



CONFINDUSTRIA UDINE

AREA INTERNAZIONALIZZAZIONE

ARINT/AT/mp

Prot. n. 801 – Circ. n. 226

Udine, 5 novembre 2012

Oggetto: Incontro “ESPORTARE L’ITALIA: dal Made in Italy al Brain in Italy”

Confindustria Udine in collaborazione con IC&Partners Group promuovono l'incontro “ESPORTARE L’ITALIA: dal Made in Italy al Brain in Italy” nel cui ambito verrà presentato il libro di Antonio Belloni, “Esportare l'Italia. Virtù o necessità?”.

L'occasione sarà utile per un confronto con gli imprenditori associati interessati, per analizzare i punti di forza e di debolezza del Sistema Italia nelle varie fasi di internazionalizzazione delle aziende italiane, e per cogliere spunti di riflessione proattiva per meglio porsi sui mercati internazionali, unica strada di rilancio dell'industria italiana.

L'appuntamento si terrà il prossimo

mercoledì 21 novembre a partire dalle ore 17.00 presso Palazzo Torriani.

L'evento vedrà la partecipazione dell'autore, Antonio Belloni, introdotto dal dr. Roberto Corciulo, Presidente di IC&Partners Group, del dr. Alfonso Santilli, Responsabile direzione estero della Banca Popolare di Vicenza (sponsor dell'iniziativa), di Franco Barin ideatore del marchio d'identità brain IN italy e di Roberto Siagri presidente di Eurotech.

Qualora interessate, le aziende associate possono confermare la loro presenza entro e non oltre il prossimo lunedì 19 novembre all'Area Internazionalizzazione di Confindustria Udine (e-mail: internazionalizzazione@confindustria.ud.it; tel: 0432/276246; 0432/276274).

Con i migliori saluti.

IL DIRETTORE
- dr Ezio Lugnani -


- All

A TUTTE LE AZIENDE ASSOCIATE

Loro Sedi

CONFINDUSTRIA UDINE
33100 UDINE - Largo Carlo Melzi 2
Cod.Fisc. 80001910308
Telefono 0432.2761 - Fax 0432.509969
www.confindustria.ud.it - info@confindustria.ud.it

ESPORTARE L'ITALIA
PER DARE (ANCORA) UN FUTURO DI BENESSERE AL NOSTRO
PAESE



ANTONIO BELLONI

ESPORTARE L'ITALIA
VIRTÚ O NECESSITÀ?

Prefazione di **Marco Alfieri**

Guerini e Associati, 2012, p. 169, euro 17,50, ISBN 978-88-6250-399-

« Esportare per tenere l'Italia agganciata alla serie A del mondo. Ma farlo meglio, in modo più sistemico e organizzato di come le imprese tricolore facciano oggi. È questo il senso e il valore del saggio di Antonio Belloni, condensato in capitoli agili e puntuali che dipanano luci e ombre del nostro made in Italy. I punti di forza, la creatività, le occasioni, i primati e le potenzialità all'estero ma, insieme, l'incapacità di «cacciare in muta», come recita uno dei capitoli del saggio, l'eccessivo individualismo/frazionismo che caratterizza la presenza delle nostre imprese sui mercati internazionali e lo scarso supporto all'export e all'internazionalizzazione da parte delle istituzioni: delle volte evanescenti; troppe volte frammentate e sovrapposte. Si tratta di una sfida difficile ma da vincere: solo grazie alle imprese e all'industria si generano i maggiori guadagni di produttività; si creano posti di lavoro qualificati e meglio remunerati; si produce la maggior parte della ricerca e si fornisce, al paese, il 78% delle esportazioni.

Eppure un quarto di Pil non è ancora sufficiente a far entrare l'export in qualche agenda elettorale. «L'export non basta», si dice mentre il Paese non cresce più «per linee interne» ma solo grazie ai consumi dei Paesi in corsa. L'export non è certo la soluzione di tutti i mali: «non dobbiamo imitare la Germania», si dice mentre ovunque vengono potenziate le iniziative e i soggetti statali – forti e ben oliati – che lo sostengono.

L'export è solo il breve ghigno di piacere del «culto feticista» per la nostra manifattura, si dice ancora, mentre le imprese che resistono, che corrono di più, sono quelle che esportano prodotti intrisi di terziario e imbevuti di concetto, forti per creatività, innovazione, qualità e brand.

Allora, **se si respira un po' di ossigeno solo grazie all'export**, vale la pena guardare dentro alle piccole e medie imprese per conoscere chi lo spinge, chi ne fa un orgoglio e con quali atout, rischi, difficoltà, e con quali forze, come gli export manager – nuovi pionieri in un mercato globale consuetamente instabile. **Perché esportare in un mondo ormai piatto, non è più solo una virtù ma una consuetudine ed esportare da un Paese fermo, non è più solo un'opportunità, ma una concreta necessità.»**

ANTONIO BELLONI è laureato in Scienze internazionali a Milano e da oltre dieci anni si occupa di export, dentro e fuori le Pmi, tra capannoni e ricerca.