

1 Febbraio 2021

Notizie dal Web n. 188

Benedetti&Co

Scenari geo-economici e processi di internazionalizzazione: orientarsi nel mondo dei grandi



Lo scenario geo-economico internazionale si caratterizza per l'emergere di due processi rilevanti: il progressivo **spostamento del baricentro economico ad Est** della cartina geografica e la competizione **politico-economica tra Stati Uniti e Cina**. Se nel 1980 il PIL mondiale era prodotto, infatti, per il 75% dalle economie avanzate, oggi il trend vede protagonisti, invece, i Paesi emergenti, con una sostanziale crescita economica di **India e Cina**, che in termini reali risultano rispettivamente 6 e 13 volte più grandi rispetto ad una trentina d'anni fa (Confindustria Lombardia, 2019)

Inoltre, le **barriere tariffarie** poste sui prodotti finali provenienti dalla Cina o, viceversa, dagli USA impattano sui **produttori di beni intermedi** con ruolo di partner commerciali (The World Bank, 2020). Le attività di export dei Paesi

europei, infatti, si inseriscono nell'ambito di una guerra commerciale che lascia spazio ad opportunità rilevanti per tali Paesi nella sostituzione, con proprie esportazioni, di alcuni dei prodotti statunitensi e cinesi nei mercati USA e Cina, per un totale di **70 miliardi di dollari previsti come intercettabili dall'Unione Europea** (UNCTAD, 2019).

Ma quali sono le difficoltà maggiormente riscontrate dalle aziende nelle loro scelte di internazionalizzazione?

- La corretta identificazione di opportunità di business all'interno dei mercati esteri;
- La mancanza di capitale circolante, necessario per finanziarie attività di export;
- La scarsità di adeguate informazioni per l'analisi dei mercati oltreconfine;
- La mancanza di expertise nella ricerca e costituzione di contatti con potenziali clienti esteri;
- La difficoltà nell'ottenimento di un'affidabile rappresentanza all'estero;
- La mancanza di know how o personale adeguatamente formato per lo sviluppo del processo di internazionalizzazione;
- I costi di trasporto, ma anche la mancanza di supporto da parte delle autorità locali all'interno del Paese target.

Un'altra variabile da considerare, in particolare per l'espansione nei mercati complessi come India o Brasile, è la **distanza socio-culturale** tra il Paese di origine degli IDE e il Paese target: maggiore è tale distanza, maggiori saranno i costi che un'impresa è tenuta a sostenere, anche in relazione alle difficoltà relative al trasferimento di *value* e *vision* aziendali, tecniche manageriali e metodologie operative.

Quali variabili considerare nella Pianificazione Strategica?

In un'ottica di sviluppo e crescita a livello internazionale, i fattori-chiave che il management è chiamato a considerare sono:

- La valutazione del grado di elasticità della **domanda** e la sua possibilità di stimolazione e previsione.
- Il livello di **competizione** diretta o indiretta nel mercato target.
- **Canali di distribuzione** e loro utilizzo da parte dei consumatori.

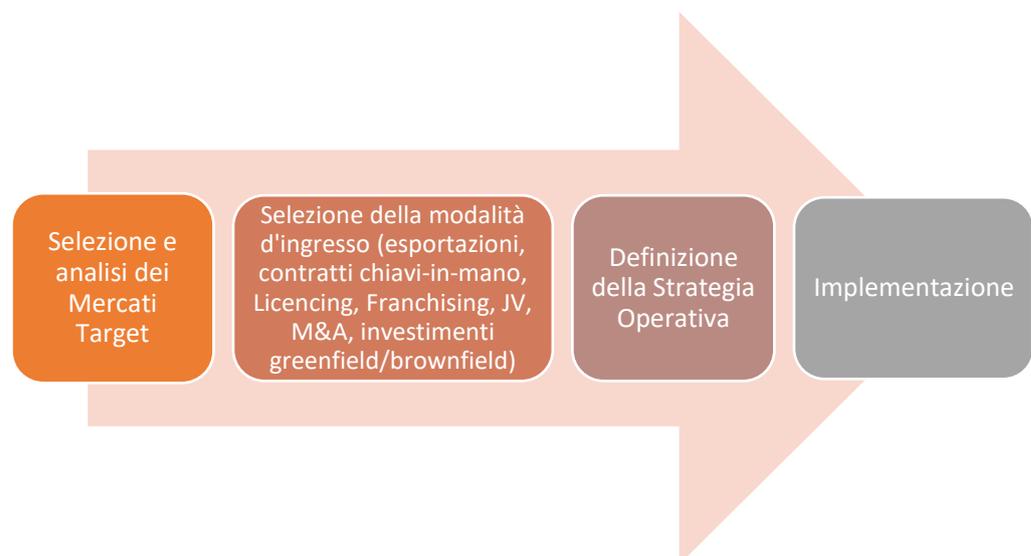
- L'impatto di **strategie alternative di marketing** sugli indicatori di redditività, nonché la variazione dei principali indicatori finanziari sulla base di determinate **variazioni di prezzo**.

- Aspetti **legali, politici, normativi e culturali** che caratterizzano il mercato target.

- **Fattori demografici**, i quali includono considerazioni sullo status socioeconomico di un certo Paese, il tasso di invecchiamento e di densità della relativa popolazione, ma anche la localizzazione geografica di parchi industriali o *business zones*.

Come definire, quindi, il proprio processo di internazionalizzazione?

L'elaborazione della strategia d'entrata in un mercato estero richiede la definizione di un **processo di *decision making* a più livelli** che presuppone innanzitutto la valutazione della potenziale redditività e delle prospettive di crescita che potrebbero delinearci per il business aziendale nel lungo periodo. Le *basic entry decisions* per l'espansione oltreconfine, quindi, si traducono in primo luogo nella scelta di **quale mercato** penetrare e con quale **modalità**, con quale **timing** e con che **grado di internazionalizzazione**:



Benedetti&Co, società di consulenza direzionale, supporta l'azienda durante il suo processo di internazionalizzazione, identificando il modello strategico da attuare, gli obiettivi da raggiungere, le risorse umane e finanziarie necessarie, le azioni da sviluppare nel Paese Target e affiancando l'azienda nella loro implementazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Milano

Via S. Michele del Carso 22
20144 Milano
tel. +39 02 805 057 74
info@benedetti-co.it

Brescia

Via Oberdan 5/7
25128 Brescia
tel. +39 030 205 48 03
info@benedetti-co.it

Mumbai

INDIA - 400006 Mumbai,
Ajanta Building Flat 1,
LD Ruparel -
Marg Malabar Hill
tel. +91 - 9820088817