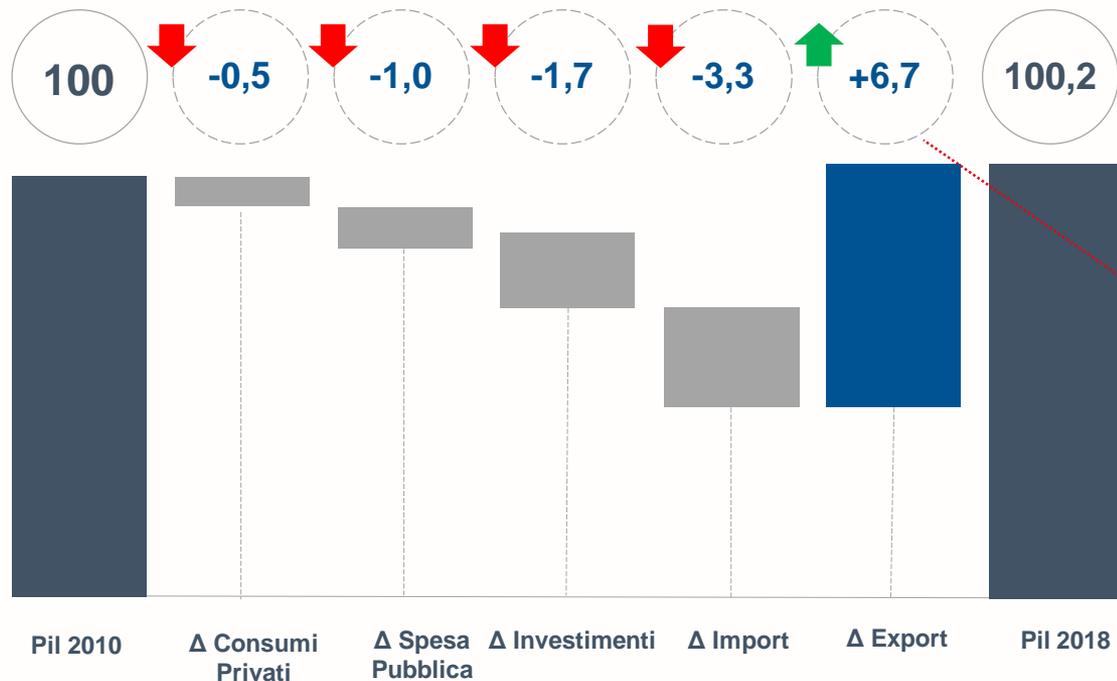


Conoscere e valutare le opportunità e i rischi connessi al processo di internazionalizzazione. Su quali mercati puntare?

Alessandro Terzulli, Responsabile Ricerca e Studi SACE

Per l'Italia l'export rimane il principale driver di crescita

Contributi alla crescita del Pil reale 2010-2018 (p.p.)



Nel 2018 le **esportazioni di beni e servizi**, misurate in **volume**, sono ammontate a **~541 miliardi di euro**. Considerando la variabile espressa in valore nominale a prezzi correnti le esportazioni di beni e servizi sono ammontate a **~570 miliardi di euro**.

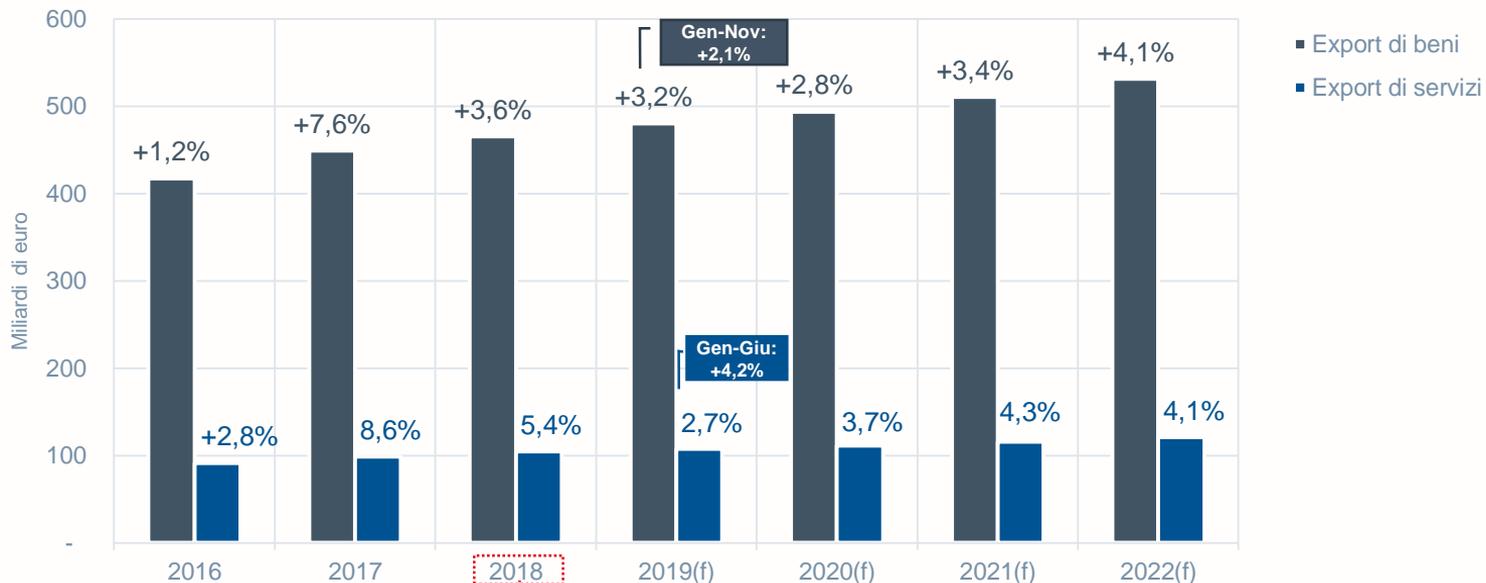
Fonte: Elaborazioni SACE SIMEST su dati Istat

Nota: Valori concatenati con anno di riferimento 2015

Il valore delle esportazioni di beni ammonta a ~4/5 dell'export complessivo

Entro il 2021 le vendite di beni supereranno i 500 miliardi di euro

Export di beni e servizi (valore prezzi correnti; var. % a/a)



Beni: € 465 mld
Servizi: € 104 mld
Totale: ~ € 570 mld

Fonte: Istat, SACE SIMEST

Uno sguardo alle imprese esportatrici italiane

Un numero elevato di imprese ma export frammentato

Imprese esportatrici e valori medi esportati per classi di addetti (2016)

Classe di addetti	Italia				Germania			
	Imprese		Valore medio esportato (.000 €)	Imprese		Valore medio esportato (.000 €)		
	Numero	Peso %		Numero	Peso %			
<i>Fino a 9</i>	128.641	65,7	180	175.883	66,9	285		
<i>10-49</i>	54.533	27,9	1.306	58.073	22,1	1.071		
<i>50-249</i>	10.619	5,4	11.003	22.035	8,4	6.227		
<i>Oltre 250</i>	1.952	1,0	94.358	6.732	2,6	111.984		
<i>Non specificati</i>	27.577	-	794	49.181	-	4.108		
Totale	223.322	100,0	1.868	311.904	100,0	3.865		

