



Internazionalizzare è una delle chiavi per vincere la crisi. Ma, portare all'estero i propri prodotti e servizi, entrando nei mercati vicini e lontani, non è cosa semplice, specie per le piccole e medie aziende meno strutturate. Bisogna trovare i canali giusti, individuare le aspettative di una clientela magari molto diversa per gusti ed esigenze rispetto a quella italiana ed europea, bisogna conoscere i territori dove si va a operare.

La CNA di Oderzo ha avviato in questi giorni una collaborazione con il corso di laurea del professor Stefano Micelli in Management internazionale presso l'Università Ca' Foscari di Venezia. Obiettivo della collaborazione è aiutare le aziende a implementare dei modelli corretti per l'internazionalizzazione del proprio business. Coin-

ODERZO: INTESA CNA-UNIVERSITÀ DI VENEZIA

Gli artigiani puntano sui mercati esteri

volti in questo progetto di sviluppo sono gli studenti del secondo anno della laurea magistrale (specialistica) insieme ad alcuni imprenditori della CNA intenzionati ad accrescere su scala globale il proprio business.

Il percorso prevede l'analisi sul campo del business aziendale da parte degli studenti tramite la visita nelle aziende e interviste agli imprenditori, un'analisi di mercato rispetto ai principali Paesi target, una valutazione delle strategie commerciali con un'attenzione in partico-

lare al commercio elettronico, un canale distributivo importantissimo, una valutazione finanziaria delle risorse necessarie all'avvio del percorso. «Sono convinto che il manifatturiero italiano di qualità avrà futuro, e un futuro prospero, nella misura in cui alzerà i propri standard di prodotto e di processo - spiega il professor Stefano Micelli - e per fare questo serve anche un rapporto organico tra università e impresa. I vantaggi sono però reciproci. Perché nemmeno l'università, senza uno

scambio costante con il mondo dell'impresa, può esercitare in modo adeguato la sua funzione di stimolo alla crescita del sistema con idee ed energie nuove. Ecco perché mando i miei studenti in azienda. Perché solo lì, misurandosi concretamente sulle esigenze reali delle imprese, la creatività e la progettualità degli studenti viene messa alla prova».

«Con il mercato interno paralizzato - commenta Gianfranco Vianello, direttore della CNA di Oderzo - le nostre aziende se non vogliono rimanere al palo devono vendere all'estero. Il made in Italy è ambizioso e a livello globale si sono aperti nuovi mercati con possibilità di business eccezionali. Per internazionalizzare non però non si può improvvisare, serve metodo e programmazione».