

## ■ COMMERCIO Progetti per le realtà calabresi nel Mercato estero

# Internazionalizzazione aziende

# L'idea degli imprenditori cattolici

di NICOLA PIRONE

SPESSE si sente parlare d'internazionalizzazione ed esportazione dei prodotti made in Calabria nel mondo, senza però delle linee guide che permettono al motore economico della regione di espandersi nel mondo. Se n'è discusso anche nei giorni scorsi in un apposito convegno a Tropea, ma l'Ucid (Unione cristiana imprenditori e dirigenti) è tornata sull'argomento, mettendo sotto la lente d'ingrandimento l'esperienza maturata dal centro "Elis" di Roma e il processo di internazionalizzazione delle imprese.

«Cooperare per nuovi progetti e lavorare sull'internazionalizzazione delle imprese locali - ha commentato l'incaricato regionale Ucid Francesco Augurusa - sono i due obiettivi che ci siamo posti in Calabria mediante l'impegno di ciascuno a costruire solidi rapporti, favorisce la corresponsabilità e la collaborazione nell'interesse comune». Infatti, per Augurusa è importante far parte di una Comunità di persone e imprese che, attraverso il lavoro compiuto con passione e responsabilità, migliorano



Le proposte dell'Ucid per l'internazionalizzazione delle imprese

se stesse e contribuiscono al bene comune: «Dobbiamo combattere le cause profonde delle criticità - ha continuato - che rallentano lo sviluppo economico sociale del nostro territorio».

In effetti, come ha specificato Giuseppe Augurusa, presidente della sezione provinciale dell'Ucid, «le nostre piccole e medie imprese, che costituiscono la spina dorsale del "made in Italy", devono cambiare mentalità per poter rimanere al passo coi tempi e

non perdere in termini di competitività in un contesto sempre più globalizzato».

Per Gianluca Sabatini, responsabile marketing del Centro Elis: «A fronte di una ripresa a livello globale che stenta a decollare, di una crescita affannosa dell'economia italiana, l'export crescerà». Secondo i dati di Reaction. Export Calling, l'ultimo Rapporto Export di Sace le esportazioni italiane di beni, in previsione crescerà e nel 2016 hanno raggiunto il

3,2%, un segnale positivo anche se con un ritmo più lento rispetto al 2015 (+3,8%). Tra il 2016 e il 2019 si prevede un tasso medio annuo del 3,7%, con il Sud che sta tenendo a galla il sistema italiano: «I nostri punti di forza - ha affermato Sabatini - sono riconosciuti in tutto il mondo e nonostante le difficoltà attuali, il brand Italia non smette di essere di moda: il paradosso consiste dunque nel fatto che i nostri prodotti sono richiesti e continuano a godere di buona popolarità, ma a causa di limiti strutturali ed economici, le aziende italiane non sempre sono in grado di fare l'opportuno salto di qualità».

L'Ucid Calabria non si è limitata a presentare i progetti ma è anche scesa in campo sostenendo le aziende ad aprirsi a nuove situazioni per migliorare l'esportazione dei prodotti calabresi nel mondo. In questo senso volge la programmazione che, oltre al Centro Elis, coinvolge altri brand che hanno già esperienza nel mercato internazionale. Da qui l'organizzazione di seminari ad hoc ai quali parteciperanno imprese e produttori calabresi.