Camera di Commercio
Piacenza

Temporary Export Manager

Unioncamere
Emilia-Romagna

Internazionalizzazione

Il processo attraverso il quale l'azienda prende coscienza che il contesto in cui opera non ha più esclusivamente dimensioni domestiche bensì sovranazionali.

Perché internazionalizzarsi

1. Saturazione e basso potenziale di crescita del mercato domestico
2. Concorrenti esteri minacciano la quota di mercato nazionale
3. Precedere i concorrenti su nuovi mercati
4. Rispondere a concorrenti su nuovi mercati
5. Seguire i clienti sui mercati internazionali
6. Ottenere profitti incrementali
7. Diversificare la clientela
8. Aumentare la copertura territoriale per allungare il ciclo di vita dei prodotti e limitare ulteriori variazioni di gamma

Perché internazionalizzarsi

9. Accedere a risorse a costi inferiori
10. Accedere a nuove tecnologie e pratiche di *management*
11. Ridurre i cicli stagionali
12. Sfruttare i cicli economici
13. Sfruttare programmi ed aiuti governativi
14. Acquistare prestigio e migliorare l'immagine aziendale
15. Accrescere il valore dell'impresa

Export in regione

- Nel 2010 le esportazioni dell'Emilia Romagna hanno registrato un aumento in valore pari all'11,7% rispetto al 2009 anche se nel complesso la flessione rispetto al I semestre 2008 risulta pari al18,3%.
- Nel 2010 il valore delle esportazioni si è attestato sui 42,4 miliardi di euro contro i 36,4 miliardi registrati nel 2009, valore in crescita ma ancora inferiore allo stesso dato pre-crisi del 2007 pari a 46,3 miliardi. Questo significa che il valore complessivo dell'*export* da recuperare equivale a 3,9 miliardi di euro.

Fonte: *Report* Comitato per l'*export* e l'internazionalizzazione regione Emilia-Romagna-2011 ed ISTAT

Il processo



Selezione delle aziende

- Motivazione
- Maturità dell'idea
- Cantierabilità nei 6 mesi di durata del progetto

Check up aziendale

Significato e idea di internazionalizzazione

I problemi e i vincoli dell'internazionalizzazione

Le fasi del *check up*

Le ragioni per internazionalizzarsi

Punti di forza e di debolezza dell'azienda

Strategia tradizionale dell'impresa

Identificazione del **bisogno di internazionalizzazione** dell'azienda

Nuova strategia

1. La scelta del percorso di internazionalizzazione
2. Le azioni conseguenti
3. La redazione dell'*international business plan*

Progetto aziendale

- Visita di *check up* aziendale: analisi comparata degli obiettivi del progetto di internazionalizzazione e potenzialità dell'impresa.
- Stesura del piano operativo strategico: prima proposta di *project planning* da mettere in pratica.

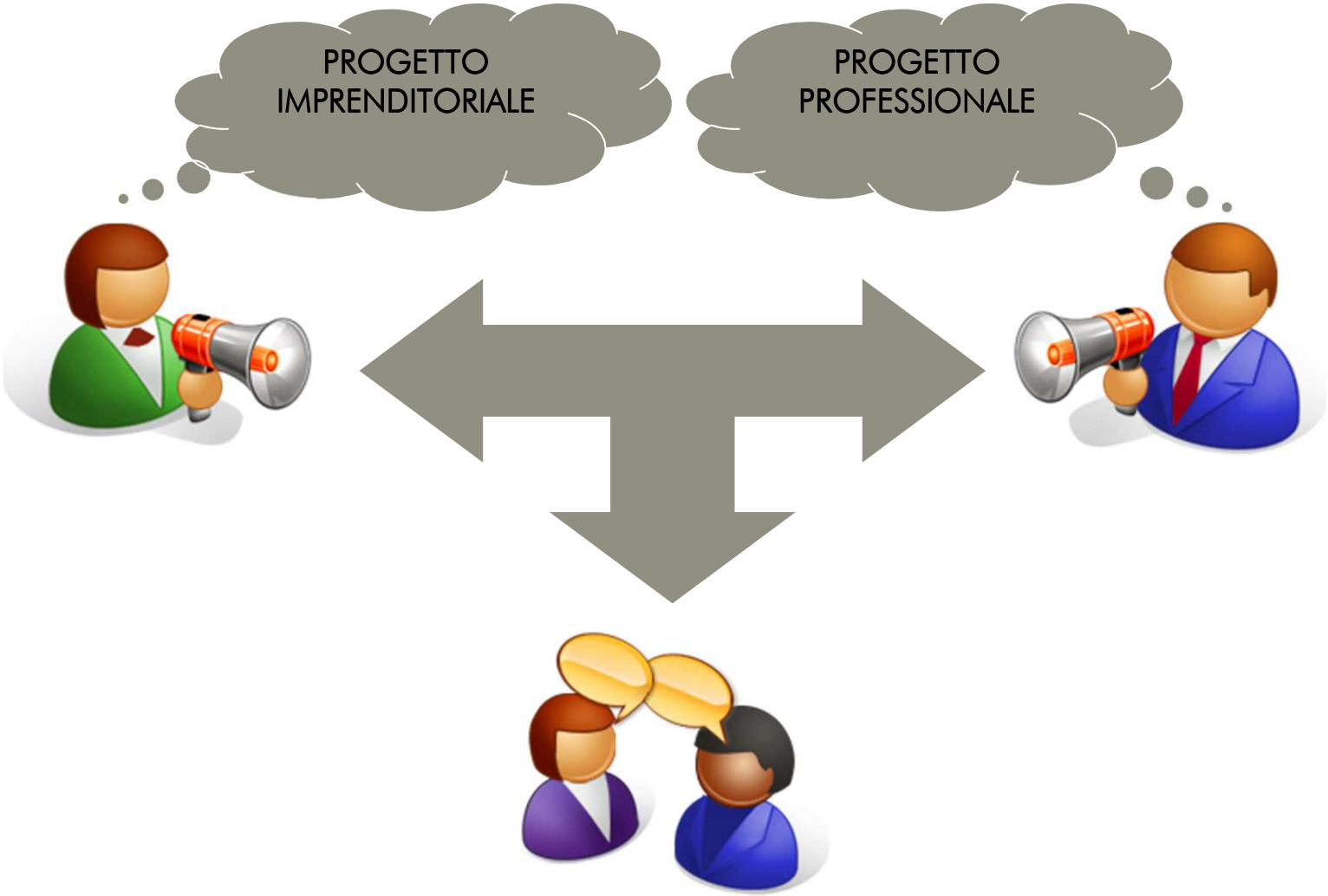
Selezione *junior manager*

- Titoli
- Competenze/esperienze
- Motivazione
- Progetto professionale individuale

Progetto professionale

- febbraio 2012
- *Workshop* di selezione / autoposizionamento delle risorse *junior*: combina la valutazione delle competenze/esperienze dei candidati con una sessione di autoposizionamento rispetto agli obiettivi del progetto *Temporary Export Manager* ed agli obiettivi di internazionalizzazione delle aziende.

Abbinamento



I vantaggi per l'impresa

- Assistenza del consulente *senior* per l'impostazione e l'operatività del piano di internazionalizzazione e l'affiancamento dello *junior manager*
- Reperibilità giornaliera
- 6 mesi *junior manager* qualificato in azienda
- Aggiornamento costante sulle opportunità disponibili (fiere, missioni, giornate paese, finanziamenti e incentivi)

I vantaggi degli junior manager

- giornate di orientamento e formazione
- tirocinio con borsa di studio
- *forum intranet* per lo scambio di informazioni / consulenze fra le risorse *junior* e fra queste ed il *senior export manager*

Tutor aziendale

- Individuazione di un referente di progetto in azienda che possa fungere da *sponsor* del progetto e da *tutor* aziendale per la risorsa *junior*

- Tesaurizzazione dell'esperienza per l'azienda che può impostare una procedura *standard* di selezione, valutazione delle risorse umane strategiche

Il circolo virtuoso

- Le imprese acquisiscono conoscenze e competenze professionali aggiornate
- Verificano la fattibilità del loro progetto in un ambiente "assistito"
- Allargano la loro rete relazionale

