

**RAPPORTO
IMPRESE**

Il temporary export manager fa lievitare clienti e fatturati

CRESCERE ANCHE IL NUMERO DEI MERCATI NEI QUALI LE AZIENDE RIESCONO A PENETRARE. LO SPIEGA UNO STUDIO DEL MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO DOPO IL SECONDO BANDO CHE ASSEGNA I VOUCHER PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
Sibilla Di Palma

Milano

Guardare ai mercati esteri è diventato un passo obbligato per le aziende che vogliono continuare a crescere. Negli ultimi anni si sono moltiplicate le iniziative a favore delle imprese intenzionate a sviluppare il business oltre confine. È il caso dei voucher per l'internazionalizzazione promossi dal ministero dello Sviluppo Economico, con l'obiettivo di facilitare attraverso un contributo a fondo perduto l'ingresso e la crescita delle Pmi italiane sui mercati internazionali.

In particolare, attraverso l'utilizzo di una figura specializzata, ossia il temporary export manager, messa a disposizione da società di servizi accreditate. In attesa di conoscere i risultati del secondo bando (conclusosi da pochi giorni), i numeri del Mise relativi alla prima edizione lanciata nel 2015 parlano di 4.146 richieste da parte delle aziende, delle quali ne sono state accolte 1.790, per un importo totale di 17,9 milioni di euro.

Mentre secondo un'indagine, sempre commissionata dal ministero, a seguito dell'inserimento della risorsa temporanea per l'internazionalizzazione, il 56% delle aziende ha visto aumentare il numero di clienti serviti sui mercati internaziona-

li. Incremento che è stato osservato dal 61% delle imprese che esportavano anche prima del voucher.

L'intervento di questa figura ha prodotto anche altri effetti, come l'aumento del numero di mercati in cui le aziende esportano (riscontrato dal 40% del campione) e la crescita del fatturato estero (38%). Inoltre, il 47% dichiara come raggiunto l'obiettivo principale di supportare l'avvio del processo di internazionalizzazione. Quota che sale all'82% tra le attività che non erano ancora presenti sui mercati internazionali. Il 75% delle imprese si dichiara poi complessivamente molto soddisfatto o soddisfatto della risorsa temporanea inserita in azienda.

Un'iniziativa che per **Massimo Lentsch**, amministratore delegato di Co.Mark, società di consulenza del gruppo **Tecnoinvestimenti** che si occupa di portare le imprese sui mercati esteri, rappresenta «una formula innovativa che ci differenzia positivamente rispetto agli altri paesi europei». Inoltre, «in questa seconda tornata è stata introdotta la formula *advanced stage* che costituisce un incentivo a qualificare l'offerta». Le aziende possono infatti ottenere un contributo aggiuntivo di 15mila euro «se dimostrano di aver conseguito sbocchi concreti sul fronte dell'internazionalizzazione e quindi questo dovrebbe spingere ad affidarsi a società in grado di portare dei risultati, che siano quindi realmente professionali». Una spinta dunque verso una maggior selettività dell'offerta in un mercato in cui dopo l'avvento dei voucher so-

no fiorite le imprese fornitrici di servizi di temporary export management.

«Si è infatti passati da quattro a 170 imprese fornitrici che propongono formule molto diversificate tra di loro. Alcune offrono un servizio di tipo strategico, ossia molto votato allo studio dei mercati su cui si vuole sbarcare, altre molto operative finalizzate alle vendite. Il nostro approccio è un mix: facciamo un'analisi dello stato dell'arte in termini di export e sviluppiamo una strategia, poi passiamo all'operatività contattando i buyer del mercato da raggiungere e intavolando trattative commerciali». Il tutto attraverso un professionista specializzato con un'età che va dai 30 ai 45 anni, dotato di una perfetta conoscenza di almeno due lingue estere e che deve essere un grande venditore con esperienza sui mercati esteri. Una figura «che viene affittata all'azienda per un periodo che va da uno a tre anni e offre una consulenza on the job, quindi sia strategica che di tipo commerciale in affiancamento», specifica l'ad.

Attualmente sono 330 i temporary export manager di Co.Mark sparsi su tutto il territorio nazionale, incaricati di seguire sia micro-piccole, sia grandi aziende, in tutto 700 che nel 2016 hanno esportato per 850 milioni di euro. Tra queste, conclude Lentsch, «ci sono aziende in fase di startup sul fronte export, altre che devono invece semplicemente implementare la strategia di vendita oltre confine e altre ancora già molto avanti che però vogliono entrare su mercati complessi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



