

GLOBALIZZAZIONE. Il messaggio del meeting del network di professionisti Jpa International

Aziende e mercati esteri

«Si vince solo in sinergia»

Righini: «Necessario fare squadra scambiando strumenti e strategie se vogliamo davvero che le nostre imprese si sviluppino all'estero»

Francesca Saglimbeni

Mentre i tempi spingono verso una globalizzazione più accentuata, i professionisti veronesi si schierano a fianco delle imprese con un'azione di rete. Questo l'impegno rinnovato al meeting internazionale di Jpa International (network di oltre 150 studi tax&legal, presenti in 56 Paesi del mondo) tenutosi al Museo degli affreschi di Verona, che ha visto giungere in riva all'Adige una sessantina di dottori commercialisti, giuristi, advisor, partner del grande network mediante sedi operative in altrettanti paesi Ue ed extra europei.

SCAMBIO E CONDIVISIONE. Fare squadra nell'internazionalizzazione d'impresa significa «scambiarsi strumenti e strategie a vantaggio delle aziende clienti che intendono approdare su nuovi mercati, nonché condividere tutta una serie di principi etici e competenze specialistiche», ha detto Alberto Righini, nome partner dell'omonimo

studio veronese cofondatore (nel 1899) di Jpa, e organizzatore della convention insieme a Finest, rappresentata dal responsabile business development Alessandro Morelli, e Sace. «Un obiettivo facilitato proprio dalla struttura del network (nella top 20 delle reti professionali mondiali), il quale consente a ciascun partner di confrontarsi con manager e professionisti attivi dall'altra parte del mondo, esperti delle normative e della cultura d'impresa locale». Presupposti essenziali «se vogliamo davvero far sviluppare le nostre imprese all'estero», che tra i vari servizi «possono inoltre usufruire del temporary manager, figura deputata a seguirle nella fase di avviamento».

VENETO, MARCIA IN PIÙ. Nell'export e internazionalizzazione «le imprese venete mostrano di avere una marcia in più», ha spiegato Andrea Di Nicolantonio, responsabile su Verona e Trentino Alto Adige di Sace (Polo italiano per l'export e l'internazionalizzazione del Gruppo



Manni, Morelli, Di Nicolantonio e Righini al meeting Jpa

CDP), confermando «la vicinanza alle eccellenze produttive di questa regione che, solo lo scorso anno, ci ha permesso di supportare piani di sviluppo nei mercati esteri di oltre 2.600 imprese, mobilitando risorse per 650 milioni di euro».

MANNI GROUP. Una vocazione attestata anche da aziende di casa nostra quali Manni Group, partita nel 2006 sul mercato spagnolo, per poi agganciare Romania, Germania, Russia (operazione supportata da Sace) e più di recente Messico. «La nostra spinta all'internazionalizzazione», ha testimoniato il presidente Francesco Manni, «è nata ancora prima della crisi, in quanto il mercato interno non era in grado di

offerirci gli spazi di crescita ai quali aspiravamo. I risultati ci hanno poi incoraggiato a guardare a geografie sempre più lontane, quali il Messico, trampolino di lancio per il mercato sud americano e per quello statunitense». Anche per una realtà così strutturata non sono però mancate le criticità, come quelle riscontrate nel paese russo, dove «l'alto gradimento del nostro prodotto e servizio è in parte penalizzato sia dalle sanzioni Usa sia dall'indebolimento del rapporto di cambio euro-rublo».

Attraverso le 5 unità operative estere, cui si sommano diverse società commerciali, Manni Group produce quasi il 50% del fatturato globale. •