

Promest

www.promest.it

*Intervista all'ing. Franco Garbini, Presidente di Promest
a cura di Infomest*



Può presentare brevemente Promest e descrivere qual è la vostra mission?

Il Consorzio Promest è un consorzio no-profit per la promozione dell'export fondato nel 1991 a Milano la cui mission è la promozione dell'internazionalizzazione delle imprese multisettoriali associate attraverso attività di assistenza e consulenza indirizzate alla ricerca e allo sviluppo di accordi e scambi economici, commerciali e culturali con gli operatori esteri.

A quindici anni dalla nascita, durante i quali ha sviluppato una presenza estesa e bene articolata sui territori esteri, dove ha insediato referenti e filiali in più di 30 Paesi, ha acquisito una conoscenza reale dei vari mercati e ha stabilito una fitta rete di relazioni con le Istituzioni estere pubbliche e private, che gli sono valse incarichi attualmente in pieno svolgimento per la formazione pubblica specialistica e per lo sviluppo, l'organizzazione e la gestione di aree, duster e comparti, oggi il Consorzio Promest può affermare che ciò che lo distingue da altre organizzazioni è il carattere progettuale con cui esercita la propria attività di promozione sin dai tempi della sua costituzione.

Un modo di operare che l'ha fatto conoscere ed apprezzare dalle Istituzioni europee ed extraeuropee, con le quali ha saputo intrecciare rapporti privilegiati che gli consentono di facilitare i consorziati nelle aperture verso i mercati in rapida espansione, che altrimenti sarebbero preclusi e dove, invece, arrivano per primi.

E' la progettualità finalizzata a incidere concretamente a livello promozionale sull'andamento delle imprese consorziate che ha guidato Promest nella creazione dei Centri servizi all'estero: non più e non solo filiali operative per i propri collaboratori, ma uffici dotati di tutti i mezzi informatici e attrezzati con show-room per l'esposizione e la promozione di merci e servizi, ai quali gli operatori esteri possono rivolgersi per la consulenza, la formazione e l'innovazione sia tecnologica che organizzativa. Si tratta di rapporti che consentono a Promest di introdurre la conoscenza dei consorziati per favorirli nel processo di internazionalizzazione, ossia nelle relazioni economiche e commerciali, negli accordi e negli scambi, proprio come sta facendo in occasione del progetto foresight territoriale e tecnologico che sta svolgendo per conto della Regione siberiana di Irkutsk, con la quale le relazioni intese a favorire la cooperazione e lo sviluppo risalgono agli anni '90 e hanno già fruttato a Promest un mandato di rappresentanza per l'Italia "per la promozione della collaborazione industriale, commerciale, turistica e culturale", grazie al quale ha potuto promuovere le attività degli associati dei comparti coinvolti.

Anche il foresight, quindi, progetto tanto complesso quanto innovativo, ma anche concetto fondamentalmente "culturale" che il nostro tempo sempre più sta richiedendo, assume il significato strategico di "lasciapassare" per l'internazionalizzazione delle imprese associate, tanto più che vede coinvolti in maniera partecipativa tutti i soggetti territoriali: dai vari livelli di governance a tutti i soggetti del territorio di riferimento, vale a dire i cittadini, le imprese, le istituzioni economiche-finanziarie etc. Inoltre, il Consorzio Promest partecipa attivamente all'attività del Centro studi strategici per la promozione e la tutela del made in Italy "DOMUS del MADE IN ITALY" e fa parte del Comitato tecnico degli esperti che ha lo scopo di orientare e indirizzare le iniziative del Centro studi, a cui partecipano autorevoli esponenti del Sistema Italia di comprovata esperienza in ogni settore: esperti del mondo dell'università e della ricerca, economisti, docenti di attività formative, imprenditori, giornalisti etc.

Quali sono le richieste delle imprese consorziate che sono interessate ad operare nella Federazione Russa e che servizi offrite loro?

Il mercato russo, che seguiamo molto da vicino sin dal 1983, è in rapida espansione e pur essendo un mercato già parecchio "frequentato" presenta ancora oggi regioni poco esplorate o finora trascurate, come la Siberia, Irkutsk, la Karelia ed è lì che bisogna andare.



Le richieste delle nostre imprese sono naturalmente di vendere e soprattutto di fare joint venture nei settori dove abbiamo individuato ottime opportunità di cooperazione, ad es. nel settore legno ad Irkutsk e in Karelia. I servizi che offriamo, come ho già accennato, sono sia di progetto che di assistenza tecnica e operativa.

Che progetti state realizzando o intende realizzare per promuovere l'internazionalizzazione delle imprese, in particolare verso la Federazione Russa?

I principali progetti che stiamo curando sono nel settore educational e assistenza tecnica perché è in questo modo, svolgendo attività di consulenza ed assistenza per i governi regionali, che possiamo aprire ai nostri consorziati mercati altrimenti preclusi. Mercati di cui invece abbiamo conquistato la fiducia e dai quali, sia noi che le nostre aziende, siamo ritenuti affidabili.

In questo senso quali sono, secondo lei, i punti di forza della Federazione Russa?

Il mercato russo è in forte espansione, forse eccessiva, e di per sé questo rappresenta una certezza, tanto più se lo consideriamo una via che semplifica l'ingresso verso Paesi di grande interesse come Mongolia, Cina, Corea, India ecc., vale a dire che rende più facile espandere la nostra italianità fatta sì di prodotti made in Italy ma soprattutto di stile, creatività e genio, intesi a livello di design, mobili, macchine tecnologicamente avanzate ecc.

Ed i punti deboli?

La Federazione Russa, seppure in forte crescita economica, risente ancora della diffidenza da parte dell'Occidente per la sua passata appartenenza al regime sovietico. Per vincere questa diffidenza bisogna sempre prima dimostrarsi affidabili. Inoltre, la mancanza di una "vera" presenza di banche rende difficile operare.

Quali ritiene siano le prospettive a medio termine della cooperazione economica e commerciale tra Italia e Federazione Russa?



Prospettive ottime purché si operi a breve - medio termine per conquistare il mercato in maniera duratura, sottraendolo agli orientali in un momento in cui i Paesi europei (Germania, Austria, nord Europa ecc.) non sono più ben visti.

Intervista realizzata da Informest a febbraio 2007

