

Gli Eventi del Sole 24 Ore Strumenti per le imprese

ItalyX può rafforzare la leadership italiana nell'export globale

Certificazioni. Già 70 le aziende che hanno aderito al progetto del Gruppo 24 ORE per moltiplicare le opportunità delle imprese manifatturiere all'estero

Giulia Crivelli

Non siamo tra le sette nazioni più grandi al mondo per popolazione né estensione geografica, ma siamo parte del G7, ovvero delle sette più importanti economie del pianeta. E lo siamo grazie alla struttura manifatturiera e, fatto ancora più importante, alla capacità di esportare tutto quello ideiamo e facciamo in Italia. Non ci sono solo le tre famose "effe" (fashion, furniture e food, ovvero moda, arredo e agroalimentare) ma tantissime altre filiere di eccellenza, dalla meccanica alla cosmetica, passando per l'aerospazio e la farmaceutica. Settori e filiere conosciute per grandi aziende e gruppi, ma che si reggono (anche) sulla spina dorsale fatte da piccole e medie imprese.

È da queste constatazioni e da una consapevolezza ancora troppo poco radicata della forza intrinseca del made in Italy che è nato il progetto di certificazione ItalyX, ideato dal Gruppo 24 ORE con Confindustria, pensato per creare un circolo virtuoso tra le qualità e il valore in particolare delle Pmi manifatturiere e l'esperienza del Gruppo nell'essere, da sempre, a fianco delle imprese per supportarle nella crescita. Ieri a Milano, a soli otto mesi dalla presentazione di ItalyX, si è svolto l'evento «ItalyX Business Matching Meeting»: l'amministratrice delegata del Gruppo 24 ORE, Mirja Cartia d'Asero, ed Eraldo Minella, direttore generale Servizi professionali e formazione del gruppo, hanno aggiornato sull'evoluzione del progetto, ribadendo le motivazioni che lo hanno fatto nascere e anticipando alcune novità e imminenti adesioni, di fronte a una platea di rappresentanti delle aziende che hanno già ottenuto la certificazione e di manager, consulenti e imprenditori che desiderano avvicinarsi al progetto.

Un ecosistema di attori

Non è solo una piattaforma di certificazione aperta solo alle aziende, ma di un ecosistema composto anche da associazioni territoriali di Confindustria e Camere di Commercio (si veda l'articolo in pagina), alle quali si è unita fin dall'inizio Assoconsult, che rappresenta le imprese di consulenza di management in Italia. L'ad del Grup-

po 24 ORE è partita dai numeri che hanno spinto a ideare il progetto ItalyX: «Nonostante la cifra complessiva dell'export dall'Italia sia altissima, guardando con attenzione i dati, vediamo che le aziende italiane che esportano sono solo il 10% del totale e ricordiamo che più del 90% delle imprese italiane sono piccole e medie - ha sottolineato Mirja Cartia d'Asero -. Sono oltre 135mila le aziende che vanno oltre confine, ma 1.500 valgono da sole il 55% del valore totale dell'export, le mitiche multinazionali tascabili con le quali l'Italia conquista il mondo da decenni». Come dire: la performance sui mercati esteri ha già del miracoloso, ma ci sono grandissimi spazi di crescita, proprio puntando alle Pmi. «È soprattutto alle aziende medie e piccole che ci rivolgiamo con ItalyX, una certificazione basata su un disciplinare rigoroso messo a punto dal Sole 24 ORE e verificato sul campo da enti certificatori terzi e indipendenti, a partire da Bureau Veritas. A oggi sono circa 70 le aziende che hanno aderito e molte altre hanno mostrato interesse - ha aggiunto l'ad -. In aumento anche le Camere di Com-

mercio mondiali: abbiamo già siglato accordi con la Camera di Commercio italiana in India, con quella Italo-Araba e quella italiana a Barcellona. Da stasera annunciamo l'accordo con la Camera di Commercio italiana nel Regno Unito e presto saranno ufficiali quelli con la Camera italo-tedesca e con quella italiana in Cina».

La rigorosità del processo

Nei dettagli del disciplinare (disponibile online all'indirizzo <https://italy-x.ilsole24ore.com>) è entrato Eraldo Minella, aggiungendo che la certificazione è parte integrante delle attività di servizio alle imprese del Gruppo 24 ORE, che comprendono ad esempio Partner24, il network che raggruppa e certifica gli studi professionali. «Siamo convinti di poter innescare circoli virtuosi tra le competenze delle aziende, ma anche dei tantissimi studi di professionisti del nostro Paese, e il know how e il prestigio del Sole 24 Ore, che in decenni ha conquistato e rafforzato una reputazione di affidabilità e competenza partendo dal core business editoriale - ha aggiunto Minella -. In un settore, l'editoria, rivoluzionato da internet e da altri cambiamenti, per il Gruppo 24 ORE è importante trovare altri modi di essere presenti sul mercato».

L'evoluzione del progetto

Partita come iniziativa rivolta alle aziende manifatturiere e con un disciplinare ad hoc, non si esclude che ItalyX sia estesa al settore dei servizi. Lo auspica in primis Luigi Riva, presidente di Assoconsult: «Le eccellenze italiane sono ovunque e per tutte le opportunità all'estero sono enormi - ha sottolineato -. Due le leve che, come Assoconsult, abbiamo individuato in collaborazione con il Centro Studi di Confindustria: l'innovazione e un maggiore ricorso ai brevetti e il branding. All'estero, e forse persino all'interno dei nostri confini, conosciamo alcuni grandi nomi ma non quelli di realtà più piccole e spesso eccezionali. Un esempio che colpisce sempre: la app più scaricata in Cina si chiama Remimi, che usa l'intelligenza artificiale generativa per migliorare qualsiasi immagine. Non è un'app nativa cinese né della Silicon Valley, l'ha inventata un'azienda italiana che si chiama Bending Spoons».