Classe di addetti	Francia				Spagna			
	Imprese		Valore medio esportato (.000 €)	Imprese		Valore medio esportato (.000 €)		
	Numero	Peso %		Numero	Peso %			
<i>Fino a 9</i>	54.121	63,0	294	113.899	72,1	260		
<i>10-49</i>	21.034	24,5	1.064	32.715	20,7	1.055		
<i>50-249</i>	7.747	9,0	5.657	8.882	5,6	6.292		
<i>Oltre 250</i>	2.962	3,4	104.435	2.428	1,5	49.328		
<i>Non specificati</i>	21.971	-	2.872	4.897	-	4.540		
Totale	107.835	100,0	4.216	162.821	100,0	1.609		

Uno sguardo alle imprese esportatrici italiane

Connotazione territoriale e specializzazione settoriale

Ripartizioni e regioni	Operatori all'esportazione						Valore medio per esportatore	
	Numero	Var. %	Pesi percentuali sul totale delle regioni				Migliaia di euro	Var. %
	2018 ⁽¹⁾	2018 ⁽¹⁾	2005	2008	2017	2018 ⁽¹⁾	2018 ⁽¹⁾	2018 ⁽¹⁾
Italia nord-occidentale	78.819	-4,5	37,6	37,3	40,9	40,8	2.230	7,4
Piemonte	15.801	-4,3	8,5	8,1	8,2	8,2	2.956	4,2
Valle d'Aosta	419	-14,7	0,2	0,1	0,2	0,2	1.750	27,0
Lombardia	57.668	-1,6	26,9	26,9	29,1	29,9	1.324	23,6
Liguria	4.931	-28,5	2,0	2,1	3,4	2,6	2.112	6,3
Italia nord-orientale	53.139	-4,9	29,9	31,5	27,7	27,5	2.758	9,1
Trentino-Alto Adige	3.374	-5,8	1,7	1,8	1,8	1,7	2.516	8,4
Veneto	25.052	-4,4	14,0	13,9	13,0	13,0	2.448	7,0
Friuli-Venezia Giulia	5.104	-6,7	3,7	5,2	2,7	2,6	2.891	13,2
Emilia-Romagna	19.609	-4,8	10,5	10,6	10,2	10,2	3.162	10,4
Italia centrale	36.738	-3,2	20,4	18,8	18,8	19,0	1.940	3,2
Toscana	18.114	-2,7	9,6	9,2	9,2	9,4	1.889	5,7
Umbria	2.529	-4,4	1,3	1,3	1,3	1,3	1.633	13,2
Marche	6.645	-4,8	4,8	4,0	3,5	3,4	1.708	2,9
Lazio	9.450	-2,7	4,7	4,3	4,8	4,9	2.282	-2,4
Mezzogiorno	24.401	-3,7	12,1	12,5	12,6	12,6	1.955	8,8
Abruzzo	2.909	-4,5	1,7	1,8	1,5	1,5	2.943	8,9
Molise	356	-5,1	0,2	0,2	0,2	0,2	1.516	55,0
Campania	9.215	-2,3	4,5	4,5	4,7	4,8	1.102	3,5
Puglia	5.249	-5,1	2,9	3,0	2,7	2,7	1.485	1,9
Basilicata	550	-7,6	0,2	0,3	0,3	0,3	7.389	12,8
Calabria	1.280	-3,1	0,6	0,5	0,7	0,7	377	12,1
Sicilia	3.773	-4,1	1,6	1,7	2,0	2,0	2.762	19,2
Sardegna	1.069	-2,0	0,4	0,5	0,5	0,6	5.312	8,5
Totale regioni⁽²⁾	193.097	-4,2	100,0	100,0	100,0	100,0	2.243	11,8

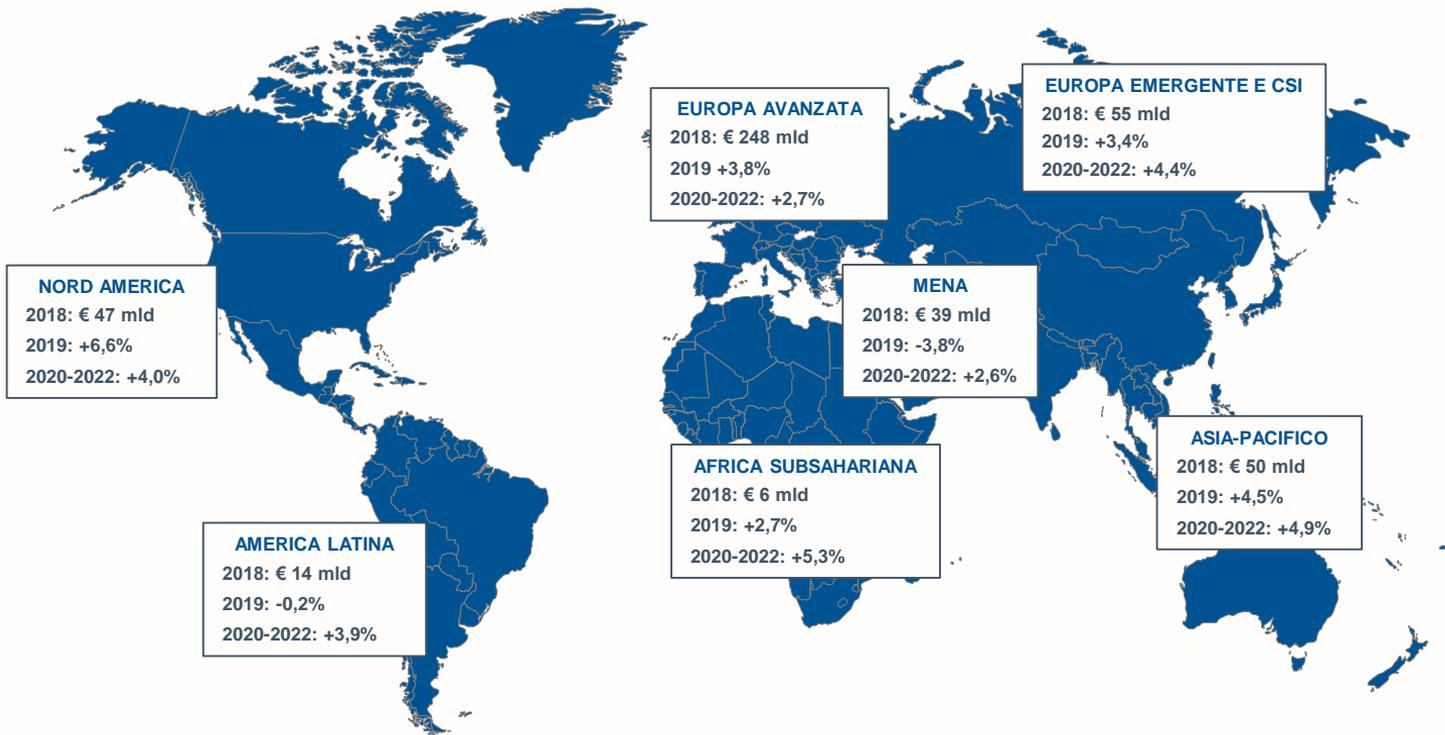
Fonte: Rapporto ICE 2018-19

Imprese esportatrici e valori esportati per settore (2017)

	Totale	
	# imprese	Esportazioni (€ mln)
Attività manifatturiere	62.792	345.094
Alimentari e bevande	5.439	25.774
Tessile	2.595	7.949
Abbigliamento	4.372	11.732
Articoli in pelle	3.102	14.823
Legno e prodotti in legno	1.907	1.515
Carta e di prodotti di carta	2.215	6.872
Coke e raffinati	55	10.211
Prodotti chimici	2.008	21.024
Prodotti farmaceutici	251	19.387
Gomma e plastica	3.490	15.651
Prodotti minerali non metalliferi	2.992	8.471
Metallurgia e prodotti in metallo	9.217	44.027
Computer e prodotti di elettronica	1.740	8.280
Apparecchiature elettriche	2.549	17.416
Macchinari	10.150	63.511
Autoveicoli	898	36.788
Altri mezzi di trasporto	654	13.049
Fabbricazione di mobili	3.517	8.270
Altre industrie manifatturiere	5.641	10.344
Altre attività	63.128	73.809
TOTALE	125.920	418.903

Verso il 2020 e oltre: su chi puntare e...

