

**VERBALE RIUNIONE COMITATO D'INDIRIZZO CdS in
INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE RELAZIONI COMMERCIALI
31 maggio 2022**

In data 31 maggio 2022 alle 18,30 è stata convocata sulla piattaforma Gmeet una riunione del Comitato d'indirizzo del CdS in Internazionalizzazione delle Relazioni Commerciali. Sono presenti Giada Platania per Sicindustria; Filippo Tiburtini, Senior Expert Business School Sole 24 ore; Stefania Corallo, esperto in digital export; Tiziana Lipari, Esperto Senior del Progetto E-nternazionalization-Mise/Invitalia; Michele Pennisi, Confindustria Catania. Alcuni componenti del CdS, assenti per impegni professionali, saranno contattati telefonicamente o su piattaforma dal Presidente del CdS nei giorni successivi.

Unico punto all'OdG della riunione, come da mail di convocazione di giorno 19 maggio 2022, sono le misure atte a incentivare l'attrattività del CdS.

Andò premette che è stato ritenuto opportuno convocare il Comitato a fronte di una flessione degli studenti iscritti al CdS negli ultimi tre anni accademici: 32 nel 2019/2020; 28 nel 2020/2021; 19 nel 2021/2022. Il Comitato d'indirizzo è invitato a individuare eventuali misure che possano invertire il trend. I presenti convengono sul fatto che il tema all'OdG non può essere considerato disgiuntamente da quello delle figure professionali formate dal CdS attraverso l'attività curriculare. Andò invita ciascuno dei presenti a prendere la parola.

Avvia la discussione Giada Platania, che rileva che dinamiche analoghe a quelle che interessano il CdS IRC sono registrate negli omologhi CdS dell'Ateneo di Palermo (in cui Sicindustria è presente come parte sociale). Pur essendovi una domanda del tessuto imprenditoriale di laureati dotati di expertise nel settore dell'internazionalizzazione dell'attività d'impresa, si registra un calo nell'interesse e nella motivazione degli studenti che intendono intraprendere questo percorso formativo. Probabilmente il fenomeno può spiegarsi alla luce della diminuita capacità degli studenti di vedere se stessi quali professionisti attivi nell'ambito dell'internazionalizzazione dell'attività d'impresa o come imprenditori interessati all'internazionalizzazione della propria attività. A quest'ultimo riguardo, viene messo in evidenza che una misura opportuna potrebbe essere, nell'ambito del programma di mobilità Erasmus, la linea d'intervento giovani imprenditori.

Questa "crisi della vocazione" è forse stata anche prodotta dall'emergenza sanitaria di lungo periodo. Le figure professionali formate dal CdS – export managers; digital export managers – mantengono una perdurante validità.

Interviene di seguito Filippo Tiburtini, il quale, alla luce della sua attività di docenza in business schools, rileva che una domanda forte da parte di giovani che intendono operare in impresa è quella delle competenze professionali proprie dei project managers. Prendendo spunto dai contatti intercorsi con gli studenti del CdS di primo e secondo anno in occasione del seminario da lui tenuto su Teams "Il sistema dei finanziamenti e l'euro-progettazione: opportunità e logiche di funzionamento operative", rileva che non tutti hanno un'esatta percezione del fatto che la loro attività può dispiegarsi sia nell'ambito di organizzazioni private che di soggetti pubblici. Occorrerebbe, a integrazione dell'attività formativa vigente e di pieno dispiegamento delle potenzialità del CdS, maggiore attenzione alle possibilità inaugurate dal PNRR. Gli studenti – a dire di Tiburtini – devono inoltre essere pronti ad affrontare un ambiente sempre più competitivo; al riguardo un consolidamento delle loro conoscenze della lingua inglese sarebbe auspicabile.

Ulteriori suggestioni, secondo Tiburtini, a margine dell'analisi delle figure professionali formate dal CdS (e che magari potrebbero essere esaminate con la dovuta attenzione nel corso di una prossima riunione) e delle misure volte ad accrescerne l'attrattività potrebbero provenire dalla discussione dei seguenti temi: marketing territoriale; pacchetti localizzativi; attrazione investimenti esteri.

