

GIORNALE DI BRESCIA.it

Edizione: 24/01/2010 testata: Giornale di Brescia sezione: economia

Noci: l'italianità è un plus valore per i nostri prodotti

Il professore del Politecnico di Milano interviene a Nave al convegno sull'internazionalizzazione organizzato dalla Bcc di Brescia



Il prof. Giuliano Noci intervenuto ieri a Nave

NAVEL'internazionalizzazione è una priorità assoluta. Ma ad essa le nostre imprese dovranno guardare in modo profondamente diverso rispetto a quanto hanno fatto fino a oggi. Parla molto chiaro il professor Giuliano Noci, ordinario di Marketing al Politecnico di Milano, alla platea di imprenditori e professionisti riunita a Nave per il convegno «Capire e operare sui mercati internazionali nel 2010», promosso dalla Bcc di Brescia, in collaborazione con Banca Agrileasing e l'ateneo milanese. «Il made in Italy e il nostro export - osserva Noci - hanno ancora grandi potenzialità. Ma se è vero che siamo il secondo Paese al mondo per competitività internazionale, è pur vero che siamo troppo esposti verso quei mercati con una domanda stagnante. Solo il 7% del nostro export è destinato

all'Asia emergente. Esportiamo per 8 miliardi di euro in Svizzera, dove vivono pochi milioni di persone, e per 3,1 miliardi in Cina. I nostri principali partner sono Germania, Usa, Francia e Regno Unito, proprio le nazioni più colpite da questa crisi, mentre oggi il 22% dei consumi mondiali deriva dai soli Paesi del Bric».

Dunque, cambia la geografia economica e i nostri imprenditori devono tenerne conto, senza cadere nell'errore - avverte - di guardare ai Paesi emergenti (Cina e India prima di tutto, ma anche Vietnam, Malesia e il Nord Africa) solo in termini di competizione sui costi.

«Dobbiamo guardare alle opportunità di mercato offerte da questi Paesi, competere con loro sul terreno dei costi sarebbe una battaglia senza fine e per giunta incoerente rispetto al livello di qualitativo dei nostri prodotti». Attenzione poi a intendere l'internazionalizzazione solo come delocalizzazione dei processi produttivi per contenere i costi. «L'italianità - osserva Noci - è un valore importantissimo per i nuovi mercati; perché snaturarlo delocalizzando?».

Occorre, se mai, recuperare la territorialità e questo non significa puntare al distretto in senso tradizionale, troppo specializzato e "autoreferenziale", bensì «lavorare entro una logica nuova, che miri a mettere in rete diversi clusters industriali, per unire competenze diverse, offrire una gamma di prodotti ampia e integrata, lavorando su innovazione».

Dopo il professor Noci, hanno parlato Carlo Angelo Zanaboni del Politecnico, che ha presentato il progetto INTsight sviluppato dall'università milanese con le Bcc a sostegno dell'internazionalizzazione, e Bruno Cassola di Banca Agrileasing, con un approfondimento sugli strumenti finanziari per le imprese interessate a puntare sui mercati esteri. In chiusura, Andrea Cantiello, responsabile Estero della Bcc di Brescia, si è soffermato su regole e strumenti in tema di incassi e pagamenti internazionali.

Nicola Mottinelli