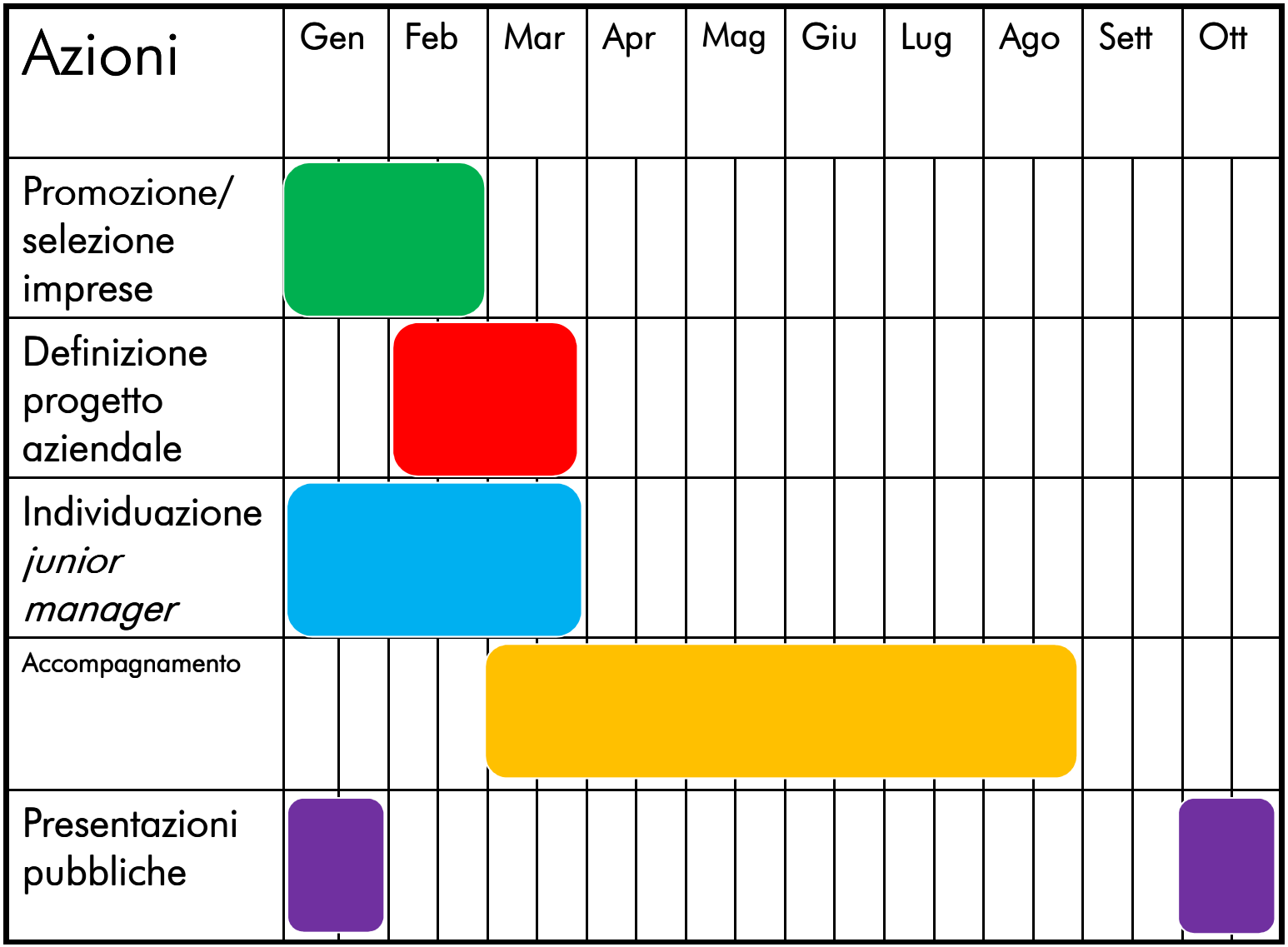
Il circolo virtuoso

- Gli *junior manager* acquisiscono esperienze professionali
- Accrescono la propria rete di relazioni
- Accedono ad una rete di professionisti *junior* e *senior* per l'aggiornamento delle loro conoscenze

Il circolo virtuoso

- Il territorio si arricchisce di una rete di imprese e professionisti in grado di affrontare in maniera strategica la sfida dell'internazionalizzazione

Tempistica


Azioni
Gen
Feb
Mar
Apr
Mag
Giu
Lug
Ago
Sett
Ott
Promozione/ selezione imprese
Definizione progetto aziendale
Individuazione *junior manager*
Accompagnamento
Presentazioni pubbliche

I risultati

- 59 aziende hanno manifestato interesse
- 19 aziende selezionate
- 75 neolaureati hanno partecipato ad una delle giornate di selezione
- 45 candidati hanno sostenuto un colloquio individuale con un'azienda
- 19 *junior export manager* selezionati

I risultati

- 3 visite aziendali per impresa
- 2 giornate di formazione per i tirocinanti
- 12 gli *junior export manager* a cui è stata fatta una proposta per proseguire l'attività in azienda dopo la conclusione del tirocinio

I dati riportati fanno riferimento esclusivamente alle province di Piacenza, Parma, Reggio-Emilia, Modena e Rimini