

Un'alleanza “in rosa” sul fronte dell'internazionalizzazione

Patrizia Minervini e Mara Laule, rispettivamente titolari di Tradport Traduzioni e Servizi per l'Export e Qui Deutschland, hanno unito le loro esperienze imprenditoriali creando il primo ufficio coworking di Bergamo, con l'obiettivo di fornire servizi di alta qualità alle piccole e medie imprese del territorio con progetti di internazionalizzazione

Due donne, due imprenditrici, due nazionalità, rispettivamente brasiliana e tedesca e un denominatore comune: la passione per il loro lavoro e per i processi di internazionalizzazione. Patrizia Minervini, titolare di Tradport Traduzioni e Servizi per l'Export e Mara Laule responsabile di Qui Deutschland hanno creato due società, con

sede a Pedrengo, in provincia di Bergamo, partendo dalla loro storia personale. Patrizia, figlia di italiani, è nata e vissuta in Brasile (quindi, bilingue portoghese/italiano dalla nascita). Dal 1995 lavora come traduttrice e interprete di portoghese, e nel 2008 ha fondato la Tradport che offre ai suoi Clienti (Aziende, Agenzie di tradu-

zione, Studi Legali ed Enti pubblici italiani e stranieri) servizi linguistici nelle principali lingue commerciali. Mara invece, nata a Berlino, si è laureata in economia internazionale in Germania e ha fondato Qui Deutschland con l'obiettivo di affiancare le imprese nella fase di internazionalizzazione soprattutto verso i mercati tedeschi. |



Patrizia Minervini, “vicini alle imprese con servizi mirati di traduzione e consulenza”

L'internazionalizzazione è sempre più un'arma in mano alle nostre aziende per restare competitive sul mercato. Dal vostro punto di vista, le imprese hanno gli strumenti sufficienti per affrontare in maniera adeguata questa fase?

Fra i nostri clienti abbiamo sia piccole che medie imprese, che si affacciano sul mercato estero con più timidezza, sia grandi società per le quali l'internazionalizzazione è già una realtà consolidata, con filiali e unità produttive all'estero. Le aziende italiane sono consapevoli del loro valore, del loro know-how e della forza del “Made in Italy” nel mondo. Da ciò deriva la grande cura che le aziende applicano alla comunicazione e trasmissione del loro messaggio ai clienti e contatti in tutto il mondo. In questa prospettiva, le grandi aziende sono generalmente strutturate con uffici esteri funzionali, con risorse significative e collaboratori in grado di comunicare perfettamente in alcune delle più diffuse lingue europee occidentali. Però difficilmente un'azienda dispone al suo interno di traduttori per lingue meno comuni quali il finlandese, lo svedese, il portoghese, l'arabo, il russo... Va da sé che poter contare su un fornitore esterno di servizi linguistici e di comunicazione con anni di esperienza e professionisti già selezionati e collaudati, è sicuramente una garanzia di risparmio e di miglior qualità.

Quali sono i servizi che le aziende maggiormente vi chiedono? E quali i settori che più si rivolgono a voi?

Circa il 70% del fatturato della Tradport riguarda i servizi di traduzione dall'italiano verso le altre lingue: dalla corrispondenza commerciale ai siti internet, passando per la manualistica tecnica. Il rimanente 30% lo suddividiamo fra servizi di interpretariato, assistenza fieristica e congressuale, consulenza in materia di Marketing Internazionale, e da maggio di quest'anno, anche corsi di lingue in azienda o presso la nostra sede. Per quanto riguarda i settori di provenienza, i nostri clienti sono piuttosto eterogenei: dal settore tessile a quello automobilistico, dalla meccanica all'agroalimentare, dall'edilizia alle case di moda. Direi che non abbiamo un settore prevalente, la richiesta è piuttosto varia.

Lei ha iniziato la sua carriera dal portoghese....oggi quali sono le lingue “più gettonate”?

Lavoro come interprete e traduttrice di portoghese dal 1995. Il Portoghese è e sarà sempre il “core business” della Tradport. In questo momento storico, in cui il Brasile è un paese in forte crescita economica (nel primo trimestre del 2010 ha registrato un aumento del PIL dell'8,9%), molte aziende colgono l'opportunità per avvicinarsi a questo mercato in franca espansione. In partnership con la “International Marketing Consulting”, offriamo consulenza mirata alle aziende interessate al mercato brasiliano, dando naturalmente tutto il supporto linguistico e comunicativo. Inoltre, in quindici anni di carriera, ho avuto l'opportunità di conoscere numerosi colleghi, traduttori e interpreti di varie nazionalità fra i più qualificati e competenti e che oggi fanno parte del nostro team di collaboratori. Dal momento che le normative CEE richiedono la traduzione della documentazione relativa al prodotto esportato nella lingua del paese di destinazione, e che le aziende italiane esportano in tutto il mondo, la richiesta è molto differenziata.

Cosa vi differenzia dalle altre società di traduzione e cosa rende un servizio di traduzione efficiente?

Credo ci sia un aspetto in particolare che giochi a nostro favore: il fatto che la titolare della società sia anch'essa traduttrice e interprete in prima



PATRIZIA MINERVINI, TITOLARE DI TRADPORT TRADUZIONI E SERVIZI PER L'EXPORT

persona. Sembra un fatto poco rilevante, ma in realtà la conoscenza approfondita del lavoro dei traduttori, dei requisiti per un servizio di qualità e delle tempistiche per svolgere un incarico nel modo più ottimale ci consentono un miglior rapporto con i clienti, e una maggior collaborazione fra i colleghi e fornitori. La miglior traduzione di un testo, è quella che non sembra una traduzione. Il testo finale deve poter essere considerato come scritto direttamente da un madrelingua. Per questo noi lavoriamo solo con professionisti che traducono esclusivamente verso la loro lingua madre, garantendo così un testo di ineccepibile qualità.

