto, ha inciso anche sul mondo dell'internazionalizzazio-



MAURO ALFONSO

Simest



CARLO FERRO

Agenzia Ice

“Mai come in questa fase dovremmo stringere alleanze con Paesi che percepiscono il valore del nostro made in Italy”

LUISA QUARTA MARKETING DIRECTOR BUREAU VAN DIJK ITALIA

ne: nel primo trimestre del 2020, abbiamo registrato soltanto 21mila deal annunciati nel mondo contro i 26mila del primo trimestre del 2019, il dato più basso dal 2013. L'Italia è in linea, con 77 operazioni nel primo trimestre dell'anno contro le 96 dello stesso periodo dell'anno scorso". Quarta spiega anche perché. "Molti hanno spinto il pulsante pausa su alcune transazioni, altri hanno optato per l'annullamento delle operazioni previste, causando ingenti perdite". La riduzione dei deal "ha riguardato tutti i Paesi, con l'area Asia-Pacifico che ha subito un colpo rilevante nel primo trimestre con un calo del 33% delle operazioni annunciate"; quanto all'Europa, "quella centro-orientale ha visto una contrazione del 36% mentre quella occidentale ha tenuto meglio, con un calo del 17%". I deal con target Italia "sono scesi sotto il valore di 1000 mln di euro per la prima volta in quasi due decenni". Guardando avanti, ai prossimi mesi, "è verosimile che gli operatori possano essere cauti nella valutazione dei potenziali target". Le analisi condotte da Bureau van Dijk possono contare sul database Zephyr, "particolarmente utile", evidenzia Quarta, "non solo per la mappatura di operazioni di M&A ma perché consente anche di ricostruire l'azionariato e di individuare quindi il titolare effettivo delle aziende target". Particolarmente sollecitato in questa fase il gruppo Cassa depositi e prestiti e le sue società, a partire da Sace Simest. "Siamo chiamati in causa in maniera impegnativa, e abbiamo un ammontare di risorse in dotazione significativo per dare una risposta in termini di prospettiva e di investimenti sul tema internazionalizzazione", spiega Mauro Alfonso, Ad Simest. Lo strumento principale è il Fondo 394 gestito da Simest per conto del ministero degli Affari esteri, a cui si affianca il fondo 295 gestito per conto del ministero dello Sviluppo economico per il finanziamento dei crediti all'esportazione: "Quasi un miliardo da investire per ripartire". Per quanto riguarda i finanziamenti agevolati, Alfonso parla di "una serie di misure interessanti: supporto in termini di finanziamento per la patrimonializzazione delle pmi esportatrici (hanno almeno il 35% del fatturato prodotto all'estero); finanziamento di fiere e mostre per cui c'è una forte attenzione; finanziamento di studi di fattibilità e investimenti in e-commerce,

“Le aziende medie sono lasciate un po’ da sole. Devono cavarsela in giro per il mondo. Difficilmente riescono a intercettare le competenze di cui hanno bisogno”

FRANCESCO CASOLI PRESIDENTE AIDAF

che sta letteralmente esplodendo; finanziamento dei temporary export managers che in questo contesto possono essere importanti, vista la grande discontinuità che stiamo vivendo”. Questo, puntualizza Alfonso, senza dimenticare l’attività core di Simest: “L’attività in strumenti di equity, entrando nel capitale delle imprese esportatrici con quote di minoranza”. All’Agenzia Ice spetta l’attività di promozione. “Ci si sta muovendo come sistema Paese e già prima del Covid era stata avviata un’azione congiunta, sulle linee guida stabilite dalla cabina di regia per l’internazionalizzazione, quindi dal governo”, evidenzia il presidente Carlo Ferro. “Abbiamo 126mila imprese esportatrici e vogliamo raddoppiare questo numero”, premette, per poi circostanziare gli interventi nel contesto post epidemia: “Il tema dell’emergenza sanitaria si combina con gli interventi urgenti a sostegno della ripresa”. E, guardando all’export, “il punto di forza è sicuramente l’eccellenza del prodotto”. Certo, vanno tenuti sempre presenti anche i punti di debolezza e i fattori che possono frenare lo sviluppo: “La dimensione troppo piccola di tante imprese ma anche il grado troppo basso di internazionalizzazione e di trasformazione digitale”. Su questi fronti, “abbiamo avviato iniziative che tendono a ridurre questo ritardo, per indirizzare le imprese, per esempio, all’utilizzo di marketing digitale, come nel caso della fiera smart 365”. L’obiettivo è di consentire la partecipazione, anche virtuale, alle fiere da parte dei visitatori, attraverso una piattaforma di fiera online messa a disposizione del sistema fieristico italiano a partire dalle edizioni autunnali. Quando si parla di attori di sistema si deve fare riferimento, a pieno

titolo, all’ICC, la Camera di commercio internazionale. “La pandemia ha dimostrato come le esigenze delle imprese siano già cambiate”, evidenzia Maria Beatrice Deli, segretario generale ICC Italia. “Assistiamo alla crescita della necessità di consulenza più esperta, con una maggiore preparazione proprio sugli aspetti dell’internazionalità, come spinta per la ripresa”. Una necessità che nasce anche dal “grande spaesamento delle imprese rispetto ai contratti conclusi con soggetti stranieri, che includevano o non includevano la clausola di forza maggiore o che ne includevano una non redatta alla perfezione, con la grande difficoltà di capire cosa poter opporre alla controparte, dopo le misure restrittive per il Covid-19”. Tanti contratti, osserva Deli, “hanno clausole approntate con troppa superficialità: dalla legge applicabile al contratto, essenziale per opporre la causa di forza maggiore alla questione del giudice competente e alla risoluzione delle controversie”. La sintesi “è che è necessaria una consulenza più esperta, più formata, che si possa appoggiare all’attività istituzionale”. Anche perché, a maggiore ragione in una fase come questa, “l’approccio ‘one size fits all’ non funziona più”. L’intervento più tranchant arriva sicuramente da Francesco Casoli, presidente Elica e Aidaf, l’associazione delle aziende familiari in Italia. L’obiettivo, dice subito, “deve essere raddoppiare la dimensione delle imprese e non il numero delle imprese che esportano”. Soprattutto, procede nella sua analisi, “abbiamo bisogno di un coordinamento del sistema, di una stanza con una regia intelligente, per dare la possibilità al sistema Italia di essere più forte”. In Aidaf, spiega Casoli, “stiamo cercando di sensibilizzare le istituzioni ad andare in questa direzione”, perché, scandisce, “oggi piccolo non è più bello e sarà il medio e il grande a poter affrontare le sfide di domani”. Il problema principale, secondo l’imprenditore, “è che le aziende medie sono lasciate un po’ da sole. Devono cavarsela da sole in giro per il mondo. Difficilmente riescono a intercettare le competenze di cui hanno bisogno”. La conclusione a cui arriva Casoli è piuttosto chiara, e può essere uno stimolo importante per tutti: “Se vogliamo far crescere il sistema, dobbiamo dare una serie di supporti, che per esempio la Germania dà: per internazionalizzare bisogna avere le spalle grosse e avere uno Stato che fa il suo, aprendo le porte giuste”. ■



LUISA
QUARTA

Bureau van Dijk



MARIA
BEATRICE
DELI

ICC Italia



FRANCESCO
CASOLI

Aidaf