

**XXXV° SEMINARIO INTERNAZIONALE  
DEI PAESI LATINI DI EUROPA E AMERICA**

***INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI:  
RUOLO DEI COMMERCIALISTI E OPPORTUNITÀ DEL MONDO  
LATINO A CONFRONTO  
NAPOLI, 22 MARZO 2018***

**UNIVERSITÀ FEDERICO II - AULA MAGNA**

**VIA PARTENOPE, 36**

Buon giorno a tutti, desidero anzitutto ringraziare gli ospiti internazionali, il Consiglio Nazionale, Regionale e Cittadino dei Dottori Commercialisti e degli Esperti contabili, oltre che gli autorevoli relatori che mi hanno preceduto e quelli che seguiranno al mio intervento.

*UNIMPRESA Unione nazionale di Imprese*, è un'associazione che rappresenta le micro, piccole e medie imprese che operano nei diversi settori dell'attività primaria, secondaria e terziaria esistenti. È riconosciuta dal Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali come organizzazione nazionale maggiormente rappresentativa contiamo 110 mila aziende. E' un'Associazione che ha come funzione primaria quella di interpretare, affiancare e sostenere le micro, piccole e medie imprese che rappresentano l'asse portante dell'economia del Paese

Il tema più complessivo dell'internazionalizzazione è sicuramente materia a cui la nostra organizzazione ha dedicato moltissima attenzione, inserendola in primis nel documento programmatico consegnato l'8/02 a tutte le maggiori forze politiche del paese come intervento urgente da mettere in campo dal futuro governo.

Poter fare riferimento al mercato internazionale per le ppmi è, infatti, prima ancora che una scelta, una esigenza reale dal momento che consente di fronteggiare la stagnazione del mercato interno che nella recente congiuntura ha molto pesato sulle loro performance economiche e reddituali.

Tanto più se si considera che sono proprio le ppmi del nostro Paese a rappresentare le eccellenze del made in Italy. Produzioni uniche ad elevato valore aggiunto che si

differenziano naturalmente dalla produzione industriale e di massa e che nel prodotto hanno di fatto una importante leva competitiva.

Ma il prodotto e la buona volontà, da soli, non sono sufficienti, occorre un serio sistema di sostegno a misura di pmi che consenta di rendere a loro il percorso dell'internazionalizzazione accessibile ed efficace.

È impensabile guardare all'internazionalizzazione con le stesse logiche delle grandi imprese, va focalizzata l'attenzione sulle evidenze dei bisogni specifici. Se ne parla da tempo ma nel tempo poco si è realizzato.

Quattro sono gli elementi chiave:

infrastrutturare la logistica ed i servizi di distribuzione calibrandoli nella distribuzione di prodotti di fascia alta, ma con produzioni limitate per fronteggiare l'effettiva capacità produttiva che non ha sicuramente i volumi per soddisfare una distribuzione di massa;

adeguare il sistema azienda con le competenze necessarie ad approcciare ai mercati esteri formando imprenditore e organico con percorsi adeguati e specifici, ma anche mettendo a disposizione figure professionali di supporto che possano operare come consulenti esterni

far crescere la conoscenza dei mercati esteri con missioni adeguate del tipo partecipazioni ad eventi fieristici o incontri B to B, in ogni caso realizzate mettendo a disposizione i necessari supporti per la gestione commerciale pre e post evento

per ultimo, ma non ultimo, calibrare gli aspetti finanziari legati all'internazionalizzazione a partire dall'accesso al credito e dal costo del denaro (garanzie e interessi), fino al concepimento di misure strumenti di sostegno (voucher e quant'altro) che possano intervenire in maniera integrata e continuativa.

Integrazione e continuità sono infatti i punti deboli e dolenti dell'attuale sistema di sostegno finanziario all'internazionalizzazione, che interviene in maniera sporadica su l'uno o sull'altro degli aspetti chiave appena evidenziati, svilendo la portata ed i risultati che si potrebbero ottenere se si operasse nella logica di sistema dell'internazionalizzazione

In questo scenario il ruolo del commercialista è tanto rilevante quanto decisivo per le performance delle aziende.

Mettere a disposizione le informazioni alle imprese con una appropriata attività di consulenza ed orientamento è l'elemento che nel tempo può consentire di definire gli obiettivi di internazionalizzazione dell'impresa e di raggiungerli.

Il BtoB organizzato in questa circostanza dal Consiglio e dall'Ordine dei Commercialisti ed Esperti contabili è una dimostrazione, un esempio di quanto fattivo è e deve essere il ruolo.

Come presidente di Unimpresa, non posso che essere lieta di questa circostanza che mi auguro possa essere fra le prime di una lunga serie