

ROMA - **CNA e ICE-Agenzia** oggi a confronto a Roma per accompagnare e rafforzare la presenza delle PMI italiane sui **mercati internazionali** e per mettere in agenda un'ampia e intensa programmazione di attività a supporto dell'**export** e dell'**internazionalizzazione** nel sistema economico mondiale.

Alla riunione, che si è svolta presso la sede di CNA Nazionale, erano presenti il presidente di ICE-Agenzia, **Carlo Maria Ferro**, e il presidente nazionale di CNA, **Daniele Vaccarino**, accompagnati rispettivamente dal direttore generale di ICE-Agenzia, **Roberto Luongo**, e dal responsabile dell'Ufficio Promozione e Mercato Internazionale di CNA, **Antonio Franceschini**. Due i temi sul tavolo: la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

Dopo aver ricordato che oggi la CNA «è presente in diversi contesti legati al tema dell'internazionalizzazione e ha in portafoglio un ampio programma di attività a **supporto delle imprese artigiane e PMI** che sviluppano progettualità in **UE, Asia, America e Africa**», Vaccarino ha sottolineato: «Nell'attuale contesto competitivo, appare opportuno che la prospettiva degli scambi internazionali perda il carattere di occasionalità che le è stato attribuito fino ad oggi, divenendo un elemento di **approccio "ordinario"** delle micro, piccole e medie imprese per accrescere la loro competitività. Ciò comporta che ci sia, da parte dei soggetti pubblici preposti al coordinamento e alla promozione dell'internazionalizzazione, un'analogia attenzione e che si proceda ad **interventi di respiro strategico**».

«È importante tenere presente - ha proseguito Vaccarino - il contesto economico e produttivo al cui interno si colloca il **processo di internazionalizzazione** delle MPMI. Anche se la loro presenza all'estero è aumentata, si tratta di un **contesto difficile**, caratterizzato dalla crescita di **nuovi settori** merceologici, o dalla new age di settori tradizionali che si stanno disputando la leadership nei mercati mondiali».

«Le MPMI sono, infatti, le imprese che maggiormente esportano l'idea del Paese e il Made in Italy. I piccoli, in particolare, vantano una **quota più rilevante** nelle produzioni in cui è maggiormente esaltata la tradizione nazionale, ed è quindi su questi che va saldata la relazione tra la **dimensione operativa** di sostegno e quella **culturale** di incentivo alla proiezione sui mercati esteri», ha concluso Vaccarino.

Il presidente di ICE-Agenzia Carlo Maria Ferro, da parte sua, ha dichiarato: «Insieme a quelli con le altre organizzazioni imprenditoriali, l'incontro di oggi con CNA conferma la **nuova attenzione** che ICE intende rivolgere a tutte le imprese, anche a quelle di minore dimensione. La loro **dinamicità**, unita alla loro **flessibilità**, se ben supportate, possono accrescere la presenza del Made in Italy all'estero, sia in termini di settori che di mercati».

Ferro ha quindi aggiunto: «Favorire la **crescita dimensionale** delle imprese più piccole, inoltre, può avere un impatto positivo sull'**occupazione giovanile** e sullo **sviluppo del territorio**. Anche per questo motivo, volgiamo individuare nuove modalità di **supporto alle start up** al fine di inserirle a pieno titolo nei contesti produttivi e commerciali di riferimento».

Fonte: CNA

Articolo precedente



[Cina. Xinhua: Timori sovradimensionati, crescono consumi e opportunità per gli investimenti esteri](#)

Articolo successivo



[Gran Bretagna. Sui tetti e nei tunnel, le coltivazioni urbane guidano la rivoluzione alimentare](#)