

Mercati esteri, la sfida si prepara anche in aula

Le imprese bergamasche sono decise a non lasciarsi sfuggire le opportunità offerte dall'internazionalizzazione, sbocco spesso capace di fare la differenza di fronte alla stasi del mercato interno. E Bergamo Sviluppo, l'azienda speciale della Camera di Commercio, non è da meno, promuovendo e accompagnando il processo con una serie di interventi specifici. L'ultimo in ordine di tempo è stato uno short master – realizzato in collaborazione con le Organizzazioni di categoria del territorio, tra cui l'Ascom, nell'ambito del progetto "Innovation: the profitable implementation of ideas" -, che ha visto la partecipazione di 33 utenti, appartenenti a 30 imprese. Il percorso, della durata di 56 ore, si è svolto dal 14 febbraio al 2 aprile, con incontri a cadenza settimanale di otto ore. Sono stati analizzati i diversi aspetti che un'impresa interessata ad avviare un percorso di internazionalizzazione deve affrontare: l'analisi dei mercati per definire l'offerta competitiva, la valutazione critica dell'assetto organizzativo interno in vista dell'espansione all'estero, la definizione del piano economico-finanziario e l'elaborazione del business plan per presentare il proprio progetto di internazionalizzazione a potenziali soggetti finanziatori e partner. Il master ha fornito anche gli strumenti necessari a gestire preventivamente le principali problematiche di natura legale, fiscale e doganale che emergono nell'operare con i mercati esteri.

I settori più rappresentati all'interno del corso sono stati quelli della meccanica e dei servizi alle imprese (con una percentuale per entrambi del 21%), il commercio (18%) e i comparti del legno e dell'edilizia (11% ciascuno), seguiti da logistica e grafica e stampa (con una quota del 7% per entrambi) e alimentari ed elettronica (al 4%). Il 53,5% delle imprese partecipanti ha un numero di addetti inferiore a 15,

la restante quota si colloca invece nella fascia tra i 16 e i 92 dipendenti. La metà dei partecipanti era rappresentata da titolari, soci o amministratori, il 32% da responsabili dell'area commerciale/marketing.

«Nell'attuale scenario economico, sempre più turbolento e competitivo – ha avuto modo di ricordare il direttore di Bergamo Sviluppo Cristiano Arrigoni – le aziende sono chiamate ad innovare continuamente le strategie, le strutture, i meccanismi operativi, il modello di business e gli strumenti gestionali adeguandoli ai mutevoli fabbisogni del mercato. Le attività progettate da Bergamo Sviluppo nell'ambito dell'internazionalizzazione hanno l'obiettivo di stimolare e facilitare lo sviluppo di una "cultura dell'internazionalizzazione", fornendo strumenti e indicazioni per fronteggiare questa sfida complessa».

Tra le altre iniziative realizzate dall'azienda speciale ci sono il corso base e avanzato di alta formazione "Imprenditorialità e Innovazione per l'internazionalizzazione delle MPMI", che è giunto alla terza annualità ed ha "diplomato" sino ad ora 69 imprenditori, e una serie di seminari tematici e focus Paese nell'ambito della collaborazione Nibi – Nuovo Istituto di Business Internazionale, che fa capo a Promos.

â– Le aziende partecipanti

Amaze Srl; Archimania Srl; B.M.A. Bergamo Montaggi Arredamenti Snc; Coges Srl; Cosmec Srl; Cpz Spa; Crippa Carmelino panificio pasticceria; Ecochem Srl; Lames di Barbieri Gianluca; Gianluca geom. Locatelli; Ferri Giuseppe; Geodag Sistemi Srl; Iencarelli Luca; Fabiani Spa; Invernizzi Srl; Itm Consulenza Srl; La Cisa Trasporti Industriali Srl; Meccanica Zappella Angiolino Srl; Me.La. Srl; Newsystem Srl; Officina Meccanica Carlo e Francesco Lamera Snc; Piazzalunga Srl; S.E.I.D. Srl; Sostel Srl; Studiohere di Becchere Giancarlo; T Consulting Srls; Tec.Meca Snc; Marco Paolo Servalli e Adele Sironi Snc.

â- Il bando

A supporto dell'internazionalizzazione delle micro, piccole e medie imprese con sede legale o operativa in provincia di Bergamo, la Camera di Commercio ha aperto, dallo scorso 10 febbraio, un bando per l'erogazione di servizi di assistenza e consulenza attraverso le associazioni di categoria. Le azioni devono riguardare almeno uno dei seguenti obiettivi: individuazione dei punti di forza e di debolezza e dei vantaggi competitivi delle imprese; acquisizione delle informazioni sui nuovi mercati finalizzata alla valutazione delle opportunità e delle minacce presenti; scelta ed accompagnamento nei mercati-obiettivi; definizione della strategia di ingresso nei nuovi mercati, delle strategie di business adeguate, del marketing mix da adottare, dei modelli organizzativi.

Il bando (pubblicato sul sito camerale www.bg.camcom.gov.it) si chiuderà all'esaurimento dei fondi o, al massimo, entro il 31 dicembre 2014.