Previsioni dell'export italiano di beni per area geografica



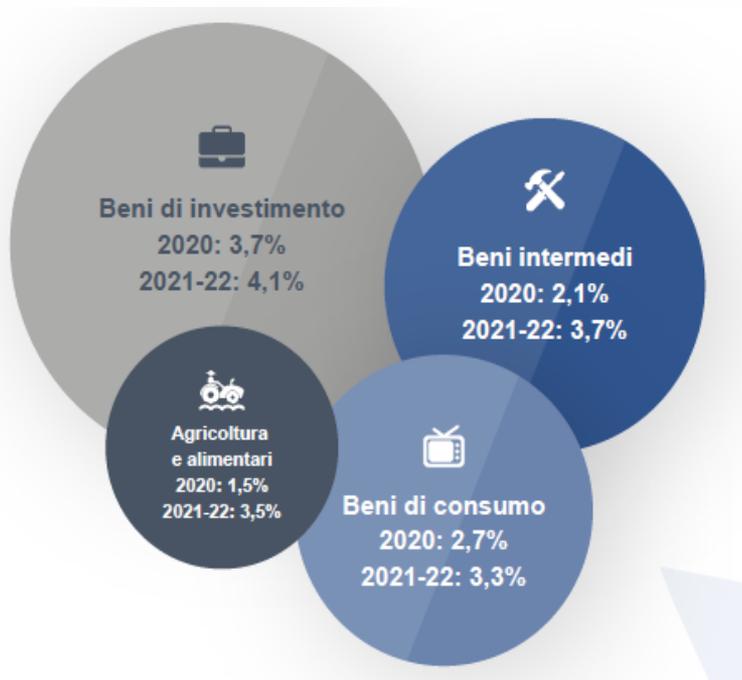
Fonte: Istat, SACE SIMEST

Nota: La somma dell'export verso le aree non coincide con il totale dell'export italiano di beni (pari a circa 465 miliardi di euro nel 2018) poiché alcune voci di fonte Istat (ad esempio, "provviste e dotazioni di bordo") non sono direttamente imputabili a una specifica area.

...cosa vendere

Previsioni dell'export italiano di beni per raggruppamenti

Raggruppamenti di beni (var. annua, %)



Una **maggiore spinta** per l'export italiano potrà scaturire **dai beni di investimento** già dal 2020, sfruttando la maggiore dinamicità della domanda a livello globale rispetto al 2019.

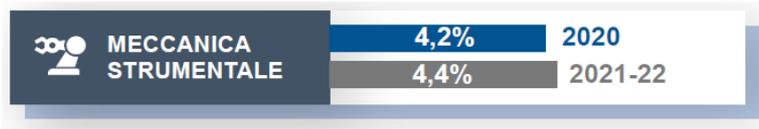
La performance dei **beni intermedi**, dei **beni di consumo** e dei **beni agro-alimentari continuerà a essere positiva** nei prossimi anni, sebbene nei tassi di crescita del 2020 potrà evidenziarsi un effetto-base di ridimensionamento rispetto all'ottima dinamica registrata dai tre raggruppamenti nel corso di quest'anno.

Fonte: Istat, SACE SIMEST

7 Nota: La dimensione delle bolle riflette il peso di ciascun raggruppamento sul totale dell'export italiano di beni.

La ripresa dei beni di investimento favorirà l'avanzata dei nostri macchinari

Ma è necessario estendere il raggio d'azione oltre le geografie più «note»



Le performance per i nostri **macchinari** saranno positive sia in alcuni dei principali mercati di destinazione (**Cina, India, Spagna, Stati Uniti e Russia**) sia in diverse geografie meno battute.

Africa Subsahariana

Angola: macchinari industriali e agricoli.

Ghana: macchinari per la trasformazione alimentare e macchinari impiegati nei comparti minerario e dell'*oil&gas*.

Kenya: macchinari per la trasformazione alimentare.

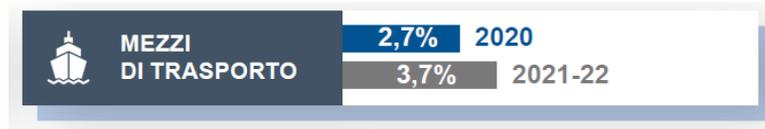
Asia

Filippine: macchine di sollevamento e movimentazione.

Vietnam: macchinari utilizzati nei settori conciario-calzaturiero e del tessile-abbigliamento; macchinari per la lavorazione di gomma e plastica, legno e mobili; macchinari utilizzati nella trasformazione alimentare e nella catena del freddo.

America Latina

Perù: macchinari per l'industria agro-alimentare e per quella tessile.



Paesi avanzati

Le vendite dei **mezzi di trasporto** continueranno verosimilmente a faticare nei principali mercati di sbocco (**Stati Uniti** e grandi **economie UE**) soprattutto nel 2020, mentre per gli anni successivi è prevista una lieve ripresa. Sul comparto *automotive* europeo pende la «minaccia» di nuovi **dazi statunitensi**. Le nostre imprese dovranno quindi necessariamente presidiare maggiormente i mercati **più "rischiosi"** (ma con **più elevato "rendimento"**).

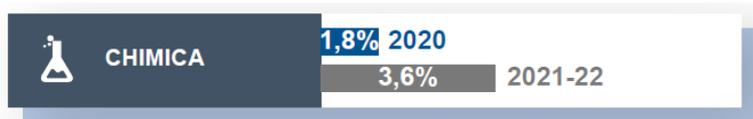
Asia

India: l'industria automobilistica di Delhi – una delle più grandi del mondo – continuerà a beneficiare della domanda interna e delle politiche governative di supporto.

Malesia: anche grazie agli incentivi alla produzione nell'ambito del programma per veicoli ad alta efficienza energetica, il Paese si sta affermando come centro di produzione ed esportazione alternativo nel Sud-Est asiatico.

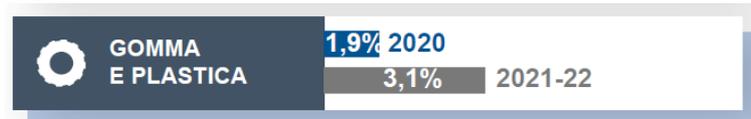
Per i beni intermedi prospettive positive ma più moderate

Ritmo più «sostenibile» per la chimica-farmaceutica dopo anni di crescita intensa



India: la sesta industria chimica a livello globale ha un ruolo chiave per il progresso del Paese, anche come fonte di approvvigionamento per vari settori a valle (tessile, carte, vernici, saponi, detersivi e anche prodotti farmaceutici). Tra le principali novità introdotte dal Governo: i) investimenti diretti al 100% per le imprese straniere; ii) riduzione dei dazi dal 14% al 10% sui prodotti chimici. Nuove opportunità di business anche nel comparto farmaceutico – il terzo più grande del mondo – e in quello della cosmetica.

