



CAMERA DI COMMERCIO
COSENZA



Comunicato stampa

Cosenza protagonista con il DigIT Export Day

Il digitale sta ridefinendo le regole dell'export: la Camera di commercio di Cosenza ospita una tappa del roadshow nazionale di Promos Italia. "Il digitale non è più una scelta. Non è più un'opzione da valutare. È una condizione necessaria per sopravvivere e crescere. Dovete avere il coraggio di sbagliare." ha dichiarato il Presidente Klaus Algieri.

Cosenza, 18 Maggio 2026 -Oggi a Cosenza, presso il Palazzo dell'Economia, si è svolta la tappa cosentina del Roadshow "DigIT Export Day 2026". L'evento dedicato all'export digitale è stato organizzato dalla Camera di commercio di Cosenza in collaborazione con Promos Italia, Agenzia Nazionale del Sistema Camerale per l'Internazionalizzazione delle Imprese.

Il DigIT Export Day è parte del roadshow nazionale che quest'anno coinvolge anche Ferrara e Milano e nasce per portare direttamente sui territori **competenze e opportunità dedicate alla crescita internazionale delle PMI**. Durante la giornata cosentina si è parlato di scenari internazionali, evoluzione delle imprese e opportunità legate a marketplace, e-commerce, social network e intelligenza artificiale.

Il programma ha visto i saluti istituzionali di **Klaus Algieri**, presidente della Camera di commercio di Cosenza, e di **Giovanni Rossi**, Direttore Generale di Promos Italia. A seguire, **Federico Fubini**, inviato ed editorialista del Corriere della Sera e vicedirettore ad personam, è intervenuto su "L'evoluzione del commercio internazionale nell'attuale contesto geopolitico". La mattinata è proseguita con il dialogo "Come stanno cambiando le imprese nell'era del digitale", con **Klaus Algieri e Franco Moschetti**, presidente OVS, moderato da **Erminia Giorno**, Segretario Generale della Camera di commercio di Cosenza. Spazio poi agli approfondimenti su "Dai trend alle opportunità: come usare digitale, Marketplace e Social Network per crescere sui mercati esteri", con **Daniele Rutigliano**, e su "Intelligenza Artificiale per l'export: scenari, strumenti e opportunità per le imprese", con **Nicola Mattina**.

Nel pomeriggio, le imprese hanno potuto **incontrare gli esperti dei Servizi Digitali e dei Servizi alle Imprese di Promos Italia** attraverso incontri one-to-one, utili ad analizzare il proprio caso e a definire i prossimi passi verso l'internazionalizzazione digitale.

Il Presidente Klaus Algieri, nel suo intervento, ha affermato che *"La digitalizzazione non è più una scelta: è il ponte che permette anche alle piccole imprese di diventare protagoniste nel mondo. Dobbiamo metterci in gioco e per farlo dobbiamo cambiare il nostro modo di fare, bisogna avere il coraggio di poter sbagliare."*

"La tappa cosentina del roadshow DigIT Export Day rappresenta un momento particolarmente importante perché ci consente di portare su territorio molto dinamico strumenti, competenze e occasioni di confronto concrete per accompagnare le imprese nei percorsi di crescita internazionale attraverso i canali digitali – ha evidenziato Giovanni Rossi, Direttore Generale di Promos Italia –. In un contesto globale sempre più competitivo e complesso, anche per le aziende della provincia di Cosenza il digitale può diventare una leva decisiva per rafforzare la presenza sui mercati esteri, individuare nuove opportunità commerciali e costruire relazioni più efficaci con clienti e partner"

*internazionali. Il vero salto di qualità passa però da un utilizzo strategico e integrato degli strumenti digitali: saper leggere i dati, utilizzare in modo efficace marketplace, social network e soluzioni di intelligenza artificiale, pianificare contenuti e relazioni commerciali in modo strutturato. È proprio in questa direzione – ha concluso **Rossi** – che Promos Italia intende continuare a supportare le imprese, offrendo competenze, strumenti e accompagnamento operativo.”*

L'interesse verso questi temi è confermato anche dai risultati di un questionario dedicato a digitalizzazione e crescita internazionale, realizzato su un campione di imprese della provincia di Cosenza. I dati evidenziano un forte interesse verso il digitale come leva di sviluppo e apertura ai mercati esteri: il 61,5% delle aziende dichiara infatti che vendere o promuoversi all'estero non è ancora una pratica consolidata, ma rappresenta un obiettivo concreto di crescita. A questo si aggiunge un 30,8% di imprese che opera sui mercati internazionali in modo occasionale e un 7,7% che lo fa già in maniera strutturata.

Il livello di maturità digitale appare in evoluzione, con segnali di consapevolezza ma anche con margini di rafforzamento. Il 46,2% delle imprese dispone di un sito web in italiano e in una o più lingue straniere, il 38,5% ha un sito solo in italiano e il 15,4% non ha ancora un sito o lo sta realizzando. Solo il 23,1% dichiara un sito ottimizzato e aggiornato regolarmente, mentre una parte significativa delle aziende segnala siti poco aggiornati, non pienamente ottimizzati o una difficoltà nel valutarne lo stato. Per entrare in contatto con clienti e potenziali clienti, anche all'estero, le imprese indicano soprattutto canali digitali proprietari e social media, entrambi al 61,5%, seguiti da eventi, fiere e networking, al 46,2%, e da reti commerciali e partnership, al 38,5%.

L'utilizzo dei marketplace risulta invece ancora in una fase iniziale: il 15,4% delle imprese è presente su marketplace B2C, il 30,8% li sta valutando e il 53,8% non li utilizza. Anche la comunicazione sui social network mostra un uso diffuso ma non sempre strutturato: Facebook è il canale più utilizzato, indicato dal 92,3% delle imprese, seguito da Instagram, al 61,5%, LinkedIn, al 38,5%, e WhatsApp Business, al 30,8%. La gestione è prevalentemente interna, nel 69,2% dei casi, mentre la frequenza di pubblicazione resta disomogenea, con aziende che pubblicano una volta a settimana o saltuariamente, entrambe al 30,8%.

L'intelligenza artificiale emerge come uno degli ambiti di maggiore interesse e potenziale sviluppo. Il 15,4% delle imprese dichiara di utilizzarla regolarmente, il 7,7% è in fase di test, il 15,4% la usa solo a livello individuale, mentre il 38,5% la sta valutando e il 23,1% non la utilizza. Le principali applicazioni riguardano marketing e contenuti, indicati dal 53,8% delle aziende, seguiti da analisi dati e ricerche di mercato e da customer care e vendite, entrambi al 15,4%, oltre a traduzioni e localizzazione dei contenuti. In prospettiva, le imprese chiedono maggiore supporto soprattutto su strategia digitale, social media e advertising e AI applicata al business, confermando il bisogno di accompagnamento, competenze e strumenti operativi per trasformare il digitale in una leva concreta di crescita internazionale.

L'iniziativa ha confermato come anche il tessuto imprenditoriale cosentino guardi con crescente attenzione al digitale quale strumento strategico per affrontare i mercati internazionali. Il forte interesse emerso durante la giornata dimostra la necessità di continuare a creare occasioni di confronto, aggiornamento e accompagnamento concreto per le PMI del territorio. Dopo la tappa di Cosenza, il roadshow DigIT Export Day proseguirà con l'appuntamento conclusivo di Milano, previsto l'11 giugno.