

Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 2691 del 28/10/2015

Un'area ancora poco presidiata che apprezza i prodotti dell'agroalimentare ma anche tecnologia e servizi. Le indicazioni nel "focus paese" al Polo di Trentino Sviluppo

CHICAGO E IL MIDWEST AMERICANO, GRANDE OPPORTUNITÀ PER L'EXPORT

America batte Cina, almeno per quanto riguarda le prospettive di mercato delle imprese italiane nei prossimi anni. Ed in particolare gli Stati Uniti Medio Occidentali, chiamati più semplicemente Midwest, con la città di Chicago e la Regione dei Grandi Laghi, offrono grandi potenzialità di crescita per prodotti agroalimentari nostrani, ma anche per macchinari, prodotti dell'information technology e persino per i servizi. Lo ha ribadito Salvo Bonanno, vicedirettore esecutivo della Camera di Commercio Italo-Americana di Chicago, intervenendo mercoledì 28 ottobre al Polo Tecnologico di Trentino Sviluppo ad un'intera giornata di seminari, incontri tematici e confronti. A partire dal 2013 gli Stati Uniti sono diventati i più grandi consumatori di vino del mondo, con 29 milioni di ettolitri, e le esportazioni di prodotti alimentari italiani sono cresciute del 6,2 per cento, classificando l'Italia come ottavo paese importatore per gli Stati Uniti.-

"Stiamo investendo molto in queste occasioni di informazione ed approfondimento – ha spiegato Giovanna Flor, consigliere delegato di Trentino Sviluppo – come in tutta una serie di servizi di accompagnamento delle nostre imprese verso i mercati esteri. La qualità dei prodotti trentini è generalmente alta, va messa a frutto riuscendo a proporla e a farla apprezzare anche su nuovi mercati. Magari lontani ma sui quali, con una buona preparazione e giocando di squadra, cioè facendo rete tra imprese dello stesso territorio con prodotti omogenei, si può arrivare togliendosi qualche soddisfazione".

Il seminario è stata anche l'occasione per Renata Diazzi, direttrice dell'Area Commercializzazione, Internazionalizzazione e Attrazione di Trentino Sviluppo, di presentare il team dedicato a seguire le imprese interessate a vendere all'estero ed i diversi servizi messi in campo: dallo sportello informativo alle analisi di settore e di mercato, dal supporto alla commercializzazione all'estero ai progetti integrati di filiera.

Solitamente definito "cuore d'America", il Midwest comprende un'area affacciata sulla zona dei grandi laghi ed annovera tra le sue capitali Chicago, da sempre centro importante per il commercio statunitense. La città rimane il secondo centro finanziario del paese e la sua area metropolitana è la terza, negli Stati Uniti, per valore di beni e servizi prodotti. Se Chicago fosse uno stato indipendente, con i suoi 380 miliardi di dollari di prodotto interno lordo sarebbe il 18° paese al mondo. E' inoltre sede di vari centri nevralgici per la logistica e la distribuzione.

Ma sono gli interi Stati Uniti d'America ed aver riguadagnato appeal per le imprese italiane, dopo il boom dei paesi asiatici. Il Foreign Direct Investment Index, che esamina i futuri trend basandosi su un sondaggio mondiale condotto ogni anno su un campione di 300 amministratori delegati d'azienda, pongono gli Stati Uniti al primo posto per il terzo anno consecutivo, ponendo la Cina al 2° posto su molti aspetti macroeconomici. Gli USA rimangono inoltre il primo paese sviluppato con maggior tasso di crescita seguiti da Australia, Canada e Regno Unito.

Se si aggiunge il fatto che tra il 2015 e il 2060 la popolazione degli Stati Uniti aumenterà da 319 a 417 milioni, raggiungendo i 400 milioni nel 2051, ben si comprende come quel mercato rappresenti grandi opportunità per le aziende estere interessate a proporre i propri prodotti e servizi.

"In particolare l'area su cui operiamo - ha spiegato Salvo Bonanno, vicedirettore esecutivo della Camera di

Commercio Italo-Americana di Chicago - con i suoi 60 milioni di abitanti ed un terzo del Pil dell'intero paese è particolarmente appetibile. Ha infatti una grande capacità di attrarre investimenti dall'estero, presenta straordinarie opportunità ed è abitata da una popolazione che nella media può contare su un reddito abbastanza elevato, quindi con una buona propensione all'acquisto di prodotti di alta gamma e di qualità come i prodotti italiani. Da quattro anni registriamo grande vitalità in diversi settori, dall'information technology al design, all'arredo, al lusso".

"Per quanto riguarda l'agroalimentare – ha sottolineato Bonanno - i grandi marchi italiani in parte ci sono già ma si tratta di una presenza limitata rispetto ad altre aree come ad esempio quelle dell'East Cost, con New York, e che quindi presenta nei prossimi anni ampi margini di crescita. Non solo per i brand più noti, ma anche per quelle produzioni di nicchia, tipiche di ogni regione italiana, ancora poco conosciute".

Infine l'invito di Bonanno, ripreso negli approfondimenti del pomeriggio rivolti in particolare alle imprese della meccanica, dell'alimentare e del "sistema casa green". "Per affrontare una realtà complessa come quella degli Stati Uniti - ha concluso Bonanno - è necessario che le aziende si strutturino e siano perfettamente in linea con quello che il mercato cerca. Su alcuni aspetti i consumatori americani non transigono: i servizi post vendita e l'assistenza, ad esempio; l'acquirente vuole sentirsi garantito da una presenza affidabile e continua". (d.m.)

Immagini ed interviste a cura dell'Ufficio stampa -

(ac)