



mosaico EUROPA

Newsletter Numero 11

5 giugno 2020



L'INTERVISTA

Alessandra Priante, Direttore Europa dell'United Nations World Tourism Organisation (UNWTO)



Come l'UNWTO ha affrontato l'emergenza COVID - 19?

Secondo le ultime previsioni pubblicate dall'UNWTO lo scorso 6 maggio, disponibili sul nostro sito, sono possibili 3 scenari, modulati sulle differenti tempistiche di riapertura (luglio, settembre o dicembre) dei confini internazionali: nel primo caso le perdite del settore turistico sarebbero

pari al 50%, nel secondo al 60%, nel terzo al 78%. Il nostro lavoro di monitoraggio segue diversi aspetti: il marketing, la parte dati e l'intelligence, il supporto informativo ai membri sull'introduzione delle nuove misure, dal punto di vista fiscale, occupazionale e di marketing (rimando alla [sintesi](#) per paese presente sul sito). Occupandoci sia della parte statistica che di quella previsionale, abbiamo notato dei
(continua a pag. 2)

L'emergenza COVID-19 sta monopolizzando l'attività delle istituzioni europee.

Segnaliamo ogni articolo ad essa relativo, disponibili come sempre ad ulteriori approfondimenti.



PASSAPAROLA

Recovery Fund: un entusiasmo pieno di incognite

Sarà l'argomento principe dei prossimi mesi e ci dirà se l'Europa ha veramente cambiato passo. Dell'articolata proposta della Commissione europea per il *Recovery Fund* si è parlato già molto da mercoledì scorso, data della sua pubblicazione. Senza voler entrare nel dettaglio delle duemila pagine di testo (in questo numero alcuni approfondimenti), anche i più convinti europeisti sono rimasti sorpresi dalla dimensione finanziaria dello sforzo e dalla tempistica stringente per una sua concreta messa in opera. Andare sul mercato per acquisire 750 miliardi di euro da destinare agli Stati membri sotto forma di contributi e prestiti, aumenterà di ben 15 volte l'ammontare del debito ad oggi contratto dall'UE. E se il nuovo impianto vuole essere operativo dal 1 gennaio 2021 e per alcune misure già dal prossimo settembre, sarà necessario prendere da subito, a livello di Consiglio, importanti decisioni all'unanimità. Dalla nuova legislazione sulle risorse proprie, che dovranno passa-

re per 4 anni dall'1,2% al 2% del Reddito nazionale lordo, alla revisione dell'attuale Quadro Finanziario pluriennale per creare quel margine di risorse subito utilizzabili. A fianco di queste urgenti decisioni si agitano i fantasmi della divisione tra Paesi favorevoli e cd "frugali" (Danimarca, Svezia, Olanda e Austria, ai quali si è unita nelle ultime ore l'Ungheria) che contestano l'impostazione generale, con particolare attenzione al peso di contributi e prestiti. L'intervento degli Stati membri per far fronte all'emergenza ha visto soprattutto l'ampio utilizzo di aiuti di stato autorizzati dall'UE con il cd *Temporary Framework*. La Germania ne è stata la maggiore utilizzatrice e beneficiaria (più del 50% dei ca 2000 miliardi resi disponibili nell'UE) e gli aiuti hanno toccato tutte le categorie di imprese senza particolari criteri di priorità (economia verde, digitale, quelle dell'attuale Commissione) proprio perché emergenziali. Le nuove misure destinate ai governi ed in particolare la più importante

(la cd *Recovery and Resilience Facility* di ben 560 miliardi di euro) saranno invece rese disponibili a fronte di Piani nazionali, inseriti nella procedura del cd Semestre Europeo e quindi ad una forma di sorveglianza multilaterale. La Commissione ed il Consiglio controfirmeranno ed autorizzeranno ciascun piano, ma in questo caso il Consiglio si esprimerà a maggioranza qualificata. Una forma di condizionalità di cui bisognerà ben calcolare la portata. Per finire, una buona notizia. In base alle prime stime presentate dalla Commissione sulle allocazioni per Paese, l'Italia sarebbe il primo beneficiario, rimanendo il terzo contribuente al bilancio, con un saldo positivo di ca 55 miliardi di euro. La Germania, primo contribuente e quinto beneficiario vedrebbe invece il suo saldo negativo arrivare a 133 miliardi di euro. La strada da percorrere è ancora piena di incognite.

flavio.burlizzi@unioncamere-europa.eu



cali oggettivi nei primi 3 mesi di lockdown, pari al -19/-20 % dei profitti in tutta Europa, accompagnati da una scelta di non-coordinamento in fase di riapertura, che ha generato la tendenza degli accordi per la creazione di corridoi preferenziali specie fra Stati limitrofi o stati con una profilazione epidemiologica simile. Una pratica sicuramente naturale ma potenzialmente impattante, con il rischio di generare disparità nella competitività in Europa. È sicuramente centrale creare un coordinamento basato su principi comuni capace di garantire una ripartenza omogenea delle economie nazionali con l'obiettivo di minimizzare le perdite.

Le raccomandazioni valide per i paesi europei sono applicabili anche nel resto del mondo?

Una delle prime iniziative prese dall'UNWTO per rispondere alla pandemia è stata la creazione di un Comitato di crisi mondiale, composto dalle altre Agenzie delle Nazioni Unite, WHO, ICAO, IMO, ILO, dai Presidenti del Comitato esecutivo e delle Commissioni regionali dell'UNWTO e dai vertici del settore privato (vedi [link](#)). Le statistiche degli ultimi vent'anni confermano l'eccezionalità di questa situazione: in passato infatti si era potuto verificare un deciso arresto della crescita, come nel caso dell'epidemia della SARS (2003) ma in una fase di sviluppo economico non paragonabile all'attuale e in aree circoscritte. L'unico vero caso di diminuzione netta degli arrivi (4%), risale alla crisi dei *subprime* del 2009. Gli altissimi dati odierni sulle perdite indicano che la pandemia inciderà sui prodotti e i servizi innovativi del settore turistico, generando un effetto moltiplicatore negativo molto più ampio rispetto al passato. Un altro fenomeno che UNWTO monitora con attenzione è quello delle poco attendibili *liste dei paesi più sicuri*, redatte per lo più da enti esterni ed assicurazioni e promosse dai mass media, che recano danni d'immagine ai paesi non ricompresi nelle stesse. È chiaro che si sono alcuni paesi virtuosi, sia per l'approccio "olistico" alla risposta alla crisi sia nella comunicazione. Tra questi, ad esempio il Portogallo, il cui governo, a seguito di accurate verifiche, dota le destinazioni nazionali della certificazione sanitaria (*Clean & Safe Stamp*). In questa fase è necessaria molta cautela: la ripresa sarà infatti graduale in quanto gli operatori, in una prima fase, potranno rivolgersi ad una clientela ridotta.

L'UNWTO in questo momento difficile è molto al fianco dei Governi, del settore privato e delle persone. Abbiamo una sezione dedicata solo alle analisi e ai report specifici, tra cui quello sulle [restrizioni di viaggio](#), che monitora costantemente le aperture dei confini ed abbiamo pubblicato una [Call for Action for Tourism'S COVID-19 mitigation and recovery](#), seguita dall'azione per la ripartenza dell'economia turistica. Lo scorso 28 maggio infatti, al termine della 5° riunione della Global Tourism Crisis Committee abbiamo pubblicato le Global Priorities and [Guidelines to reopen tourism](#), che illustrano (vedi articolo a parte) le nostre raccomandazioni per una ripresa sostenibile del turismo.

Quali sono gli strumenti su cui occorre maggiormente investire in tema di marketing intelligence?

È fondamentale la capacità di analizzare i dati e questo non sempre accade, soprattutto a livello istituzionale. Ed è fondamentale, per consentire la miglior programmazione possibile, che le imprese ricevano dalle amministrazioni nazionali strumenti concreti per l'analisi dei dati a carattere economico-finanziario: dati consolidati, quali valutazioni d'impatto, proiezioni economiche, studi sui possibili scenari. Le imprese hanno un estremo bisogno di supporto informativo: la stessa richiesta di prestiti a tassi agevolati o contributi passerà attraverso la redazione di un business plan chiaro. Decisivo, in questo quadro, il ruolo delle Camere di Commercio: senza dubbio il network più indicato per l'attuazione della marketing intelligence sul turismo, attraverso la conoscenza del tessuto generata dal Registro delle Imprese. Dati da mettere a disposizione con continuità dei referenti politici. Un punto su cui l'UNWTO insiste è proprio la realizzazione di analisi di settore dettagliate ed affidabili. Per evitare che le imprese siano obbligate a cessare le proprie attività, l'analisi di mercato assume lo stesso peso della necessità di diminuire gli oneri burocratici. Rimane comunque sempre cruciale il confronto costante con il mondo delle associazioni di categoria ed il ruolo di esperti del settore.

