

SETTIMANA EUROPEA PMI

Il prodotto emotivo

Spostare la forza di un brand dalla "battaglia dei costi" alla qualità delle componenti emotive può essere una soluzione per essere più competitivi sui mercati internazionali. È stato uno dei suggerimenti portati alle aziende dal professor **Angelo Di Gregorio**, Direttore del Dipartimento di Scienze Economico-Aziendali dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca e Professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese, relatore all'odierno appuntamento organizzato dalla Camera di commercio di Udine nell'ambito della Settimana europea delle Pmi, incontro organizzato in collaborazione con lo sportello Enterprise Europe Network e con lo Studio GIp. «Abbiamo voluto questo appuntamento - ha spiegato il presidente della Cciao **Giovanni Da Pozzo**

- perché il nostro Ente sta puntando moltissimo sull'internazionalizzazione: vogliamo stare al fianco delle imprese del nostro territorio, già fortemente vocato all'export». A questo proposito, il presidente, ospite dell'evento assieme al suo vice **Marco Bruschi**, ha anche anticipato la **costituzione della Consulti per l'internazionalizzazione**, «un nuovo tavolo di lavoro sul tema, che costituiamo oggi per raccogliere tutti gli interlocutori dell'economia locale - ha detto -: dalle associazioni di categoria all'Università, da Friuli Innovazione ai distretti industriali, dalla Fiera fino agli enti collegati come il Catas, affinché possiamo coordinare gli interventi in materia di internazionalizzazione e presentarci all'estero come sistema, e come un sistema strutturato».