



University Spin-offs Alliance:

From the idea to the market through mentoring and transnational entrepreneurial teams

Partner e partnership

Modulo 2

Disclaimer: The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Project partners:



Content

Content.....	2
Introduzione.....	3
Definizione di partnership.....	4
Partnership per le operazioni correnti di business	4
Partnership per l'innovazione nel campo dell'imprenditoria	5
Partnership per l'espansione del business	5
Partnership per il lancio di prodotti o servizi	6
Partnership a valore aggiunto.....	6
Come possono configurarsi le partnership?	8
Partnership nazionali.....	8
Partnership internazionali.....	11
Come applicare la partnership?	13
Definire le partnership	13
Considerazioni rilevanti.....	14
Possibili partenariati	15
Esempi di partenariato nazionale	15
Esempi di partnership internazionali.....	16
Sfide nei partenariati	17
Identificazione	17
Sostenere il partenariato	17
Stakeholder management	18
Rischi derivanti dagli stakeholder.....	18
Spese	18
Restrizioni e partnership online	18
Sostegno UE.....	20
Conclusioni.....	21
Domande pratiche	22
Sources.....	23

Introduzione

Lo sviluppo di una partnership gioca un ruolo essenziale nel business. Può aiutare a facilitare molti processi, come aumentare il capitale o fornire le competenze necessarie. Inoltre, il partenariato può essere sviluppato sia a livello nazionale che internazionale. Un aspetto importante da ricordare è che ci sono molte organizzazioni e strumenti che possono facilitare il processo di sviluppo del partenariato: incubatori di imprese, istituzioni, strumenti e programmi UE.

L'obiettivo principale del materiale sviluppato è quello di fornire le conoscenze di base relative alla partnership e ai meccanismi necessari al suo sviluppo.

Il documento realizzato permetterà di raggiungere i seguenti risultati:

- L'opportunità di definire il tipo di partnership che gli "aspiranti imprenditori" stanno cercando;
- La comprensione di come possano apparire le partnership;
- La capacità di identificare diversi modi di utilizzare le partnership;
- La comprensione di quali problematiche debbano essere affrontate nel processo di sviluppo delle partnership;
- La capacità di identificare i possibili strumenti su come l'UE può essere di aiuto.

Il seguente documento è stato sviluppato dalla Camera di Commercio e Industria Lettone

- Jānis Lielpēteris
- Jekaterina Miņkova



**Autori del
materiale**

Icone utilizzate nel seguente documento:



Autori



Argomenti principali



Cosa ne pensi?



Definizione di partnership

La partnership riveste un ruolo significativo nel processo di sviluppo e crescita di qualsiasi impresa, specialmente nella sua fase di start-up. La partnership può essere realizzata in diverse modalità, a partire dalla collaborazione tra aziende con l'obiettivo di sviluppare un prodotto o un servizio comune, fino alla condivisione di conoscenze, competenze e idee.

In senso lato, guardando al concetto di partnership nel suo insieme, è possibile formulare diverse definizioni di una partnership sotto diversi aspetti

Come sostantivo

1.

lo stato di essere uno o più partner.

"dovremmo continuare a lavorare insieme in partnership"

2.

Un'associazione di due o più persone come partner.

"un aumento dei partenariati con le associazioni edilizie"

Le varie definizioni mostrano la prospettiva di ciò che la partnership può essere: offrono una prospettiva in cui la partnership può iniziare da due soggetti e crescere molto di più in altri casi.

Partnership per le operazioni correnti di business

Dal punto di vista del business nazionale e internazionale è possibile creare diversi tipi di partnership con l'obiettivo di assicurare le operazioni di business di ogni giorno. Per far funzionare il vostro business, nella maggior parte dei casi avrete bisogno di creare partenariati con i vostri



Cosa ne pensi?

Cosa significa per te il termine partnership?

avvocati e commercialisti locali, nonché con diversi partner di produzione, a seconda del settore di attività. Questo tipo di partnership ha un significato rilevante come “livello base”, per tutti quei casi in cui è necessario gestire il business su base giornaliera, assicurandone il suo funzionamento.

In punti:

- Partner commerciali;
- Istituzioni statali e ONG;
- Avvocati;
- Commercialisti.

Partnership per l'innovazione nel campo dell'imprenditoria



Nella maggior parte dei casi è possibile vedere che l'innovazione diventa una realtà in quei contesti in cui diversi stakeholder o diversi attori si riuniscono e cercano di mettere insieme le loro idee, con l'obiettivo di creare innovazione con alcuni nuovi

prodotti. La partnership per l'innovazione nell'imprenditoria è significativamente visibile in diversi settori delle imprese in tutto il mondo, soprattutto durante i tempi di pandemia, quando diverse imprese hanno deciso di unire i loro servizi per renderli più appetibili e digitali di quanto non fossero prima. La partnership per l'innovazione ha un valore significativo dal punto di vista della fusione di diverse idee su questioni specifiche, volte alla creazione di nuove idee tra soggetti diversi.

Partnership per l'espansione del business

I partenariati per l'espansione del business, insieme ai partenariati per l'innovazione, risultano piuttosto rilevanti. Tuttavia è significativamente importante capirne la differenza. Le aziende sviluppano il seguente tipo di partnership quando il loro obiettivo è quello di espandere il proprio business per operare su una dimensione più ampia. In questo caso la partnership viene



**Argomenti
principali**

**Partnership per le
operazioni
quotidiane di
business**

creata con uno scopo commerciale specifico, per espandere il proprio business ed ottenere maggiori profitti. Quindi, le partnership per l'espansione del business avranno soprattutto un fondamento finanziario, perché il loro principale obiettivo sarà quello di aumentare le entrate. Inoltre, è importante ricordare che - in alcuni casi - la partnership per l'innovazione potrebbe sfociare in una partnership per l'espansione del business.

In punti:

- Sviluppo del business;
- Espansione dei contatti e del networking;
- Partnership per lo sviluppo di progetti di business specifici (ad esempio, IT + meccanica).

Partnership per il lancio di prodotti o servizi



In caso di partnership per il lancio di prodotti o servizi, le imprese uniscono le loro risorse per cercare di lanciare alcuni nuovi prodotti. Può essere considerato come una parte dell'innovazione, tuttavia la differenza è che nel caso del seguente tipo di partnership le aziende

hanno già capito cosa vorrebbero raggiungere e non cercano qualcosa di diverso; hanno già l'idea del prodotto stesso, ma stanno mettendo insieme le risorse solo per facilitare il lancio di nuovi prodotti o servizi. I partenariati per il lancio di prodotti o servizi possono essere utilizzati per la cooperazione internazionale tra le aziende a causa di circostanze specifiche in cui la localizzazione di diversi prodotti e servizi è una questione delicata nel processo di espansione degli affari all'estero. I partenariati per il lancio di prodotti o servizi sono usati soprattutto per entrare nel mercato internazionale

Partnership a valore aggiunto

È abbastanza difficile definire le partnership a valore aggiunto. I partenariati per il valore aggiunto non potrebbero essere direttamente collegati al lancio di un nuovo prodotto o all'avvio di un nuovo processo di innovazione, ma sicuramente potrebbero garantire una valida attività di lobbying, con l'obiettivo di espandere la rete o le



Argomenti principali:

Partnership per l'espansione del business

rispettive attività aziendali. I partenariati per il valore aggiunto possono essere considerati come una parte "soft" del business che può aiutare ad ottenere diversi risultati su diverse questioni.

In punti:

- Lobbying;
- Contatti commerciali;
- Comprensione e accessibilità delle informazioni.



***Punti
principali:***


***Partnership a
valore aggiunto***


Come possono configurarsi le partnership?


Dal punto di vista del business è possibile evidenziare due tipi di partnership: partnership nazionali e partnership internazionali.

Partnership nazionali



 La definizione di partnership nazionale può essere intesa in una prospettiva piuttosto ampia. Negli stati europei più grandi ci sono molte più opportunità per la creazione di una partnership nazionale. Per questo motivo, gli aspetti che dovrebbero essere presi in considerazione per sviluppare un partenariato nazionale potrebbero essere diversi, a seconda dello stato di appartenenza. Tuttavia ci sono elementi specifici che risultano comuni, al di là del numero di abitanti, della divisione in regioni, ecc.

 Il primo livello di partnership nazionale è quello delle partnership locali e/o a livello comunale che sono strettamente legate alla governance più remota. Anche se questioni specifiche potrebbero essere significative per un'impresa, e avere meno importanza per altre imprese, tutte le imprese sono comunque influenzate dal governo e dai processi locali. I partenariati locali sono importanti soprattutto per le imprese più piccole e per le imprese che operano nei mercati più piccoli (imprese che si rivolgono ai consumatori locali)

 Il partenariato nazionale è rilevante per sostenere le imprese nelle loro fasi di avvio. Quando lo sviluppo dell'impresa si basa sulla definizione di partnership a livello locale, questo sarà per



Cosa ne pensate?

Che tipo di partnership vorresti sviluppare?

lo più collegato con il mercato nazionale, dove le imprese operano o dove si realizzano i primi passi dell'impresa.



I partenariati nazionali hanno un'importanza essenziale nei casi in cui le piccole imprese hanno esigenze specifiche del settore - per esempio, quando una piccola impresa si trova nella posizione in cui ha bisogno di creare un accordo con alcuni produttori; nella maggior parte dei casi sarà molto più facile iniziare ad avviare tali collaborazioni a livello nazionale, in quanto, tenendo conto della capacità produttiva, sarà più difficile per una piccola impresa trovare un partner all'estero. I partenariati locali nei casi di piccole imprese saranno molto più rilevanti, soprattutto nella fase iniziale dell'attività. Quando le piccole imprese lavorano principalmente con i consumatori locali è essenziale che i clienti locali capiscano il business e come possono usufruire dei servizi offerti.



I partenariati nazionali giocano un ruolo importante per le medie imprese che stanno cercando di espandere le loro operazioni in un mercato più grande. In alcuni paesi europei il mercato nazionale è molto più grande che in altri stati. Espandere il business in un mercato nazionale più grande o in mercati internazionali potrebbe essere un processo piuttosto complicato se non si costituiscono partnership a livello nazionale o internazionale. Per le imprese che provengono da una regione specifica, ma che vogliono espandere le loro attività a livello nazionale, è necessario creare una partnership con diverse agenzie o altre aziende del paese.



In paesi più grandi, le esigenze a livello nazionale potrebbero essere significativamente diverse da una regione all'altra. La necessità di creare partenariati in tutto lo stato risulterebbe molto importante per facilitare le catene di approvvigionamento per le imprese nazionali. Uno dei migliori esempi di questo genere è l'industria della produzione alimentare, dove le catene di approvvigionamento sono abbastanza inefficaci nell'Unione europea. Vi potrebbero essere risultati molto migliori nelle catene di approvvigionamento per questa specifica industria. Questo è uno dei temi attuali in cui i partenariati nazionali potrebbero effettivamente essere di aiuto (laddove il cibo viene dalla fattoria e arriva al piatto di ogni persona). In generale, creando delle partnership nazionali e accorciando le catene di

approvvigionamento, è possibile alleviare la “pressione” sull'ambiente.



I partenariati nazionali sono significativamente importanti nel processo di networking operativo e di scambio di esperienze. Le imprese dovrebbero essere in grado di accogliere l'esperienza di diversi mercati e scambiarsela a livello nazionale. Questo può risultare un fare di stimolo anche per altre imprese. Le esperienze di scambio tra imprese sono utili per sostenere I maggiori quantità di esportazioni anche a livello europeo.



I partenariati nazionali sono importanti per quanto riguarda le specificità nazionali. Anche se l'Unione Europea armonizza diversi regolamenti d'affari a livello europeo, per esempio i regolamenti sulla tassazione o la politica dell'occupazione, anche le tradizioni e i regolamenti nazionali specifici dovrebbero essere presi in considerazione.

In punti:

- Iniziare un'attività;
- Piccole imprese con questioni specifiche del settore;
- Piccole imprese che si concentrano principalmente sul mercato locale;
- Medie imprese che si espandono in grandi mercati locali;
- Produzione e facilità di catene di approvvigionamento;
- Networking operativo e scambio di esperienze;
- Specificità nazionale - regolamenti, tradizioni, ecc.
- Partenariati locali e municipali - questioni relative al livello di governo più lontano.



**Argomenti
principali:**

**Partnership
nazionali**

Partnership internazionali



I partenariati internazionali sono più importanti nei casi di scalata del business e di acquisizione di un'esperienza molto più ampia. I partenariati internazionali risultano rilevanti per i casi in cui si vuole espandere il proprio business a livello internazionale, al fine di trovare nuovi mercati e nuove opportunità per i prodotti e servizi forniti.

Le partnership internazionali risentono da importanti differenze. Se il mercato nazionale di un determinato paese è più grande dell'azienda di un altro stato dell'UE che vuole entrare in questo mercato internazionale (hanno una maggiore capacità di mercato nazionale, possibilità di espansione), la prospettiva di mettersi in rete può essere influenzata pesantemente dal modo in cui si vede e pensa il contesto commerciale.

I partenariati internazionali sono importanti per lo scambio culturale a fini commerciali. Aiutano a capire come funzionano le imprese e la cultura aziendale nelle diverse parti d'Europa e anche in diverse parti del mondo.

All'interno del partenariato internazionale è possibile capire come si può cooperare al meglio con le istituzioni europee e come aiutare a sviluppare le politiche europee. Nel complesso, i partenariati internazionali offrono l'opportunità alle imprese nazionali di crescere e contribuire al cambiamento.

Uno dei punti più importanti dell'esperienza internazionale per quanto riguarda i diversi tipi di attività commerciali è che risulta possibile valutare la portata delle nuove sfide. La creazione

di partenariati internazionali consente di comprendere quali sono le esigenze dei clienti nei diversi mercati mondiali.

In punti:

- Prodotti e progetti modulari;
- Scambio culturale per scopi commerciali;
- Lobbying internazionale;
- Esperienza internazionale



***Argomenti
principali:***

***Partnership
internazionali***

Come applicare la partnership?

Ci sono delle questioni pratiche e specifiche su come utilizzare le partnership e cosa è necessario fare quando il proprietario o il rappresentante di un'impresa comprende che ha bisogno di un partenariato.



Definire le partnership

Uno dei punti più importanti è il processo di definizione del partenariato, ragionare cioè sugli obiettivi del partenariato che occorre creare. Quando l'imprenditore o il rappresentante si trova nella posizione o nella situazione in cui pensa di dover stabilire un nuovo partenariato a livello nazionale o internazionale, è necessario capire quali sono le idee principali per definire la rete, se c'è – ad esempio, la necessità di assicurare le operazioni di business quotidiane o cercare di espandere il business o voler cercare o creare innovazione. Fondamentalmente la prima cosa da fare è capire lo scopo della potenziale partnership. .

Anche i risultati attesi dalla partnership dovrebbero essere presi in considerazione. Quando si stabilisce una partnership con l'obiettivo dell'innovazione, è necessario capire cosa verrà innovato. Invece attraverso partnership con valore aggiunto si potrebbe meglio capire qual è la cosa più utile per il proprio business. In alcuni casi, ci possono essere situazioni in cui si definisce una nuova partnership per creare nuova innovazione del proprio business, ma in poco tempo si potrebbe capire che la partnership realizzata è alquanto inutile perché non si sta muovendo nella direzione che si voleva raggiungere.

Punti principali::

- Qual è la situazione attuale su cui volete creare una partnership?
- Quali sono i risultati attesi?




**Argomenti
principali**


**Definire le
partnership**

Considerazioni rilevanti

Alcune considerazioni rilevanti dovrebbero essere prese in considerazione durante la definizione della propria partnership. In particolare:



 Lavorare con una mappatura degli stakeholder. La mappatura degli stakeholder è il processo attraverso il quale gli imprenditori identificano i loro partner e lavorano insieme a loro su diversi tipi di questioni. È necessario definire chi sono i principali stakeholder che lavorano nei settori target e che possono aiutare a capire le situazioni specifiche. Ad esempio, tali stakeholder possono essere i ministeri, i rappresentanti del settore non governativo, le relative associazioni. È essenziale definire quali informazioni possono essere fornite da ogni stakeholder, come definire gli scopi della partnership e il contributo che può essere fornito per lo sviluppo di un business condiviso.

 Anche il livello di coinvolgimento desiderato dovrebbe essere considerato. Attivo/capofila vs. passivo/seguace. Ogni partnership dipende fortemente dal fatto che il proprietario dell'azienda scelga di essere un partner attivo e leader nella partnership, o decida di essere un partner passivo, nel senso che si limiti a seguire il partenariato. Ogni partnership produrrà i benefici necessari quando sarà guidata correttamente e attivamente. In alcuni casi può essere davvero irrilevante creare dei partenariati che non hanno prospettive a lungo termine. Sviluppando il partenariato, ogni soggetto dovrebbe essere totalmente sicuro e consapevole del suo livello di coinvolgimento.

Punti principali:

- Mappatura degli stakeholder;
- Decisione sul livello di coinvolgimento.




**Punti
principali:**


**Considerazioni
rilevanti**


Possibili partenariati



Esempi di partenariato nazionale

 Dal punto di vista nazionale della creazione di partnership, uno dei principali attori sono le Camere nazionali. Le Camere sono partner importanti nei processi di business e nella loro espansione in tutta Europa. La ragione principale è che le Camere sono associazioni di business che collegano le imprese di diversi settori di attività. Mentre ci sono associazioni che rappresentano industrie specifiche, le Camere sono il punto di contatto chiave per quelle imprese che vogliono ottenere una maggiore portata di attività in uno specifico ambiente commerciale. Fondamentalmente le Camere possono essere considerate come uno dei migliori esempi di partnership nazionale per il business


 È importante menzionare anche gli incubatori di imprese che agiscono in tutta Europa. Gli incubatori di imprese forniscono l'opportunità di scambiare tra le imprese le esperienze rilevanti e i nuovi casi di business. Il processo di innovazione in alcuni casi è per lo più legato a maggiori investimenti e nuovi sviluppi di business. A livello nazionale gli incubatori d'impresa sono canali strategicamente importanti che forniscono l'opportunità di espandere il proprio business.

 Allo stesso modo, le associazioni industriali forniscono un valore aggiunto per il livello di competenza delle aziende in settori specifici. Offrono l'opportunità di creare partenariati tra le aziende che rappresentano un settore e forniscono possibili connessioni che possono essere utili per creare nuovi partenariati e sviluppare e innovare le imprese. Attraverso le associazioni di settore, le imprese ottengono nuove possibilità di networking e una visione sulle normative di settore. Di certo, le associazioni di settore giocano un ruolo significativo nel fornire il loro supporto nel processo di sviluppo di partnership locali.


Punti principali:


- Camere
- Incubatori di imprese e agenzie;
- Associazioni di settore

Esempi di partnership internazionali

 Valutando il partenariato a livello internazionale, 2 attori principali dovrebbero essere evidenziati: EUROCHAMBRES (l'associazione delle camere di commercio e industria europee) e la Camera di Commercio e Industria Internazionale. Queste sono due grandi associazioni di imprese che forniscono il supporto necessario alle imprese nazionali per favorire una loro prospettiva internazionale.

 La prospettiva internazionale fornisce la migliore possibilità di essere competitivi in diverse regioni e in diverse parti del mondo. I partenariati internazionali aiutano a crescere anche a livello nazionale. Le associazioni industriali a livello internazionale possono portare un valore aggiunto extra alle imprese a livello UE. Tuttavia è importante ricordare che non tutte le industrie hanno queste organizzazioni internazionali di lobbying o organizzazioni professionali internazionali per le partnership.

 I partenariati internazionali offrono più opportunità per educarsi come partner che hanno una visione ad ampio raggio. Quando si prende in considerazione la sola prospettiva nazionale, nella maggior parte dei casi si rimane indietro di alcuni anni rispetto ai regolamenti e/o alle discussioni che avvengono a livello europeo. I partenariati internazionali possono aiutare a capire molto meglio il futuro.

 Il supporto europeo nella creazione del partenariato internazionale. Erasmus+ è uno dei programmi interessante dal punto di vista del business per scambiare esperienze. Prima direzione - l'educazione dei giovani imprenditori, il processo di creazione di una mentalità internazionale sul business. In questo modo è possibile garantire il sostegno dell'Unione europea e dei suoi programmi anche per le imprese già avviate, che non hanno raggiunto il livello desiderato.



Argomenti principali:

Esempi di partenariati nazionali

Punti principali:

- EUROCHAMBRES e ICC;
- Associazioni industriali a livello europeo;
- Progetti UE sullo scambio di esperienze (per esempio Erasmus+).

Sfide nei partenariati



Indipendentemente dal tipo di partnership che si sta per creare, è strategicamente importante definire le possibili sfide che possono essere affrontate sia a livello nazionale che internazionale nel processo di costituzione. In questo modo si può ridurre il

rischio che la partnership fallisca.

Identificazione



Quando non si è in grado di identificare il tipo di partnership per il proprio business d'interesse, quali sono i gli obiettivi principali nella creazione di una partnership, e qual è il target, c'è un alto rischio di non raggiungere i risultati che si volevano raggiungere. Per ogni proprietario o rappresentante d'azienda è importante capire qual è lo scopo principale della creazione della partnership, identificando le parti interessate. Solo in questo modo è possibile creare una partnership di successo.

Sostenere il partenariato



Quando il partenariato è stato creato è necessario sostenerlo. Ogni partner assume ruoli diversi nella partnership. È importante essere sempre chiari su quale è il livello di coinvolgimento nella partnership e su chi fa che cosa. Se un imprenditore non è pronto a investire le sue risorse (umane ed economiche) nella partnership creata è importante considerare se questa relazione risulti necessaria e rilevante per l'azienda.



**Punti
principali:**

**Esempi di
partnership
internazionali**

Stakeholder management



La gestione degli stakeholder è essenziale nel contesto del mantenimento della partnership. La questione della gestione degli stakeholder può essere rilevante per raggiungere i risultati prefissati dalla partnership. Quali sono i ruoli di ogni partner? Guardando dalla prospettiva della propria posizione come partner, occorre lavorare costantemente con diverse questioni incentrate sulla gestione degli stakeholder. Se si è un leader della partnership occorre avere sempre la visione di quali sono i bisogni e le idee di tutti i soggetti coinvolti. Se si è un partner che non coordina, è importante avere una grande capacità di ascoltare, seguire e capire i passi fatti dal partner principale.

Rischi derivanti dagli stakeholder



Se la gestione degli stakeholder e di tutti i processi ad essa correlati non saranno seguiti con attenzione con un processo d'intervento ponderato, c'è un alto rischio che alcuni degli stakeholder presi in considerazione non sosterranno le attività, il che potrebbe portare al mancato raggiungimento degli obiettivi delle partnership sviluppate.

Spese



Gli imprenditori dovrebbero sempre tenere a mente che mentre lavorano con l'identificazione della partnership vi potrebbero essere delle spese da sostenere. Nel fare business si deve sempre guardare al lato finanziario. Quando l'imprenditore è desideroso di creare una nuova partnership, e vuole aumentare le entrate della sua azienda, dovrebbe ricordare che dovrà coinvolgere le sue ore di lavoro, coinvolgere le ore di lavoro dei suoi dipendenti, convogliare delle risorse nello sviluppo della partnership. In alcuni casi si potrebbero avere anche alcune spese per le quote di adesione a determinate organizzazioni. Tuttavia, è importante tenere a mente che sono spese che vanno considerati come investimenti con ricadute positive nel medio e lungo periodo.

Restrizioni e partnership online



Il tema delle restrizioni e delle partnership online è essenziale al giorno d'oggi, in questa fase di pandemia. I partenariati che sono creati "sul posto", quando è possibile avere un

incontro faccia a faccia, hanno più benefici e un valore aggiunto maggiore rispetto ai partenariati che sono creati e sviluppati principalmente online. I partenariati creati online rischiano di dover sopperire ad alcuni problemi di comunicazione relazionale dovuti dall'essere lontani. Queste difficoltà possono avere un impatto non di poco conto sul mantenimento della partnership e sulla gestione degli stakeholder. Per questo è importante essere preparati e prendere in considerazione tutte queste circostanze.



Cosa ne pensi?

Considerate le sfide menzionate come significative nel processo di sviluppo del partenariato?

Sostegno UE



Due cose importanti dovrebbero essere prese in considerazione per quanto riguarda la prospettiva di ricevere il sostegno dell'Unione europea nel processo di creazione del partenariato

1. ERASMUS+ - il programma che permette, anche in qualità di proprietario o rappresentante d'azienda, di ottenere migliori collegamenti con molte aziende in tutta Europa. Il programma può aiutare non solo a creare partenariati nazionali, ma anche partenariati internazionali che, a loro volta, possono garantire maggiori opportunità e benefici.
2. L'Unione Europea sostiene attivamente le organizzazioni che operano a livello nazionale. Fondamentalmente non solo le istituzioni che lavorano con progetti internazionali, ma anche le organizzazioni che lavorano con diversi tipi di progetti di sviluppo dell'ambiente aziendale a livello nazionale.

Sulla base del sostegno che può essere ricevuto dall'Unione Europea, è possibile aumentare la consapevolezza su diversi argomenti inerenti le grandi politiche europee, e che hanno un forte impatto nelle politiche nazionali. Diversi programmi ed iniziative sono sostenute dall'Unione europea per favorire lo scambio di informazioni tra le imprese. L'Unione europea può aiutare a creare sia partenariati internazionali sia partenariati a livello nazionale, di qualità sicuramente superiore.

Conclusioni

- Una delle cose più importanti da prendere in considerazione durante la creazione di un partenariato deve essere l'identificazione dei bisogni. È strategicamente importante definire se i propri bisogni collimano con delle partnership a livello nazionale e/o internazionali. È necessario identificare i potenziali partner e le parti interessate, i possibili rischi e quale potrebbe essere il proprio ruolo nella partnership sviluppata.
- Se si cerca di sostenere il partenariato non considerando gli aspetti “pilastro”, c'è il rischio di fallire nel partenariato, e il tutto risulterà inutile ed improduttivo.
- È importante pianificare la gestione degli stakeholder ed i rischi correlati. Occorre sempre considerare il livello di coinvolgimento (chi fa che cosa) e le possibili spese.
- È strategicamente importante considerare e valutare le restrizioni e le aperture che si applicano in continuazione a livello internazionale.

Domande pratiche

1. Cosa significa per te la partnership?

2. Che tipo di partnership vorresti sviluppare?

3. Considera le sfide nei partenariati come significative nel processo di sviluppo del partenariato?



Sources

1. <https://www.profit.co/blog/the-alphabet-p/partnership/the-importance-of-partnership-in-business/>
2. <https://www.investopedia.com/terms/p/partnership.asp>
3. <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/>
4. <https://www.eurochambres.eu/>
5. <https://www.iie.org/Learn/Blog/2016/07/2016-July-International-Partnerships-What-Does-It-Mean-To-Be-Strategic>
6. <https://www.darzin.com/stakeholder-management-ultimate-guide/>
7. <https://www.pmi.org/learning/library/stakeholder-management-task-project-success-7736>
8. <https://www.thebalancesmb.com/types-of-partners-in-a-business-partnership-398281>

Pictures and icons where taken from the following resources:

1. <https://www.dreamstime.com/>
2. <https://www.istockphoto.com/>
3. <https://clipart-library.com/>
4. <https://icons8.ru/>

Prepared by: **Latvian Chamber of Commerce and Industry**

PROJECT PARTNERS:

