

COMUNICATO STAMPA

Presentate agli imprenditori friulani concrete opportunità per sviluppare il proprio business nei mercati esteri

I MERCATI EXTRA EUROPEI SONO UNA DELLE VIE OBBLIGATORIE PER LA CRESCITA: IL TESSUTO PRODUTTIVO FRIULANO PUO' COGLIERE CON SUCCESSO QUESTA SFIDA

Diventeranno sempre più importanti anche altri fattori strategici: capacità innovativa e di marketing, eccellenza organizzativa e attenzione all'ambiente

Udine, 27 marzo 2013. La grande opportunità rappresentata dalla crescita sui mercati esteri è il tema al centro del primo incontro del ciclo dedicato all'internazionalizzazione delle Pmi friulane organizzato a Udine dalla Cassa di Risparmio del Friuli Venezia Giulia con Confindustria Udine con l'obiettivo di illustrare ai numerosi imprenditori presenti il quadro macroeconomico internazionale e indicare i settori a maggior potenzialità di sviluppo, insieme agli strumenti per sostenere il percorso di internazionalizzazione.

L'incontro – che si è tenuto presso la Sala Convegni di Confindustria Udine - è stato introdotto da Adriano Luci, presidente dell'Associazione e Giuseppe Morandini, presidente Carifvg a cui sono seguiti interventi di Stefania Trenti del Servizio Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo, Andrea Fiori del Servizio Internazionalizzazione Imprese di Intesa Sanpaolo, Emanuele Mestroni, specialista Trade Estero di Carifvg e la testimonianza dell'imprenditrice Flavia Ballico della Pert Srl Tavagnacco, un'azienda friulana di successo nel mondo.

Le conclusioni sono state affidate al direttore generale della Cassa, Renzo Simonato.

Dalla presentazione del Servizio Studi emerge che l'Italia, a fronte delle difficoltà della domanda interna, affida anche nel 2013 le chance di sviluppo ai propri esportatori. A differenza che nel 2009, molte aree del mondo (Asia, Stati Uniti, Medio Oriente) manterranno buoni tassi di crescita, offrendo opportunità alle vendite delle nostre imprese.

I mercati esteri extra-europei sono una delle principali vie per la crescita. Il tessuto produttivo friulano e di Udine può cogliere con successo questa sfida, nonostante le difficoltà emerse nel 2012. Complice soprattutto il ruolo importante di settori volatili e dipendenti dalle commesse, come la meccanica/elettrotecnica e la cantieristica, l'export manifatturiero è calato lo scorso anno del 9,1% in Friuli Venezia Giulia (-8,9% per Udine). Pesano anche i contributi negativi di settori strutturalmente in difficoltà come il Mobile (-4,9% per il Friuli Venezia Giulia e -2,1 per la provincia di Udine) e gli elettrodomestici (-32,2% per Udine).

Esistono ampi margini di miglioramento, soprattutto nei nuovi mercati più lontani (Asia orientale e Centro-Sud America) che sono quelli a più alto potenziale di crescita.

*“Il Made in Italy applicato al prodotto, la manodopera altamente qualificata, tutta la filiera dell’assistenza – ha dichiarato **Adriano Luci** - rendono ancora riconoscibili le nostre produzioni industriali nel mondo. Quindi potremmo dire di avere solo che l’imbarazzo della scelta per affrontare i mercati esteri, ma sappiamo molto bene che non è così. Come imprenditori abbiamo bisogno più che mai in questo momento di concretezza e supporto anche dagli istituti di credito, strumenti facili ed agili che ci rendano competitivi anche su questo fronte con gli altri Paesi, non possiamo continuare a viaggiare con “lo zaino sempre più pesante”, quando nostri vicini hanno lo zaino semivuoto; arriviamo anche noi alla meta ma sempre affaticati vuoi dalla burocrazia, dalle riforme promesse e mai fatte sul lavoro e sulla libera impresa”.*

*“Diventeranno sempre più importanti anche altri fattori strategici: capacità innovativa, capacità di marketing, eccellenza organizzativa, attenzione all’ambiente. - ha sottolineato **Renzo Simonato** - Da questo punto di vista le imprese friulane che già ora sono sui mercati esteri presentano elementi di maggior competitività rispetto a chi finora si è basato solo sul mercato interno, spesso anche grazie a dimensioni più elevate. Soprattutto per le imprese più piccole l’internazionalizzazione è, infatti, una strada complessa che va affrontata con cura, preparazione e sostegno. Un rafforzamento dimensionale, anche attraverso consorzi, reti di imprese o processi di aggregazione, insieme all’accompagnamento di specialisti sono sicuramente auspicabili per superare i vincoli dimensionali nell’approcciare le difficoltà dei mercati più lontani”.*

Per informazione

Intesa Sanpaolo

Ufficio Rapporti con i Media – Banca dei Territori e Media Locali
Tel. +39 049 6539835 – cell. +39 335 1355936
stampa@intesasanpaolo.com