

Incontro Federmanager Torino del 14 aprile 2008

## Mercato e internazionalizzazione

Elio Valevano

Allarghiamo il panorama dei temi delle nostre serate e diciamo di "mercato". Lo spunto ce lo danno **Studio Serre e Errevi Consulenze**, società che sanno raggruppare professionisti esperti e di decennale esperienza nel campo delle strategie di marketing e finanza per imprese.

Si parla, dunque, di "L'altra internazionalizzazione", trattando di "Strategie di marketing e finanza per un posizionamento competitivo sul mercato globale".

Naturalmente le due società, in joint venture, ci dicono, ci illustrano, portano fatti e situazioni, teorizzano ed esemplificano e si offrono. Qualcuno, infatti, per scrupolo si prese la briga di ben precisare che l'umanità presente rappresentava solo il management dipendente e che forse il tutto era più indirizzato alle sensibilità padronali, ma qui non ci vogliamo porre il problema di *fin dove deve spingersi la nostra managerialità*.

### Internazionalizzazione come necessità

È il Dr. Ivano Serre che attira subito l'attenzione sul tema, con la storia del Cognac che ci rimanda al mondo commerciale di fine settecento.

È stato appunto Jean Fillioux che nel 1794 si pose il problema dell'esportazione del suo grande e già invecchiato prodotto. E i temi erano già la qualità, la concorrenza, la contraffazione, ma la sua attenzione e la sua voglia e necessità di mercato fecero sì che nel 1840 l'export raggiungesse il 90% della sua produzione.

L'esportazione fece infatti la fortuna dell'Impresa se poi nel '900 si arrivò al Moët Chandon e a Louis Vitton.

Il richiamo storico fa capire e permette al conferenziere di perorare la convinzione dell'opportunità del raggruppamento, pensando al superamento dei propri confini territoriali, delle iniziative minori. Sempre bella la propria icona, ma la complementarietà in questi casi rende forte un progetto. Meglio si pone una forza coesa che tanti piccoli sparsi e tanto vale anche per la nostra Lilliput delle PMI.

Ma parliamo di export e di avventure con iniziative di altra lingua, richiaman-

doci in primis al "fare sistema", allo studio di un apposito Business Plan.

È lì che devono apparire la mappa delle idee di impresa che va oltre, la scelta della bussola della linea guida, la proiezione degli strumenti di comunicazione a disposizione.

E l'elenco del da farsi corre poi veloce. Calata la sintesi del progetto sul *mercato di riferimento*, si procede all'attenzione del *fatto ambientale, politico ed economico* (parliamo pure di cultura da rispettare e da salvare), si mettono a fuoco le *foto di analisi di clienti e concorrenza*, si ottimizzano *offerta, struttura dedicata, strategia aziendale* (e qui salta fuori la necessità di un Marketing che sappia il proprio mestiere).

La voglia di crescita e sviluppo porta poi, naturalmente, alle ipotesi di *alleanze e internalizzazioni* (con il richiamo al lume dei saggi), al coordinamento delle *sinergie con gli altri business di impresa*, al ritorno per le dovute garanzie sulla *fattibilità economico-finanziaria*, alle *procedure per contributi e agevolazioni*, alla chiosa delle *prospettive imprenditoriali*.

Non dilunghiamoci pure sull'approccio modulare all'internazionalizzazione che Studio Serre & Errevi Consulenze propone per consentire di effettuare le varie attività di tali progetti fase per fase, anche perché le copie delle slides che sono state distribuite ai presenti penso che possano essere richieste alla Segreteria Federmanager, ma va ricordato che la modularità è stata vista anche per consentire all'azienda che si affida al loro aiuto di impegnarsi ad intraprendere una fase alla volta e, sulla base del valore ottenuto alla fine di ciascuna fase, decidere se continuare.

E per finire, viene assicurato che, oltre alla propria competenza metodologica



legata al riposizionamento strategico e competitivo dell'impresa, lo Studio coordina un network di selezionate società di consulenza e studi professionali, al

fine di garantire l'insieme più adeguato di competenze e professionalità multidisciplinari necessarie a rispondere ai bisogni ed alle priorità specifiche del cliente. Competenze e professionalità che nascono dalla partecipazione in prima persona a molteplici progetti internazionali, sia in qualità di consulenti sia di responsabili d'azienda.

Naturalmente, progetti del genere devono contemplare per il giusto coronamento:

- il follow-up di missioni esplorative ed eventi fieristici;
- il supporto alle definizioni dei piani di investimento per il consolidamento dell'ingresso nel mercato;
- l'assistenza ed il supporto allo sviluppo del business;
- l'individuazione, la valutazione ed il supporto nell'utilizzo di strumenti finanziari agevolati, nazionali ed internazionali a supporto della realizzazione operativa;
- il supporto nella realizzazione del progetto con riferimento a tutti gli aspetti societari, fiscali e legali.

### Le agevolazioni per l'internazionalizzazione

Tocca a Roberto Varagnolo dell'Errevi Consulenze illustrare le varie sfaccettature del tema. E si dice di Simest e di incentivi per i paesi extra UE, si discorre di Sace e di servizi assicurativi per il commercio estero, si disserta di innovazione come fondamento propedeutico all'internazionalizzazione.

