Webinar ICE Agenzia: focus Svizzera (16 aprile 2020)

Si è svolto, giovedì 16 aprile alle ore 10 per circa un'ora, il primo dei tredici webinar organizzati da ICE Agenzia in collaborazione con il Ministero degli Esteri e della Cooperazione Internazionale, con focus sul mercato svizzero.

Gli obiettivi che ICE Agenzia intende perseguire con i webinar, ciascuno dedicato ad un Paese ritenuto in questo momento importante per le aziende, sono diversi. Anzitutto si tratta di voler presentare ai partecipanti alle riunioni online, la situazione specifica dei Paesi oggetto delle sessioni (al momento appunto tredici in attesa di allargare eventualmente ad altri mercati) ai tempi dell'emergenza coronavirus, con particolare riguardo ai provvedimenti adottati, ai settori maggiormente colpiti, alle prossime iniziative promozionali, ai progetti speciali ICE e ai suggerimenti sulle possibili strategie di marketing. Inoltre, si vuole illustrare quanto più possibile le caratteristiche del mercato e gli interventi del Sistema Italia in condizioni di "normalità", ma anche di cogliere eventuali opportunità determinate dalla situazione contingente e dai piani di intervento economico dei singoli Paesi. Ciascun webinar è inoltre realizzato con la collaborazione delle locali Ambasciate d'Italia.

Entrando nel merito, il primo webinar (con circa 1.111 registrazioni, non è stato però comunicato il dato dei partecipanti effettivi) con focus sulla Svizzera ha visto il susseguirsi degli interventi del dottor Andrea Ambra (Direttore dell'Ufficio ICE di Berna), del Presidente ICE Agenzia, dottor Carlo Ferro, del dottor Damiano Francovigh (Consigliere dell'Ambasciata), e dell'Ambasciatore italiano in Svizzera, dottor Silvio Mignano. Senza intervenire, ha partecipato anche il Direttore Generale dell'ICE il dottor Roberto Luongo.

Il Direttore dell'ufficio ICE di Berna, Andrea Ambra, ha aperto i lavori agendo quindi, oltre che da panelist, anche da moderatore nel corso del webinar. Ha brevemente, nel corso della sua apertura, elencato le ragioni che hanno portato ICE Agenzia a prevedere questi momenti dedicati alle imprese e che possono essere riconducibili alla necessità di star vicini a queste ultime in un momento complesso come questo attuale incentivando il confronto e incrementando i rapporti soprattutto nella prospettiva del dopo pandemia quando la dimensione dell'export, e più in generale, quella dell'internazionalizzazione diverrà ancor più importante. Ha introdotto quindi l'intervento del Presidente ICE Agenzia Ferro che, riferendosi alle nuove e diverse interazioni tra le persone imposte dal virus, specie in ambito lavorativo con l'utilizzo degli strumenti digitali, ha espresso ottimismo ed entusiasmo circa il cambiamento nei modelli di business e di export delle imprese che ben presto diverranno realtà effettiva.

Ha poi proseguito elencando quelle che al momento sono le iniziative adottate da ICE Agenzia e i servizi offerti, molti dei quali accessibili alle imprese in maniera del tutto gratuita. Qui si è soffermato anche alle operazioni di rimborso offerto alle imprese italiane che attraverso ICE Agenzia avevano in programma di partecipare a fiere all'estero e che, causa appunto covid-19, non possono prendervi parte. Ha, infine, fatto cenno ai punti seguenti sui quali come Agenzia si sta lavorando:

1. campagna di comunicazione internazionale per il Made in Italy;
2. assicurarsi che quando sarà possibile si potrà attraverso le fiere sostenere le imprese nella loro ripresa di incontri con i propri clienti e fornitori;
3. digitale ed e-commerce. Sotto questo profilo, ICE Agenzia si sta ponendo l'obiettivo di condurre online molte imprese italiane. In 18 mesi infatti si è stati in grado di portare le imprese su circa 15 piattaforme di e-commerce in altrettanti Paesi;
4. rafforzamento attività promozionali inerenti alla GDO;
5. fiere virtuali: necessità di operare su questo strumento garantendo così alle imprese 365 giorni di incontri virtuali con i propri clienti, tradizionali e potenziali;
6. rafforzamento della figura dell'export manager;
7. blockchain per tracciamento prodotti Made in Italy per ridurre il problema dell'Italian Sounding.

