

LE AZIENDE ITALIANE SONO SEMPRE PIÙ ORIENTATE AI MERCATI INTERNAZIONALI, MA IN QUESTO SCENARIO È FONDAMENTALE PROTEGGERE LE PROPRIE INNOVAZIONI

Fattori di speranza per la **crescita** economica

Per le imprese vicentine, e in generale per quelle italiane, il momento economico attuale si presenta con diverse incognite che riguardano la possibilità reali di sviluppo per l'anno appena iniziato.

È bene tener presente che, come recentemente ha ricordato il sociologo Giuseppe De Rita, la fiducia delle persone nel futuro è una componente molto importante dello sviluppo economico. Se c'è fiducia nel futuro, l'economia si muove positivamente, altrimenti arriva la stagnazione o la recessione.

È importante quindi che le aziende possano avere attenzione e assistenza dai vari organismi che ruotano intorno a loro, come le associazioni di categoria, i servizi finanziari e gli altri servizi di natura più diversa.

In altre parole, se è tipico degli imprenditori rischiare e quindi investire risorse per immettere nel mercato nuovi prodotti, raggiungendo e aggiungendo nuovi mercati, questi dovranno muoversi in uno scenario che supporta, per quanto di competenza, le scelte aziendali.

Il Veneto, e la provincia di Vi-

cenza in particolare, nel 2018 ha registrato il record di esportazioni. Conquistare sempre nuovi mercati sembra la scelta della maggior parte dei nostri imprenditori e il fatto che le aziende siano per la maggior parte delle PMI sembra costituire un vantaggio anziché un handicap.

In questo scenario, dove si richiedono continuamente nuovi prodotti, una buona organizzazione aziendale diventa fondamentale. Ma ancora prima, l'azienda che crea nuovi prodotti per andare incontro alle esi-



L'ing. Ercole Bonini

genze del mercato è obbligata a verificare a monte se l'innovazione che sta per attuare sia una vera innovazione e se ci siano ostacoli per la diffusione del proprio prodotto in alcuni mercati.

Se la verifica è positiva, allora diventa indispensabile proteggere l'innovazione realizzata con grande dispendio di risorse, con uno o più brevetti che siano efficaci nei Paesi dove si esporta o verso potenziali mercati obiettivo.

Lo Studio Bonini da sempre ha avuto una speciale attenzio-

ne ai due fattori strategici per l'impresa di successo: che l'innovazione che si propone sia un'innovazione effettiva e che non ci siano possibili conflitti con brevetti precedenti, ma ancora efficaci in qualche Paese dove l'azienda potrebbe esportare. Una verifica scrupolosa che viene fatta a monte, ovvero prima che l'azienda cominci la progettazione vera e propria e la prototipazione, è fonte di risparmio di tempo e di denaro ed evita scontri futuri con altri concorrenti. E questa verifica può essere fatta dal nostro Stu-

dio consultando le banche dati dei brevetti a livello mondiale.

L'azienda è quindi messa nelle condizioni di non "sbagliare innovazione" e di partire senza ritardo con il piede giusto!

La "vera innovazione", l'assistenza per l'espansione nei mercati esteri che le associazioni di categoria hanno sempre dato e continuano a dare sono i fattori che fanno la differenza. E dai risultati dell'export veneto e vicentino, è evidente che i nostri imprenditori conoscono bene queste regole d'oro.

(ing. Ercole Bonini)