

Dal produrre e vendere **per** al produrre e vendere **con**

I Paesi in crescita non vogliono più dipendere dall' importazione di tecnologie dall' estero, e dicono: chi non condivide il processo di localizzazione non avrà più vantaggi qui.

Tedeschi, cinesi, francesi e giapponesi sono stati i primi a capirlo, con grande pragmatismo: arrivano e si organizzano, piuttosto che perdere quote di mercato portano competenze e tecnologie, affidando al partner del Paese il contributo industriale, commerciale, finanziario. È lui l' elemento di valore aggiunto.

Non vinci una trattativa, dicendo solo "faccio il prezzo più basso" , ma con un' offerta nel miglior interesse occupazionale, in termini di investimenti che ci si impegna a fare con produttori locali, dando al cliente la garanzia di acquistare macchinari e prodotti locali.

Per questo non basta più la vecchia ideologia "vendo ed esporto" , ma servono analisi approfondite del mercato di sbocco nelle varie regioni, dei piani di investimento delle aziende, le loro priorità. Per le imprese la migliore soluzione è crescere insieme con le controparti dei Paesi d'interesse.

Si deve quindi passare dal produrre e vendere per al produrre e vendere con.

Facciamo bene attenzione quando si parla di produrre si intende con le migliori e innovative tecnologie presenti sul mercato.

Questo comporta alcuni effetti collaterali:

-necessità di imparare ad insegnare, attraverso l'insegnamento si costruiscono rapporti strategici con i nostri partner esteri;

- necessità di lavorare in rete ossia di concepire l'azienda come un sistema policentrico con un nucleo centrale di alte competenze di ricerca e sviluppo e dei poli decentrati di produzione e commercializzazione nei mercati d'interesse;
- necessità di grandi doti di coordinamento e di gestire per gli altri, con gli altri e attraverso gli altri
- possibilità di una politica fiscale e finanziaria situazionale e flessibile idonea a recepire le opportunità offerte dai vari mercati;
- possibilità di potere usufruire di competenze in un bacino ampio;
- possibilità di unire importanti competenze e flessibilità con costi ;

Questi effetti rappresentano comunque una crescita per chi coglie la necessità, se si vuole continuare ad avere un ruolo, di passare da semplici venditori a partner.