la Rassegna.it
Fondata nel 1906

28 Ottobre 2016

Internazionalizzazione, l’Ascom apre lo “Sportello” a supporto delle imprese

Grazie all'accordo con Aice, avviato un servizio per gli associati che vogliono approdare sui mercati esteri. Malvestiti: “Passaggio decisivo per le aziende che puntano alla crescita”

export_copia.jpgTesta in Italia e piedi nel mondo. Facile a dirsi, più difficile a farsi. Comunque sia, l’export resta un passaggio ineludibile per le imprese che vogliono imprimere una svolta al proprio business. Chi ha saputo metter piede fuori confine, in effetti, ha registrato quasi sempre importanti ritmi di crescita e, soprattutto, ha sopportato meglio la compressione del mercato interno. Vale per il manifatturiero, ma anche per il commercio. I numeri sono del resto eloquenti. Stando ai dati camerali, riferiti al 2014, le imprese bergamasche che esportano sono ben 4.317, con 135mila addetti e un giro d’affari che oltrepassa i 12,4 miliardi di euro. Di queste, 2.908 sono aziende che operano nel settore del commercio e dei servizi con 62.071 addetti e un volume d’affari di circa 2 miliardi. Più nel dettaglio, le imprese prettamente commerciali sono circa 1.300, con oltre 23.311 addetti e un fatturato vicino al miliardo.

E’ anche sulla scorta di questi numeri che l’Ascom Confcommercio Bergamo ha deciso di scendere in campo. Lo ha fatto, in concreto, lanciando lo “Sportello per l’internazionalizzazione”, un servizio rivolto alle aziende associate che vogliono guardare ai mercati oltreconfine e accettare una nuova sfida per la crescita e l’innovazione. In quest’ottica, è stato sottoscritto l’accordo di collaborazione con Aice, l’Associazione Italiana per il Commercio Estero con sede a Milano e aderente a Confcommercio Imprese per l’Italia. L’obiettivo dichiarato è quello di offrire agli imprenditori, soprattutto quelli

medio piccoli, l’opportunità di promuovere la propria azienda verso la clientela più ampia e internazionale, considerando anche la presenza di nuovi canali come l’ e-commerce. Il servizio – affidato alla guida di Giorgio Lazzari, responsabile delle Relazioni esterne e degli Affari legali dell’Ascom – offrirà agli associati un supporto variegato: dall’analisi dei singoli Paesi al corretto posizionamento sui mercati, dall’individuazione dei canali di accesso alla necessaria organizzazione, dai contratti internazionali alle modalità di pagamento fino ad aspetti come logistica, aspetti doganali e via a seguire.

Paolo Malvestiti

“Quello che abbiamo lanciato – evidenzia Paolo Malvestiti, presidente di Ascom Confcommercio Bergamo – è un servizio che va a completare quanto l’Associazione già offre a sostegno degli imprenditori del terziario e che, in questo periodo di globalizzazione, è necessario e urgente proporre. L’internazionalizzazione è ormai divenuta un’ esigenza di molti imprenditori, anche in un settore che fino a pochi anni fa si pensava più “locale”. Invece le continue trasformazioni del mercato e, non ultima, le difficoltà dei consumi, spingono a cercare nuovi sbocchi di mercato, verso cui bisogna stare attenti, non improvvisare e averne una buona conoscenza. Noi vogliamo essere al fianco dei nostri imprenditori anche in questa nuova avventura – continua Malvestiti – formandoli e dandogli tutte le basi perché, con l’apertura verso il mondo, non solo rendano solida la loro azienda, ma contribuiscano anche e a far crescer l’economia del nostro territorio”.

Oscar Fusini

“In questi tempi di crisi e di mutamenti dei consumi – aggiunge il direttore dell’Ascom, Oscar Fusini – è naturale che le imprese rivolgano la loro attenzione verso i mercati esteri, sia attraverso un approccio diretto con punti vendita in Paesi

Ue o extra Ue o attraverso il commercio elettronico. Oppure attraverso forme indirette, partecipando a consorzi, affidandosi ad esportatori o per mezzo del trading company. Ci sono una serie di difficoltà in questo processo di internazionalizzazione, che vanno dai costi elevati, ai processi doganali, dalla fiscalità internazionale ai pagamenti . Quello che vogliamo far passare ai nostri imprenditori – continua Fusini – è che il processo di internazionalizzazione deve basarsi su una scelta imprenditoriale ben precisa, che deve tener conto del prodotti da vendere, del mercato da raggiungere e dei partner che si vogliono coinvolgere. Per operare con successo sui mercati esteri è necessario tuttavia impostare una seria strategia aziendale d' internazionalizzazione. Non può essere considerata un' attività residuale dell'azienda, perché tentativi sporadici difficilmente portano a risultati. Bisogna attendersi risultati a medio/lungo termine e dedicare risorse umane e finanziarie alla sfida. Inoltre – conclude il direttore – occorre conoscere il proprio prodotto e saperlo presentare; valutare i punti di forza e di debolezza rispetto alla concorrenza interna e internazionale e saper adeguare il prodotto alle esigenze dei mercati-obiettivo (caratteristiche, presentazione, certificazioni, packaging….). Solo così si può affrontare l'internazionalizzazione senza amare sorprese".