

Le risorse per attività di promozione **Da Ccie 52 mln per made in Italy**

Per le attività promozionali, per difendere l'immagine del made in Italy nel mondo e tutelare le produzioni italiane dalla concorrenza sleale e dalla contraffazione, quest'anno, le camere di commercio italiane all'estero investiranno 52 milioni di euro: un impegno importante, che ha visto aumentare le risorse del 25% negli ultimi tre anni. Il programma

2006 delle camere di commercio italiane all'estero prevede la realizzazione di 1.580 progetti. Circa il 60% di queste attività riguarda la realizzazione di partnership, la conclusione di affari e l'assistenza e consulenza per le pmi, per un ammontare di circa 26 milioni di euro. Si tratta di iniziative che favoriscono una più stabile presenza all'estero delle nostre imprese. Molta im-

L'impegno in cifre

52 mln	L'investimento per il 2006
+25%	Gli incrementi degli ultimi tre anni
1.580	I progetti previsti quest'anno
26 mln	Le risorse, pari al 60%, che riguardano le pmi
16%	Le azioni di informazione operativa per le imprese
60%	La percentuale dedicata a marketing e promozione integrata
16,4%	La percentuale destinata all'agricoltura
3,9%	La percentuale destinata ai servizi per il made in Italy (istituzionale, design, economia, legale, fiscale, tutela ambientale)

portanza viene data alle azioni di informazione operativa per le imprese, che rappresentano circa il 16% della progettazione 2006.

Obiettivo è dare un'immagine a 360 gradi del territorio italiano, valorizzando gli aspetti economici, le tipicità, i beni artistici e il patrimonio ambientale. Marketing e promozione integrata rappresentano oltre il 60% del complesso delle attività di promozione che le camere hanno in programma di svolgere nel 2006, frutto anche del forte collegamento con regioni, comuni, camere di commercio, associazioni territoriali. Le Ccie comunque dedicano il 16,4% della promozione all'agricoltura e il 3,9% ai servizi per il made in Italy, (istituzionale, design, economia, legale, fiscale, tutela ambientale). Le attività di promozione integrata sono la maggioranza in tutti i continenti, ma sono particolarmente numerose in Asia e Sud Africa (73%).

Le Ccie stanno cambiando la loro strategia negli ultimi anni con progetti multilaterali che coinvolgono più settori: dal 2002 a oggi l'incremento di valore economico di questi progetti è stato di nove volte. Nella progettazione le camere stanno privilegiando quei settori che rispecchiano di più le esigenze del mercato internazionale e soprattutto le nuove tecnologie. Oltre il 50% delle camere hanno sviluppato progetti nei settori delle biotecnologie, delle nanotecnologie, della telemedicina, dell'aerospazio, e delle energie rinnovabili. Per il presidente vicario di Assocamerestero, Edoardo Pollastri, «le camere di commercio italiane all'estero sono sempre pronte a diffondere l'immagine dell'Italia nel mondo. In questi anni hanno assunto un'importanza sempre maggiore nei processi d'internazionalizzazione e sono pronte a collaborare con le istituzioni per tutelare gli interessi delle imprese italiane nel mondo».