

# L'export non si arrende: la degustazione si fa online

**Il lockdown non ferma la promozione dei prodotti italiani: Assocamerestero punta su webinar e incontri virtuali con i potenziali distributori. Un modello che sopravviverà anche nel dopo-emergenza**

**LE AZIENDE ITALIANE ESPORTATRICI NON SI ARRENDONO AL LOCKDOWN GLOBALE IMPOSTO DAL CORONAVIRUS. E CON IL SUPPORTO DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO (CCIE) SI INVENTANO NUOVI MODI DI OPERARE ALL'INSEGNA DELLA DIGITALIZZAZIONE.**

Lo racconta in questa intervista Gian Domenico Auricchio (nella foto), presidente di Assocamerestero, l'associazione delle Camere di commercio italiane all'estero e di Unioncamere. «Stiamo puntando sui Webinar, i seminari via web, di assistenza sulle azioni di marketing, e sugli incontri virtuali con potenziali distributori. Abbiamo già in programma attività on line dirette a collegarsi con le imprese in modo personalizzato» dice Auricchio. La pandemia impone dunque di guardare al mercato con modalità diverse: «personalizzazione e contatto con il cliente verranno a intrecciarsi con le possibilità offerte dalle tecnologie dell'informazione, dobbiamo studiare modalità inedite di rapporto con le nostre controparti».

**Auricchio, fare le degustazioni dei prodotti italiani online sembra un'operazione complicata...**

E invece ce la facciamo. Le camere già organizzavano, sulla base di un programma voluto dall'ex ministro Calenda e poi reiterato da qualche anno, show cooking e degustazioni di cibi e vini italiani. La notizia è che continuano a farli nonostante il lockdown: i prodotti vengono spediti ai clienti, dopodiché un esperto o un sommelier in collegamento video illustra

il prodotto e risponde alle domande. Possono esserci poche persone a partecipare, e in questo caso le risposte possono essere rivolte direttamente, oppure quando ci sono più partecipanti le domande possono essere inviate tramite una piattaforma online. È una nuova modalità che si sta affermando soprattutto con i vini, tramite le nostre Ccic in città quali Singapore, Ho Chi Minh city, Vancouver... Un'iniziativa che si è estesa ai ristoranti.

**In che modo?**

La camera di Los Angeles, che è molto attiva, così come quella di Vancouver, hanno promosso un'iniziativa per i ristoranti italiani associati, soprattutto quelli non fast food naturalmente, che è stata molto apprezzata. Ti portano a casa la cena o il pranzo, e ti danno la possibilità

**GLI ULTIMI DATI SULL'EXPORT ITALIANO EXTRA EUROPEO ERANO STATI CONFORTANTI, CON AUMENTO SU BASE ANNUA DI OLTRE IL 6%**

di fare un collegamento video: c'è lo chef o il sommelier che ti illustra il cibo e il vino che ti è stata recapitato. La stessa modalità a distanza è attiva per seminari informativi: la camera di Singapore, dove pure c'è il lockdown, sta promuovendo degli incontri su piattaforme virtuali per aiutare le imprese a continuare a operare, per dare notizie sulle possibilità di interscambio e collaborazioni con le aziende italiane.

**Qual è la situazione delle imprese italiane**



**esportatrici nel mezzo della bufera da Coronavirus?**

Gli ultimi dati sull'export italiano extra europeo erano stati confortanti, c'era stato un aumento su base annua di oltre il 6% a febbraio 2020 sullo stesso mese del 2019 (che arriva a più dell'8% se escludiamo dal conteggio il Regno Unito che oramai è considerato fuori dalle statistiche relative). Detto questo, attendiamo il dato relativo al mese di marzo che purtroppo è andato molto peggio. Per quanto riguarda il comparto alimentare, abbiamo alle spalle un 2019 positivo per il settore, che ha fatto quasi 45 miliardi di vendite all'estero, con una crescita dell'industria alimentare di poco inferiore al 7%. Ma ora tutti i principali mercati mondiali di riferimento del nostro agroalimentare stanno rallentando: pensiamo in primo luogo agli Stati Uniti, che negli ultimi anni è stato sicuramente il paese in cui abbiamo avuto le performances più elevate, ma lo stesso capita per Germania, Francia e Regno Unito in Europa.

**Nell'alimentare quali comparti soffrono maggiormente?**

Per effetto dei provvedimenti di contenimento del contagio il comparto ho.re.ca (quello di ho-



## LE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO SONO ANTENNE SUL TERRITORIO DOVE OPERANO

tel, ristorazione e catering che misura gli acquisti fuori casa) è praticamente fermo, e questo si traduce in una drastica caduta delle nostre vendite, cui si aggiunge una riduzione dei consumi finali delle famiglie frutto dell'incertezza sull'attuale situazione, che induce ad aumentare la propensione a risparmiare anche a scopi precauzionali. La sensazione comune, confermata anche dalle Ccie, è che non manchino gli ordini, in quanto per alcune produzioni c'è un incremento della domanda familiare. Però in alcuni casi ci sono restrizioni all'ingresso di alcuni paesi e in altri ci sono ritardi nell'evasione degli ordini da parte delle aziende italiane.

### E più in generale?

Questa crisi sta segmentando ancora di più il mercato. Ci sono comparti che soffrono più di altri - come per esempio il turismo, alcuni segmenti del commercio (come quelli della cura della persona, della ristorazione - dove peraltro si stanno intensificando nuove modalità di distribuzione come appunto il delivery), i trasporti, che al momento sono fermi in modo alternato o totale. Sicuramente tutti noi imprenditori dovremo immaginare nuove forme di organizzazione aziendale e anche di ricon-

vertire in qualche caso le attività alla base della nostra impresa. In linea generale tutta questa vicenda darà una forte accelerazione alle piattaforme di commercio elettronico e allo sviluppo di incontri di business on line.

### Come si colloca in questo quadro in evoluzione il ruolo delle 79 Ccie?

Le Camere sono un osservatorio privilegiato in quanto composte da business communities italiane e estere. Sono delle antenne sul territorio dove operano che conoscono molto bene, presidenti e direttori sono persone che sono in quel paese magari da 20-30 anni, che si sono distinte per conoscenza e capacità, anche Ceo di grandi aziende: banche, assicurazioni, imprese. In modo diverso tutte le camere sono scese in campo per aiutare le imprese italiane che esportano. In una fase come questa in cui occorre mandare messaggi alle comunità estere sulle caratteristiche delle nostre produzioni, evitando anche tante fake news che circolano anche in maniera interessata sulla rete, le Ccie sono un riferimento fondamentale al servizio del Paese. Inoltre molte Ccie stanno dando un importante contributo anche a sostenere l'emergenza sanitaria nel nostro Paese e sono impegnate a individuare fornitori per l'invio di mascherine, respiratori e altro materiale sanitario. Da questo punto di vista siamo in stretto collegamento sia con le Ambasciate sia con il Commissario per l'emergenza. Anche le Ccie però attraversano difficoltà, perché i nostri servizi promozionali hanno avuto una forte contrazione. Pensiamo ad esempio che tutto il settore fieristico e buona parte degli incontri d'affari tradizionali sono fermi. Stiamo ritarando quindi - per stare vicini alle aziende - le nostre attività. Innanzitutto con servizi di base quale quelle di informazione e orientamento al mercato e alle situazioni di emergenza in corso, senza tralasciare - ove ve ne siano - le opportunità che si possono cogliere al momento.

È verosimile pensare che una zona del

### pianeta riprenderà prima di altre e potrà diventare più importante per il nostro export? Quali sono le sue previsioni?

È difficile dirlo perché non basta vedere quali paesi usciranno prima dal tunnel del contagio, ma anche come ne usciranno in termini di potere di acquisto di imprese e famiglie. È la prima volta in assoluto che ci troviamo ad affrontare una crisi di tipo simmetrico e contemporanea. Simmetrico perché riguarda più o meno nello stesso modo tutti i paesi del mondo, ad oggi quelli che fanno quasi il 70% del Pil, e contemporanea, perché in genere nel passato (anche l'ultima terribile del 2007-2008) si diffondevano a onde: alcuni paesi ne uscivano prima di altri, ad esempio gli Usa da cui è partito il contagio economico l'ultima volta ne sono venuti fuori prima di altri e molti ne sono rimasti quasi completamente indenni. Guardando ai dati di diffusione del virus potremmo dire l'Asia - in primo luogo la Cina - ma ricordiamoci che la situazione del Giappone che non riusciamo ancora ad inquadrare bene. Purtroppo questi non sono i nostri mercati principali, avendo un prioritario riferimento all'Europa e Stati Uniti.

### È possibile essere ottimisti oggi?

Sono ottimista per mestiere, sennò non farei l'imprenditore, ma non è solo una questione personale, già sto vedendo dall'osservatorio

**«SONO OTTIMISTA PER MESTIERE, SENNÒ NON FAREI L'IMPRENDITORE, MA NON È SOLO UNA QUESTIONE PERSONALE, SONO CONVINTO»**

delle Ccie che ci stiamo riorganizzando utilizzando nuove forme di promozione, inventando modalità diverse

di distribuzione dei prodotti. Alla fine anche in questo caso la crisi si trasformerà anche in una opportunità. A differenza del passato però sono anche necessarie misure di supporto alle imprese e non solo alle famiglie, perché si tratta anche di una crisi che nasce da vincoli sulla produzione, non attribuibili a una minore produttività. Se a un'impresa fermano le macchine purtroppo non basta migliorare la produttività! La mano pubblica può svolgere un ruolo importante in questa fase per creare le condizioni di un rilancio, una volta superata l'emergenza.

(r. v.)