



ANSA

SUBFORNITURA: FVG; PASCOLO, MIGLIORARE SERVIZI (ANSA) - PORDENONE, 7 GIU - Migliorare e potenziare ulteriormente l'efficacia dei servizi che la Camera di Commercio di Pordenone garantisce alle imprese della subfornitura regionale:

questo l'obiettivo primario che il Centro regionale della Subfornitura, organismo istituito come Azienda speciale della Camera di commercio, ha messo in agenda per il secondo semestre dell' anno.

«Le progressioni del mercato di riferimento - spiega Silvano Pascolo, vice presidente della Camera di commercio - unitamente alla propensione sempre più marcata delle imprese regionali a internazionalizzare, hanno serrato i tempi per una ulteriore ottimizzazione dei servizi che il Centro, già oggi, puntualmente e con professionalità, garantisce anche grazie al prezioso supporto di Promecon».

(SEGUE).

COM-GRT/SM



ANSA

SUBFORNITURA: FVG; PASCOLO, MIGLIORARE SERVIZI (2) (ANSA) - PORDENONE, 7 GIU - Questa presa d'atto parte da basi solide: basti pensare infatti che la sola banca dati del Centro, di cui Pascolo è Presidente, può contare su 753 imprese registrate, per oltre 20 mila addetti. «L'universo di settore è in realtà più ampio - ha proseguito l'esponente della Cciao - circa duemila aziende, anche se parte delle imprese che lo compongono, vuoi per dimensioni, vuoi per propensione a rivolgersi a committenti locali, non si è ancora rivolta al Centro. Credo dunque che uno dei nuovi traguardi sarà anche quello di riuscire ad attirare nuovi soggetti».

Il Centro Regionale della Subfornitura, ha ricordato ancora Pascolo, «rappresenta un unicum nel panorama degli organismi camerali italiani, trattandosi del solo facente parte del sistema avente la finalità istituzionale di sostenere e promuovere le attività dell'industria subfornitrice di un'intera regione». Il gruppo di lavoro chiamato a questa ulteriore, entusiasmante sfida, si adopererà per lo più nei confronti dell'internazionalizzazione, ma resterà solido punto di riferimento anche per il monitoraggio del mercato di riferimento, la formulazione di proposte finalizzate al suo sviluppo, la diversificazione degli sbocchi in termini settoriali come geografici e la messa in opera di attività promozionali. (ANSA).

COM-GRT/SM
