

# ENTRATA NEL MERCATO ESTERO: NECESSARI PARTNER STRATEGICI

*La globalizzazione dell'economia mondiale ha reso l'internazionalizzazione uno degli aspetti centrali per il successo del business aziendale, anche per micro e piccole imprese.*

Produco tutto per tutti, oppure in modo diverso in funzione dei diversi Paesi?

Esistono diversi modi per poter definire un'azienda "attiva su un mercato estero":

- attraverso le **esportazioni** (sia dirette che indirette) per le aziende che vendono in Paesi terzi i beni prodotti nel Paese di origine;
- con la **delocalizzazione produttiva**, che consentirà di produrre in Paesi terzi beni venduti sia negli stessi Paesi che nei Paesi di origine.

Aldilà delle diverse modalità di "internazionalizzarsi", l'ingrediente fondamentale per avviarsi con successo sui diversi mercati esteri è quello di poter contare sul sostegno di **partner strategici in loco**, sia in caso di sbocco commerciale che in caso di delocalizzazione.

La visione completa di un progetto di internazionalizzazione non può prescindere dall'individuazione di partner operativi e, così, dalla scelta dei flussi distributivi con cui veicolare i prodotti al cliente finale.



Ad oggi, però, le imprese non approcciano ancora in modo sistematico e strategico l'estero. La presa di contatto con un Paese avviene spesso come un "tentativo di estero" con investimenti minimi, limitato utilizzo di risorse e scarsa pianificazione.

Sbagliando, l'eventuale presenza pianificata e strutturata viene frequentemente rimandata solo ad una fase successiva (e solitamente solo dopo eventuali risultati positivi).



**"Non puoi stare nell'angolo della foresta aspettando che gli altri vengano da te.**

**Devi andare tu da loro qualche volta"**

(Winnie the Pooh)

Parola di "Guru"



## NON È IN DISCUSSIONE “SE” INTERNAZIONALIZZARSI MA “COME”

di Ernesto M. Perani

Parlare di **internazionalizzazione**, oggi, significa non più approfondire una delle possibili opzioni di strategia d'impresa, bensì rappresenta una **strada obbligata** se si vuole mantenere in vita un'impresa (di qualsiasi dimensione essa sia).

Prendiamone atto: il mondo non è mai stato così piccolo e probabilmente il futuro ce lo riserverà ancora più stretto. L'omogeneizzazione degli stili di vita, l'aumento di concorrenti provenienti da remoti paesi, unitamente a una riduzione delle barriere agli scambi, caratterizzano l'attuale **contesto economico**.

Lo stesso termine “internazionalizzazione” assume ora una valenza diversa rispetto al passato. Le imprese oggi possono internazionalizzarsi in molti modi, dalla vendita diretta dei propri prodotti sui mercati esteri, alla concretizzazione di accordi strategici con partner stranieri, dalla creazione di joint venture all'acquisizione di imprese estere ma, anche più semplicemente, impiegando personale straniero o confrontandosi, anche localmente, con concorrenti di diversa nazionalità. *Basti pensare, ad esempio, a quanti esercenti di bar caffè stranieri troviamo oggi nei nostri borghi.*

La conseguenza (palese) è che tutte le imprese, di qualsiasi dimensione e comprese anche quelle che non hanno intenzione di operare sui mercati internazionali, devono interrogarsi sull'impatto che l'internazionalizzazione può avere sul loro modo di competere e sui risultati della loro attività.



 **Perani**  
& Partners

  **346 5006903**  
sos\_aziende@peranipartners.it

**peranipartners.it**

**your partners in business**

**Aiutiamo ed affianchiamo gli imprenditori per la  
realizzazione e lo sviluppo dei loro piani imprenditoriali**