

Export: Unimpresa, servono infrastrutture ad hoc per logistica e distribuzione

Il presidente Ferrara a un convegno all'Università Federico II di Napoli. "Per l'internazionalizzazione delle pmi è cruciale il ruolo dei commercialisti".

"Migliorare le infrastrutture della logistica e dei servizi di distribuzione calibrandoli per i prodotti di fascia alta, ma con produzioni limitate per fronteggiare l'effettiva capacità produttiva che non ha sicuramente i volumi per soddisfare una vendita di massa. Adeguare il sistema azienda con le competenze necessarie ad approcciare ai mercati esteri formando imprenditore e organico con percorsi adeguati e specifici, ma anche mettendo a disposizione figure professionali di supporto che possano operare come consulenti esterni. Far crescere la conoscenza dei mercati esteri con missioni adeguate del tipo partecipazioni ad eventi fieristici o incontri B to B, in ogni caso realizzate mettendo a disposizione i necessari supporti per la gestione commerciale pre e post evento. E ancora: calibrare gli aspetti finanziari legati all'internazionalizzazione a partire dall'accesso al credito e dal costo del denaro (garanzie e interessi), fino al concepimento di misure strumenti di sostegno (voucher e quant'altro) che possano intervenire in maniera integrata e continuativa". E' questo il piano in quattro punti per l'internazionalizzazione delle pmi, illustrato oggi, all'Università Federico II di Napoli, dal presidente di Unimpresa, Giovanna Ferrara, nel corso del suo intervento al XXXV° seminario internazionale dei paesi latini di Europa e America "Internazionalizzazione delle pmi: ruolo dei commercialisti e opportunità del mondo latino a confronto" organizzato dal Comité de integración Latino Europa-América,

dal Consiglio nazionale dei dottori commercialisti e degli esperti contabili e dall'Ordine dei dottori commercialisti e degli esperti contabili circondario Tribunale di Napoli.

Secondo il presidente di Unimpresa "è impensabile guardare all'internazionalizzazione con le stesse logiche delle grandi imprese, va focalizzata l'attenzione sulle evidenze dei bisogni specifici. Se ne parla da tempo ma nel tempo poco si è realizzato". "In questo scenario – ha detto Ferrara nel corso dell'evento patrocinato, tra altri, anche da Unimpresa – il ruolo del commercialista è tanto rilevante quanto decisivo per le performance delle aziende. Mettere a disposizione le informazioni alle imprese con una appropriata attività di consulenza ed orientamento è l'elemento che nel tempo può consentire di definire gli obiettivi di internazionalizzazione dell'impresa e di raggiungerli".