



NAVE IN MARE APERTO: PER UN NUOVO MODELLO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE D'IMPRESA

I PARTNER DELL'INIZIATIVA

“*Nave in Mare Aperto*” è il progetto di Fondirigenti dedicato all'internazionalizzazione d'impresa, svolto in collaborazione con Confindustria e Federmanager e realizzato da Federmanager Academy.

GLI OBIETTIVI, I TARGET E LE ATTIVITA' SVOLTE

Obiettivo principale dell'iniziativa è stato quello di fornire a manager e imprenditori, in tema di internazionalizzazione, una lettura della crisi di questo periodo, e dell'incertezza che pervade il mondo delle imprese, attraverso la metafora della navigazione, indicando alle “navi-impresa” gli strumenti per “riparare” eventuali falli o guasti e accedere con successo in nuovi Paesi esteri. Oggi, infatti, “interrompere la navigazione” può significare per un'azienda danneggiare o compromettere la continuità d'impresa, poiché non c'è tempo di fermarsi, immaginare un nuovo modello esaustivo e autoconsistente. Si è individuato per questo un nuovo modello manageriale, con contenuti e strumenti utili alla declinazione (mappatura) e allo sviluppo delle competenze manageriali per l'internazionalizzazione, in considerazione del duplice impatto che i macro-trend hanno sulle competenze storicamente associate alla funzione (come ad esempio quelle della figura dell'Export Manager) e sulle nuove (diventando sempre più un Trade Compliance Manager).

Partendo dalla metafora della nave, sono stati realizzati:

1. un'indagine desk preliminare alla messa a punto di un modello di internazionalizzazione d'impresa e a un nuovo profilo dell'Export Manager;
2. una survey on line compilata da più di 250 dirigenti e imprenditori provenienti da aziende di diversa dimensione, che si sono espressi sulle criticità delle imprese in tema di internazionalizzazione, evidenziando problematiche nuove o confermato quelle già emerse nella fase pandemica;
3. sei Laboratori in modalità webinar, sui macrotemi emersi dalla survey;
4. La creazione di un **MODELLO**, proposto come modalità di azione per aziende di diverse dimensioni e settori con il quale si potrà entrare, con successo, nei cotesti internazionali, con focus sulle competenze nuove o da aggiornare che i manager devono sviluppare;
5. un evento finale di diffusione, con la partecipazione di relatori di alto livello, durante il quale è stato presentato il Modello “*Nave in Mare Aperto*” e la predisposizione di un e-book ed altri strumenti a disposizione delle imprese.



I RISULTATI

I risultati emersi da “*Nave in mare aperto*” hanno evidenziato la necessità di sviluppare nuove competenze in tema di internazionalizzazione, e di ottenere strumenti capaci di aiutare i manager di oggi nel gestire situazioni “dirompenti” e “imprevedibili” con successo.

Dalla survey, è emerso che in azienda cresce l’attenzione alle problematiche connesse alla cybersecurity, ritenute molto o estremamente importanti, così come diventano fondamentali le azioni da intraprendere per mappare le competenze e formarle in modo da scongiurare il cosiddetto “skill mismatch”. Sempre in ottica di export, diventa prioritario investire nella reputazione intesa come forza e credibilità del brand, che in questi anni attraversati dalla twin transition – ambientale e digitale – ha stimolato una progressiva attenzione da parte del management.

Il progetto ha permesso di ottenere un quadro fortemente interconnesso di necessità e opportunità, in cui nessun elemento è prevalicato fortemente sugli altri, poiché ogni parte della “*nave impresa*” ne costituisce un’area fondamentale: un insieme di necessità/competenze che, solo operando in comune accordo e, soprattutto, con una leadership capace di guidare e coordinare il tutto, potrà far funzionare la nave e farla approdare con successo verso nuovi Paesi.

Importante, a conclusione, è stata la realizzazione e presentazione di un nuovo Modello manageriale che, anche grazie alla creazione di uno strumento denominato “Carte nautiche”, potrà guidare i manager attraverso le criticità e opportunità dei vari Paesi esteri, ed essere utilizzato per sviluppare con successo processi di internazionalizzazione.

Nello specifico, il Modello e le carte nautiche scaturite sono da considerare delle linee guida capaci di dare supporto alle aziende e ai loro leader e relative a:

- visione e strategia aziendale;
- marketing e nuove proposte di brand, con attenzione alla reputation di imprese competitive, ma anche inclusive e responsabili, a livello sociale, ambientale e finanziario;
- produzione e logistica, con focus sulle criticità delle supply chain globali che possono interrompersi per eventi pandemici, tensioni geopolitiche o altro (con un focus sui supplier cinesi e sui semiconduttori);
- area AFC (amministrazione, finanza, controllo), che andrà ripensata negli ambiti di rischio possibile ai vari livelli, di opportunità, e del possibile leverage rappresentato dall’erogazione di risorse pubbliche dedicate.

LE RISORSE ON-LINE

Per maggiori informazioni [clicca qui](#)