

La formazione delle risorse umane e un uso adeguato delle lingue è un primo passo per uscire dal mercato interno

CAMERA DI COMMERCIO



I CONSIGLI DELL'ESPERTA

Pianificare l'export

“Guardare all'estero è una mossa vincente ma occorre muoversi sui binari giusti”

Luciano Patat

Guardare all'estero, in tempi di congiuntura economica difficile, può essere una mossa vincente per le imprese di casa nostra. Ma occorre che le aziende si muovano sui “binari giusti”, con una pianificazione mirata. Sono alcune considerazioni emerse durante i recenti incontri informativi promossi dalle Camere di Commercio regionali per rafforzare la capacità e l'attitudine all'export delle Pmi locali, all'interno dell'iniziativa attuata da Unioncamere Regionale nell'ambito del progetto “Friuli Venezia Giulia Vs Global Competition”, co-finanziata dalla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia, Direzione Regionale Attività produttive. Tra i relatori a Udine e Pordenone c'era Rita Bonucchi, Emiliana di origine, da 23 anni opera con l'omonima società (con sedi a Milano e Kuala Lumpur) occupandosi di consulenza, formazione, ricerca e content providing, declinati su marketing internazionale, territoriale e creazione d'impresa. Le abbiamo chiesto di fornirci qualche osservazione sugli investimenti fuori dall'Italia.

Quanto le aziende nostrane conoscono e “cavalcano” l'internazionalizzazione?

«Rischiando di perdere 70.000 Pmi se non lavoriamo con l'estero, ma è anche vero che non tutte le imprese sono pronte. Spesso, per esempio, hanno una dimensione troppo piccola per questo passo, oppure manca qualcosa sotto il profilo dell'organizzazione o specializzazione. E poi, la pianificazione è necessaria».

Quali le criticità per chi decide di scommettere sull'estero?

«Ogni giorno, le aziende si



Rita Bonucchi

trovano di fronte a offerte non facilmente “leggibili”, provenienti da società private o soggetti pubblici. Difficile, se non impossibile, effettuare un accurato monitoraggio e scegliere la via giusta. Le Camere di commercio aiutano, anche attività come la mia possono essere uno strumento utile per cogliere le opportunità migliori per ciascuna impresa. Serve uno studio specifico, visti i tanti parametri in gioco».

Cosa manca alle aziende che vogliono internazionalizzare?

«Non sempre c'è la dovuta attenzione ai sistemi informativi, poi talvolta le competenze nelle lingue straniere non sono adeguate. La formazione delle risorse umane, e le sue modalità, diventano perciò ancora più decisive».

Quali gli strumenti giusti da usare in questo contesto?

«Le ricerche di mercato sono fondamentali: ogni azienda ha potenzialità e competenze specifici, che vanno colti e ca-



lati nei territori dove possono trovare la migliore espressione. È indispensabile, poi, una

“Ogni azienda ha potenzialità specifiche, che vanno calate nei territori dove possono trovare la migliore espressione”

consulenza sugli aspetti legali e fiscali per evitare problemi».

Che cosa vi chiedono le imprese partecipanti ai vostri convegni?

«La domanda basilare è: come faccio ad aumentare le vendite all'estero? A parte ciò, la richiesta principale riguarda gli strumenti informativi da usare, anche per conoscere l'affidabilità di un potenziale partner in affari. Esistono “visure camerali” online che consentono di dare risposte efficaci».

Oggi, quali sono i settori e i paesi più attraenti?

«Riguardo ai comparti, non è possibile dare una risposta specifica, ma faccio un esempio: le aziende del ramo edile non possono aspettare che riparta il settore in Italia, dovrebbero guardare all'estero e coglierne le possibilità».

Circa i paesi, il Sud-est asiatico è molto interessante: Sin-

gapore rappresenta un'area appetibile perché dispone di tecnologia, finanza e attori

“È indispensabile anche una consulenza sugli aspetti legali e fiscali per evitare problemi”

economici di primo piano; la Malaysia possiede, tra le altre cose, un'ottima logistica, mentre l'Indonesia ha grandissime potenzialità da sviluppare e tante infrastrutture da costruire».

11-12 GIUGNO

Seminario sui fondi europei

Una intensa due-giorni, giovedì e venerdì 11 e il 12 giugno, in Sala Valduga (ingresso da p.zza Venerio 8) sull'europrogettazione e i finanziamenti diretti, evento formativo e informativo destinato a imprese, enti locali e altri enti pubblici, ma anche ai cittadini interessati, all'università e a organizzazioni non governative. A realizzarla è il Dipartimento politiche comunitarie della Presidenza del Consiglio in collaborazione con Eipa (European Institute of Public Administration) ed è organizzato dalla Camera di Commercio di Udine nell'ambito di Enterprise Europe Network. La prima parte del seminario sarà informativa, e sarà dedicata alla presentazione delle politiche europee del ciclo finanziario 2014-2020 e dei fondi a gestione diretta erogati dalla Commissione Europea; la seconda parte, di carattere operativo, è orientata ai soggetti interessati ad occuparsi della predisposizione di una proposta progettuale e del budget di progetto. La partecipazione è gratuita ed è possibile iscriversi compilando la scheda apposita presente sul sito www.ud.camcom.it.