



Apindustria

INTERNAZIONALIZZAZIONE UNA STRATEGIA PER CRESCERE

*Dal Sudamerica all'Asia
sulle rotte di nuovi mercati da scoprire*

*L'associazione offre gli strumenti ideali
per guardare oltre confine*

Tra gli obiettivi che Apindustria Brescia si è data per l'anno alle porte c'è la spinta all'internazionalizzazione delle Pmi bresciane. La lunga scia di recessione tecnica, che sta accompagnando quella che è stata definita da molti economisti "la crisi più grave dal '29", lascerà in Italia molti problemi irrisolti. Probabilmente questioni ancora più esasperate nella loro capacità di intaccare le aziende, soprattutto quelle orientate a un mercato interno che non cessa di dare segnali asfittici e poco promettenti.

Facili soluzioni non sono all'ordine del giorno, ricette economiche che garantiscano il successo sono irrealistiche: tuttavia si può approfittare delle opportunità laddove esistono. Ciò che Apindustria mette a disposizione delle imprese, oltre a una nutrita serie di servizi di consulenza, a professionisti competenti in materie specialistiche e alla capacità di fare rete, è un concreto sostegno all'internazionalizzazione.

L'Ufficio Estero dell'associazione suggerisce a possibili interessati alcuni promettenti piazzati esteri per tipologia di business o per Paese: si tratta di un elenco di 25 nazioni che vanno dal Sudamerica all'Asia, passando dai mercati con il più alto



*La Giunta di Apindustria - Associazione
per l'impresa di Brescia e provincia*

www.apindustria.bs.it

Pil al mondo.

Le partnership favorite da Apindustria sono in grado di garantire incontri esplicativi e mettere in contatto gli imprenditori con esperti di lingua italiana di un dato territorio. Aiutano a espletare gli aspetti burocratici, le questioni legali, la delocalizzazione e favorire gli incontri istituzionali. Infine, il vero e proprio momento di sbarco all'estero per missioni commerciali o imprenditoriali, fiere, incontri fra aziende, appuntamenti

con professionisti locali e partecipazione a gare d'appalto.

La preparazione per avvicinare i nuovi mercati non si può improvvisare, ma deve essere compiuta con tempistiche corrette e soprattutto non disperdendo risorse. Un delicato aspetto è la conoscenza delle numerose forme di agevolazioni favorite in molte aree nel mondo, indispensabili per un corretto approccio internazionale.

Nel 2014 è stato costituito l'Agribusiness Cluster Brixia, un pool di piccole e medie aziende con in comune l'interesse per il mercato alimentare e la sua filiera. Realtà che hanno fiutato le opportunità profilate oltreconfine grazie all'organizzazione favorita da Apindustria e che oggi si stanno muovendo con successo in Africa.