Cina: il comparto della farmaceutica – anche *biotech* – offre le prospettive più interessanti, specie per i farmaci per la cura delle malattie cardiovascolari e cerebrovascolari, nonché di quelle metaboliche, autoimmuni, infettive, neurologiche e psichiatriche.

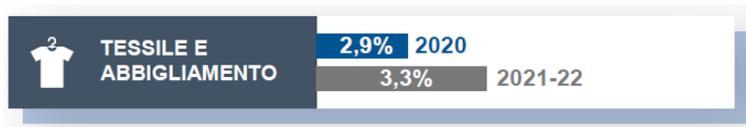


India: è tra i mercati più interessanti, anche in un'ottica di lungo termine. I cambiamenti demografici sosterranno la crescita della domanda, tuttavia l'espansione della capacità produttiva indiana avverrà in maniera graduale. Ne segue che le importazioni dovrebbero aumentare, comprese quelle di materie plastiche (ad esempio, per gli imballaggi) e prodotti in gomma (necessarie per il comparto infrastrutturale, delle costruzioni e dell'*automotive*).

Vietnam: in un contesto di forte espansione del Paese, la capacità produttiva delle imprese nazionali non è pienamente sufficiente a far fronte alla domanda di materie plastiche e gomma, generando quindi un aumento considerevole dell'import in tali settori.

Il Made in Italy tradizionale non perde il suo *appeal*

La domanda sarà sostenuta dai Paesi avanzati, ma occhio ad alcune economie emergenti



Corea del Sud: in un'economia caratterizzata da una base di consumatori urbani e benestanti con gusti ricercati, permangono opportunità per i marchi dell'alta gamma e ne emergono di nuove in altri comparti e segmenti di nicchia (sportivo e prodotti in cashmere).

Giappone: un mercato piuttosto dinamico nei settori dell'abbigliamento e delle calzature. Tokyo, nota per le tendenze uniche e innovative, si conferma una delle città di punta a livello globale. Si vanno affermando inoltre ulteriori *hub* del fashion come Osaka, Kyoto e Kumamoto.

Qatar: la spesa delle famiglie per abbigliamento e calzature rappresenta circa il 6% del totale ed è attesa crescere ulteriormente nei prossimi anni, trainata dalla domanda della popolazione giovane. In forte sviluppo il segmento del *modest fashion* (abbigliamento e accessori conformi alle indicazioni dell'Islam).

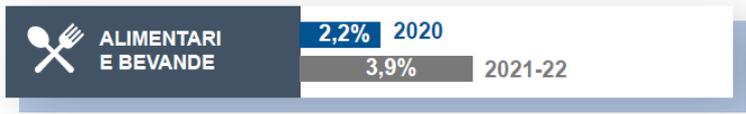


Stati Uniti: il *design* italiano continua a riscontrare forte apprezzamento e le prospettive restano favorevoli per i prossimi anni.

Indonesia: la spesa per arredamento e casa rappresenta una parte considerevole degli acquisti delle famiglie (circa il 5%). In particolare, mobili e arredamento crescono a un tasso medio annuo dell'8,9%, grazie ai bassi livelli di indebitamento e al crescente accesso al credito. Il Made in Italy è particolarmente apprezzato dai consumatori indonesiani di fascia alta per i suoi caratteri distintivi: lusso, artigianalità e gusto esclusivo.

Food a due facce nel 2020: bene l'alimentare, meno i prodotti agricoli

Ma dal 2021 le prospettive migliorano. E il comparto può «sfruttare» gli accordi commerciali UE



Francia: tra le destinazioni più promettenti, il Paese è caratterizzato da una cultura alimentare altamente sofisticata. L'attenzione al benessere e alla salute sta trainando le vendite di prodotti alimentari sani e biologici. Oltre ai prodotti ittici, i cittadini francesi stanno aumentando la domanda di piatti pronti, congelati o facili da preparare. La richiesta di questi ultimi conferma la necessità di prestare attenzione a una tendenza che va consolidandosi, ossia il numero crescente di *single*.

Giappone: un mercato sofisticato con capacità di spesa pro capite tra le più alte al mondo. Particolarmente apprezzato il vino, bevanda che beneficia anche dell'eliminazione dei dazi a seguito del recente accordo siglato con l'UE. Ancora margini significativi per la crescita del valore delle nostre vendite, badando tuttavia alla concorrenza francese.

Russia: nonostante le misure di contrasto all'importazione di alcuni tra i nostri prodotti di punta, resta una geografia con uno sviluppato interesse verso l'agro-alimentare (la spesa per tali beni supera il 30% del budget delle famiglie). Tra le peculiarità si segnala il crescente *appeal* della birra artigianale che ha raggiunto varie città russe.

Stati Uniti: sebbene alcuni prodotti – formaggi e liquori – siano colpiti dai recenti dazi dell'Amministrazione Trump, nel complesso le prospettive del settore rimangono favorevoli. Da non sottovalutare i potenziali benefici derivanti dall'esclusione dell'Italia dalle misure tariffarie su vino e olio d'oliva, che colpiscono invece i nostri principali *competitor* nel mercato nordamericano (Francia e Spagna).

Uno sguardo ai rischi

Il quadro globale resta ancora complesso

Un nuovo anno, un nuovo decennio

Tante sfide ci attendono: «isteria di massa» da rischi?

I macro trend al 2050

- ❑ Cambiamenti climatici e risorse naturali limitate
- ❑ Sviluppi demografici (aumento e invecchiamento della popolazione)
- ❑ *Technological disruptions* (intelligenza artificiale, robotica)
- ❑ Spostamento centri di potere verso l'Asia

Roaring Twenties...

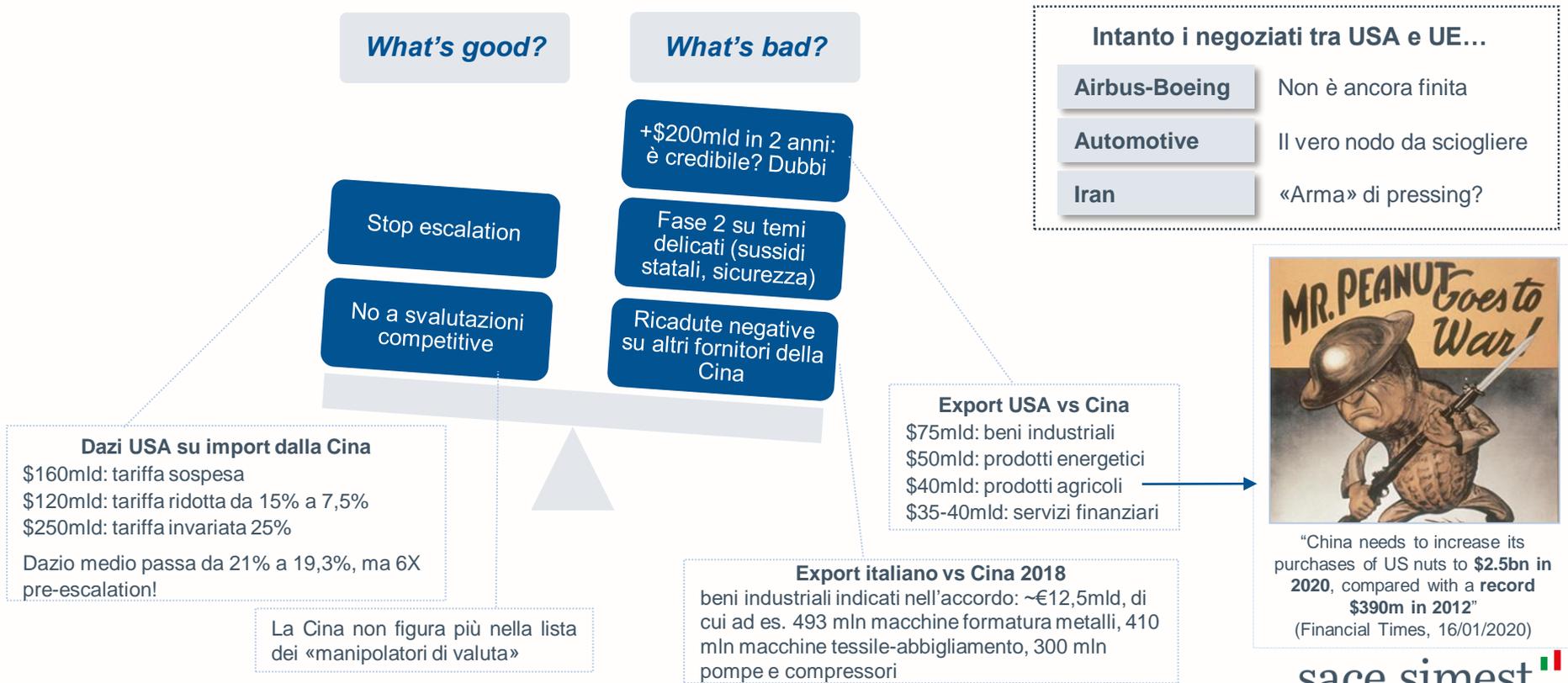
- ❑ Aumento fenomeni metereologici intensi e transizione energetica
- ❑ Urbanizzazione e flussi migratori
- ❑ *Digital economy e Cyber security*
- ❑ Crisi della globalizzazione e del multilateralismo
- ❑ Crescente «attivismo» sociale