Stefania Corallo e Tiziana Lipari svolgono un intervento in modo congiunto: la prima rileva quali possibili misure volte ad incentivare l'attrattività del CdS lo sviluppo di soft skills (il cui apprendimento non si rende possibile nell'ambito degli insegnamenti curricolari) e l'approfondimento della conoscenza del mondo digitale (che potrebbe essere sfruttato sia all'interno delle imprese private che della p.a.); la seconda asserisce che la flessione delle iscrizioni registrate dal CdS risponde a un trend più generale che investe le università siciliane a favore di Atenei non meridionali. Tiziana Lipari osserva che una figura

professionale su cui il CdS potrebbe investire parte delle sue risorse formative è quella dei junior temporary export managers, che potrebbero operare nell'ambito della p.a., affiancati da senior expert managers. La riflessione è figlia dell'esperienza maturata dalla dottoressa Lipari all'interno dei dipartimenti Istruzione e Attività Produttive della Regione Sicilia.

Michele Pennisi rileva in apertura del suo intervento un limite oggettivo che il territorio presenta dal punto di vista delle infrastrutture attive. Il panorama delle piccole e medie imprese (e ciò è ancor più vero per le microimprese) si mostra allo stato poco attraente per le professionalità che costituiscono oggetto dell'attività formativa del CdS. Molte delle imprese in questione non sono in grado di affrontare i costi per assicurarsi le attività delle figura professionali formate dal CdS. Andò interviene osservando che una possibile soluzione sarebbe la condivisione di queste risorse professionali da parte di più soggetti imprenditoriali di piccole dimensioni. In questo modo, i costi derivanti dall'attività di esperti nei processi d'internazionalizzazione potrebbero essere ripartiti. Secondo Pennisi, il territorio dovrebbe essere "reinventato" dai giovani che scelgono il percorso formativo del CdS, sì da essere reso più permeabile e sensibile al riconoscimento delle loro abilità. Fra i settori nei quali potrebbero svilupparsi ulteriori competenze rilevanti nel futuro, Pennisi menziona quello della sicurezza dei dati. Conclude l'intervento auspicando che le imprese possano valorizzare l'attività lavorativa espletata in modalità smart working.

Non essendovi ulteriori richieste d'intervento, Andò dichiara conclusa la riunione alle 19,50.

Conversazione telefonica con Avv. Salvatore Messina, Pres. Consiglio d'amministrazione Banca Farmafactoring – 8 giugno 2022

In data 8 giugno 2022, ore 12,21 è stato contattato dal Presidente CdS l'Avv. Messina a margine del tema oggetto della riunione del Comitato d'Indirizzo di giorno 31 maggio 2022. Messina ha chiaramente detto che il problema non può essere risolto a livello di CdS o di Ateneo. Si tratta di un problema generale e di carattere politico. Ribadendo l'attualità e l'interesse del percorso formativo del CdS per il mondo delle imprese, Messina osserva che l'attenzione del territorio dovrebbe essere stimolato dalla politica; senza interventi di carattere strutturale volti a favorire l'attenzione della pubblica opinione verso l'internazionalizzazione delle imprese, il CdS può far ben poco per stimolare la sua attrattività. La conversazione si conclude alle 12,36.

Conversazione su piattaforma Gmeet con il Dott. Stefano Scabbio, Presidente Southern Europe ManPowerGroup – 15 giugno 2022

In data 15 giugno 2022, ore 11,30, il Presidente CdS ha discusso la questione dell'attrattività con il Dott. Scabbio. L'interlocutore ritiene necessario concentrarsi, al fine di aumentare l'attrattività del CdS, sulle metacompetenze, in particolare l'attitudine alla leadership, l'engagement, le capacità informatiche di base. A quest'ultimo riguardo, la realtà digitale ha acquisito sempre maggiore importanza; proprio per questo investire su queste specifiche skills potrebbe rendere i laureati del CdS più appetibili per il mercato.

Scabbio caldeggia attività integrative dedicate al tema dell'intelligenza artificiale, alle tematiche della CRM (Customer Relationship Management), della sicurezza dei dati, del metaverso.

Oltre che sul piano delle conoscenze da garantire agli studenti, il CdS dovrebbe riflettere su un'adeguata strategia di marketing che possa incoraggiare l'iscrizione di nuovi studenti. La condivisione dell'esperienza dei laureati del CdS è fondamentale. Vanno però ponderate opportunamente le modalità di questa condivisione: è centrale il tipo di percezione da parte dei potenziali studenti dell'esperienza vissuta nel CdS dai laureati.

La conversazione si conclude alle 11,50.