

Export, le imprese di Varese scommettono sulla Russia

Pubblicato: Giovedì 9 Novembre 2017



Cosa è cambiato nell'export varesino negli ultimi 10 anni? Dal 2006 al 2016 come si sono evoluti i flussi delle vendite all'estero per singoli mercati di riferimento? Guardando alla classifica dei primi 6 partner commerciali dell'economia all'ombra delle Prealpi verrebbe da dire poco o nulla. La graduatoria, infatti, non si è modificata. Dieci anni fa Varese esportava principalmente in Francia, Germania, Regno Unito, Stati Uniti, Svizzera e Spagna. Un elenco che in due lustri non è stato scalfito. Unico cambiamento è stato il **sorpasso della Germania sulla Francia** al primo posto. Poi nient'altro. Ma le posizioni al vertice di questa classifica non spiegano tutto. Più rivelatori sono i valori in discesa in tutti questi mercati.

A parte quello tedesco, dove l'export del **Varesotto in 10 anni è aumentato di 100 milioni di euro**, in ciascuno degli altri Paesi il made in Varese è mediamente arretrato di altrettanti 100 milioni. Si va dai -52 milioni della Francia ai -135 milioni della Svizzera. Eppure nello stesso periodo **l'export totale di Varese è cresciuto, passando dagli 8,6 miliardi del 2006 ai 9,5 miliardi del 2016**. Un balzo in avanti di quasi 1 miliardo. Come è possibile? La risposta sta in una forte redistribuzione dell'export su nuovi mercati. Sempre più lontani. Allargando, per esempio, lo sguardo ai primi 14 partner, infatti, nel tempo sono usciti i mercati della Svezia, della Grecia e del Portogallo, lasciando il posto all'Australia, alla Corea del Sud e alla Romania. Paesi dove l'export varesino è incrementato rispettivamente di 100 milioni, 51 milioni e 74 milioni.

Fin qui il recente passato legato ad un **riposizionamento** delle imprese in un periodo di crisi durante il quale i mercati esteri hanno rappresentato un'ancora di salvezza per un intero sistema economico locale tra i più internazionalizzati d'Italia. Varese, infatti, destina alle vendite oltre confine il 43,3% del proprio valore aggiunto, ossia l'8,3% in più della media lombarda e del 15,7% rispetto a quella italiana. Nel 2006 la quota era appena al di sotto del 40%.

E per il futuro? Su quali mercati intendono scommettere le imprese della provincia di Varese? Le risposte a queste domande sono emerse durante il convegno di presentazione dell'edizione 2017 della **“Guida sui contratti di agenzia nel commercio internazionale”** organizzato a Gallarate dall'**Unione degli Industriali della Provincia di Varese**, in collaborazione con **Rödl & Partner** e il **Club dei 15**, l'organizzazione di Confindustria che rappresenta le più importanti Associazioni Territoriali manifatturiere del sistema industriale italiano.

Un evento che ha avuto lo scopo di dare consigli pratici alle aziende su come poter vendere i propri prodotti su precisi mercati: **Stati Uniti, Germania, Francia, Svizzera, Federazione Russa e Paesi ex Sovietici**. Come mai proprio questi mercati? Perché sono quelli che le imprese varesine hanno indicato come più promettenti per i prossimi anni nell'ambito della ricerca svolta da Confindustria Lombardia, in collaborazione con la SDA Bocconi: **“Strategia di Internazionalizzazione, commitment e performance delle Pmi lombarde”**. «Nel primo semestre del 2017 – spiega il responsabile dell'Area Estero dell'Unione industriali, **Pietro Limido** – questi paesi hanno assorbito circa il 36,2% di tutte le esportazioni varesine per un controvalore di quasi 1,78 miliardi di euro, rappresentando importanti mercati di sbocco per le nostre produzioni». E destinati, a quanto pare, ad aumentare la loro importanza. Nelle risposte multiple delle imprese spicca come Paese tra i più interessanti la **Russia con il 24,8% delle preferenze**. E poi a seguire: Usa (23,1%), Cina (18,2%), Germania (15,6%), India (13,1%). E poi la vera sorpresa: l'Iran con il 12,2%.

Mercati **sempre più lontani**, non solo geograficamente, ma anche culturalmente e, soprattutto, a livello normativo, dove le imprese devono, dunque, adeguarsi a nuovi modelli distributivi internazionali, come quelli basati sui **“Contratti di Agenzia”** attraverso i quali una parte assume stabilmente l'incarico di

promuovere, per conto di un'impresa, la conclusione di contratti in un'area determinata e dietro retribuzione. **Ogni Paese ha le sue regole. Clausole, postille, penali di fronte alle quali non è sempre facile districarsi.** Per questo **l'Unione Industriali ha realizzato in collaborazione con il Club dei 15 la nuova guida sui contratti di agenzia nel commercio internazionale.** Un aggiornamento rispetto ad una prima edizione, reso necessario proprio dall'evoluzione dei mercati di riferimento per i sistemi produttivi locali più manifatturieri, maggiormente legati alle attività di internazionalizzazione: «Vocazione manifatturiera ed internazionalizzazione – chiosa Pietro **Limido** – sono per certi aspetti due facce di una stesa medaglia quella dell'economia italiana povera di materie prime e fisiologicamente votata alla trasformazione industriale. Per questo abbiamo pensato a una nuova guida: perché l'attivazione di rapporti con gli agenti esteri rappresenta una delle prime forme di proiezione internazionale che le imprese utilizzano. Una **internazionalizzazione leggera** che consente di sondare i mercati, attivare e rafforzare relazioni con clienti esteri. Azioni da cui non si può prescindere, come la storia ormai insegna».

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it