...e il quadro dei rischi nel 2020

- ✓ *Tregua commerciale USA-Cina*
- ✓ *Brexit in arrivo*
- ✓ *Tensioni USA-Iran*
- ✓ *Rallentamento grandi economie*
- ✓ *Record di borsa e indebitamento alle stelle*
- ✓ *Violenza politica in Medio-Oriente e America Latina e instabilità governativa in Europa*

Gli ultimi aggiornamenti dal fronte USA-Cina

«An uneasy truce»... in un anno di elezioni presidenziali e impeachment per Trump



“Get Brexit done!”...from cliff to cliff...

Dall'incertezza sull'uscita all'incertezza sull'accordo commerciale con la UE

Timeline principali eventi



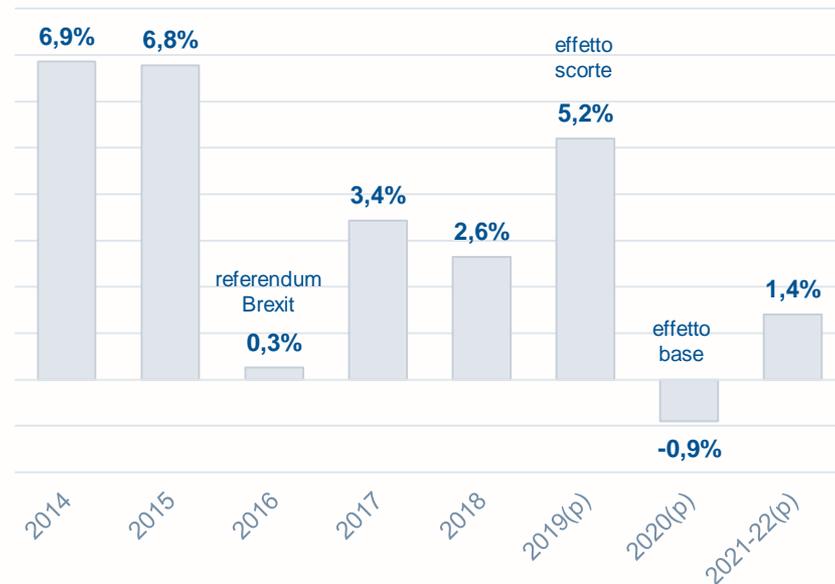
Trade deal or no trade deal: That is the question!

Scadenza stringente, considerando i tempi di negoziazione per:

- i recenti accordi di libero scambio (FTA) sottoscritti dalla UE con Canada e Giappone (~3/4 anni);
- trovare un accordo con la UE anche su gli altri temi (es. diritti dei cittadini, contributi al bilancio).

Come finirà: **accordo**, ulteriore **proroga** o applicazione **regole WTO**?

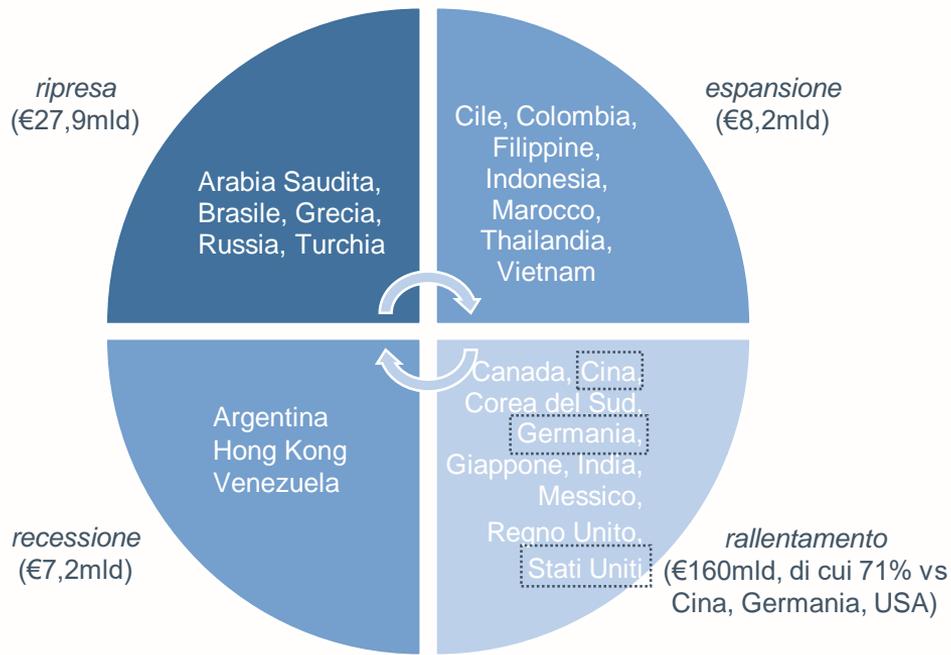
Export italiano di beni verso il Regno Unito (var. %)



L'incertezza, commerciale e geopolitica, fa male ai grandi...

