

INDAGINE CONFAPI

L'export si rivela soluzione alla crisi

L'export come soluzione alla crisi. Il *business* internazionale rilancia le aziende padovane. Ma decisivo si rivela l'atteggiamento organizzativo e commerciale. È il risultato del "monitoraggio" effettuato a maggio da Fabbrica Padova, Centro studi di Confapi Padova, nei confronti di 52 piccole imprese locali. In quasi 6 casi su 10 aumenta il fatturato estero. Ma occorre essere costantemente informati su missioni all'estero, avere un supporto di consulenze e ricevere assistenza tecnica nella ricerca di partner affidabili.

È il nocciolo dei risultati emersi dalla seconda indagine conoscitiva avviata dall'associazione di piccole e medie industrie con il contributo della Camera di Commercio.

Sei le questioni poste agli intervistati: dalla verifica se l'azienda opera in modo «abituale» o «saltuario» con l'estero all'individuazione degli strumenti di informazione, assistenza tecnica e iniziative promozionali che potrebbero essere più utili per migliorare la promozione del *business* e consolidare la presenza sui mercati esteri. Fari puntati inoltre sui servizi di consulenza offerti dagli enti territoriali padovani e sull'utilità di quelli messi in campo da Confapi per l'area estero. Infine la domanda: «A partire dalla crisi economica del 2008, la sua azienda ha ridotto, mantenuto stabile o aumentato la presenza sui mercati esteri ed il suo fatturato estero?». Ed è proprio qui che sono emersi i risultati più importanti. Il 50% ha aumentato la presenza sui mercati esteri contro circa un 37% che l'ha mantenuta «stabile» e appena il 13% che ammette di avere ridotto il proprio *business promotion*. Per quanto riguarda il fatturato estero, ben il 53% delle imprese l'ha aumentato, un 34% parla di «stabilità» e appena il 13% delle aziende l'ha calato da quando è scoppiata la crisi nel 2008.

«È un dato molto significativo» commenta il direttore di Confapi Davide D'Onofrio, «e conferma come nell'ambito di una crisi pesante la principale

e unica ancora di salvezza è ancora costituita dalla capacità di vendere sui mercati esteri. È chiaro che chi mantiene stabile o accresce il proprio *business* poggiando su una rete commerciale strutturata sui mercati oltreconfine, riesce a sopravvivere e contrastare i morsi della recessione. Ma è fondamentale essere attrezzati, proponendosi all'estero con modelli *ad hoc*».

Nell'indagine il 69% del campione opera con l'estero in modo abituale contro un 31% che lo fa in maniera saltuaria. Entrando nel merito degli strumenti utili per essere più efficaci e competitivi, avendo una doppia possibilità di scelta, il 25% degli imprenditori chiede di essere costantemente informato su Fiere e missioni all'estero, il 20% chiede informazioni su strumenti finanziari a sostegno dell'internazionalizzazione, mentre il 17% punta sui mercati e settori di destinazione.

Camera di commercio, la nuova "rosa"

Confapi camera di commercio di Padova. Per saperne di più visitate il sito www.confapi.it

Il supporto rivela

€ 99,00