

NUOVE POLITICHE DI PROMOZIONE SIMEST 2010

Manifattura, export e servizi questi i punti fermi sui quali si gioca il futuro della regione. E' da questo che Promec, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Modena, parte per creare opportunità per le imprese e per il territorio.

Abbiamo lavorato ad una riorganizzazione interna voluta dagli organi direttivi camerale ed ora è il momento di mettere in campo tutte le forze per affrontare i mercati mondiali. Da qui i protocolli operativi di collaborazione siglati con Unioncamere Regionale per essere il braccio operativo delle iniziative di internazionalizzazione del sistema camerale. Da qui le nuove linee che, pur in una sostanziale conferma delle risorse messe a disposizione per accompagnare le imprese sui mercati esteri, ne impongono un ripensamento.

Non più contributi finanziari spesso simbolici e senza alcuna pianificazione ma più specializzazione e integrazione per i servizi a supporto delle imprese.

Non più dispersione delle risorse in uffici esteri ma un network di 27 punti a disposizione delle imprese con servizi sempre monitorati ed efficaci.

E vanno in questa direzione anche le logiche di sistema che il momento socioeconomico impone. Collaborazioni operative a livello territoriale, regionale e nazionale con tutti gli attori coinvolti nelle attività per l'internazionalizzazione. Anche attraverso veri e propri tavoli tecnici, ovvero gruppi di lavoro in cui intervengano attivamente opinion leader ed aziende da cui possano emergere spunti in grado di guidarci nelle diverse azioni.

I nostri obiettivi condivisi sono per

- non disperdere le energie, siano queste umane, monetarie...;
- dare maggiore visibilità al territorio pur con tutte le sue specificità;
- ampliare le opportunità per le imprese, coinvolgendo tutti i settori produttivi;
- favorire la programmazione strategica e dare continuità all'accompagnamento alle imprese;

In una parola razionalizzare le risorse, ottimizzarle attraverso azioni comuni.

Il programma promozionale 2011 si concentrerà, compatibilmente con le risorse economiche disponibili, sui principali Paesi dell'area Europa e sui mercati emergenti (BRIC). Ma le iniziative saranno progetti di ampio respiro, costruiti con azioni sul medio e lungo periodo che si sforzino di favorire una presenza radicata delle imprese, razionalizzando l'investimento previsto perché si concentri solo in alcuni mercati. L'obiettivo è sempre quello di coprire le maggiori aree di destinazione dell'export, senza però perdere di vista i mercati con maggior potenziale di crescita e tutti i settori di attività, con un'attenzione in più alla personalizzazione dei percorsi di internazionalizzazione. Le azioni sono pensate distinguendo le esigenze delle micro/piccole imprese (95% della nostra economia) da quelle delle imprese più grandi e strutturate, rispettando quindi dimensione aziendale, settore d'attività, filiera e sotto settori.

Forte è, e sarà, l'impegno affinché ogni azione sia accompagnata da interventi della stampa estera e da un'accurata promozione sui media stranieri, rispondendo anche alle esigenze in termini di marketing territoriale espresse dal nostro territorio.

Per potenziare la comunicazione delle aziende e del territorio investiremo moltissimo in modalità nuove come gli educational tour rivolti agli operatori e ai rappresentanti della stampa estera.

Accanto ad azioni di promozione internazionale, PROMEC investe ora più che mai anche sui servizi di assistenza e consulenza. Servizi a pagamento, ma a costi contenuti, non rigidi ma modulabili e sempre personalizzati. Un'attenzione che sta diventando sempre più reale, pragmatica e continua.

L'attività di assistenza e consulenza si è strutturata e razionalizzata partendo dall'impegno ad un ascolto e dialogo continuo con il territorio, un ascolto il più possibile reattivo, attento alla concretezza delle azioni ed ai risultati. Promec si mette al servizio degli imprenditori che per il proprio tramite possono utilizzare la rete di uffici all'estero. Coperti tutti i Paesi dell'Unione Europea e diversi Paesi Extra Ue (come ad esempio BRIC, USA).

Ma ci impegneremo anche affinché siano più frequenti le occasioni di incontro e perché tali occasioni abbiano modalità mai superficiali. I nostri punti di riferimento nei diversi Paesi non dovranno essere slegati dalle realtà imprenditoriali ma saranno formati e aggiornati perché siano in grado a tutti gli effetti di comunicare le imprese e tutte le eccellenze del territorio.

Vorrei dare solo alcuni numeri significativi sul 2010:

- 400 le imprese servite direttamente;
- quasi 1000 i partecipanti ai seminari organizzati in materia di commercio internazionale e formazione tecnica;
- oltre 180 le aziende partecipanti alle iniziative promozionali e quasi 300 i buyer coinvolti.

A questi numeri si aggiungono sistematiche visite alle aziende presso le loro sedi; imprese ascoltate nelle loro problematiche ed esigenze, supportate con efficacia nella risoluzione di necessità specifiche, affiancate in tutte le fasi del processo di internazionalizzazione.

Si sta continuando ad attuare una sistematica mappatura delle richieste e delle imprese del territorio, nella convinzione che la raccolta "rigorosa" delle informazioni diventi vero patrimonio.

Lo scopo è quello di tracciare caratteristiche e profilo delle imprese, rilevarne le reali necessità e mercati di interesse, le evoluzioni. Per definire ed organizzare gli indirizzi futuri delle attività di PROMEC e per individuare le aree di miglioramento, riteniamo fondamentale individuare le aree tematiche sulle quali è richiesta "specializzazione" e poter fornire di conseguenza occasioni di approfondimento.

I settori, gli argomenti e i paesi di interesse alimentano analisi utilizzate anche nella progettazione dei seminari formativi in tema di commercio internazionale e formazione tecnica che ottiene ottimi riscontri a livello nazionale non solo locale.

Questi gli sforzi organizzativi di integrazione degli attori e delle azioni pensate per accompagnare l'impresa attraverso interventi di promozione, comunicazione e formazione.

Servire le imprese, anticiparne le esigenze, ascoltarle, formarle, con uno spirito sempre concreto e professionale, nel rispetto della cultura di un territorio votato al

lavoro, all'integrazione ed allo sviluppo: questi sono i valori etici che caratterizzano oggi la nostra azienda.