Crescita globale in rallentamento, ma non recessione (neanche per gli USA)

Fasi cicliche vs export italiano di beni, Paesi selezionati

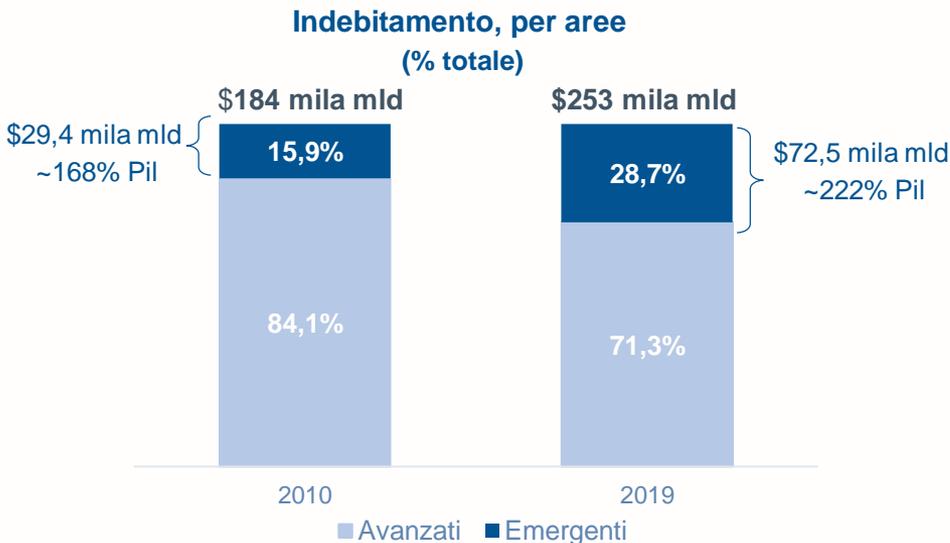


Pil reale, principali economie (var. %)

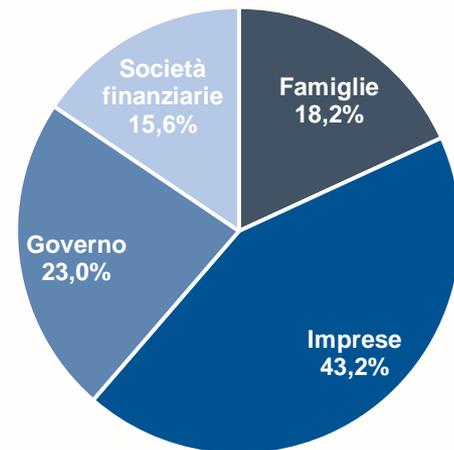


Last but not least: un mare di debiti nel mondo

Il livello di indebitamento globale ha raggiunto circa \$253 mila miliardi, trainato dagli emergenti



Debito Paesi emergenti, per settore (% sul totale, 2019)



Le principali **vulnerabilità** al sistema finanziario internazionale riguardano l'**aumento significativo** di:

- **debito delle imprese** (in uno scenario di stress, il *debt-at risk* potrebbe salire fino al ~40% del debito corporate totale)
- **asset rischiosi e illiquidi** detenuti dagli investitori istituzionali
- **ricorso al debito estero** da parte delle economie emergenti e di frontiera (da 100% nel 2008 a 160% nel 2019, in rapporto all'export)

La Mappa dei Rischi

Alcuni cenni sul metodo

La Mappa in «pillole»

Factsheet della Mappa dei Rischi SACE SIMEST

La Mappa dei Rischi di SACE ha l'obiettivo di illustrare, per circa 200 paesi e sotto forma di score, i diversi rischi in cui possono incorrere le imprese italiane che si internazionalizzano.

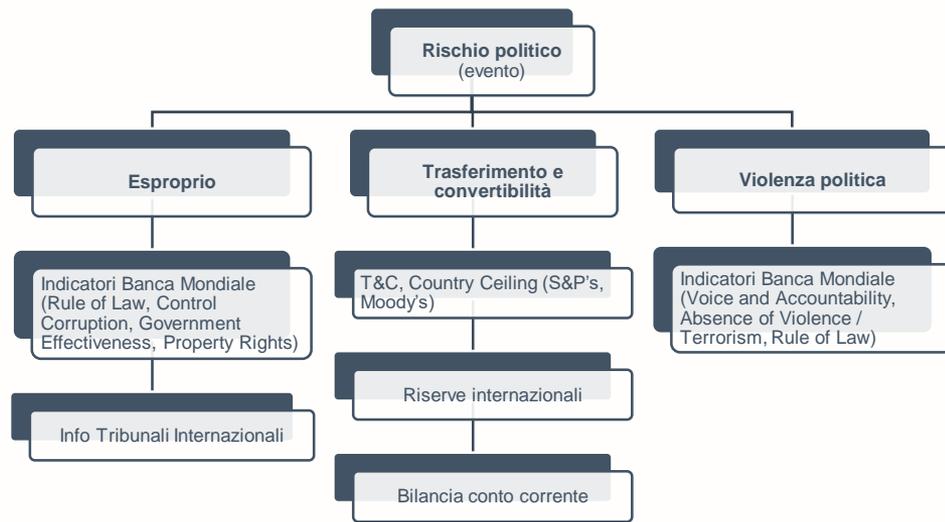
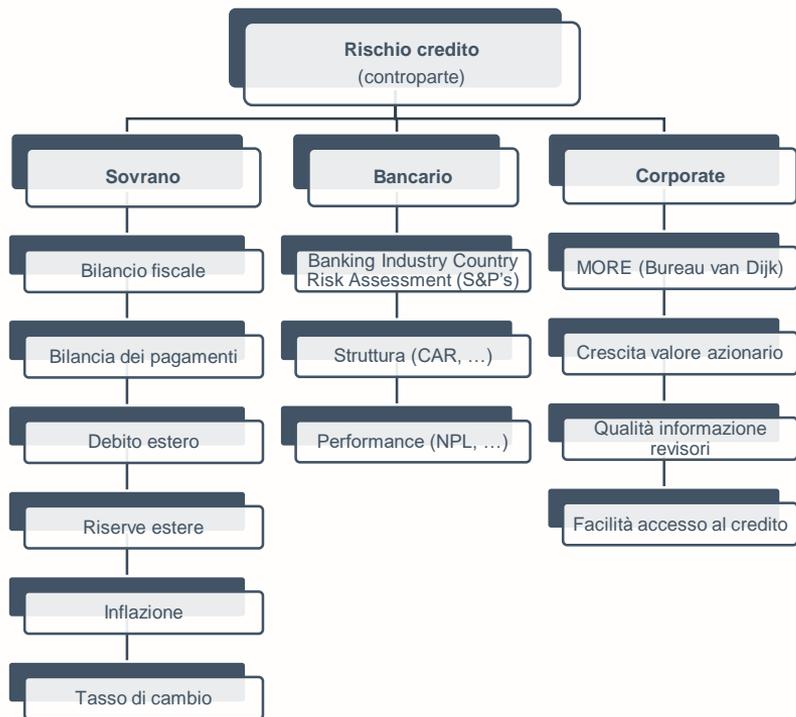
In particolare, la Mappa si basa sull'analisi del “**rischio di credito**” affrontato da esportatori, finanziatori, investitori industriali e appaltatori, ovvero l'eventualità che la controparte estera (sovrana, bancaria o corporate) non sia in grado o non sia disposta a onorare le obbligazioni derivanti da un contratto commerciale o finanziario. A ciascun paese viene associato un punteggio da 0 a 100 (dove 0 rappresenta il rischio minimo e 100 il rischio massimo), ottenuto come media semplice dei tre rischi di credito sopra menzionati.

Al fine di cogliere al meglio la complessità dei rischi in cui le imprese italiane internazionalizzate possono incorrere, l'Ufficio Studi di SACE elabora anche indicatori di “**rischio politico**”. Questi ultimi si muovono nello stesso intervallo dei rischi del credito (da 0 a 100) e sono distinti per natura dell'evento: i) rischio di guerra, violenza politica e di disordini civili; ii) esproprio e violazioni contrattuali; iii) restrizioni alla convertibilità valutaria e al trasferimento capitali.

Per ciascuna categoria di rischio (di credito o politico) vi è una metodologia di calcolo dello score che tiene conto di **una serie di variabili di input**.

Rischi del credito e Rischi politici

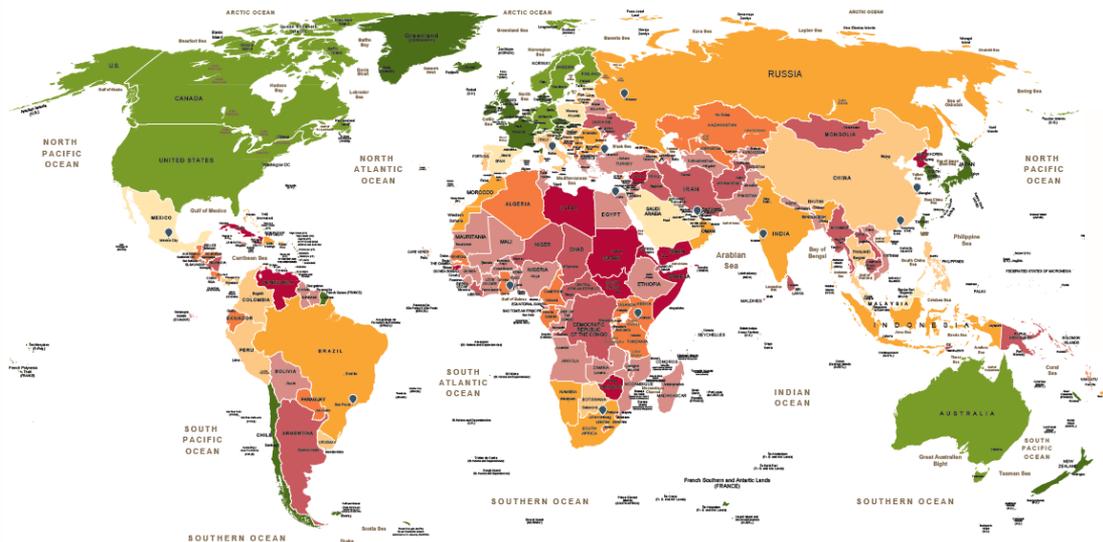
Indicatori in dettaglio



Date le specificità dei rischi politici, l'analisi degli indicatori è associata ad aggiustamenti qualitativi da parte degli analisti sulla base di notizie, analisi da infoprovider, input ambasciate in loco, confronti con altre ECA, ecc.

Le principali criticità nel 2020: *our preliminary view*

I rischi di credito e la crescente violenza politica nel Mondo



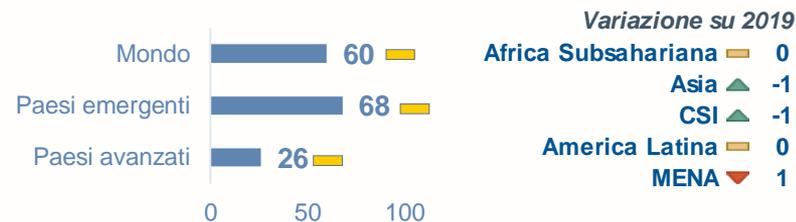
La Mappa dei Rischi mostra il livello di rischio di credito in ciascun Paese. Esso è il risultato della media del rischio di credito verso controparti sovrane, corporate e bancarie.



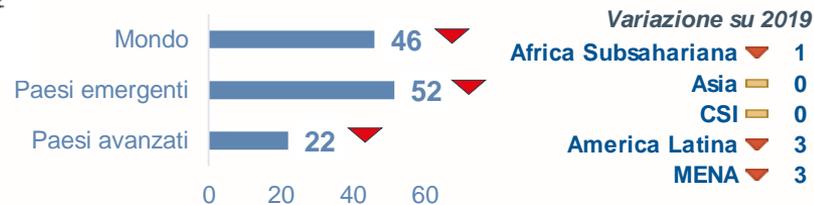
Nota: L'indice di rischio varia da 0 (min) a 100 (max).

La violenza politica rappresenta una delle tre categorie dell'indice di rischio politico

Rischio di credito



Violenza politica



Le schede paese SACE

Uno strumento per approfondire la conoscenza dei mercati

Orientarsi sui mercati, tra rischi e opportunità

Le Mappe di Sace

English Contatti Risk & Export Map  Cerca  Accedi 

sace simest 
gruppo cdp

Chi siamo  Soluzioni  Education  Richiedi online 

Opportunità e rischi nel mondo

Individua i paesi con le maggiori opportunità per il tuo business, tenendo sotto controllo i rischi.

< Risk Map

Export Map

Naviga nel mappamondo interattivo di SACE e ottieni le valutazioni delle diverse tipologie di rischio cui si espone la tua società operando all'estero. Grazie a un sistema di 6 rating, calcolati su una scala da 0 a 100 (dove 100 rappresenta la massima rischiosità), esplora i profili di rischio che possono impattare sul tuo business.



Risk Map

Export Map

< Export Map

Risk Map

Valuta attraverso l'Export Opportunity Index di SACE la mappa delle migliori opportunità per le esportazioni italiane nel mondo. Scopri inoltre come è andato l'export italiano lo scorso anno e le previsioni per i prossimi anni. Per la metodologia dell'Export Opportunity Index [clicca qui](#).



Le schede paese Sace

Approfondimenti utili per le imprese



Opportunità per l'export italiano e indici di rischio

Brasile è il **29°** mercato di destinazione per l'export italiano e il **2°** mercato di destinazione dell'export Italiano in America centro-meridionale.



Export
opportunity index



Investment
opportunity index



Media
Rischio politico



Media
Rischio di Credito

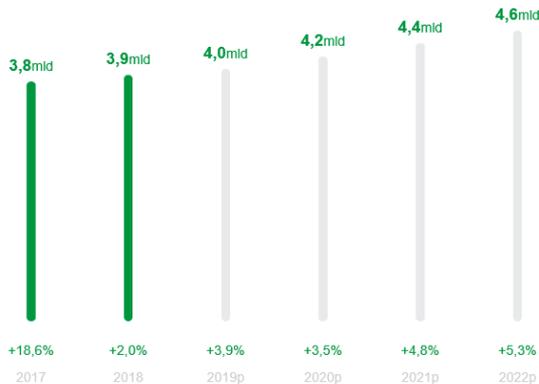
Le schede paese Sace

Approfondimenti utili per le imprese

Andamento dell'export italiano

- Export totale -

Valori in €



Variazione %

Anno di riferimento

Export italiano per settori 2018

22%
Altro

6%
Estrattiva

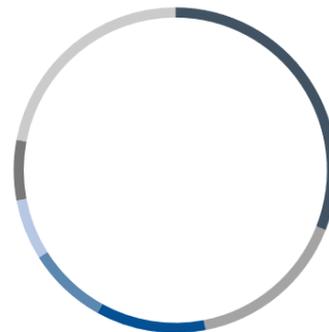
6%
Metalli

8%
Apparecchi elettrici

11%
Mezzi di trasporto

31%
Meccanica strumentale

16%
Chimica



Quota di mercato dell'export italiano e dei suoi peer



Import italiano 2018

3,4 mld
€ - euro

+1,6%
rispetto al 2017

sace simest
gruppo cdp

Le schede paese Sace

Approfondimenti utili per le imprese

Indicatori di rischio



Media rischio politico



Esproprio e violazioni
contrattuali



Rischio guerra e disordini civili



Trasferimento capitali e
convertibilità



Media rischio di credito



Mancato pagamento controparte
sovrana



Mancato pagamento controparte
bancaria



Mancato pagamento controparte
corporate

5

Categoria OCSE

BB-

Rating S&P's ⓘ

Ba2

Rating Moody's ⓘ

BB-

Rating Fitch ⓘ

Le schede paese Sace

Approfondimenti utili per le imprese

Il Paese in cifre

Performance economica 2018

Crescita PIL [Ⓢ]