Quale la sua valutazione delle misure prese finora a livello UE?

L'approccio della Commissione europea alla crisi è stato certamente positivo: ha coinvolto l'UNWTO da subito, organiz-

zando frequenti riunioni tematiche. Non solo: i contatti della Commissione con le parti interessate negli Stati membri sono continui e approfonditi e questo fa ben sperare per la costruzione di un reale coordinamento. Resta chiave il ruolo dei provvedimenti a livello nazionale: la differenza la fanno i Paesi che prendono le misure in coordinamento con le categorie (esemplare il caso della Spagna, del Portogallo, della Croazia e della Grecia) e ne attuano un aggiornamento continuo che, peraltro, potrebbe adattarsi anche ad altri comparti, considerata la trasversalità del turismo. L'UNWTO è fermamente convinta della resilienza del settore turistico, anche in virtù della grande ampiezza del suo ecosistema. Il turismo, a nostro parere, non sarà l'ultimo settore a riprendersi: anzi, diventerà ancor di più la vetrina attrattiva delle riprese nazionali, a condizione che sia in grado di investire sui propri punti di forza, e cito ancora il Portogallo – e la Spagna – che si sono impegnate a rilanciare le fiere già da settembre 2020. L'obbligo di distanziamento sociale non deve diventare un pretesto per l'aumento dei prezzi da parte degli operatori, come sta capitando in alcuni casi. Altri operatori, non essendo in grado di sostenere la sproporzione fra costi vivi e ricavi, sembrano intenzionati a riaprire a settembre. La crisi potrebbe inoltre generare nuovi modelli di *budget tourism*, come le seconde case e i campeggi.

Fra le funzioni delle Camere c'è la promozione del patrimonio culturale nel settore turistico. In considerazione della sua trasversalità, come va cambiato l'approccio a livello territoriale delle strutture intermedie?

Mi preme sottolineare che allo stato attuale non sappiamo ancora se sarà necessario cambiare qualcosa: cambio, peraltro, che presupporrebbe un mancato conseguimento di risultati su cui non siamo ancora in grado di misurarci. Il potenziale delle Camere di Commercio, grazie al loro posizionamento nei territori, resta notevole e non soltanto per la capacità di accesso ai dati. Ritengo tuttavia che più incisività dell'attività di lobbying permetterebbe alle Camere una maggiore influenza sulle politiche territoriali e una cooperazione con il Governo più definita, nell'ottica di perfezionamento della reciprocità fra settore pubblico e settore privato.

apriante@unwto.org

OSSERVATORIO EUROCHAMBRES

Le Camere europee in vetrina



La lotta al Covid: l'esempio virtuoso della Turchia

Degno di nota, anche nell'ottica di rafforzamento delle relazioni bilaterali con l'Unione, l'impegno delle Camere turche contro la pandemia, come rappresentato ad EUROCHAMBRES da una [comunicazione](#) a firma del Presidente di TOBB Rifat Hisarcıkloğlu. In un contesto economico che vede una grande dinamicità del tessuto imprenditoriale, grazie alle numerose misure intraprese a livello sanitario - quali la riconversione della filiera degli indumenti del manifatturiero, ora attiva nella produzione di mascherine, e l'investimento in strumenti respiratori di alcune aziende del settore della difesa - che hanno portato il contributo turco nella produzione di attrezzature mediche al top, è da sottolineare il cospicuo sostegno finanziario (pari a 800 MIL di €) del sistema camerale turco alle PMI, accompagnato dal raddoppiamento del Fondo di Garanzia, di cui le stesse Camere sono