Cosa porta due donne imprenditrici, di due nazionalità così diverse, ad unire le proprie esperienze e condividere l'ambiente lavorativo?

Nonostante le apparenti differenze abbiamo molto in comune: uno spiccato senso dell'imprenditorialità, desiderio di crescita e condivisione professionale e un dinamismo fuori dal comune, che ci portano a complementare e condividere vari aspetti del lavoro e della vita privata. Siamo entrambe giovani imprenditrici e mamme, e l'idea di poter lavorare insieme, ci è subito piaciuta. Da qui l'iniziativa di prendere un ufficio molto ampio ed aprire il primo ufficio coworking di Bergamo. Dividiamo così spazi, costi, idee, progetti, e pause caffè!

Direi, per fare una battuta in riferimento all'anno dei mondiali, che in questo caso, Brasile e Germania non è una competizione, o un “duello”, ma bensì un'alleanza strategica che funziona! |



Mara Laule, “servizi di alta qualità per l'internazionalizzazione delle Pmi del nostro territorio”

In un contesto di crisi/fine crisi come si stanno muovendo le aziende sul fronte dell'internazionalizzazione?

Il superamento della crisi economica è stato determinato più dalla crescita dei mercati esteri che dalla domanda interna. In particolare, in Italia, l'incertezza politica non fa prevedere nel medio periodo l'attivazione di leve che portino all'aumento dei consumi interni. In questo contesto l'unica via per le aziende che non vogliono perdere il treno della ripresa è quello di internazionalizzarsi e di rivolgersi ad un mercato come quello tedesco, vera locomotiva d'Europa.

L'esperienza maturata sul mercato estero quale valore aggiunto può portare in un'impresa?

Un'azienda che si muova sui mercati esteri, acquisisce la capacità di anticipare i cambiamenti del mercato, controbilancia le crisi regionali, riesce a diversificare le fonti finanziarie, è dinamica anche nel proprio territorio mostrando una propensione all'innovazione: non a caso le PMI nel nord-est, fortemente orientate ai mercati esteri, hanno mostrato una forte vivacità e sono state le prime ad uscire dalla crisi finanziaria.

Ovviamente l'affacciarsi su nuovi mercati non è privo di rischi e richiede determinazione; in questo contesto Qui Deutschland può offrire il supporto per le PMI che vogliono guardare al mercato tedesco come terra di conquista.

Quali sono le principali esigenze delle imprese e i servizi più richiesti per l'internazionalizzazione?

È difficile riassumere tutte le richieste che provengono dalle aziende: queste dipendono dalla dimensione dell'azienda, dal mercato su cui operano, da quanto tempo si sono internazionalizzate. Tutte hanno però l'esigenza di accrescere la credibilità e di muoversi al pari dei loro concorrenti esteri. Per questo, le aziende richiedono supporto per il corretto posizionamento sul mercato da aggredire e l'analisi della concorrenza e dei potenziali clienti. Molte aziende, inoltre, chiedono di essere rappresentate da un interlocutore nativo del paese, con un'esperienza nell'area geografica di riferimento e che possa superare le

barriere culturali. L'utilizzo di personale madrelingua è essenziale ed è per questo che Qui Deutschland si affida a partner nativi dei paesi in cui l'azienda si vuole espandere.

esportatore mondiale di manifattura di qualità; il che porta la Germania alla costante ricerca di componentistica, macchinari, prodotti ad alta specializzazione che la supportino nella sfida mondiale.



Un'azienda che si muova sui mercati esteri, acquisisce la capacità di anticipare i cambiamenti del mercato, controbilancia le crisi regionali, riesce a diversificare le fonti finanziarie, è dinamica anche nel proprio territorio mostrando una propensione all'innovazione

Ad oggi quali sono i mercati che offrono maggiori e concrete possibilità?

La recente crisi economica ha spostato il baricentro dell'economia mondiale: la Cina è diventata il centro globale della produzione, l'India è divenuta il fornitore globale di servizi e il Brasile rappresenta un mercato in forte ascesa. Quali quindi gli sbocchi per una PMI italiana? Se la capacità di investimento è elevata, tali mercati rappresentano la soluzione, in caso contrario, buone opportunità possono essere trovate anche in Europa e più precisamente in Germania. Non è un caso che questo paese continui ad essere il primo

Che supporto può dare una società di internazionalizzazione come la vostra?

Qui Deutschland è nata per fornire un servizio di alta qualità alle PMI del nostro territorio. In particolare dai nostri studi è emerso che le aziende hanno una buona propensione all'internazionalizzazione, ma non hanno la capacità finanziaria di acquisire sul mercato personale qualificato. Questa difficoltà nasce dal fatto che, dato il volume di business, l'assunzione di un export manager esperto, non è redditizia; il che porta le PMI ad assumere personale che abbia soltanto conoscenza della lingua ma senza esperienza sul mercato.

La soluzione proposta da Qui Deutschland aiuta le aziende a gestire esigenze specifiche con export manager madrelingua e con esperienza diretta sul mercato. I servizi variano dall'accompagnamento a fiere di settore al posizionamento sul mercato, dalla gestione della visita di clienti alla gestione del portafoglio estero inclusa la ricerca di nuova clientela. Un'offerta che l'azienda può modellare a seconda delle proprie specifiche esigenze. |



WWW.QUI-DEUTSCHLAND.COM

P