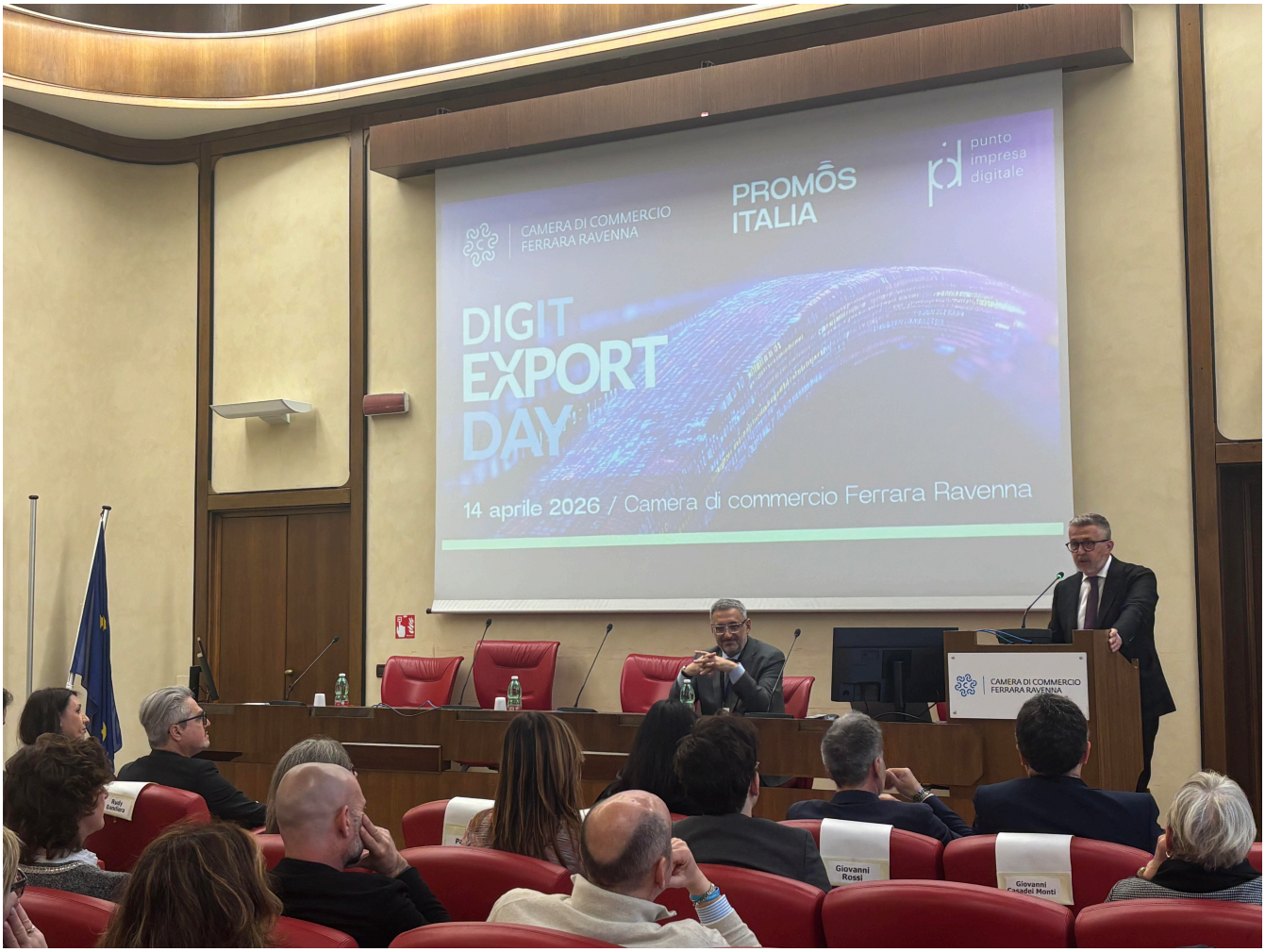
CAMERA DI COMMERCIO
FERRARA RAVENNA

Comunicato Stampa n.22 Camera di commercio, Digitalizzazione ed export: imprese locali tra basi solide e bisogno di strategia

Govoni “Oggi l’internazionalizzazione richiede metodo, capacità di leggere e interpretare i dati e un’integrazione intelligente tra strumenti digitali e Intelligenza Artificiale. Un cambiamento che coinvolge imprese, export manager e direzioni commerciali, chiamati a ripensare processi, competenze e strategie per affrontare la complessità dei mercati internazionali”.
Sono 2500 le imprese esportatrici a Ferrara e Ravenna, ma molte altre potrebbero rapidamente aggiungersi a questa platea se adeguatamente supportate.

Si è svolta oggi, a Ferrara, presso la sede della Camera di commercio, la prima tappa del **Roadshow "DigIT Export Day",** l'evento dedicato all'export digitale organizzato da **Promos Italia**, l'Agenzia Nazionale del Sistema Camerale per l'Internazionalizzazione delle Imprese, in collaborazione con la **Camera di commercio di Ferrara-Ravenna**, che nei prossimi mesi farà tappa anche a Cosenza e Milano. L'evento, che ha rappresentato un'importante occasione di confronto per il territorio sull'importanza dei canali digitali per favorire i processi di internazionalizzazione, ha visto la partecipazione di oltre cinquanta imprese, che hanno avuto la possibilità di seguire i panel dedicati a temi chiave quali **"Marketplace per i mercati esteri"; "Intelligenza Artificiale per Export"** e **"Futuro e mega trend"**, oltre che di partecipare a incontri one to one con esperti di Promos Italia. All'iniziativa sono intervenuti Paolo Govoni, vice presidente della Camera di commercio di Ferrara Ravenna; Giovanni Rossi, Direttore Generale di Promos Italia; Antonella Bandoli, presidente del Comitato Imprenditoria Femminile di Ferrara-Ravenna; Mauro Giannattasio, Segretario Generale della Camera di commercio Ferrara Ravenna; Raffaella Condina, Senior partner e fondatrice CONDINA & Associati; Ambra Danesin, Docente Ninja Business School e Rudy Bandiera, Linkedin Top Voice e Speaker ispirazionale.

Immagine



"*Siamo orgogliosi di aver ospitato oggi il primo appuntamento del roadshow italiano DigIT Export Day* – ha dichiarato **Paolo Govoni**, vice presidente della Camera di Commercio di Ferrara Ravenna introducendo i lavori – *e ringrazio Promos Italia per aver scelto Ferrara, insieme a Milano e Cosenza, quale sede di un evento di valenza nazionale nato con l'obiettivo di assistere e di supportare le imprese nella pianificazione ed attuazione di una strategia digitale, elemento oggi imprescindibile per puntare alla massima competitività sui mercati internazionali. Innovazione ed export sono le due leve di crescita per le imprese che, insieme, danno una spinta al fatturato di quasi 4 punti percentuali, rinforzandosi l'una con l'altra. Sono 2500 le imprese esportatrici a Ferrara e Ravenna, ma molte altre potrebbero rapidamente aggiungersi a questa platea se adeguatamente supportate, perché pur possedendo tutti i requisiti per aprirsi ai mercati internazionali da sole non riescono farlo o lo fanno solo occasionalmente. L'intelligenza artificiale* - ha concluso il vice presidente della Camera di commercio – *non "fa export" al posto dell'impresa; consente però di decidere meglio e prima: riduce l'incertezza, accorcia i tempi e rende più preciso il dialogo con partner e clienti esteri. Con dati ordinati, regole chiare e una supervisione competente, diventa una leva per passare dalla curiosità internazionale a un ventaglio vero e proprio di opportunità verificabili."*

"*La prima tappa del roadshow "DigIT Export Day" rappresenta un momento particolarmente significativo perché ci consente di partire dai territori, ascoltare le imprese e accompagnarle in un percorso concreto di crescita internazionale* – ha evidenziato **Giovanni Rossi**, Direttore Generale di Promos Italia - *I dati emersi confermano che esistono basi solide: le aziende sono presenti online e mostrano una buona apertura ai mercati esteri Tuttavia, è sempre più evidente come il vero salto di qualità passi da un utilizzo strategico e integrato del digitale. Il digitale non è più un'opzione accessoria, ma una leva imprescindibile per competere sui mercati globali. Significa saper leggere i dati, utilizzare in modo efficace marketplace e strumenti di intelligenza artificiale, pianificare contenuti e relazioni con i clienti in modo strutturato* – ha concluso **Rossi** - *È proprio in questa direzione che Promos Italia intende continuare a supportare le imprese, fornendo competenze, strumenti e accompagnamento operativo. Questo roadshow nasce con l'obiettivo di trasformare la consapevolezza in azione, aiutando le aziende a passare da una presenza digitale diffusa a una strategia digitale realmente orientata ai risultati e all'export"*

In occasione dell'iniziativa, Promos Italia in collaborazione con la Camera di commercio di Ferrara-Ravenna, ha condotto **un'indagine** su un campione di aziende delle due province per verificarne la propensione digitale.

I risultati evidenziano che le imprese dei territori di Ravenna e Ferrara mostrano una **buona base di presenza digitale e una crescente apertura ai mercati internazionali**, ma evidenziano ancora margini significativi di miglioramento nella gestione strategica degli strumenti digitali e nell'integrazione dei processi. È quanto emerge dall'analisi condotta su **più dataset relativi a digitalizzazione, social media, export e utilizzo dell'intelligenza artificiale.**

Il quadro restituisce un tessuto imprenditoriale dinamico: il **50% delle imprese opera sui mercati esteri in modo strutturato**, mentre un ulteriore 30% esporta in modo occasionale. Parallelamente, l'80% delle aziende dispone di un sito web in più lingue, segnale di una chiara apertura internazionale. Tuttavia, l'utilizzo dei canali digitali a supporto dell'export risulta ancora non pienamente sistemico e spesso affianca, senza integrarli completamente, strumenti più tradizionali come fiere e reti commerciali.

Dal punto di vista della maturità digitale, il campione si distribuisce su livelli differenziati: il **30% delle imprese presenta un livello avanzato, il 50% intermedio e il 20% ancora basso**. Le aziende più strutturate sui mercati esteri sono anche quelle con una maggiore maturità digitale, confermando il legame diretto tra capacità di presidio dei canali digitali e performance internazionale.

Immagine



L’analisi mette in luce come le principali criticità non riguardino tanto la presenza online, quanto la capacità di governarla in modo strategico. Strumenti come **buyer personas e segmentazione del target sono ancora poco utilizzati, i piani editoriali risultano spesso assenti o discontinui e la gestione delle interazioni resta prevalentemente manuale.** Anche l’utilizzo di advertising digitale e marketplace appare limitato, mentre l’adozione dell’intelligenza artificiale è ancora in fase sperimentale e frammentata.

Analoghe evidenze emergono dall’analisi dei **social media**: le imprese dispongono già di una presenza attiva su più piattaforme, utilizzano contenuti multilingua e fanno ampio ricorso a formati video e audiovisivi. Tuttavia, manca spesso un approccio strutturato orientato ai risultati, con un monitoraggio ancora debole dei KPI e una limitata integrazione tra contenuti, dati e obiettivi di

business.

Nonostante queste criticità, il quadro complessivo evidenzia importanti elementi di forza. Le imprese mostrano una **buona consapevolezza degli obiettivi di branding e relazione**, un interesse crescente verso l'intelligenza artificiale e una base di strumenti digitali già diffusa. Esistono quindi condizioni concrete per evolvere verso modelli più avanzati, basati su segmentazione, automazione e utilizzo più efficace dell'advertising digitale.

In sintesi, il territorio si colloca in una **fase intermedia di maturità**: le fondamenta sono presenti, ma il salto di qualità richiede un rafforzamento della componente strategica, organizzativa e commerciale. La sfida non è più "essere digitali", ma diventarlo in modo pienamente integrato e orientato ai risultati, valorizzando il digitale come leva strutturale per la competitività e lo sviluppo sui mercati internazionali.

Per informazioni promozione@fera.camcom.it www. fera.camcom.it

Vedi il comunicato in pdf >>

Categoria

Comunicato stampa