partner. Prosegue intanto l'aggiornamento della [sezione COVID-19](#) sul sito di EUROCHAMBRES, attraverso l'inserimento di una serie di testimonianze dei vertici camerali europei sulle iniziative anti COVID. Gran parte delle dichiarazioni insiste sulle azioni classiche delle realtà camerali in quanto organizzazioni intermedie e parti sociali, quali il supporto anche finanziario alle imprese e la lobbying presso i governi nazionali per favorire la ripresa dell'occupazione. Da notare il caso finlandese, decisamente critico con il governo, sulla base del responso di un'indagine che ha visto la partecipazione di 2500 imprese, il 55 % delle quali preme per iniziative immediate di sostegno al tessuto economico finnico. L'Italia, nelle parole del Presidente della CCIAA di Bolzano e Vice Presidente di EUROCHAMBRES Michl Ebner, evidenzia la necessità di un approccio coordinato in merito alla riapertura delle frontiere.

stefano.dessi@unioncamere-europa.eu



SPEED: consulenze digitali anti COVID delle Camere serbe

Le aziende serbe alle prese con l'emergenza causata dal Coronavirus, al pari delle altre aziende europee, hanno dovuto mettere a disposizione dei propri lavoratori la possibilità di lavorare da remoto in tempi molto brevi. Ma la crisi ha esposto le aziende ad un passaggio forzato al digitale che va ben oltre un'alphabetizzazione per la condivisione dei documenti online,

la ricerca delle soluzioni cloud o di piattaforme per le videoconferenze. In risposta al bisogno delle aziende di digitalizzarsi rapidamente e più profondamente, il Digital Transformation Center (CDT) della Camera di Commercio serba ha sviluppato un programma di sostegno di emergenza per le micro e le piccole imprese. Il programma, che si chiama emblematicamente [SPEED](#), è attuato nell'ambito della cooperazione allo sviluppo serbo- tedesca con il sostegno dell'agenzia GIZ - Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH - nell'ambito del progetto di sviluppo del settore privato. Le aziende, indipendentemente dal settore di appartenenza, completano un questionario online per permettere un primo screening e una valutazione iniziale delle loro necessità e del loro livello di digitalizzazione. Sono successivamente contattate e vengono offerti loro due giorni di consulenza gratuita in cui il pool di consulenti esperti di trasformazione digitale certificati fornisce supporto diretto, seguito da suggerimenti specifici su come aumentare le vendite e la produttività e le opportunità di business. Come è facile immaginare il programma, partito il 7 aprile, ha avuto successo. Ora è previsto un suo ampliamento.

diana.marcello@unioncamere-europa.eu



Il sostegno alle imprese delle Camere spagnole: focus sull'internazionalizzazione

Fanno parte delle strategia quinquennale di supporto alle imprese, di cui Mosaico Europa ha già dato notizia in passato (vedi ME N° 7 -2017) per altre iniziative, i due programmi [Innoxport](#) e [GMI](#). Entrambi attivi dal 2014 e in via di conclusione a fine 2020, finanziati entrambi dal Fondo europeo di Sviluppo regionale, si occupano di fornire sostegno all'internazionalizzazione delle imprese, il primo declinandolo in materia d'innovazione, il secondo esplorando le opportunità di rafforzamento della funzione del marchio d'impresa.

Innoxport si basa sulla consulenza personalizzata alle PMI sull'innovazione per l'internazionalizzazione, orientata verso un prodotto o servizio da implementare in un paese a discrezione dell'impresa, mentre GMI punta ad approfondire il marchio come strumento strategico per la competitività e la differenziazione nel processo di internazionalizzazione. Entrambi prevedono una prima fase formativa di consulenza personalizzata, totalmente gratuita, propedeutica ad una seconda fase, a pagamento, ma sovvenzionata dalle Camere spagnole fino all'85%, per un ammontare complessivo di 7.000 €. GMI include tuttavia una seconda fase di applicazione, i cui costi non superano i 3000

€, dedicata alla consulenza ad hoc condotta da un operatore scelto liberamente dalla società, che si occupa di suggerire misure per aumentare la competitività attraverso la gestione internazionale del marchio. Stabili, infine, le partecipazioni ai due programmi: il target annuo conta infatti 800 consulenze specifiche e 730 piani strategici effettuati a valere su 830 imprese iscritte.