Non è qui il luogo, però, per ampliare questo discorso. Leggi e tecnicismi non possono dar adito a facili résumé, ricordando comunque che anche per questa seconda parte non mancano le copie di ben copiose slides.

### Il dialogo di conclusione

Arrivano esperienze personali, si parla di investitori esteri e di offerte logistiche e di competenze, si richiamano le analoghe promozioni al riguardo da parte degli altri stati europei ed in ispecial modo della Francia: su tutto si dibatte e le varie voci consentono di completare bene il tema della serata e di chiarire e precisare alcuni aspetti che avevano lasciato qualche perplessità nell'uditorio.

Riemerge ancora il refrain "ma noi non siamo gli imprenditori", ma la voglia di piena managerialità prevale sui dubbi in materia.

Da parte del tavolo dei conferenzieri, e forse il richiamo appariva più chiaro, si ritorna sulle opportunità di "fare sistema", di mettersi insieme, di promuovere azioni consortili e non solo per essere più agguerriti, ma anche per aiuti e finanziamenti.

## Una coincidenza

Mi sono trovato poi, venerdì 18 aprile, al convegno della Confindustria, con il titolo "Cambiare per Crescere", celebrato quest'anno al Centro Congressi Lingotto di Torino anche per scelta di Montezemolo che è arrivato al termine del suo mandato, e mi fece piacere, ricordando la serata Federmanager, di vedermi al centro di tanti discorsi portare l'esempio di due percorsi industriali di crescita eccellenti dovuti, sì, al fatto italiano ma soprattutto all'internalizzazione di due belle imprese e dei loro mercati. E i rispettivi due AD (Gianluigi Angelantoni e Gino Cocchi) hanno saputo raccontare, mettere in rilievo, far capire e portare le prove.

Mera coincidenza senz'altro, ma riscontro sicuro della validità dei discorsi del nostro precedente lunedì 14.

Qui verrebbe la voglia di fare anche altre considerazioni sul convegno confindu-

striale, ma non si può a piacimento uscire dal seminato. Mi permetterei solo di dire che l'invito avanzato dal Presidente uscente per una logica e moderna unione/fusione e conseguente riconoscimento delle Confederazioni e dei Movimenti sindacali potrebbe ben essere preso in considerazione, evitando di distorcere un pensiero che può aprire a vera positività. □

## Olivetti Una bella società

16/05-13/07/2003

Società promotrice delle Belle Arti  
Viale Balsamo Crivelli, 11 - Torino

martedì-domenica 10-19

giovedì 10-23

Lunedì chiuso

intero 7 € - studenti, over 65 5 €

ingresso libero under 18

con abbonamento Torino-Piemonte

musei 2008 e Torino+Piemonte Card

ingresso libero giovedì 19-23

Torino 2008 world design capital

[www.torinoworlddesigncapital.it](http://www.torinoworlddesigncapital.it)

La lunga parabola della Olivetti, che, celebra nel corso del 2008 il centenario dalla fondazione, non ripercorre solo le vicende della civiltà industriale, ma mette in scena il sorgere e il declino di un sogno – coltivato più di un secolo – sulla capacità dell'industria di essere non solamente un modo razionale ed efficiente per produrre oggetti e beni di consumo, bensì di porsi quale motore e modello per la crescita e lo sviluppo della Società nel suo insieme.

Nessuna altra azienda, in nessun paese del mondo, ha saputo interpretare meglio della Olivetti l'essenza positiva e ottimista di tale ambizione.

È questa unicità che la mostra cerca di mettere in luce, sin dal titolo scelto: "Una bella società": l'articolata ricchezza dell'Universo Olivetti autorizza i più diversi percorsi di analisi, e scelte etiche, la morale sociale, il design, l'organizzazione industriale, strategie di comunicazione, le prospettive politiche, il ruolo degli intellettuali, il valore dell'arte, la ricerca tecnologica, l'elaborazione di nuovi linguaggi, il fine ultimo della comunità. Ciascuno di questi approcci meriterebbe una esposizione esaustiva, frutto di una approfondita ricerca.

La mostra propone una serie di campionature emblematiche, di tempi innovativi scelti fra i vari settori d'intervento della Società e concentra nel cuore del percorso una sorta di dizionario enciclopedico di tutte le esperienze che hanno caratterizzato la produzione. □

# BIESSEDENTAL

## Studio Medico Specialistico Associato

dr. Massimo BRUNO Medico Chirurgo Specialista in Chirurgia Otorinolaringoiatrica

dr. Roberto SALERNO Medico Chirurgo Specialista in Otorinolaringoiatrica

Il centro è aperto tutti i giorni con orario continuato e il sabato mattina.

Via Sassi 10 - 10124 (tra Via Pietro Galardi e C.so Sestriere) - 10124 (tra Via Sassi e Via Torino)

TEL. e FAX 011/49894543

[www.biesседental.it](http://www.biesседental.it)



Via Sassi 10 - 10124 TORINO