

## **Percorso per le competenze trasversali e l'orientamento**

### **“Operatore Commercio Estero”**

Nel corso degli ultimi anni, a livello nazionale, è cresciuto il numero di imprese esportatrici, raggiungendo nel 2015 il numero di 214.113 operatori economici: tuttavia l'incremento è stato alimentato dai cosiddetti “microesportatori”, cioè operatori che presentano un fatturato all'esportazione fino a 75 mila euro: si tratta di 133.615 esportatori che contribuiscono solo per lo 0,5% al valore complessivo delle esportazioni nazionali.

Sono ben note le difficoltà che lamentano le piccole e medie imprese ad affacciarsi sui nuovi mercati ed a consolidare la loro presenza all'estero, senza limitarsi alle sole vendite occasionali. Spesso infatti, per molte aziende, alla mancanza di una cultura export e di una adeguata struttura interna in grado di gestire i rapporti con l'estero si accompagna una inadeguatezza dimensionale e organizzativa che costituisce il primo limite da risolvere.

Se da un lato la spinta alla globalizzazione induce l'impresa ad avventurarsi sui mercati internazionali, dall'altro talvolta mette in evidenza la scarsa conoscenza da parte di molte imprese delle discipline che regolano le attività di commercio estero: tra queste la contrattualistica e fiscalità internazionale, i canali di ingresso e distribuzione sui mercati, la vendita on-line, i sistemi di pagamento internazionali, le certificazioni per l'estero, la normativa doganale e la gestione del trasporto internazionale.

Anche se il modo di operare sui mercati esteri ha subito profondi cambiamenti ed è sempre in continua evoluzione, il più qualificato “*know how*” sull'internazionalizzazione si trova nel patrimonio della conoscenza e dell'esperienza di quegli imprenditori che si affacciano sui mercati esteri costruendo una metodologia progettuale seria, frutto di interventi mirati e di investimenti ben studiati e spesso consistenti.

Interi comparti produttivi potrebbero essere “trainati” dalle imprese più importanti del territorio già strutturate per gli scambi commerciali con l'estero, se solo queste ultime fossero coinvolte in progetti di cooperazione e/o reti d'impresa volti alla condivisione delle specifiche competenze in materia.

In questo contesto, è particolarmente importante formare figure professionali che acquisiscano buone competenze nelle discipline di commercio estero suindicate, così da metterle in pratica all'interno di imprese già operanti sui mercati esteri per gestire con professionalità e competenza relazioni con clienti stranieri e favorire l'internazionalizzazione delle imprese del territorio.

A tale scopo, la Camera di Commercio di Como-Lecco, in collaborazione con gli uffici Scolastici di Como e Lecco, propone un percorso con l'intento di fornire agli studenti coinvolti le competenze e gli strumenti utili per sviluppare e consolidare rapporti commerciali con i mercati esteri e per

operare all'interno di un ufficio commerciale che intrattiene rapporti con l'estero.

Il percorso, in coerenza con le linee-guida dell'Ufficio Scolastico Regionale in materia di PCTO e project work, è articolato in tre momenti: un primo momento prevede l'apprendimento in contesto d'aula delle principali tematiche con cui si deve confrontare l'impresa che intende internazionalizzarsi. Il programma formativo erogato agli studenti coinvolti sarà svolto online attraverso la piattaforma ZOOM.us con i contenuti ed il calendario di seguito illustrati:

➤ **1. PERCHE' INTERNAZIONALIZZARSI**

- mercoledì 17 febbraio dalle ore 9,00 alle 13,00 -Relatore Avv. Michele Lenoci

1. L'IDENTIFICAZIONE DEL MERCATO-TARGET
2. MARKETING STRATEGICO E MARKETING OPERATIVO
3. LA COMUNICAZIONE DIGITALE
4. CENNI SULLA TUTELA DELLA PROPRIETA' INDUSTRIALE

➤ **2. E-COMMERCE E DIGITAL MARKETING PER L'EXPORT**

- lunedì 22 febbraio dalle ore 9,00 alle 13,00 Relatore Avv. Michele Lenoci

1. IMPOSTAZIONE E GESTIONE DEI CONTENUTI (TESTI, FOTO, VIDEO)
2. WEB DESIGN (GRAFICA, USABILITÀ)
3. ELEMENTI DI DIGITAL MARKETING
4. SOCIAL MEDIA MARKETING
5. OTTIMIZZAZIONE DEL SITO WEB (SEO, SEM)
6. E-MAIL MARKETING
7. GESTIONE LOGISTICA
8. GESTIONE PAGAMENTI
9. ASPETTI LEGALI

➤ **3. CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE**

- giovedì 25 febbraio dalle ore 9,00 alle 13,00 Relatore Avv. Marco Tupponi

1. JOINT VENTURE
2. CONTRATTI DI VENDITA, DI AGENZIA E DI DISTRIBUZIONE
3. GLI ASPETTI RILEVANTI DI UN CONTRATTO INTERNAZIONALE
4. LEGGE APPLICABILE E FORO COMPETENTE

➤ **4. CERTIFICAZIONI PER L'ESTERO E DOGANE**

- martedì 2 marzo dalle ore 9,00 alle 13,00 Relatore Avv. Dagoberto Pierluca Esposito

1. LA DISCIPLINA DOGANALE NELLE OPERAZIONI CON L'ESTERO
2. GLI ELEMENTI RILEVANTI DELLE OPERAZIONI DOGANALI
3. ORIGINE, VALORE E NOMENCLATURA COMBINATA
4. LA FIGURA DELLO SPEDIZIONIERE DOGANALE
5. ASPETTI FISCALI DELLE OPERAZIONI CON L'ESTERO

➤ **5. TRASPORTO INTERNAZIONALE**

- giovedì 4 marzo dalle ore 9,00 alle 13,00 Relatore Avv. Dagoberto Pierluca Esposito

1. UTILIZZO DEI PRINCIPALI TERMINI DI RESA
2. IL CONTRATTO DI TRASPORTO: ANALISI GIURIDICA
3. LA RESPONSABILITA' DEL VETTORE
4. ASSICURAZIONE MERCE

➤ **6. SISTEMI DI PAGAMENTO**

- **giovedì 11 marzo dalle ore 9,00 alle 13,00 Relatore Avv. Alessandro Russo**

1. LA GESTIONE DEL RISCHIO CREDITO
2. CENNI SULLE OPERAZIONI DOCUMENTARIE
3. ASSICURAZIONE CREDITI

La seconda e la terza fase invece prevedono la definizione e la realizzazione di specifici project work, eventualmente con il supporto di Camera di Commercio e/o imprese del territorio lariano, con lo scopo di "mettere in azione" tali concetti appresi in aula e quindi sviluppare le seguenti competenze:

- elaborare dati concernenti i mercati esteri
- comunicare in lingua straniera, utilizzando i registri appropriati (parlato e scritto)
- utilizzare strumenti informatici e programmi applicativi specifici
- documentare lo "stato avanzamento lavoro", sulla base delle direttive aziendali

Così come sopra illustrato, il profilo dell'"**Operatore Commercio Estero**" si caratterizza per il riferimento sia all'ambito della comunicazione aziendale con l'utilizzo delle lingue straniere e di appropriati strumenti tecnologici sia alla collaborazione nella gestione dei rapporti aziendali

i  
n  
t  
e  
r  
n  
a  
z  
i  
o  
n  
a  
l  
i  
  
r  
i  
g  
u