

rivolgersi direttamente ai consulenti che saranno indicati loro.

Per avere informazioni più dettagliate sui "nuovi" mercati, sarà necessaria un'analisi approfondita dell'azienda (o del progetto imprenditoriale) da parte dei consulenti, attraverso la quale vagliare la possibilità concreta di riorientare la produzione o parte della produzione, nonché i costi che tale operazione potrebbe comportare.

Il costo della consulenza potrebbe essere sostenuto in parte direttamente dall'imprenditore, e in parte con fondi pubblici (ad esempio attraverso i finanziamenti che a questo scopo possono essere ottenuti dalla Unione Europea nell'ambito dell'ob.2).

Per il finanziamento dello studio di mercato che precede tutte le altre operazioni, si può pensare al coinvolgimento ad esempio dell'Amministrazione Provinciale di Torino, delle Associazioni di Categoria e della Camera di Commercio.

Per la gestione dell'iniziativa bisogna pensare alla costituzione di un tavolo di lavoro che coordini le iniziative, composto dai rappresentanti delle associazioni di categoria, delle Camere di Commercio e l'Amministrazione Provinciale; il carico gestionale ed organizzativo del coordinamento potrebbe essere assunto o dall'Amministrazione Provinciale o dalla Camera di Commercio.

L'obiettivo da raggiungere con una operazione come quella sopra descritta non è quello di coinvolgere direttamente il numero più alto possibile di imprese, bensì quello di costituire un nucleo di imprese innovative che possano innescare nel territorio quel processo imitativo che più di qualunque intervento esterno riesce a produrre lo sviluppo in aree a forte concentrazione di piccole e medie imprese.