



**Forum Metropolitan  
Internazionalizzazione  
Padiglione della Provincia di Bari  
Fiera del Levante - Bari  
21 settembre 2007**

**Luca Scandale**  
**Coordinatore Staff BA2015**

Presenta il Forum,

**Prof Dino Borri**  
**Presidente Comitato Scientifico BA2015**

Lo scopo è ascoltare, far parlare e fare pochissimi commenti. I Forum sono partiti per motivi militari; sono per il momento forum di carattere istituzionale, successivamente diventeranno di tipo misto.

**Elena Palma**  
**Staff Ricerca e Sviluppo BA2015:**

Fondanti e importanti nei processi di Pianificazione Strategica, i Forum non sono senza obiettivo ma sono finalizzati a costruire una progettualità; ascoltare la voce dei protagonisti, degli attori che si muovono alla scala locale e alla scala sovralocale. Obiettivo dar voce agli interessi diffusi di questo territorio per capire come portare la nostra risorsa all'estero ma anche ad attrarre.

**Luca Scandale:**  
Presenta il sito e le modalità di messa in rete e dà il via al video

**Mario Marchillo:**  
**Responsabile del PIT 3**

Il contributo è quello su un progetto di internazionalizzazione nel settore ICT, prima non esistente nel PIT 3. (Misura 6.2). Progetto settore indirizzato all'area ICT e conoscenza. Lui ha iniziato come neofita della materia. Attuazione del progetto e fase esecutiva supportata dalla Regione Puglia. Processo di gestione del progetto aperto prevedendo partenariato socioeconomico contributo da università politecnico, tecnopolis, confapi. un progetto aperto. Ora è in corso la fase amministrativa e procedurale. Progetto da concludersi entro il giugno 2008. una prima fase che prevede dei workshop tematici, Settimana della conoscenza evento conclusivo durante il quale saranno messi a confronto questi incontri. La Regione Puglia assuma il ruolo di cabina di regia nel coordinamento delle missioni, per evitare una dispersione e confusione di soggetti che non identificano in maniera chiara il processo e le aree da raggiungere.

**Annamaria Annichiarico**  
**Tecnopolis**

Non vuole parlare di esperienze ma fare solo proposte. L'internazionalizzazione funziona se le persone coinvolte ne diventano veramente i soggetti protagonisti. (ha visto a volte imprenditori trascinati all'estero senza comprenderne effettivamente il significato)

Bisogna effettuare primariamente:

- informazione sul luogo in cui dovrei andare a cooperare
- formazione: l'informazione sconfinata nella formazione: maturare una sensibilità e una conoscenza di regole di comportamento. ( il calcio è uno sport internazionale ...tutti conoscono le regole).In alcuni casi si ha l'impressione che chi si reca all'estero per sperimentare attività di internazionalizzazione non conosca le regole
- esperienze : confronto con interlocutori che operano nello stesso settore nei paesi
- approfondimenti normativi

Problema:

Anche i progetti più buoni (finanziati) quando va bene finiscono comunque entro 3 anni. C'è bisogno di interventi temporali con un orizzonte temporale molto più ampio.

**Fabrizio Baldassarre**  
**Docente alla facoltà di Economia - marketing agroalimentare**

Responsabile di un master nell'ambito del PIT nord barese. Bell'esperienza, grossa richiesta di personale alla fine del master. Si sente il bisogno di professionalità già formate, quindi anche le piccole medie imprese hanno bisogno di persone che hanno fatto un percorso quantomeno certificato.

Non sono necessari i master universitari, è possibile effettuare anche corsi formativi più snelli.

**Maria Luisa Caringella**  
**Responsabile PIT 2**

Anche il Nord Barese sta avviando progetti di internazionalizzazione: settore agroalimentare (Russia e Stati Uniti), Settore PAC e Agroalimentare (Cina)

Hanno proceduto perché interessava promuovere la strategia di internazionalizzazione, in uno alle forme innovative delle idee. L'obiettivo principale quello di superare le carenze nell'organizzazione della distribuzione nell'ambito del settore agroalimentare.

Internazionalizzazione come strumento per riattivare questo settore produttivo (agroalimentare)

**Mariarosaria Scherillo:**  
**COOnFAPI con delega all'internazionalizzazione**

Concorda con la Dott. Annichiarico; gli elementi che possono dare un riscontro reale vengono fuori non più da organizzazioni esterne, molto la pubblica amministrazione può fare. Nel forum cui ha preso parte la Bonino durante la fiera, il messaggio agli imprenditori è stato chiaro: c'è necessità di un rapporto diretto tra imprese.

- ⇒ Sollecitazione ad ospitare imprese nel nostro territorio.
- ⇒ Operazione di incoming che permette di far conoscere il territorio
- ⇒ 2 incontri a 6 mesi di distanza per effettuare un monitoraggio dell'attività svolta e dei risultati ottenuti
- ⇒ Non fare azioni estremamente eclatanti;
- ⇒ la pubblica amministrazione ha dei tempi diversi, più lunghi.
- ⇒ la sperimentazione: può mettere a disposizione un modello;
- ⇒ è stata vincente l'azione di coaching sugli imprenditori.

⇒ L'imprenditore sceglie come farsi seguire e la pubblica amministrazione fa un sistema di monitoraggio.

Due o tre azioni brevi che abbiano un target molto preciso e puntuale e che trovino riscontro in imprese che devono essere scelte in funzione della volontà che hanno di affrontare un processo di internazionalizzazione

**Francesco Lattarulo –  
Delegato del Rettore del Politecnico di Bari**

Esperienze internazionali, in ambito transfrontaliero, il politecnico si è reso conto della maggiore volontà di interagire con i nostri paesi. Fanno capire di considerare di second'ordine tutto quello che può rinvenire dai rapporti interpersonali. Per poter intervenire in maniera incisiva, bisogna sottoporsi a quelle che noi definiamo ancora gare d'appalto; noi siamo apertissimi alla internazionalizzazione nel senso che promuoviamo delle gare d'appalto e vinca il migliore; tutto il resto serve a creare un movimento di buone relazioni internazionali tra i singoli stati; ma se si vuole incidere nei rapporti professionali bisogna rifarsi ai criteri suddetti.

Pensateci su in modo da creare forme sinergiche, azioni di coordinamento degli sforzi in modo da risultare vincitori nelle modalità di approccio:

**Massimo Lupis  
Amministratore Delegato Fiera del Levante Servizi**

Approccio empirico deduttivo.

Si occupa di internazionalizzazione da 20 anni; quello che serve di più per poter sviluppare processi di internazionalizzazione;

- **sistema delle competenze** (esperienze, conoscenze, capacità, formazione) è il fattore di partenza più importante; quante volte negli ultimi 15 anni ha accompagnato amici imprenditori a caccia di nuovi mercati, imprenditori che si sono comportati in maniera molto simile a "toto e peppino a milano". Aspetto tragico che rappresenta il fallimento di iniziative volte all'internazionalizzazione.
- **agilità** (velocità, elasticità, rapidità). Troppe volte i bandi pubblici fanno riferimento a temi che sono stati individuati due tre anni prima, i tempi dell'internazionalizzazione sono molto più brevi e quindi questi bandi diventano inefficaci;
- **sistema di relazioni** capacità di relazionarsi; importanza delle reti di relazioni, non si possono inventare ogni volta processi e percorsi e investire ogni volta denaro pubblico; partendo ogni volta dal principio

**Ida Borrelli  
AICAI (Camera di Commercio) Bari**

- valorizzazione dei settori agroalimentare e tessile (imbottito)
- bisogna vedere che tipo di percorsi fanno i settori sul territorio (relazioni tra i vari territori)
- Necessità di comunicazione e coordinamento
- La Cina viene approcciata bene da dimensioni aziendali grandissime. Noi non siamo pronti e siamo troppo piccoli per relazionarci con la distribuzione della Cina
- Non bisogna fare campanilismo, per non rischiare di non essere compresi

**Mario Marchillo**  
**Responsabile del PIT 3**

Sicuramente l'aspetto tempo è fondamentale; servono rapidità e agibilità. Si augura che i tempi non siano gli stessi anche nella prossima programmazione.

**Vincenzo Caldarone**  
**Assessore Provincia di Bari alle Politiche Comunitarie**

L'internazionalizzazione è ancora un settore fatto a frammenti; bisogna creare un'azione di sintesi. L'internazionalizzazione deve recuperare la sua identità, dalla frammentazione dalla quale è partita. Il salto in avanti di una Comunità è che l'internazionalizzazione ha ed è una funzione stabile. Come si deve strutturare?? Con una rete? O con qualcuno che dà indirizzi?? Non ha la risposta.

Quali sono i contenuti?

Attrazione di territori;

trasferimento di conoscenze

commercializzazione

Bisogna sviluppare un rapporto tra sistemi di internazionalizzazione; i sistemi territoriali non sono connessi.... Bisogna creare rete.

I Piani Strategici non saranno nuove strutture ma si muovono partendo dalle esperienze del presente

**Annamaria Annichiarico**  
**Tecnopolis**

Esperienza su formazione su tecnici nei paesi del mediterraneo, il più grosso risultato è stato che le istituzioni da cui i formatori provenivano sono rimasti in rete.

Che percezione hanno di noi?

Ha avuto la fortuna di lavorare in comunità di frontiera (il Sud della Spagna), lì dove questo fenomeno non è stato spontaneo le Amministrazioni hanno trovato. Le Comunità che sono più avanti hanno lavorato su tutti gli strati della popolazione.

Gemellaggi, scambi sono la base e se si esauriscono nel periodo in cui avvengono non hanno senso.

**Maxi Torau**  
**Consulente piccole medie imprese Puglia**

Internazionalizzazione: In Puglia c'è e se ne parla e questo è un bene.

Ci sono stereotipi del SUD che sono provati; i tempi non sono rispettati; è flessibilità e questo è buono. Si deve essere consapevoli del fatto che l'estero viene e ci guarda da italiani.

Proviamo a portare un po' di struttura e disciplina nel rapporto con l'Estero dovendo superare un grande pregiudizio. Tali pregiudizi influenzano gli investitori esteri.

**Vito Carulli**  
**Assegnista di ricerca Facoltà di Economia di Bari**

Il grande vantaggio del PS è costituito dal fatto di poter essere guardati e per osservare ciò che avviene.

Pretesa assurda: Macedonia e Albania devono sfruttare i fondi comunitari di preadesione.

Quali possono essere le azioni pilota anche alla luce di ciò che è già avvenuto negli anni passati.

Le strade dell'olio e del vino in Puglia dovevano essere grandi opportunità e invece sono state un flop.

Valorizzare tutto quello che c'è, puntare verso un marketing per specificità.

**Mariarosaria Scherillo:**  
**ConfAPI con delega all'internazionalizzazione**

Dobbiamo pensare ad un'azione di sistema; quante azioni di sistema possiamo individuare???  
quante devono procedere alla stessa velocità???

Conclusioni affidate al dott. Scandale che ricorda che questo è il primo step del percorso di ascolto e partecipazione sul tema della internazionalizzazione.

**Forum Metropolitan  
Internazionalizzazione  
Padiglione della Provincia di Bari  
Fiera del Levante - Bari  
21 settembre 2007**

**Estrapolazione Interventi**

**Mario Marchillo:**

Responsabile del PIT 3

- La Regione Puglia assume il ruolo di cabina di regia nel coordinamento delle missioni, per evitare una dispersione e confusione di soggetti

**Annamaria Annichiarico**

Tecnopolis

- L'internazionalizzazione funziona se le persone coinvolte ne diventano veramente i soggetti protagonisti.
- Anche i progetti più buoni (finanziati) quando va bene finiscono comunque entro 3 anni. C'è bisogno di interventi temporali con un orizzonte temporale molto più ampio.

**Fabrizio Baldassarre**

Docente alla facoltà di Economia - marketing agroalimentare

- Non sono necessari i master universitari, è possibile effettuare anche corsi formativi più snelli

**Maria Luisa Caringella**

Responsabile PIT 2

- Il Nord Barese sta avviando progetti di internazionalizzazione: settore agroalimentare (Russia e Stati Uniti), Settore PAC e Agroalimentare (Cina)

**Mariarosaria Scherillo:**

COOnFAPI con delega all'internazionalizzazione

- Sollecitazione ad ospitare imprese nel nostro territorio
- Operazione di incoming che permette di far conoscere il territorio

**Francesco Lattarulo –**

Delegato del Rettore del Politecnico di Bari

- Esperienze internazionali, in ambito transfrontaliero

**Massimo Lupis**

Amministratore Delegato Fiera del Levante Servizi

- Sviluppare sistema delle competenze
- Agilità
- Sviluppare sistema di relazioni

**Ida Borrelli**

AICAI (Camera di Commercio) Bari

- Necessità di comunicazione e coordinamento
- Non bisogna fare campanilismo, per non rischiare di non essere compresi

**Vincenzo Caldarone**

Assessore Provincia di Bari alle Politiche Comunitarie

- L'internazionalizzazione è ancora un settore fatto a frammenti; bisogna creare un'azione di sintesi
- I Piani Strategici non saranno nuove strutture ma si muovono partendo dalle esperienze del presente

**Maxi Torau**

Consulente piccole medie imprese Puglia

- Internazionalizzazione in Puglia c'è e se ne parla e questo è un bene.

**Vito Carulli**

**Assegnista di ricerca Facoltà di Economia di Bari**

- Le strade dell'olio e del vino in Puglia dovevano essere grandi opportunità e invece sono state un flop.
- Valorizzare tutto quello che c'è, puntare verso un marketing per specificità.

**Mariarosaria Scherillo:**

ConfAPI con delega all'internazionalizzazione

- Dobbiamo pensare ad un'azione di sistema