il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ



Internazionalizzazione, i consigli in un decalogo

L'internazionalizzazione è al centro delle azioni d'indirizzo del CNAPPC. Ecco alcuni suggerimenti per quei giovani (o meno) che volessero intraprendere l'avventura

Negli ultimi anni anche il mondo delle professioni tecniche spesso si trova a seguire quasi ossessivamente un determinato tema. *Una volta si parlava di* ***paesaggio****, poi arrivò il turno del* ***risparmio energetico*** *e della* ***sostenibilità****. Ad un certo punto tutto diventò* ***resilienza****, e la cura di ogni città era la* ***rigenerazione urbana****.*

*Con la crisi del mondo del lavoro oggi uno dei temi alla ribalta è quello dell'****internazionalizzazione****, se ne parla tanto e molti la considerano come la* ***panacea per la collocazione occupazionale di circa mezzo milione di professionisti che oggi sono più o meno presenti nel nostro paese****. Ma cosa significa davvero internazionalizzazione? Partiamo da un dato certo: oggi per un piccolo studio professionale italiano è quasi impossibile riuscire a percorrere questa strada. Il processo di internazionalizzazione ha bisogno di solidità economica e*

struttura organizzativa e soprattutto di un iniziale investimento economico. I tempi di ritorno non sono immediati, ragion per cui bisogna essere consapevoli che, per un determinato periodo, le uscite prevarranno sulle entrate. L'internazionalizzazione ***non funziona quasi mai per micro strutture o singoli professionisti e, se non ci sono questi presupposti, le probabilità di riuscita diventano estremamente esigue****.*
Sintetizziamo 10 regole da seguire per evitare di fallire in questo processo. Questo decalogo è frutto dell'esperienza diretta in diversi contesti professionali all'estero e speriamo possa essere utile a tutti quei professionisti che volessero iniziare questo affascinante ma complesso percorso professionale.

1. MISURA LE SPALLE

In determinati paesi le piccole realtà non vengono prese nemmeno in considerazione. Per questo motivo, prima di partire occorre allearsi. Una strada utile può essere quella di trovare colleghi interessati allo stesso percorso con i quali condividere e strutturare un'esperienza comune. La scelta dei partner non deve essere casuale, ovviamente. Stiamo gettando le fondazioni del nostro progetto e per questo dobbiamo essere certi che siano le persone giuste sia caratterialmente che professionalmente.

2. PUNTA DOVE ANDARE

Un posto non vale l'altro e la scelta non è come decidere dove andare in vacanza. Non va scelto un determinato paese solo perché in quel momento è in forte crescita. La scelta su dove puntare è dettata esclusivamente dalle nostre competenze. Il problema di molti professionisti che tentano la strada dell'internazionalizzazione nasce proprio in questa fase perché in fondo non hanno una particolare specializzazione. A volte può succedere anche che la scelta sia

dettata dal fatto che in un determinato paese abbiamo un “aggancio” che può presentarci direttamente a potenziali clienti, ma questo percorso è molto tortuoso e spesso, una volta terminato il giro dei contatti, ti fa rimbalzare indietro in Italia dopo un’esperienza relativamente modesta.

3. DIMENTICA «DAL CUCCHIAIO ALLA CITTA’»

In una sola parola specializzarsi. Allargando i mercati possiamo puntare sulle nostre peculiarità. Sicuramente una delle caratteristiche della formazione degli architetti italiani e che ci invidiamo molto all’estero è la trasversalità. In particolare negli Stati Uniti si tende verso una formazione più specialistica. Per questo motivo all’estero dobbiamo cercare di mostrare ed evidenziare ciò di cui veramente ci occupiamo. La nostra formazione trasversale non ci servirà per fare curriculum ma sarà utile come nostro bagaglio personale, come nostra peculiarità per poter affrontare ambiti complessi grazie all’abitudine ad un approccio multidisciplinare. In definitiva, la trasversalità della cultura professionale deve essere intesa sempre come un valore aggiunto non immediatamente tangibile ma elemento determinante nelle prime fasi di ideazione.

4. DIVENTA UN VENDITORE

Detto così sembrerebbe sminuire le qualità di un professionista ma di fatto, soprattutto nei paesi dove il PIL corre a due cifre, bisogna essere estremamente efficaci nella comunicazione. È molto difficile vendere un prodotto all’estero, è assai più difficile vendere un servizio. Un prodotto bisogna realizzarlo fisicamente, verificare le normative, curarne la spedizione e gli aspetti burocratico-doganali e poi stoccarlo prima che possa essere venduto. Un prodotto però è comunque un qualcosa di facilmente valutabile in quanto tangibile, se ne apprezza il valore estetico, quello funzionale, ed il rapporto di questi fattori con il prezzo. Un servizio

invece è un qualcosa di astratto, intangibile, non ha certo tutte le problematiche logistico-burocratiche di un prodotto ma la difficoltà maggiore è proprio quella di farne emergere il valore senza averne una visione concreta.

