

COMUNICATO STAMPA

## “MULTINAZIONALI TASCABILI”: MODELLO VINCENTE PER IL VENETO

*Sono 1.320 le aziende della nostra regione che hanno conquistato i mercati stranieri*

*Ma l'ingresso delle Pmi sulla scena internazionale sembra in frenata*

*Azzariti (Salone d'Impresa): “Da soli si fatica, fare squadra per crescere”*

Piccole e medie imprese che diventano leader internazionali nei loro segmenti di mercato. Sono le “**multinazionali tascabili**”. Multinazionali in quanto presenti con i loro prodotti in tutto il mondo, tascabili perché ancora capaci di essere veloci ed efficienti nel realizzare molte richieste, senza mai perdere il contatto personale con il cliente e il territorio. E' questo il modello vincente per le Pmi del Veneto, come emerso dal terzo incontro di “**Rimettere le scarpe ai sogni**”, il ciclo di incontri promossi da Salone d'Impresa. “**Da campioni nascosti a multinazionali. Esempi e modi per crescere nel mondo**” il titolo dell'evento, organizzato in collaborazione con PwC, Pasta Zara e Cisco Italy con il partner b! Il meeting si è tenuto alla **D.B. Group S.p.a.** di **Biadene di Montebelluna**, dove Salone d'Impresa ha riunito alcuni importanti imprenditori trevigiani e veneti che, con le loro aziende, hanno contribuito a far conoscere in tutto il mondo le produzioni del nostro territorio.

**Serafino Pitingaro**, responsabile Area Studi e Ricerche di Unioncamere Veneto, ha illustrato i risultati di un'indagine (basata su dati Reprint, database sviluppato da R&P e Politecnico di Milano) che fotografa la realtà delle multinazionali venete. Queste ultime rappresentano il **15%** del totale delle multinazionali italiane. A fine 2012, ultimo dato aggiornato, le multinazionali venete censite erano **1.320**, mentre 3.702 le imprese estere di cui aziende venete detenevano quote di partecipazione. Le multinazionali venete occupano **154.350 dipendenti** e, sempre a fine 2012, hanno realizzato un fatturato complessivo di più di **26,5 miliardi di euro**. L'Europa rimane l'area privilegiata di investimento, con un occhio d'attenzione ai Paesi di recente adesione all'Unione Europea, dove detiene partecipazioni il 21,3% delle multinazionali della nostra regione. Ma l'impetuoso ingresso sulla scena internazionale delle piccole e medie imprese venete, proseguito fino ai primi anni Duemila, pare essersi arrestato: negli ultimi anni emergono chiari segnali di assestamento del fenomeno. L'indagine ha analizzato anche quanto il Veneto rappresenti un'attrattiva per le multinazionali estere. A fine 2012 sono **752** le aziende con sede in Veneto partecipate da un'ampia platea di multinazionali straniere (sono 514 quelle attive nella nostra regione con almeno un'azienda partecipata). I dipendenti impiegati sono oltre 53 mila e il fatturato generato più di 25,3 miliardi di euro, con un contributo al Pil regionale di 4,2 miliardi di euro.

“Da *Piccolo è bello a Insieme è bello*” è il messaggio che se ne trae per **Ferdinando Azzariti**, presidente di Salone d'Impresa. “Oggi è cruciale capire che la dimensione è il vero centro di tutto” – ha commentato Azzariti – “La dimensione dell'impresa infatti deve aumentare o con una crescita interna (aumentando fatturato e dipendenti) oppure con una crescita esterna, ovvero con acquisizioni, fusioni, aggregazioni, in rete, in consorzi, in forme temporanee d'impresa. Da soli e con pochi capitali si fatica a trovare spazi nei mercati mondiali e con i grandi competitori. Insieme ad altre imprese ed imprenditori è la via più veloce (in termini di tempo), anche se più difficile, per crescere insieme e con meno dispendio di energie. Uscendo dai campioni nascosti e diventando sempre più multinazionali tascabili”.



A tal proposito, **Marianna Pusterla**, director di PwC, ha offerto, insieme a **Federico Mussi**, indicazioni importanti sulle acquisizioni aziendali per massimizzare i risultati dell'operazione e realizzare gli obiettivi strategici, operativi e commerciali prefissi. "Le aziende crescono se sanno usare le nuove tecnologie" ha aggiunto **Stefano Pambianchi**, Director Consulting Services Cisco Italy, "la Rete è sempre più l'elemento strategico di crescita. L'utilizzo intelligente e pro-attivo dei dati, per automatizzare, guidare i processi e comunicare, sarà l'elemento di successo. La crescita delle aziende passa per investimenti sulle tecnologie di Rete che portano produttività, efficienza operativa e maggior efficacia commerciale". "Altrettanto fondamentale è la scelta del giusto partner tecnologico", ha evidenziato **Sandro Bordato**, President e CEO di b! Spa, "che sappia capire le esigenze aziendali e mettere in campo tutta l'expertise necessaria a trasformare le necessità di ottimizzazione e valorizzazione che oggi qualsiasi impresa è chiamata a soddisfare. Soluzioni personalizzate, saving e cost-effective rappresentano la risposta tecnologica da fornire e l'impegno da onorare".

Particolarmente apprezzato è stato il confronto tra gli imprenditori che, in quest'incontro in veste di relatori, hanno potuto portare le esperienze e le strategie adottate dalle loro aziende. A iniziare proprio dalla realtà di D.B. Group S.p.a., azienda che ha ospitato l'evento e che da 30 anni si occupa di spedizioni internazionali e logistica integrata. "Quando abbiamo percepito che la linea dell'orizzonte si stava allargando fino a scomparire, abbiamo scelto il globo come nostro terreno di azione, senza mai perdere il contatto personale con i clienti. Anzi, per loro abbiamo aperto 'stazioni di servizio' in ogni parte del mondo, pur restando tascabili, pronti a raccogliere le sfide globali", ha detto **Valter De Bortoli**, Vice Presidente Esecutivo del Gruppo, che annovera più di 400 dipendenti dislocati nei diversi uffici e una rete di agenti in oltre 60 punti nodali nei cinque continenti. "Da sempre il nostro gruppo ha nel proprio Dna il cambiamento quale leva strategica" ha spiegato **Enrico Carraro**, presidente Carraro Group, "Fin dalle origini abbiamo saputo interpretare il nostro mercato di riferimento anticipandone l'evoluzione e trovando sempre nuovi modelli di business. E' stato così nel passaggio dalla seminatrice al trattore, e quindi ai sistemi di trasmissione. E' stato così quando nel 1997 abbiamo posto le basi al nostro primo stabilimento indiano. E' stato così, a maggior ragione, quanto ci siamo trovati di fronte a ciò che è avvenuto nel 2009 ed abbiamo saputo rapidamente riconquistare un rinnovato posizionamento competitivo facendo leva su innovazione e presenza globale". Altre testimonianze sono state portate da **Mario Cunial** (Vicepresidente Industrie Cotto Possagno S.p.a.) e **Bruno Vianello**, presidente Texa Spa.

Con cortese preghiera di pubblicazione

Montebelluna, 20 gennaio 2014