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. 868 del 13/04/2017

Si è tenuto ieri il seminario di preparazione all'incoming di aziende americane in Trentino di giugno: aiuterà le imprese locali a esportare nel Midwest americano

Dalla Camera di Commercio di Chicago i consigli per le imprese trentine che vogliono investire ed espandersi negli USA

La nuova cornice politica americana non affievolisce l'interesse per i prodotti "made in Italy": dai porfidi ai divani, passando per il miele, la pasta e i gelati, le esportazioni verso gli Stati Uniti hanno raggiunto nel 2016 il valore record di 40 miliardi di euro. Per permettere alle imprese trentine di approfittare di tale trend positivo consolidando la propria presenza oltreoceano, Trentino Sviluppo ha organizzato ieri un incontro di approfondimento con Salvo Bonanno, vicesegretario generale della Camera di commercio italiana del Midwest, e con i rappresentanti dell'Italian Trade Agency di Chicago. Durante il seminario sono state anche illustrate le opportunità di business offerte dall'incoming di operatori economici americani in Trentino previsto per il prossimo mese di giugno.

"Gli annunci programmatici che in questi ultimi mesi sono arrivati dalla Casa Bianca non hanno minimamente intaccato l'interesse che gli imprenditori americani nutrono per il mercato europeo. Il made in Italy è una garanzia di qualità a cui nessuno di loro è disposto a rinunciare" ha spiegato il vicesegretario generale della Camera di Commercio italiana del Midwest Salvo Bonanno in occasione del seminario "Road to USA", tenutosi ieri al Polo Meccatronica di Rovereto e volto a fornire alle imprese trentine un kit di strumenti utili per investire o consolidare la propria presenza commerciale negli Stati Uniti.
"Questo momento informativo e soprattutto la visita degli operatori americani alle aziende locali che stiamo organizzando per giugno – spiega Mauro Casotto, della Direzione Operativa di Trentino Sviluppo – rappresentano la naturale prosecuzione della missione fatta negli Stati Uniti l'anno scorso, all'interno di un percorso di accompagnamento delle nostre aziende verso quel mercato che ha l'obiettivo di avviare e consolidare i rapporti con le imprese americane cercando poi di finalizzarli nella firma di specifici accordi e partnership commerciali".
Con un reddito pro capite medio di circa 56 mila dollari l'anno e un aumento delle spese per consumi personali dell'1,5% rispetto agli inizi del 2016, gli USA rappresentano infatti un solido punto di riferimento per le esportazioni, soprattutto con riferimento a settori leader in Trentino, quali quello alimentare, meccanico e del sistema casa (arredamento, interior design e complementi).
"Chicago, con i suoi dieci milioni di abitanti, è la terza area metropolitana più popolata degli Stati Uniti e la regione dei Grandi Laghi, da sola, produce il 17% dell'intero prodotto interno lordo nazionale – spiega Bonanno – per questo, per le imprese trentine, riuscire a relazionarsi con il tessuto produttivo ed i retailer di quelle zone, significa conquistare una posizione strategica, da cui raggiungere, in meno di un giorno, ogni angolo del Paese".
"Il 22% delle esportazioni dall'Italia riguarda componenti meccaniche – gli fa eco il vicedirettore dell'Italian Trade Agency di Chicago Gabriele Barone – e tre su quattro di questi prodotti sono destinati alle imprese del Midwest, regione dove sorgono anche i migliori centri di ricerca federali e le più prestigiose università tecnologiche del Paese. Certo poi – continua – ogni Stato ha una sua spiccata vocazione: a Miami per esempio, si esporta soprattutto arredamento e a Houston macchinari industriali, mentre a New York va forte l'agrifood".

“Per avere successo negli USA – conclude Bonanno – un’impresa italiana deve mostrarsi affidabile e non avere fretta. Dalla presa di contatti all’export vero e proprio passano normalmente sei, sette mesi, perché bisogna ottenere il label approval e adempiere alle pratiche burocratiche. È molto importante anche saper intercettare i gusti di mercato. Spesso infatti i veri prodotti italiani, e penso soprattutto ai cibi, come i tortellini, o alle salse per uso alimentare, non corrispondono al “gusto made in Italy” che gli americani hanno e allora è forse opportuno adottare dei correttivi, come la rielaborazione delle pietanze inserendo qualche ingrediente made in USA. Fondamentale infine, per esempio nell’ambito dell’arredamento, garantire una buona assistenza postvendita”.
Piccoli accorgimenti strategici, che gli imprenditori trentini presenti all’incontro potranno mettere in pratica tra il 19 e il 22 giugno, in occasione dell’incoming di operatori economici statunitensi attivi nei settori della meccanica, della meccatronica, dell’alimentare e del sistema casa.
Immagini ed interviste a cura dell’Ufficio stampa

()