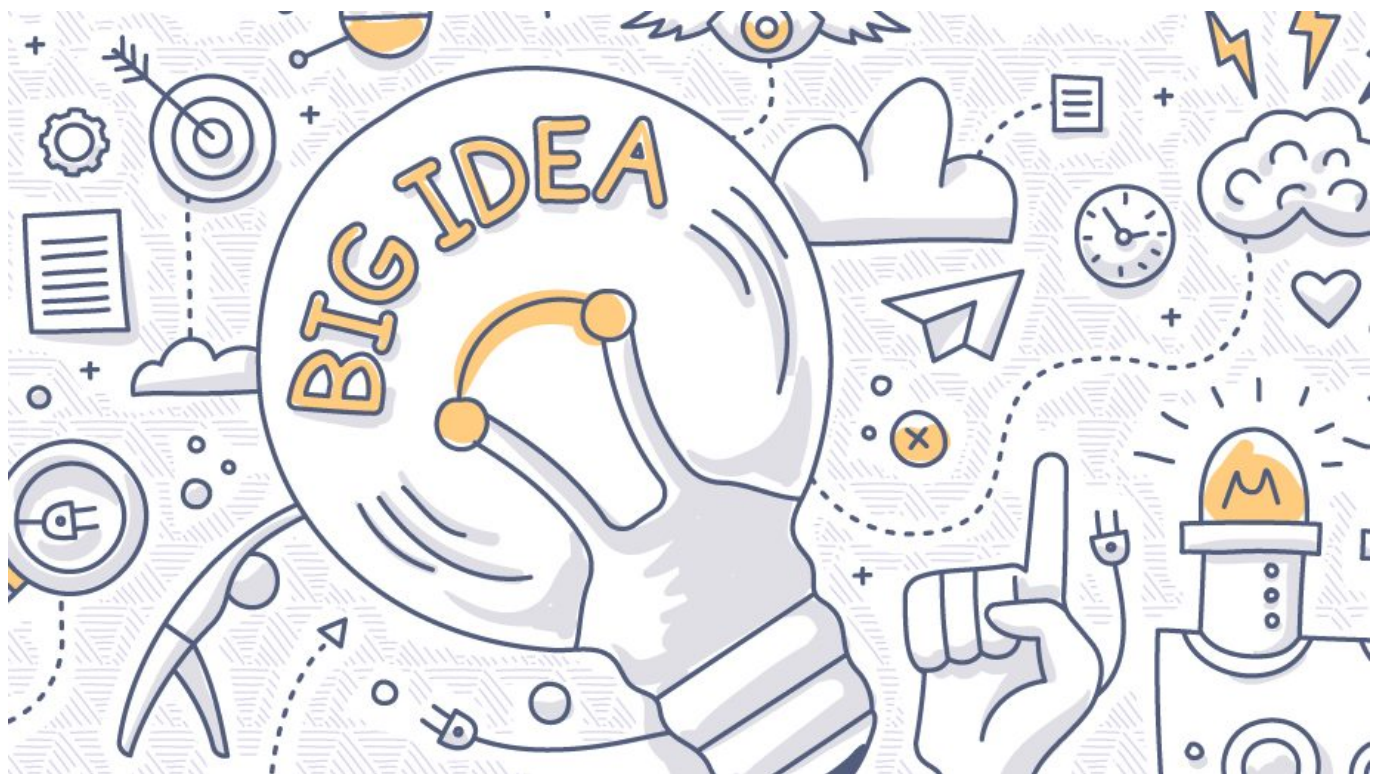


## Un piano B contro stagnazione e recessione

di Redazione VeneziaPost

20-01-2019



Lo scenario economico che si prospetta per l'anno appena iniziato, non è uno dei più rosei. Gli economisti prevedono stagnazione, se non una crescita negativa del PIL. E questa incertezza non può che influenzare anche gli operatori economici e, di conseguenza, gli imprenditori.

Ma i dati relativi al 2018 sono tutt'altro che negativi e ciò significa che le aziende del nostro territorio hanno lavorato bene e che i nostri imprenditori non si sono persi d'animo.

La realtà delle imprese italiane e del Nord Est in particolare, è costituita da piccole e medie aziende, per lo più piccole. La maggior parte di queste ha chiuso il 2018 con un risultato sostanzialmente positivo, se non in crescita. E la maggior parte delle PMI nel 2018 sono cresciute di più del PIL che ci vede ultimi in Europa.

Quale il segreto del 2018 e quale la medicina per il 2019?

Personalmente, ritengo che la medicina sia "l'innovazione continua" che contraddistingue le PMI, che hanno avuto risultati più che buoni perché i loro prodotti sono a elevato tasso di innovazione e riescono a penetrare nei mercati mondiali. E buoni risultati continueranno ad averne se continuano ad usare la leva "innovazione" che dovrà essere una innovazione "vera" per non fallire, anzi per aumentare il gradimento dei mercati.

Ma come si fa a fare “vera innovazione”, ovvero a mettere sul mercato un prodotto che, oltre che soddisfare le esigenze del cliente finale, non trovi prodotti concorrenti con caratteristiche sostanzialmente uguali? Ciò è possibile se l’azienda effettua un monitoraggio continuo sui prodotti che la concorrenza, diretta o potenziale, presenta nel mercato mondiale.

La sorveglianza costante sui brevetti pubblicati nelle banche dati specialistiche è un’arma senza pari per conoscere, fin nei minimi particolari i nuovi prodotti che entrano nel mercato: leggere i brevetti significa poter vedere, nella maggior parte dei casi, i disegni del prodotto e quindi è molto facile capire cosa è già stato fatto (e non sarà più una novità) e cosa altro invece si può fare. Per l’azienda che monitora così il mercato, anche attraverso il proprio consulente in brevetti, significa non sprecare tempo e denaro in progettazione e prototipi per una presunta innovazione che poi non sarà tale, perché anticipata dalla concorrenza.

È così che si conquistano mercati in Paesi lontani, come ci indica anche il Vice Presidente di Confindustria Vicenza Sig. Pedon: diversificare e raggiungere i Paesi asiatici e quelli dell’America Latina come il Brasile!

Il Sig. Pedon ha da tempo fatto propria questa indicazione e così hanno agito gli imprenditori vicentini, primi del Veneto nell’export sia nel 2017, sia nel 2018, seguiti da Treviso e da Verona.

Guardando il mondo senza confini si riesce ad andare senza paura nei mercati più lontani e anche a superare quella che viene ipotizzata come una configurazione negativa della nostra economia.