stefano.dessi@unioncamere-europa.eu



A MISURA CAMERALE

Un focus sulla legislazione UE



ad esempio, training gratuiti somministrati dall'*UNWTO Online Academy* e l'utilizzo di app mobili come *HI Card* per sviluppare l'interoperabilità internazionale di aeroporti e alberghi.

stefano.dessi@unioncamere-europa.eu

Sondaggio del Parlamento europeo: fa capolino una UE più forte



Settore turistico: l'UNWTO indica la ripresa

Recentemente pubblicate dall'UNWTO (World Tourism Organization) le linee guida globali per il rilancio del turismo a livello mondiale. Come accennato nell'intervista in questo numero, il [documento](#) punta a fornire un supporto concreto ai governi nazionali ed al settore privato per la costruzione di una ripresa solida e sostenibile del settore turistico. La nuova guida, follow up del precedente set di [raccomandazioni](#) pubblicate lo scorso 1° aprile, sempre in collaborazione con il Comitato di Crisi del Turismo dell'agenzia, mette in evidenza 7 priorità basate sulla mitigazione dell'impatto economico, sullo sviluppo di protocolli di sicurezza, sul coordinamento comune delle azioni e sull'impulso all'innovazione. Lo studio sottolinea l'importanza del ripristino della fiducia dei viaggiatori attraverso la realizzazione di protocolli sicuri in grado di ridurre i rischi a tutti i livelli della filiera turistica. I protocolli prevedono l'implementazione di procedure di controllo quando necessario, che comprendono la misurazione della temperatura corporea, test sanitari, distanziamento fisico, l'aumento della frequenza delle pulizie/sanificazioni e la fornitura di kit per l'igiene in caso di viaggi, soggiorni ospedalieri o partecipazione ad eventi. Altro tema in evidenza è il possibile impatto positivo sull'occupazione delle nuove tecnologie, come dimostra il rafforzamento del partenariato fra UNWTO e Google. In questo quadro, le *guidelines* incoraggiano la trasformazione digitale non solo delle destinazioni turistiche, ma anche delle imprese e degli operatori del settore, attraverso,



L'Unione europea può agire solo nei settori in cui ha competenza sulla base dei Trattati. Questa "verità" confrontata a situazioni di attendismo dell'Unione nell'azione di risposta al Covid-19 sta alimentando il dibattito, aperto a più livelli, sull'opportunità di una revisione ed ampliamento delle competenze sociali dell'UE. In [un'indagine](#) commissionata dal Parlamento europeo (i risultati completi del sondaggio, comprese le tabelle dei dati nazionali e sociodemografici, saranno pubblicati dal PE nei prossimi giorni) il 69% degli intervistati vorrebbe maggiori competenze dell'UE per una risposta più forte al Covid-19. La richiesta di un'Unione più forte si accompagna all'insoddisfazione espressa maggioritariamente (57% degli intervistati) per il livello di solidarietà dimostrato tra gli Stati membri. Tra questi il 22% "non è affatto" soddisfatto. Gli intervistati italiani, spagnoli e greci sono tra i più insoddisfatti, seguiti dai cittadini di Austria, Belgio e Svezia. Solo un terzo degli intervistati (34%) è invece soddisfatto, come dimostrano le risposte provenienti da Irlanda, Danimarca, Paesi Bassi e Portogallo. Il sondaggio rivela come le misure UE siano note ma considerate insufficienti. Circa la metà (52%) di coloro che conoscono l'azione dell'UE si dichiarano insoddisfatti delle misure adottate finora. Solo il 42% è soddisfatto,



soprattutto in Irlanda, Paesi Bassi, Danimarca e Finlandia. La discussione più ampiamente diffusa condurrà ad un ripensamento politico del modello europeo?

