

Confartigianato

www.confartigianato.it

*Intervista alla d.ssa Gabriella Degano, Responsabile
Ufficio internazionalizzazione di Confartigianato
a cura di Infomest*



Può presentare brevemente Confartigianato e descrivere qual è la vostra mission?

Confartigianato è un'organizzazione autonoma e apartitica, fondata nel 1946 sul principio della libera adesione e aperta a tutte le componenti geografiche, settoriali e culturali dell'artigianato italiano. Associa oltre 521.000 imprese che operano in tutti i settori tradizionalmente legati all'industria, contando fino a 870 specificità produttivo-professionali, dall'alimentazione, all'artistico, alle costruzioni, alla metalmeccanica, al legno arredo, moda e servizi. Confartigianato coniuga l'azione sindacale con l'impegno sul terreno dei servizi alle imprese. Partecipa ai processi di concertazione che in Italia accompagnano l'azione dell'Esecutivo in tema di politiche economiche e sociali. Segue inoltre con specifica attenzione l'attività del Parlamento, rappresentando nel processo di formazione della legge gli interessi dell'artigianato.

Le imprese artigiane trovano nella Confartigianato informazione, rappresentanza degli interessi generali, rapporto con le controparti negoziali e con le Istituzioni pubbliche. Inoltre, la Confederazione rappresenta per le imprese un partner pronto a fornire servizi personalizzati e integrati, indispensabili per nascere, competere e crescere in un mercato sempre più globale, in continua e rapida evoluzione.

Per quanto riguarda l'attività volta a promuovere l'internazionalizzazione delle imprese artigiane, l'Ufficio internazionalizzazione della Confartigianato si pone come interprete delle istanze delle imprese espresse dal sistema associativo con gli obiettivi di rafforzare il ruolo delle imprese artigiane nei processi attivati dagli enti preposti all'internazionalizzazione e partecipare della costruzione delle decisioni e delle politiche.

Oltre alle relazioni istituzionali, la Confederazione è impegnata in attività di gestione progetti di assistenza tecnica e trasferimento di know how sul modello delle piccole imprese e dei sistemi associativi, segnalazione opportunità e attività informativa e di scouting. Si tratta di azioni svolte in un rapporto di scambio ed integrazione con le associazioni provinciali e le federazioni regionali.

Quali sono le richieste delle imprese associate che sono interessate ad operare nella Federazione Russa e che servizi offrite loro?

Stiamo parlando di piccole e piccolissime imprese che hanno bisogno di una forte azione di accompagnamento ai mercati esteri per il loro potenziamento. Non parliamo quindi di grandi imprese che possono muoversi autonomamente, ma di sistemi o di reti piccole e grandi di imprese che si integrano come produzione, che insistono su uno stesso territorio, che rappresentano la quasi totalità del panorama imprenditoriale italiano ma che soffrono molto di difficoltà legate all'accesso ai mercati esteri. Le piccole imprese prive di strutture di marketing e senza un ufficio estero dedicato trovano contatti, nella maggior parte dei casi attraverso mostre e fiere di settore in Italia e all'estero. Sulla Russia in particolare le richieste delle imprese si focalizzano sulla ricerca partner, partecipazione a fiere e mostre, assistenza personalizzata per la conclusione di accordi commerciali, indagini di mercato e informazioni di prima mano.

Che progetti state realizzando o intendete realizzare per promuovere l'internazionalizzazione delle imprese, in particolare verso la Federazione Russa?

Per due anni consecutivi, è stata organizzata in collaborazione con la CNA, Artex e Accademia Arco l'iniziativa: "L'artigianato artistico italiano in Russia". Il progetto, che ha ottenuto il supporto del Ministero del Commercio Internazionale a valere sui fondi destinati alla promozione straordinaria del Made in Italy, era finalizzato a far conoscere al pubblico internazionale l'alto valore artistico, culturale



ed economico delle produzioni artigiane attraverso due sezioni espositrici - una dedicata alla “galleria dell’artigianato” e una ai “presepi” - ed alla realizzazione di un workshop con gli operatori del settore.

L’obiettivo era creare un evento espositivo costruito ad hoc per valorizzare le produzioni artistiche e tradizionali italiane, siano esse ad alto contenuto innovativo e di design o di tipo tradizionale: particolare attenzione è stata posta sulle produzioni artigianali, sul “fatto a mano”, che permette di coniugare gli aspetti qualitativi con l’esclusività degli oggetti presentati.

Anche le missioni di buyers russi presso le nostre associazioni, consorzi e distretti artigiani - organizzate con il supporto dell’ICE - si sono dimostrate particolarmente utili per le imprese meno strutturate e quindi non ancora pronte ad affrontare un mercato complesso come quello russo.

Di ampio consenso si sono rivelate anche le indagini di mercato e l’organizzazione di workshop con operatori settoriali in occasione delle maggiori manifestazioni fieristiche settoriali.

In questo senso quali sono, secondo lei, i punti di forza della Federazione Russa?

La Russia, in particolare, rappresenta uno dei mercati internazionali maggiormente dinamici e in forte sviluppo e costituisce un obiettivo significativo per le produzioni italiane di alto livello qualitativo.

I prodotti Made in Italy di lusso, dalla moda alle auto, ha conquistato da tempo i consumatori russi più abbienti, grazie al mix di design e di qualità, di innovazione tecnologica e di preziosa tradizione artigianale. La diffusione di queste produzioni “simbolo” e l’apprezzamento per la cultura italiana, fanno sì che attualmente si riscontri in Russia un’attenzione per tutto ciò che costituisce lo “stile di vita italiano”, in particolare al sistema casa e all’agroalimentare.

Ed i punti deboli?

Il mercato della Federazione Russa presenta problemi per le nostre aziende soprattutto nell’approccio con i canali distributivi. Le nostre imprese non hanno le capacità operative adeguate per confrontarsi con la grande distribuzione russa, che sta assumendo un ruolo predominante riducendo quindi notevolmente la forza contrattuale delle piccole aziende.



Esistono poi tutta una serie di problematiche legate alla burocrazia, all'ambiguità interpretativa di alcune pratiche doganali - che talvolta sconfinano in atteggiamenti illegali - che costituiscono spesso un ostacolo alla propensione all'export delle piccole imprese.

Quali ritiene siano le prospettive a medio termine della cooperazione economica e commerciale tra Italia e Federazione Russa?

La situazione economica della Federazione si sta sempre più evolvendo in maniera positiva e i rapporti politico-istituzionali bilaterali sono sempre più intensi. Se questa congiuntura favorevole proseguirà nei prossimi anni, come prevedono le stime delle principali istituzioni internazionali, i consumi continueranno a crescere e di conseguenza anche le opportunità commerciali per le nostre imprese.

Intervista realizzata da Informest a marzo 2007