MIRJA CARTIA D'ASERO
Amministratrice delegata del Gruppo 24 ORE



ERALDO MINELLA
Direttore generale Area servizi professionali e formazione del Gruppo 24 ORE

15

TERRITORIALI DI CONFINDUSTRIA

Le associazioni che hanno già aderito al progetto di certificazione ItalyX, coprendo in modo capillare Nord, Sud e Centro Italia



LA CRESCITA IN OTTO MESI

Il progetto è stato presentato nel novembre del 2023 ed è entrato nel vivo all'inizio dell'anno, moltiplicando le adesioni di associazioni e aziende

I protagonisti



LUIGI RIVA
Presidente Assoconsult



POTENZIALE INESPLORATO

Aumentare la quantità dei brevetti e migliorare il branding potrebbe incrementare di 50 miliardi l'export delle aziende



ALESSANDRO BELLUZZO
Presidente Camera di Commercio Italiana in Uk



STUDIARE I CAMBIAMENTI

La Brexit ha reso l'export più complesso e ha aumentato i costi, ma con le giuste attenzioni le opportunità per l'Italia restano altissime



CLAUDIO MAFFIOLETTI
Ceo della Camera di Commercio Italo-Indiana



CAPIRE LA CULTURA LOCALE

Molti i settori dove aumenta la presenza italiana, dalla meccanica all'aerospazio, ma occorre mandare in loco manager interni alle aziende



MARCO VALLE
Presidente di Simar Group



IL FUTURO TECH DELL'ARREDO

Nelle Marche abbiamo una lunga tradizione artigianale, ora occorre puntare sull'innovazione e l'IA



ALESSIA CASSANI
Responsabile amministrazione di Fabert



RICAMBIO GENERAZIONALE

La moda italiana può continuare a crescere, ma dobbiamo riportare i giovani a lavorare nella filiera



A Milano. Da sinistra, Luigi Riva, Marco Valle, Claudio Maffioletti e Alessia Cassani

Con la certificazione porte aperte alle aziende italiane in India e Uk

Le opportunità

Dal Regno Unito all'India, fino alla provincia profondamente manifatturiera ma anche molto innovativa delle Marche e della Brianza. La rete che intreccia l'elenco delle aziende e delle camere di commercio che hanno aderito alla certificazione di ItalyX si estende, a testimonianza della presa di consapevolezza del valore del vero made in Italy e dell'importanza di comunicarlo. Anche per aprirsi le porte in mercati molto competitivi e dalle alte potenzialità, come il Regno Unito e l'India. Alla tavola rotonda che si è tenuta ieri nella sede del Sole 24 Ore è emerso che sono oltre 70 le aziende che hanno aderito e hanno la certificazione, 15 le territoriali di Confindustria, mentre sono numerose le Camere di Commercio italiane all'estero partner di ItalyX.

Nel suo intervento Alessandro Belluzzo, presidente della Camera di Commercio Italiana nel Regno Unito, a proposito dell'accordo di collaborazione con il Gruppo 24 ORE, ha spiegato che «è molto importante anche a seguito del cambiamento drastico dopo la Brexit e il Covid, due eventi che hanno segnato in modo forte l'economia e la società del Regno Unito. Adesso ci troviamo di fronte a un momento importante come le elezioni. Attraverso la collaborazione è possibile avere la certificazione per il made in Italy, in un mondo dove l'eccellenza è facile da capire, ma difficile da scoprire». A questo proposito Belluzzo annuncia una serie di iniziative per questo autunno e di comitati settoriali su design, fashion e IA. Il dibattito attraversa diverse geografie e arriva fino all'India. Claudio Maffioletti, ceo della Camera di Commercio Italo-Indiana ricorda come

«stiamo vivendo un momento magico nelle relazioni tra Italia e India, c'è una sintonia molto profonda tra i due primi ministri, dopo la fase critica del passato. Adesso è cominciata un'era in cui si inizia a parlare di difesa, aerospazio, mobilità, persone, know how. Con il Gruppo 24 ORE, è nato un comune sentire su alcuni progetti su cui potevamo lavorare insieme. Noi aiutiamo il soft landing delle imprese che accedono al mercato indiano».

Tornando in Italia, tra le imprese certificate ItalyX c'è Simar group, azienda di arredamento. «L'arredo come lo abbiamo conosciuto è finito», dice, in maniera molto provocatoria, il presidente Mario Valle. O almeno lo è se lo pensiamo come in passato. Per il futuro «bisogna portare novità, integrare l'intelligenza artificiale nei prodotti dell'arredo e brevettare pensando di salvaguardare la persona». Un esempio? «L'armadio - racconta Valle - mi deve dire quante camicie ho, di che colore sono e me le deve sanificare». Dall'arredamento alla moda, Alessia Cassani, responsabile amministrazione di Fabert, racconta una storia imprenditoriale nata nel 1973 che «porta avanti le competenze tecniche accompagnate dall'innovazione». Le numerose certificazioni mostrano un forte slancio verso il miglioramento continuo che però non è facile in un settore dove manca una generazione, dice Cassani, «per la scelta dei brand di produrre fuori dall'Italia. La Fabert, per colmarlo, ha acquisito aziende più piccole e allargato la ricerca e selezione ai giovani che non hanno competenze specifiche nel settore. Il nostro è un lavoro prezioso dove c'è meno tecnologia che in altri: possiamo avere le macchine per il taglio, i magazzini elettronici, ma nella realizzazione c'è ancora molta artigianalità».

—C.Cas.