

**Palazzo Stella** «Le missioni utili a sensibilizzare, ma alle nostre aziende servono aiuti concreti»

# Trentino export cavalca la ripresa

*Gli obiettivi: fatturato in aumento di 100 milioni e sbarco in India*

TRENTINO — Trentino export si dota di nuovi strumenti per assistere le proprie imprese negli aspetti più pratici dell'internazionalizzazione. Da pochi mesi sono state attivate strutture per andare oltre all'organizzazione degli incontri «business to business» e accompagnare i soggetti esportatori nella giungla di imprevisi che possono minare gli affari in terra straniera. Il consorzio di Confindustria mette insieme circa 130 aziende di medie e piccole dimensioni. «Il mio sogno per il 2011 è riuscire ad aumentare il volume di affari complessivo di 100 milioni di euro e di sbarcare in India» dice il presidente Andrea Penzo.

Trentino export è attivo da 36 anni, periodo in cui ha maturato esperienza anche grazie all'adesione a Federexport. «L'imprenditore ha bisogno di contatti (liste internet, enti, ambasciate), ma per le piccole imprese è difficile operare la scrematura. Per questo motivo servono le "antenne locali" che vanno in loco e mettono in contatto l'imprenditore con le persone giuste, organizzando gli appuntamenti» dicono i vertici del consorzio, rappresentati, oltre che da Penzo, dal responsabile commerciale Stefan Ties e dalla coordinatrice Giovanna Arlanch. Di antenne per ora ce ne sono 12, ma ci sono candidati per aprire sbocchi anche in Angola, Ghana e Sud Africa. «È una modalità più efficace rispetto alla fiera — spiegano i responsabili — un percorso più breve e più economico, per evitare di spendere 20.000 euro in una mostra senza risultati». Il 90% delle aziende che si affidano a Trentino export chiedono semplicemente nuovi clienti per aumentare il fatturato, quindi non ci si può troppo «girare intorno».

L'incontro business to business però non è sufficiente, so-

prattutto nei Paesi più «strani», come ad esempio quelli arabi. Occorre «continuare a stimolare i clienti». Ecco che il consorzio ha organizzato da pochi mesi una sorta di ufficio commerciale «in seconda», grazie al quale personale madrelingua da Trento diventa un vero e proprio «manager di area», figura fondamentale per concretizzare gli affari, che le grosse aziende possono permettersi ma che le piccole non hanno. Trentino export fa degli esempi: «Il cliente arabo prima di firmare vuole conoscerti a fondo, lo devi sentire spesso, e soprattutto gli devi fare un regalo all'inizio del contatto. Oppure: un'azienda che ha installato un impianto in Brasile deve essere cosciente che se si blocca nel pomeriggio, qui è notte. Noi abbiamo un nostro uomo in Brasile che ci permette di risolvere il problema senza perdere di credibilità».

Questa funzionalità è resa possibile da un nuovo sistema Intranet, anch'esso attivo da pochi mesi, che consente a tutti gli operatori in giro per il mondo di collegarsi ed essere aggiornati, vedendo tutta l'operatività del giorno e «tagliando i tempi di comunicazione».

Le altre iniziative su cui punta il consorzio di Palazzo Stella sono i «pool» di aziende per andare nelle fiere che contano (finora ne sono stati organizzati 5). Ad esempio, per molte Pmi è impossibile sostenere i costi per andare in una fiera Usa, ma insieme ci si riesce, e con i contatti «giusti» dell'azienda con più esperienza si possono fare affari. Quest'ultima, grazie alle «sorelle» più piccole, può presentare una serie di prodotti più completa e sostenere la pressione dei big.

Tutte iniziative, queste, adatte soprattutto per le aziende che

hanno già un po' di esperienza all'estero. Ma per i novizi? «Abbiamo attivato un corso di "export coaching" da 4-5 mesi, per insegnare in modo pratico cosa serve per esportare. Dobbiamo ammettere che la crisi ha dato molto impulso al nostro mercato, in tanti puntano ora sull'export, una vera e propria sveglia per l'imprenditoria».

La nuova stagione di Trentino

## Strategie

L'impresa viene accompagnata oltre al momento di primo contatto con il cliente export coincide con l'affidamento da parte della Provincia delle politiche di internazionalizzazione all'Apiæ (agenzia per gli incentivi). «Noi chiediamo di essere aiutati in queste spese operative, le missioni non funzionano più». A questo punto si capisce la differenza fondamentale tra Trentino export (Confindustria) e Trentino sprint (Camera di commercio). «Siamo complementari — dicono a Palazzo Stella —. Loro sensibilizzano chi non ha mai esportato, noi invece abbiamo clienti evoluti con esigenze particolari, non generaliste».

Nel 2010 il fatturato esportato dalle aziende trentine è pari a 2 miliardi di euro. «Il nostro sogno è che ogni soggetto possa aumentare del 5% il suo giro d'affari. Diciamo cento milioni in più». Altro traguardo importante l'India, ora molto protezionista verso l'esterno, ma che dovrebbe aprirsi in prospettiva di un'entrata nel Wto.

Il consorzio si augura anche che i dazi doganali in vigore nei Paesi del Mediterraneo vengano eliminati, «ora paghiamo il 30-40% di tasse e non siamo competitivi». La conclusione: «Nel mercato attuale bisogna lavorare di fino, i clienti sono molto svegli e il gioco si è incattivito. Non si può più agire approssimativamente» chiude Penzo.

**Enrico Orfano**





**Negli Usa** Uno dei cinque «pool» di imprese trentine organizzato da Trentino Export