

ANALISI

Expo e Pmi, non deludere le speranze

di **Matteo Prioschi**

L'Expo 2015 viene associato all'idea di grande vetrina sul mondo, occasione di scambi commerciali oltre che di informazioni e buone pratiche. A logica è ipotizzabile che ciò avvenga. Si pensi, per esempio, al fatto che i paesi partecipanti, per realizzare gli spazi espositivi, si rivolgeranno in buona parte a imprese locali.

Tuttavia, ad oggi, non è stato individuato un piano o un percorso preciso tramite il quale le piccole e medie imprese italiane possano concretizzare tali ipotesi. La Camera di commercio di Milano ha avviato nove tavoli di lavoro «con l'obiettivo di coinvolgere il sistema economico-imprenditoriale nelle opportunità che uno straordinario evento come Expo può generare», ma nessuno di tali tavoli è dedicato in modo specifico all'internazionalizzazione o all'export. Da Expo 2015 Spa, la società che sta organizzando l'evento, sottolineano che le occasioni per le Pmi matureranno più avanti, quando la realizzazione del sito sarà in fase avanzata.

Se internazionalizzazione ci sarà, probabilmente sarà frutto dell'evoluzione dei contatti e delle collaborazioni che le singole imprese saranno in grado di avviare prima e durante la manifestazione. Ma tra i rappresentanti delle realtà più piccole c'è chi sottolinea che tuttora c'è scarsa consapevolezza su come sfruttare l'opportunità e non manca la preoccupazione che l'occasione possa venir sprecata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA