



Internazionalizzazione delle PMI

*Un Sommario per Aziende
del Settore Alimentare*

Internazionalizzare: Vantaggi per le PMI



Analisi Preliminare

Punti di forza e di
debolezza

```
graph TD; A[Punti di forza e di debolezza] --> B[Vantaggio competitivo nel mercato domestico]; B --> C[Replicabilità vantaggio in altri mercati];
```

Vantaggio competitivo
nel mercato domestico

Replicabilità vantaggio
in altri mercati

Selezione dei Mercati Obbiettivo

Le seguenti informazioni sono utili per selezionare i mercati obbiettivo:

Dati Macroeconomici

- Consistenza della popolazione
- PIL pro-capite e suo tasso di crescita
- Tasso di inflazione
- Andamento del tasso di cambio (non Euro)
- Vicinanza geografica e culturale
- Legislazione e politiche governative
- Livello di istruzione

Fonte: World Bank, OCSE, ICE

Selezione dei Mercati Obiettivo

Dati di Mercato

- Domanda (prezzi, volumi, qualità dei prodotti)
- Concorrenti (locali, stranieri, multinazionali)
- Legislazione locale e attitudine governativa
- Importazioni di prodotti alimentari italiani
- Bilancia commerciale dei prodotti alimentari italiani

Fonte: ICE, Camere di Commercio, Associazioni di Categoria

Selezione dei Mercati Obbiettivo

Mercati Vicini

- Minore Complessità
- Bassi Investimenti
- Risultati nel breve periodo, ma modesti

Mercati Lontani

- Maggiore Complessità
- Alti Investimenti
- Risultati nel medio-lungo periodo, ma significativi

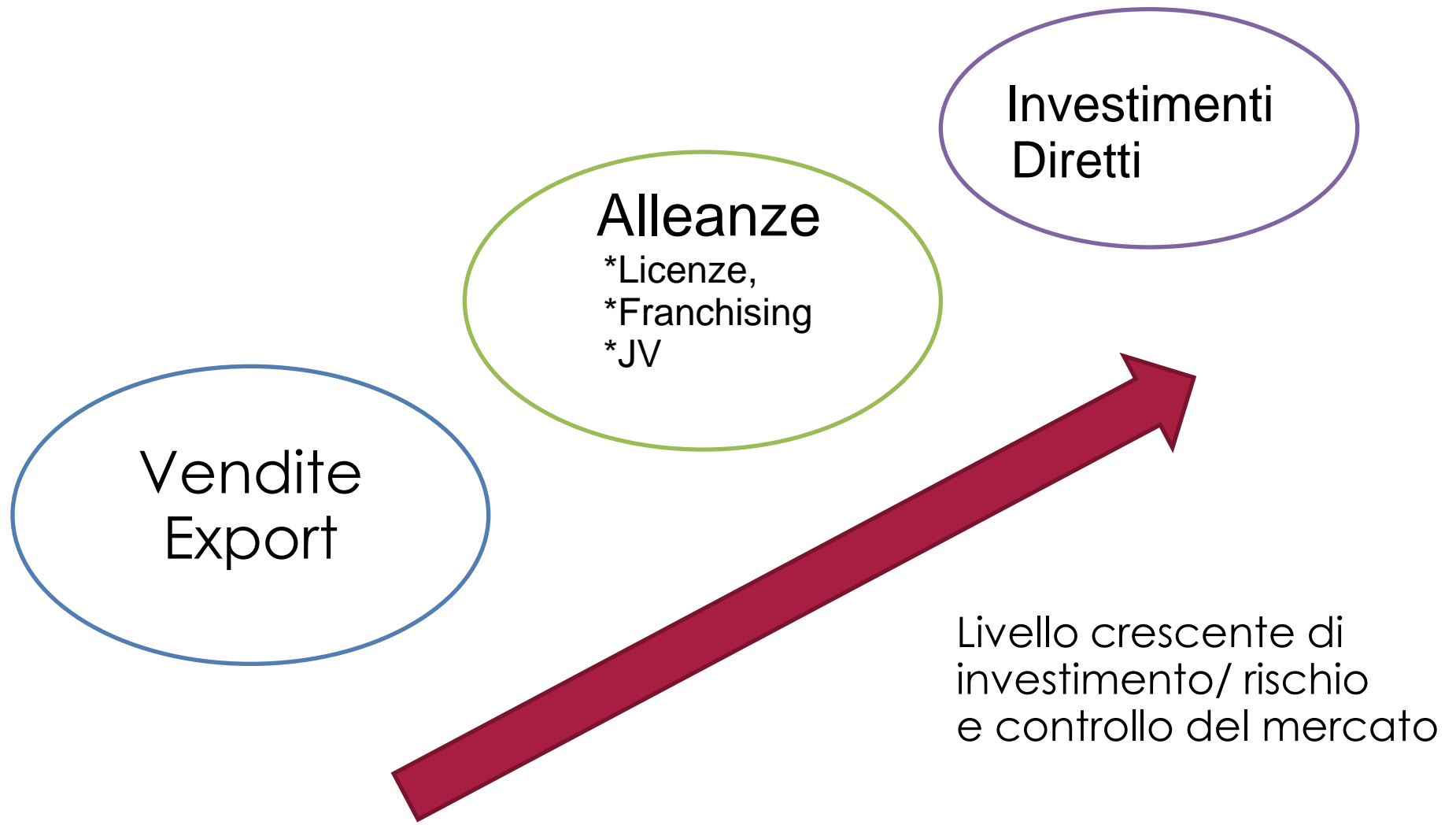
Definire un mix bilanciato: Esempio

1 vicino (Germania / UK)

1 medio (USA / Russia)

1 lontano (Cina / India / Corea del Sud)

Modalità di Accesso



Organizzare l' Export

Organizzazione Italia

- ✓ Grande Compratore
- ✓ Trading Company
- ✓ Consulente / Agente
- ✓ Struttura Export in outsourcing
- ✓ Struttura Export Interna

Organizzazione Estero

- ✓ Grande Compratore
- ✓ Trading Company
- ✓ Importatore / Distributore
- ✓ Magazzino
- ✓ Filiale Commerciale

Marketing Mix

In base al posizionamento desiderato si definiscono

Adattamento/ Scelta Prodotti

- Ricette
- Etichette
- Imballi

Prezzo

- Riferimento al leader o media mercato
- Differenziato per canale distributivo

Canale distributivo

- Negozi Gourmet
- Dettaglio Tradizionale
- Grande Distribuzione
- Discount
- Ho.Re.Ca.