È così intervenuto il Consigliere Francovigh che ha definito straordinario il periodo che stiamo vivendo e che pone pertanto al centro dell'attenzione il tema dell'informazione da rendere disponibile alle imprese che deve, evidentemente, assumere contorni rilevanti di qualità affinchè queste possano prendere le migliori decisioni possibili. In tal senso è da ricondurre la genesi dei webinar di ICE Agenzia.

L'intervento dell'Ambasciatore, nella sua parte iniziale, ha fatto riferimento all'importanza della comunità italiana in Svizzera, la terza più grande dopo quella presente in Argentina e Germania. Considerando che è composta da 650 mila italiani e le relative contenute dimensioni geografiche del Paese che conta all'incirca 8

milioni di abitanti, è certamente un dato importante che aiuta meglio a comprendere anche la forza dei legami tra il nostro Paese e la Svizzera, oltre che alla forte propensione degli svizzeri verso tutto ciò che è Made in Italy.

L'Ambasciatore ha riferito che ad esclusione del Canton Ticino (dove vige il lockdown), nel Paese non ci sono zone rosse e chiusure generali e omnicomprensive. Alcuni settori produttivi, come la cantieristica, stanno continuando a lavorare. Solo gli esercizi pubblici sono al momento chiusi. Non è mai stata limitata la libertà di movimento tra un comune all'altro e tra un cantone all'altro. C'è il vincolo di spostarsi fino ad un massimo di cinque persone. C'è anche qui il tema della distanza di un metro. Sul piano economico, il governo ha iniettato nel sistema subito 60 miliardi di franchi (il cambio è pari a circa 0,95 euro per 1 franco). Nessun ritardo e nessun problema per le imprese nell'ottenere tali risorse e far quindi fronte alle proprie necessità di liquidità. Lo Stato garantisce il 100% dei prestiti sino a 500 mila franchi e l'85% tra 500 mila e 20 milioni di franchi. Si sta pensando di incrementare lo stanziamento perché molte imprese hanno richiesto il supporto. La CIG svizzera si chiama Indennità per lavoro ridotto. Lo Stato per 6 mesi si impegna a corrispondere l'80% della retribuzione al lavoratore e chiede alle imprese di provvedere al restante 20% senza obbligarle. Al momento sono 1,5 milioni i lavoratori coinvolti e che ne stanno usufruendo.

Il Direttore Ambra ha aperto il proprio intervento elencando quanto segue in merito alla Svizzera e ai suoi rapporti con l'Italia:

- gli otto milioni circa di abitanti sono distribuiti in ventisei cantoni;
- il reddito medio pro capite è di 81 mila franchi;
- il PIL è formato in sostanza in questo modo: 74% servizi e 26% industria;
- l'export italiano in Svizzera è stato pari, al 2019, a 26 miliardi di euro;
- IVA al 7,7%;
- dazi regionali applicati in certi momenti dell'anno soprattutto sull'agricoltura per proteggere i locali;
- i principali prodotti italiani esportati afferiscono all'alimentare, moda, cosmetica, metalli preziosi e gioielli, farmaceutica e macchinari (manufacturing e automazione sono importanti);
- gli svizzeri comprano quasi tutto online. Non c'è Amazon ma solo piattaforme locali;
- per essere vincenti nel Paese occorre che il prodotto sia innovativo e arricchito dello storytelling;
- nel Paese si privilegia lo sviluppo di competenze high tech;
- il Paese ha un basso rapporto debito pubblico/PIL (27%) e una Banca Centrale indipendente. Elementi importanti per la gestione della crisi (le stime prevedono per il 2020 un PIL in contrazione del 7-10% a fronte di un rimbalzo nel 2021 dell'8%).

L'incontro, prima di terminare, è stato caratterizzato da una breve sessione di Q&A. Sono arrivate all'ufficio di Berna molte domande. Non tutte sono state lette per ragioni di tempo. Di seguito quelle discusse:

- Rinnovo accordo quadro su libera circolazione merci con l'Europa. Il negoziato è stato chiuso nel 2018, il referendum previsto per il 17 maggio non si farà e pertanto al momento non si hanno notizie certe sulla firma dell'accordo;
- Tema dogane: sono tutte aperte. Solo alcuni piccoli valichi sono stati chiusi al fine di far confluire tutto nei principali sbocchi;
- Cambio: il deprezzamento dell'euro può aiutarci in termini di competitività però attenzione al possibile intervento di riequilibrio della Banca Centrale Svizzera.

L'incontro è terminato alle 11.15 circa e gli intervenuti hanno dato appuntamento al 20 aprile quando, alle ore 10 italiane, si terrà il webinar dedicato al mercato cinese.

Direzione Marketing UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE