



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

## **AICE compie 70 anni e punta all'internazionalizzazione delle aziende**

Si è tenuta a Milano l'Assemblea generale dell'**Associazione Italiana Commercio Estero**, nel corso della quale è stata presentata la nuova guida **Confcommercio Le Bussole "Internazionalizzare l'impresa"**. Sangalli: *«Internazionalizzazione vuol dire innovazione»*.

**AICE**, l'**Associazione Italiana Commercio Estero**, festeggia i suoi 70 anni lanciando un libro sull'internazionalizzazione delle imprese e contribuendo all'iniziativa 'Museo Milano', primo e unico museo virtuale che racconta la città lombarda. Durante l'assemblea ordinaria dei soci, indetta per la celebrazione a Milano, sono state premiate le aziende associate da almeno 35 anni. *“Il commerciante con l'estero è il rappresentante all'estero del suo Paese”*, recitava l'intestazione dei documenti ufficiali dell'**AICE** quando nacque nel 1945. Uno spirito che, ha detto il presidente Claudio Riotti, gli associati hanno *«il compito di mantenere e trasmettere ai successori»*. **AICE** oggi vanta oltre 700 associate, con una costante crescita tra le aziende di associati con sede al di fuori della Lombardia. Il 65% delle aziende che ne fanno parte ha sede in provincia di Milano, ma solo nel 2010 superavano il 75%. Tra le categorie aziendali in crescita ci sono i produttori, che oggi superano il 30% del totale dei soci, e il settore dei trasporti e delle spedizioni (6,5% del totale), oltre alle aziende che svolgono attività di servizi complementari come banche, società finanziarie, di web marketing e consulenza (10%). Il 90% è costituito da società di capitali. *«In un periodo storico caratterizzato dalla crisi economica e da uno scenario globale complesso - ha spiegato Rotti - abbiamo evoluto il nostro standard in termini di efficacia dell'assistenza alle imprese associate»*. Tra i risultati raggiunti l'attività di *«tutela dell'interesse delle aziende attraverso il monitoraggio degli sviluppi economici della comunità europea verso paesi terzi»*. Nel 2016 sono stati affrontati dall'associazione numerosi temi, tra cui le trattative per la realizzazione del Ttip (trattato *«che purtroppo difficilmente giungerà a conclusione in tempi brevi»*, ha detto Rotti) e il riconoscimento dell'economia di mercato cinese da parte dell'Unione Europea. Il 2016 ha visto inoltre una crescita della base associativa di circa il 5%, con un incremento netto rispetto al 2010 di circa il 40%, portando il numero delle aziende associate ad essere quasi raddoppiato in sei anni. Durante la celebrazione è intervenuto anche il presidente di **Confcommercio**, Carlo Sangalli, che nel suo discorso ha paragonato la missione dell'internazionalizzazione delle imprese, a cui punta l'**AICE**, a una partita di calcio con tre regole: *«La prima - ha detto Sangalli - è che nessuno si deve sentire esonerato da questa partita, grande o piccolo che sia; la seconda è che per scendere in campo bisogna stare bene, essere in salute; la terza regola è che, in qualsiasi ruolo si giochi in questa partita, serve essere dei fantasisti, avere fantasia, perché internazionalizzazione vuol dire innovazione»*. Tra le missioni in programma annunciate dal presidente Rotti, quella in Mozambico del prossimo novembre, alla luce della convinzione che *«il successo passi anche da iniziative a favore dell'import»*, e la partecipazione a una missione in Pakistan a dicembre, guidata dal sottosegretario allo Sviluppo Economico Ivan Scalfarotto. Tutte iniziative in linea con la volontà di **AICE**, ha dichiarato Rotti, di essere *«punto di riferimento*

*per chi si rivolge ai mercati esteri nelle varie declinazioni». Proprio in questo orizzonte si inserisce il libro "Internazionalizzare l'impresa", edito nella collana Le Bussole di **Confcommercio**, presentato in occasione della celebrazione. Il libro vuole offrire agli imprenditori un percorso strutturato per valutare come e con quali strumenti affrontare la sfida dell'internazionalizzazione. «L'internazionalizzazione è per noi un processo di espansione dell'azienda - ha detto David Doninotti, segretario di **AICE** - attraverso una presenza stabile sui mercati esteri, non solo tramite l'export o l'import. È un processo necessario per poter competere nel mercato globale, adeguandosi alle caratteristiche dei singoli mercati e basandosi su fattori di competitività quali il prodotto, il servizio, la distribuzione, l'immagine aziendale».*