Promozione

- Cataloghi
- Fiere / B2B
- Azioni PV
- Articoli stampa redazionali
- Pubblicità

Attività Aziendali per Export

Le varie funzioni si attrezzano per le attività richieste dall' Export

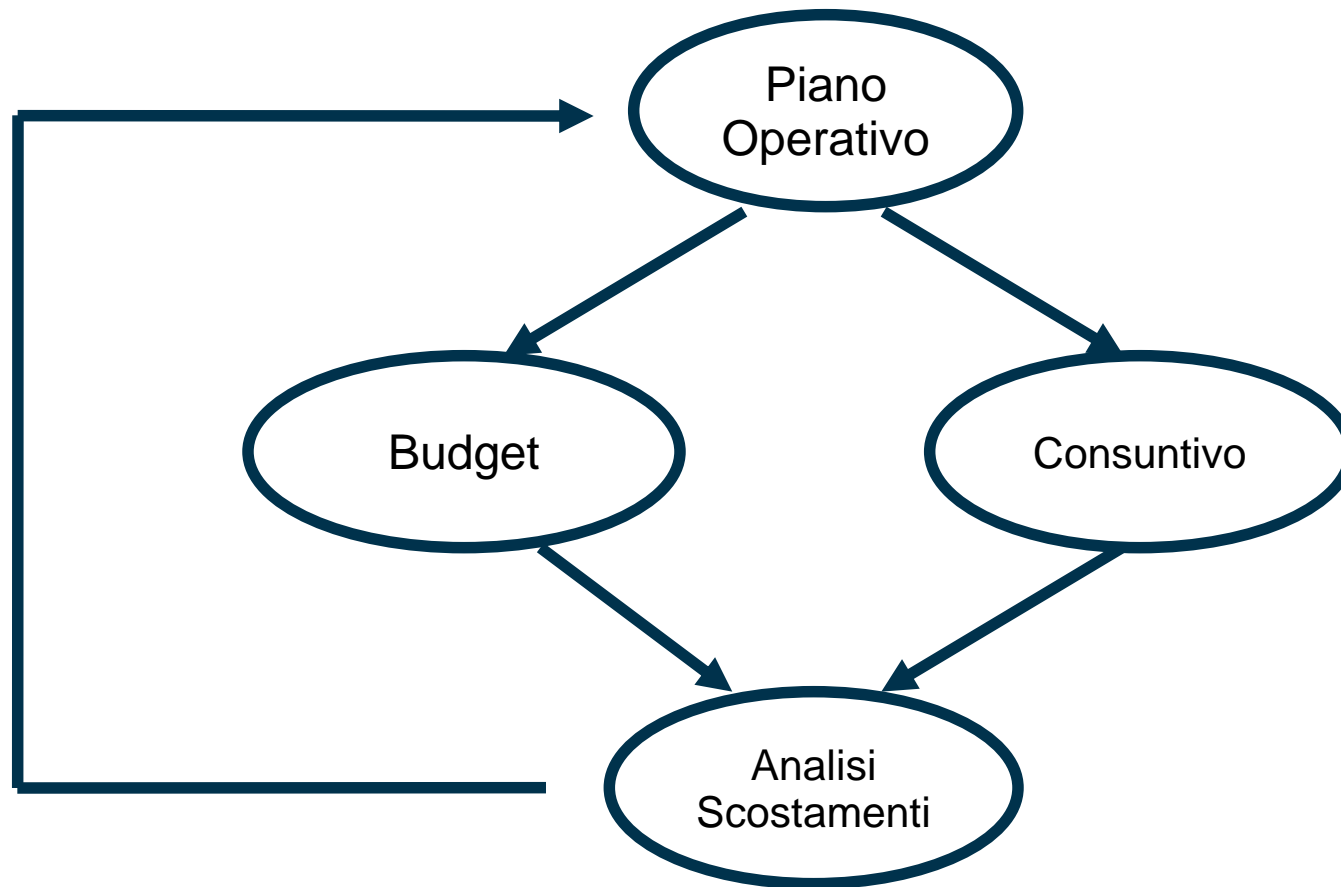
Amministrazione	Logistica	Assicurazione Qualità	Commerciale
<ul style="list-style-type: none">• Emissione documenti in lingua straniera• Monitoraggio Cambi divise estere• Gestione crediti commerciali• Comunicazioni statistiche (es. INTRASTAT)	<ul style="list-style-type: none">• Pratiche doganali• Gestione trasportatori esteri	<ul style="list-style-type: none">• Certificazioni (es ISO, BRC, IFS)• Informazioni su ingredienti e processo produttivo	<ul style="list-style-type: none">• Monitoraggio mercati esteri• Etichette con diciture in lingua• Cataloghi in lingua• Gestione clienti esteri

Piano Operativo

Raccogliere tutti gli aspetti presi in esame in un Piano Operativo consente di:

- Esplicitare le scelte fatte e condividerle
- Verificare la coerenza dei vari aspetti fra di loro
- Evidenziare eventuali lacune
- Allineare tutta l'azienda alle esigenze del progetto
- Formulare obiettivi misurabili, anche su un orizzonte di più anni (es budget, break-even)

Controllo e Revisione del Piano



Certificazioni di Qualità

Le certificazioni rassicurano i distributori ed i consumatori finali:

Legame con il territorio

- DOP / IGP / STG

Pratiche di lavorazione agricola

- GlobalGAP – Good Agriculture Practice

Standard Grande Distribuzione europea

- BRC – British Retail Consortium (UK)
- IFS – International Food Standard (Austria, Svizzera, Francia, Germania, Italia)

Fare Sistema

Unire gli sforzi di più aziende (reti di imprese / consorzi) presenta notevoli vantaggi:

- Facilita l'accesso ai contributi pubblici
- Consente di affrontare investimenti troppo onerosi per la singola impresa (es. fiere, eventi promozionali, figure professionali dedicate ai mercati esteri)
- Incrementa il livello di servizio offerto ai clienti
- Stimola lo scambio di esperienze fra i partecipanti

Facilitazioni per Internazionalizzare

- Sportelli regionali (SPRINT)
- Contributi per attività promozionali di Consorzi per l'Internazionalizzazione (consorzi multiregionali)
 - D. Legge 22/06/2012
 - Decreto Ministeriale 22/11/2012
 - Decreto Direttoriale 11/01/2013
- SACE-Servizi Assicurativi Commercio Estero
 - Garanzia su credito commerciale concesso ai clienti
 - Garanzia alle banche su credito finanziario all'impresa
- SIMEST-Società Italiana Imprese all'Estero (insediamenti duraturi all'estro)