

## ITALIANI NEL MONDO: ASSOCAMERESTERO IN SENATO

ROMA\ aise\ - Nell'ambito dell'indagine conoscitiva sulle condizioni e sulle esigenze delle comunità degli italiani nel mondo, ieri la Commissione Affari Esteri del Senato ha svolto l'audizione del Segretario generale di Assocamerestero, Gaetano Fausto Esposito, che ha illustrato ai senatori l'attività delle Camere di Commercio Italiane all'Estero. Ad oggi, ha spiegato, "l'intero sistema conta 79 realtà operanti in 56 Paesi, che rappresentano oltre l'80% dell'interscambio commerciale dell'Italia, con più di 160 punti di presenza nel mondo e in cui lavorano 500 addetti, con un'azione promozionale di oltre 40 milioni di euro all'anno, articolata su 1.600 attività". Nel tempo, ha aggiunto Esposito, "le CCIE si sono evolute come soggetti capaci di fornire una risposta moderna alle esigenze di globalizzazione del mercato, mettendo a frutto un approccio globale, ossia una immagine e un vissuto di una italianità articolata attraverso i tanti territori e matrici regionali, con una conoscenza locale estera che si muove all'insegna dei canoni di una globalizzazione, che non ha un carattere di uniformità. In particolare, attori come le Camere sono stati capaci di attivare reti fiduciarie "lunghe" per consentire il parallelo sviluppo dei punti di forza del Made in Italy e della proiezione radicata sui mercati internazionali, creando collegamenti con soggetti, istituzioni e attori esteri attraverso partnership di vario livello". Questa capacità, ha aggiunto Esposito, "richiede valorizzazione di segni e aspetti distintivi e implica, da un lato, un presidio del territorio locale (reti logistiche e distributive) e, dall'altro, la capacità di comunicare valori e caratteristiche della cultura e delle tradizioni italiane ai soggetti esteri (consumatori o utilizzatori). Ecco perché la rete camerale – anche al di là delle attuali azioni che svolge con una più spiccata valenza di promozione – si presenta come il back bone per un complesso di attività che trovano nel business all'insegna dell'italianità, e quindi anche in quello dei nostri connazionali all'estero, un essenziale canale di veicolazione e di appoggio, anche in campi innovativi nel prossimo futuro, come ad esempio quello delle certificazioni di specifici processi produttivi e di professionalità in cui più forte e consistente è la presenza di un "modo di fare" italiano". Il sistema delle CCIE, ha proseguito Esposito, "presenta, inoltre, delle peculiarità anche dal punto di vista istituzionale. La recente riforma del sistema di internazionalizzazione ha confermato sotto molti versi il suo carattere "bicefalo": soggetti incardinati dal punto di vista di una policy della competitività nell'ambito del Ministero dello Sviluppo Economico, ma che, per diversi aspetti, sono inseriti nell'azione più ampia svolta dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale per la promozione del Paese nel mondo". Le CCIE, poi, "in quanto rete di comunità di affari nel mondo, svolgono attività di promozione integrata che incentivano il business italiano nel mondo e rafforzano la conoscenza delle valenze produttive e culturali del nostro Paese". "Uno dei presupposti più qualificanti di questa azione di collegamento – ha tenuto a sottolineare il segretario generale di Assocamerestero – è sicuramente la diffusione della lingua italiana, cui le CCIE dedicano annualmente un'attenzione specifica realizzando corsi di italiano per businessmen, in cui oltre alla lingua si diffondono le usanze e le peculiarità del "doing business with Italians". In questo senso, promozione della lingua italiana e della cultura e promozione del business e delle comunità di affari sono aspetti strettamente interrelati, ossia leve spesso utilizzate insieme in maniera sinergica. Leve che le Camere attivano anche attraverso l'utilizzo di strumenti informativi e di comunicazione per il tessuto locale: la rete delle CCIE – ha ricordato Esposito – edita newsletter, riviste, periodici sui temi dello sviluppo del business e delle comunità di affari, molto spesso bilingui, che ne fanno un formidabile soggetto editoriale e in grado di rafforzare la diffusione e l'apprezzamento per la lingua italiana nel mondo". "Si tratta di una linea di attività tradizionale del Sistema Camerale all'estero: oggi – ha informato Esposito – più di 20 CCIE nei cinque Continenti organizzano corsi di formazione per l'operatore estero interessato a fare business con l'estero". Un ulteriore "importante veicolo di diffusione della cultura italiana", ha detto ancora Esposito, "è rappresentato dagli strumenti editoriali delle CCIE. Negli ultimi anni questa linea ha rilevato una forte evoluzione: mentre nel passato erano particolarmente diffusi gli strumenti cartacei, oggi sono utilizzati prevalentemente strumenti consultabili online, quali newsletter, blog, pagine social. Di grande impatto mediatico sono anche le premiazioni, realizzate in tutto il mondo, a personalità italiane che hanno avuto un rilievo in ambito economico tra l'Italia e il Paese in cui opera la Camera. Attraverso eventi come Premio Tiepolo (Spagna), Panda d'Oro (Cina), Business Excellence Award (Australia e Sudafrica), Le Eccellenze Italiane (Giappone), Italian Awards (Regno Unito), Black-tie Soiree (USA) e molti altri, le CCIE diffondono immagini di un'Italia che cambia, non solo nel campo economico, ma anche in quello della ricerca e della cultura, che cresce nella sua dimensione globale e che all'iconografia classica aggiunge sempre più tasselli di un paese con leadership molto diversificate e innovative". Le CCIE, ha ricordato Esposito, "sono particolarmente attive sia attraverso la collaborazione con le Scuole italiane all'estero che con una forte e strutturata partecipazione ai programmi internazionali di scambio di professionalità. Al riguardo, ricordo la capacità di attivazione delle Camere di Commercio Italiane all'Estero sul programma ERASMUS+, con specifico riguardo alla Azione chiave 1 "mobilità individuale ai fini di apprendimento", in cui rientrano i progetti di mobilità relativi a diversi target group (giovani, alta formazione, VET, scuole e giovani lavoratori). Queste azioni – ha sottolineato – sono un formidabile veicolo per favorire il collegamento e il raccordo tra connazionali, anche all'estero, e operatori omologhi (come per esempio le mobilità del corpo docente scolastico e universitario). Da questo punto di

vista, molto stretta è la partnership con il Sistema Camerale italiano che, successivamente alla riforma avvenuta negli ultimi anni, ha avuto un ruolo sempre più attivo come motore di sviluppo dei sistemi economici locali facilitando e promuovendo anche processi operativi tra scuola e impresa". In tale contesto, "in stretto raccordo con Unioncamere e Anpal, Assocamerestero e le Camere di Commercio Italiane all'Estero stanno rafforzando una linea di attività sul tema della mobilità studentesca internazionale. Un ulteriore strumento particolarmente importante è costituito dalle tipologie di iniziative sulla promozione della ristorazione italiana nel mondo e più in generale della cucina italiana, nonché del design e più in generale dell'Italian way of life". Esposito ha quindi citato il Progetto True Italian Taste – promosso e finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico – "con il quale Assocamerestero e le CCIE stanno lavorando, già dal 2015, allo scopo di diffondere la cultura e l'educazione al consumo consapevole del food 100% Made in Italy in contrasto al fenomeno del cosiddetto Italian Sounding". Ad oggi, il Progetto "coinvolge 36 CCIE in America, Asia, Australia ed Europa". C'è poi l'attività delle Camere nell'ambito del turismo, "azioni che ben si prestano ad essere coniugate con le attività di valorizzazione dei territori", come riconosciuto anche da ENIT che "quando non colloca i propri punti all'estero presso le rappresentanze diplomatiche consolari individua il sistema delle CCIE come riferimento per la propria azione". "Uno specifico ambito di azione è rappresentato però dall'impegno sul turismo di ritorno, che coinvolge in particolare italiani residenti all'estero oriundi", ha sottolineato Esposito. "Le valutazioni dell'ENIT evidenziano questo come un turismo che potrebbe portare nel nostro paese dai 60 agli 80 milioni di visitatori, stimando le presenze degli oriundi italiani nel mondo e guardando alle statistiche sui flussi turistici verso l'Italia, da parte di quei Paesi che sono stati storicamente meta di emigrati italiani. I dati ENIT sul turismo di ritorno, nel solo 2017, rilevano circa 650 mila presenze turistiche e un giro di affari di quasi 650 milioni di Euro. Questo tipo di turismo spesso intreccia la valorizzazione dei luoghi minori, quelli prioritari di provenienza dell'emigrazione, con la valorizzazione delle culture locali e ben si presta a identificare un ruolo specifico da parte delle CCIE, in particolare nei paesi di forte emigrazione, dove c'è anche a una presenza più radicata sui territori (Nord America, Brasile, Argentina rilevano una presenza di 14 CCIE con 42 punti locali), in grado di svolgere una capillare azione di animazione locale". Su questo versante si colloca anche la collaborazione delle CCIE con il Sistema Camerale italiano. Tutto, ha concluso Esposito, evidenzia "il ruolo importante del Sistema Camerale italiano all'estero nel rappresentare una piattaforma per azioni di supporto e di sviluppo a sostegno anche dell'italianità all'estero, in una logica di collegamento di aspetti culturali e di business". Nel breve dibattito che ha seguito l'audizione, Garavini (IV) ha espresso il suo "plauso all'egregio lavoro che viene implementato dalla rete delle Camere di Commercio, e che, come dimostrato durante l'audizione, è stato, di fatto, ampliato ad una gamma molteplice di servizi messi a disposizione delle comunità di connazionali sparse per il mondo. credo vada molto apprezzata anche la circostanza che le Camere abbiano deciso di dotarsi di un regolamento etico che caratterizza il loro operare e che si pone anche in termini di best practice rispetto alle corrispettive Camere nazionali". D'accordo con la senatrice anche Giacobbe (Pd) che ha ribadito come "tale proficuo modus operandi sia in linea con l'approccio che vede nelle risorse allocate per gli italiani all'estero un vero e proprio investimento che poi ritorna in Italia". Ad Esposito, il senatore ha chiesto di "approfondire ancora di più l'aspetto, da lui accennato, della collaborazione "bicefala" di Assocamerestero tra MISE e MAECI, nonché la linea d'azione - che va assolutamente implementata - volta a incrementare il cosiddetto "turismo di ritorno", che deve, tuttavia, a suo avviso, prediligere la valorizzazione dei tanti piccoli borghi esistenti nella penisola, i quali, come è noto, necessitano di essere rivalizzati". Vescovi (Lega) ha invece chiesto ad Esposito di "enucleare una precisa richiesta che la sua organizzazione chiederebbe, con una certa priorità e per l'immediato futuro, all'attuale governo", mentre il presidente Petrocelli (M5S) ha chiesto "delucidazioni in merito all'eventualità che Assocamerestero si stia occupando anche degli standard internazionali, come quelli ISO, o in materia di sicurezza o di ambiente". Nella sua replica, il segretario generale di Assocamerestero ha ribadito che "in via generale, tutta l'attività delle Camere di Commercio estere si caratterizza per essere svolta in termini di sussidiarietà nel collegamento tra il Paese e le realtà economiche e d'investimento nazionale nel resto del mondo, cercando di implementare i vari progetti e le varie iniziative in modo capillare, tenendo conto delle esigenze presenti in loco". Dal Governo, ha aggiunto, "Assocamerestero si aspetta che vengano create le condizioni affinché sia possibile muoversi secondo un'ottica di sistema, nel presupposto che le Camere medesime costituiscono gli agenti che operano sul campo, laddove, invece, le strutture statuali preposte all'incentivazione del prodotto italiano o all'internazionalizzazione delle imprese dovrebbero, grazie alla loro maggiore dimensione, muoversi seguendo evidentemente il metodo tipico delle relazioni politiche internazionali". A tal proposito, Esposito ha informato i senatori sul fatto che "il cofinanziamento statale delle Camere di Commercio estere, stabilito peraltro da un preciso criterio di ranking basato sulla "produttività" di ciascuna Camera, è significativamente sceso a soli 8 milioni di euro annui". Quanto, infine, alle modalità di certificazione, del tipo ISO, ha assicurato che "la propria amministrazione ha tra i compiti statutari anche quello di tutela dei marchi e dei brevetti italiani". (aise)