5. MADE IN ITALY

Tratta il servizio come fosse un prodotto e marchialo sempre con un valore indiscusso a livello internazionale. Nessuno ti conoscerà mai a Dubai, Miami o Pechino ma certamente tutti riconosceranno il valore del Made in Italy. In un mondo sempre più omologato la ricerca della raffinatezza, del buon gusto spesso viene associata proprio all'Italia. Questa è l'unica grande fortuna che abbiamo, come italiani: un brand che ci appartiene nel dna e che ci permette di presentarci in una posizione di vantaggio.

6. TROVA UN PARTNER

Uno dei fattori più determinanti per il successo è trovare un partner professionale nel paese dove intendiamo rivolgerci. Dimentica di affrontare un nuovo mercato direttamente senza collaborare con uno studio sul territorio. Il partner locale è la porta attraverso la quale iniziare un'esperienza di internazionalizzazione. La base di ogni proficua collaborazione si basa su professionalità, affidabilità ed onestà. Soprattutto nei paesi emergenti l'affidabilità dei partner è davvero difficile da trovare per cui non affidare nulla al caso e metti tutto nero su bianco. In questa fase, se non abbiamo nessun riferimento, può essere utile il supporto dei consolati o delle camere di commercio locali. Molto utili possono essere anche le occasioni create dai workshop della Fondazione Inarcassa. Altra porta di ingresso sono le varie associazioni di italiani nel mondo.

7. IMPARA LE REGOLE

È fondamentale avere dimestichezza con unità di misura differenti e conoscere le norme. Potreste avere qualche problema se ad esempio lavorando in Algeria non avete previsto negli appartamenti i *sechoir*. Tuttavia, quando si parla di regole non intendiamo solo quelle prescrittive costituite da leggi e regolamenti ma anche quelle non scritte, dettate dai costumi. Per questo si consiglia una lettura veloce delle pubblicazioni *Culture Shock! Guides to Customs and Etiquette*. Fortunatamente almeno il linguaggio del disegno parla tutte le lingue del mondo, è questa la grande forza dei professionisti. Il disegno è un linguaggio universale che veicola i nostri progetti ancor prima delle nostre parole.

8. DIMENTICA ORARI E FESTIVITA'

Quando lavori in progetti all'estero a volte succede che, a causa del fuso orario, lo staff, diviso tra chi è in Italia e chi è fuori, lavori in continuità 24 ore al giorno. Quando tu dormi, dall'altro lato del mondo c'è chi continua il tuo lavoro ed il giorno seguente dovrai essere pronto a continuarlo… Succede anche che sei costretto a lavorare durante le festività, perché in Cina il Natale è un giorno come un altro.

9. GUADAGNA TANTO

Lavorare all'estero è molto dispendioso e se non si fattura molto si rischia di lavorare per niente. Non è raro infatti che l'utile ipotizzato all'inizio venga gradualmente eroso da una serie di spese di viaggio non preventivate. Molto spesso alcuni viaggi per circostanze impreviste devono essere prenotati senza il necessario anticipo per poterli bloccare a prezzi vantaggiosi e così i contrattempi possono costare davvero cari e determinare la differenza.

10. STRUTTURATI

Se sei arrivato fin qui allora vuol dire che le prospettive possono essere percorribili. Ma il vero processo di internazionalizzazione non è la singola esperienza sporadica all'estero bensì un percorso alla fine del quale si arriva a definire una struttura collaudata ed organizzata che di fatto rappresenta un comparto stabile dello studio professionale. Per fare ciò ci vogliono anni in cui possono accadere improvvise accelerazioni e noiose stagnazioni. L'importante è non mollare perché a volte proprio quando stai per cedere può arrivare quel lavoro che vale anni ed anni di sacrifici!

About Author



Gianluigi D'Angelo

Architetto, si laurea con una tesi sulla riqualificazione urbana e paesaggistica di Punta Perotti a Bari, primo premio al concorso "Paesaggi Costieri" indetto da Legambiente. Nel 2001 riceve una menzione al Premio Bruno Zevi Romarchitettura seconda edizione. Ha ideato e diretto dal 2002 al 2012 Channelbeta, Canale d'Informazione sull'Architettura Contemporanea, 1° Premio 'E-Content Award 2008 sezione Cultura, premio riconosciuto con la Targa d'Argento della Presidenza della Repubblica Italiana. Ha collaborato con diverse riviste sia digitali che cartacee tra cui Casamica, Compasses, lavoripubblici.it e L'Architetto. E' citato in diverse pubblicazioni e riviste di architettura tra cui L'Arca, L'arca Plus, " Silenziose Avanguardie" di Luigi Prestinenza Puglisi e "Snapshot sulla giovane architettura

italiana” dell’editore catalano Actar. Come relatore è stato invitato in diverse conferenze ad eventi culturali nelle principali università italiane

See author's posts

Condividi