0,9%

rispetto al 2017

Saldo pubblico [Ⓢ]

-7,5%

del PIL

Debito estero [Ⓢ]

31,5%

del PIL

Sviluppo umano [Ⓢ]

79°

su 188 Paesi

Contesto politico-sociale

Disoccupazione [Ⓢ]

12,2%

Distribuzione della ricchezza [Ⓢ]

41,9%

detenuta dal 10% più ricco della popolazione

Crescita PIL pro-capite [Ⓢ]

0,0%

rispetto al 2017

Debito pubblico [Ⓢ]

91,6%

del PIL

Riserve [Ⓢ]

17,7

mesi import

Business climate

Indice Doing Business [Ⓢ]

124°

su 190 Paesi

Competitività dell'economia [Ⓢ]

71°

su 140 Paesi

Corruzione percepita [Ⓢ]

105°

su 190 Paesi

Concentrazione prime 3 banche [Ⓢ]

50,7%

del totale attivo

Sistema bancario

Interessi sui prestiti [Ⓢ]

37,2%

Prestiti in sofferenza [Ⓢ]

3,6%

dei totale prestiti

Avviare un'attività: [Ⓢ]

17

giorni

Ottenere una utenza elettrica: [Ⓢ]

129

giorni

Recovery rate: [Ⓢ]

18,2%

Qualità dei processi giudiziari [Ⓢ]

13

Indice tra 0 e 18

Durata media giudizio ordinario [Ⓢ]

801

giorni

Durata media procedure concorsuali [Ⓢ]

4

anni

Suggerimenti per le imprese

Alcuni consigli per un approccio strategico ai mercati esteri

One size doesn't fit all!

Adottare strategie differenziate per entrare e imporsi su mercati diversi

1

Prepararsi è d'obbligo

E' necessario analizzare puntualmente e preventivamente tutti gli **aspetti del mercato target**:

- il **settore di riferimento** e la sua rilevanza in quella specifica economia
- le **preferenze dei consumatori**
- la **concorrenza**
- il **contesto operativo**: normative (legali, tributarie, ambientali) e burocrazia
- la **presenza di barriere** di natura tariffaria o non tariffaria
- le **infrastrutture offerte dal Paese**
- il **sistema dei pagamenti**
- il **contesto sociale e politico** (che potrebbe generare instabilità)
- i **canali per la vendita** (ad esempio la grande distribuzione)
- la **comunicazione** più adatta

Non bisogna nemmeno trascurare aspetti apparentemente secondari che in alcuni casi possono però fare anch'essi la differenza, specie nelle economie emergenti, quali:

- le **prassi**
- la **cultura locale**
- la cosiddetta **business etiquette** ovvero il comportamento da osservare nel contesto degli affari in determinati Paesi (una sorta di galateo relativo al contesto degli affari)

One size doesn't fit all!

Adottare strategie differenziate per entrare e imporsi su mercati diversi

2

Un passo alla volta

La **preparazione è tanto più importante quanto più complessa è la forma di internazionalizzazione** che si vuole perseguire. Se si desidera essere direttamente presenti sul mercato estero, ad esempio per esigenze di prossimità, occorrerà informarsi sugli aspetti legali e burocratici necessari. Potrebbe rendersi necessario l'aiuto di istituzioni, esperti e consulenti.

Certo, **il processo può e deve essere graduale**: si può iniziare con un semplice ufficio di rappresentanza per poi passare a forme più complesse quale l'istituzione di una sussidiaria o di un sito produttivo, fino a operazioni più complesse quali quelle di fusione e acquisizione.

È chiaro che questi tipi di approccio sarebbero ben diversi da quelli da seguire nel caso di sole operazioni di export.

One size doesn't fit all!

Adottare strategie differenziate per entrare e imporsi su mercati diversi

3

Come prepararsi

Innanzitutto va detto che esistono **due opzioni**.

1. La **via interna**, che può prendere varie forme a seconda della complessità del mercato estero e che può passare per la:
 - **formazione delle proprie risorse** (sviluppo del capitale umano): formarsi e informarsi è meno complesso di quanto possa sembrare. È possibile farlo anche attraverso fonti gratuitamente accessibili e di facile comprensione. In questo senso anche noi di SACE SIMEST cerchiamo di fare la nostra parte fornendo vari strumenti: dalla Mappa dell'Export e dei Rischi, alle pubblicazioni che hanno varie periodicità, tra cui, la principale, il Rapporto Export. Si tratta di fonti tutte gratuite disponibili sul nostro sito e, oltre alle nostre, ne esistono molte altre.
 - **assunzione di un export manager** o di un **temporary export manager** (a questo proposito, il nostro Paese ha messo a disposizione strumenti volti a favorire la loro assunzione, ovvero dei *voucher* destinati alle PMI che intendono espandersi sui mercati esteri).
 - **creazione un vero e proprio ufficio dedicato all'export**
2. Se non si vuole percorrere la via interna, ci si può avvalere della **collaborazione con partner** di varia natura (**istituzioni, esperti e consulenti**).

Si può anche optare per un **approccio combinato**, utilizzando le competenze delle risorse interne ed esternalizzando parte dei processi al fine di sfruttare la professionalità e l'esperienza di risorse esterne.

One size doesn't fit all!

Adottare strategie differenziate per entrare e imporsi su mercati diversi

4

Conoscere e monitorare i rischi

È infatti **necessaria un'opportuna conoscenza del quadro dei rischi del Paese target**, da quelli di mancato pagamento, a quelli di cambio, fino ai rischi contrattuali e a quelli di tipo politico.

Questo vale **soprattutto nel caso di Paesi a uno stadio di sviluppo meno avanzato**: se è innegabile che alcuni di essi offrano opportunità elevate, è altrettanto vero che le loro strutture sociali, economiche, finanziarie e politiche sono ancora piuttosto fragili. Possono essere esposti non solo a shock economici temporanei ma anche a crisi profonde che potrebbero impattare in modo significativo il business nel Paese.

Certo, non tutti i rischi si possono prevedere ma tutti si possono **mitigare attraverso la conoscenza e una strategia di diversificazione**, oltre che ovviamente ad **adeguati strumenti assicurativi e finanziari**.

One size doesn't fit all!

Adottare strategie differenziate per entrare e imporsi su mercati diversi

5

Guardare lontano...

Tutti gli imprenditori sanno che uno dei principali segreti del proprio successo passa dalla capacità di saper guardare lontano. Ciò vale ancora di più per chi guida un'impresa internazionalizzata. È fondamentale guardare lontano:

- **nel tempo:** cercando di **anticipare le opportunità che potranno sorgere in determinati mercati**. Ad esempio, ci sono economie emergenti che oggi stanno crescendo a ritmi sostenuti; saranno i mercati del domani o del dopodomani. Ma se domani o dopodomani vogliamo esserci, dobbiamo iniziare a prepararci oggi;
- **nello spazio:** alcune delle economie che offrono **le migliori opportunità sono geograficamente remote ma non per questo impossibili da raggiungere**. I canali digitali esistono, specie in alcuni settori possono rivelarsi particolarmente efficaci, ma spesso non sono adeguatamente sfruttati. Pensiamo alla possibilità di:
 - creare un sito web dedicato (e possibilmente nella lingua del Paese)
 - utilizzare i canali social
 - avvalersi delle piattaforme digitali per la vendita (Alibaba, Amazon, Ebay, JD e Flipkart)

Grazie