diana.marcello@unioncamere-europa.eu



ESCALAR: uno strumento per le scale-up europee

Il nuovo programma del Fondo europeo di Investimento, [ESCALAR \(European Scale-up Action for Risk capital\)](#), è un meccanismo per accrescere le dimensioni dei fondi di *venture capital* e *private equity* in risposta al rischio, aumentato a seguito della pandemia, che le imprese europee diventino scale-up in altre aree del mondo. Già prima dell'emergenza migrava circa il 40% delle start-up europee. Oggi i problemi di finanziamento sono anche connessi al rinvio degli investimenti al fine di preservare liquidità. Si stima che il 90% delle start-up abbia attualmente difficoltà a finanziare la propria crescita. Secondo [lo studio](#) di Start-up Genome pubblicato a fine maggio, globalmente il *financial gap* è aumentato del 20% con una distribuzione profondamente diseguale (ad esempio in Cina il credito si è ridotto del 50% da gennaio a marzo). ESCALAR permetterà di iniettare 300 milioni di euro, attivando investimenti privati aggiuntivi tre volte maggiori, per un totale di 1,2 miliardi di euro di finanziamenti a supporto sia di nuovi fondi sia di quelli esistenti, che potranno essere dotati del capitale aggiuntivo necessario a finanziare le scale-up delle società già presenti in portafoglio. Le imprese, beneficiarie finali, dovranno aspettare che il processo di identificazione degli intermediari finanziari si concluda: il [bando](#) scade il 30 giugno 2020 e la successiva fase di *screening* e *due diligence* terminerà a dicembre 2020.

diana.marcello@unioncamere-europa.eu



SOLVENCY SUPPORT INSTRUMENT

EU SOLIDARITY - STRONGER TOGETHER

European Commission

EsperienzEUROPA

Le best practice italiane

Promos Italia: dimensione nazionale, progetti internazionali

Promos Italia, l'Agenzia Nazionale per l'Internazionalizzazione del Sistema Camerale, ritiene la progettazione internazionale una delle linee strategiche prioritarie. Questa attività, infatti, rappresenta una leva fondamentale per accrescere ulteriormente le azioni di supporto al sistema delle Piccole e Medie imprese italiane, sempre più proiettate verso processi di internazionalizzazione. Questa crescente propensione delle nostre aziende all'internazionalizzazione, in realtà, non sorprende più di tanto: l'Italia infatti, con un tessuto imprenditoriale costituito da oltre 4 milioni di PMI (oltre il 98% dell'imprenditorialità italiana), è il Paese Europeo con la maggiore densità di Piccole e Medie imprese e di queste oltre 200 mila possiamo definirle *Pmi esportatrici*. La vocazione all'export è perciò un elemento costitutivo del DNA delle imprese italiane, e nel contesto di crisi è diventato il primo fattore di traino della crescita economica e un ottimo antidoto per resistere alle turbolenze, nazionali e internazionali, di questi ultimi tempi. In questo contesto particolarmente dinamico opera Promos Italia, che grazie alla sinergia con istituzioni europee ed extra-europee, negli ultimi anni ha sviluppato numerose progettualità internazionali con oltre 40 partner europei e extra-europei, che hanno permesso a oltre 3.000 imprese italiane ed europee di essere coinvolte in nuove attività. Una forte spinta è arrivata anche da Expo 2015, un'opportunità straordinaria che in sei mesi ha permesso a quella che allora era Promos Milano di realizzare circa 14500 incontri di

business sul territorio lombardo, che hanno coinvolto oltre 7 mila imprenditori e più di 5 mila operatori internazionali provenienti da 114 paesi di tutto il mondo, per un totale di oltre 500 eventi organizzati. Tutto ciò grazie alla firma di 11 accordi internazionali e allo sviluppo di 150 collaborazioni con partner locali, nazionali e internazionali, lasciando in eredità contatti e progetti che tuttora sono in fase di realizzazione e di sviluppo. Attualmente, Promos Italia partecipa al progetto europeo EBSOMED (www.ebsomed.eu) volto a supportare lo sviluppo dell'eco-sistema economico e imprenditoriale del Mediterraneo. Il Progetto Quadriennale EBSOMED è finanziato dall'Unione Europea con un budget di 6.25 milioni ed è coordinato da BusinessMed (The Union of Mediterranean Confederations of Enterprises) nel quadro del Consorzio MedAlliance composto da GACIC (German-Arab Chamber of Commerce), ASCAME (Association of Mediterranean Chambers of Commerce), ANIMA Investment Network, EUROCHAMBRES (Association of European Chambers of Commerce), CAWTAR (Center of Arab Women for Training and Research). In questo quadro, Promos Italia ha sviluppato un format di Academy sui temi dell'internazionalizzazione che ha riscosso grande interesse e soddisfazione da parte dei partecipanti provenienti da 12 Paesi Europei e del Mediterraneo. La prima edizione si è svolta a Dicembre 2019 a Ravenna ed è in programma una nuova edizione nel 2020. L'Academy si rivolge ai funzionari delle Camere di Commercio e di altri enti e istituzioni della regione Euro-Mediterranea e vuole stimolare lo scambio di best practices e un upgrade delle competenze e della qualità dei servizi forniti. Inoltre, Promos Italia sta collaborando con Innovhub SSI srl per la realizzazione del progetto pilota Ready2Net (www.ready2net.eu/), volto alla creazione di "networks for export" come strumento per incrementare la competitività delle aziende europee, creare valore e promuovere progetti di filiera inter-

nazionali. Il progetto è promosso dalla Commissione Europea e dall'Agenzia Europea per le PMI (EASME). Il Progetto Ready2Net ha portato alla creazione di 10 networks e Promos Italia ne sta curando la strategia internazionale e il business planning. Infine, nel quadro del progetto europeo Ready2Go, iniziativa pilota promossa dalla Commissione Europea e dall'Agenzia Europea per le PMI (EASME), Promos Italia ha recentemente realizzato un Guidebook sull'Internazionalizzazione delle PMI rivolto alle istituzioni che promuovono lo sviluppo delle imprese (cd. Business Supporting Organizations BSOs). Il Guidebook è scaricabile dalla intranet dell'Enterprise Europe Network e dal sito www.b2match.eu/ready2go. Questo manuale mira a supportare tutti i funzionari nel design e implementazione di servizi che favoriscano lo sviluppo internazionale delle imprese, attraverso tool pratici, infografiche e checklist operative. L'approccio di Promos Italia è quello di proporre, ideare o contribuire allo sviluppo di progetti che abbiano una ricaduta positiva e concreta per la crescita delle PMI, in particolare nel campo dell'internazionalizzazione, della creazione di reti di valore e di supporto a settori strategici per la competitività del sistema economico (tra cui energia, ambiente e sostenibilità, industria 4.0 e manifattura avanzata). I punti qualificanti nei nostri progetti sono sempre stati, da un lato, la forza della partnership con la rete del sistema camerale e istituzionale in tutti i Paesi europei e la capillarità del network in numerosi Paesi extra-europei, dall'altro, il forte contatto e la prossimità con le imprese di cui conosciamo peculiarità, necessità e obiettivi. Nella nostra attività di progettazione internazionale, una delle principali criticità è intercettare le numerose opportunità e in questo senso sono molto preziose le azioni di Unioncamere e del suo ufficio a Bruxelles con cui collaboriamo costantemente. Nei prossimi mesi l'obiettivo di Promos Italia è di poter sviluppare progetti transnazionali che abbiano come finalità il supporto alle Pmi e alla loro crescita, anche nell'ambito di progetti Interreg, COSME, H2020.

valeria.centinano@promositalia.camcom.



mosaicoEUROPA

Supplemento a La bacheca di Unioncamere
Anno 13 N. 6

Mensile di informazione tecnica
Registrazione presso il tribunale
civile di Roma n. 330/2003
del 18 luglio 2003
Editore: Unioncamere - Roma

Redazione: p.zza Sallustio, 21 - 00187 Roma

Tel. 0647041
Direttore responsabile: Willy Labor

Lo staff di Unioncamere Europa

Flavio BURLIZZI

Coordinamento, Rapporti con EUROCHAMBRES, digitalizzazione, turismo, internazionalizzazione, ambiente
flavio.burlizzi@unioncamere-europa.eu

Chiara GAFFURI

Aiuti di Stato, e-Government, imprenditorialità, legalità, regolazione e vigilanza di mercato
chiara.gaffuri@unioncamere-europa.eu

Stefano DESSI

Monitoraggio bandi, Info-desk sistema camerale, Eventi, Comunicazione, Sito web e Newsletter
stefano.dessi@unioncamere-europa.eu

Diana MARCELLO

Competenze e occupazione, Affari generali
diana.marcello@unioncamere-europa.eu