

Internazionalizzazione: come scegliere il Paese Target?



“None of us want to be in calm waters all our lives.”

Jane Austen

Non sono certamente tempi tranquilli quelli che stiamo vivendo: la pandemia, la guerra in Ucraina, la crisi climatica, il ritorno dell'inflazione sono solo alcuni degli eventi che condizionano il panorama internazionale. In un ambiente così complesso e mutevole è naturale per le imprese pensare che la soluzione migliore sia agire in un contesto conosciuto come quello nazionale, e non rischiare di avventurarsi in mercati sconosciuti. Nonostante le molte problematiche, nel primo semestre del 2022 l'export italiano è aumentato del 22%, dimostrando la volontà di molte aziende di spingersi oltre i confini nazionali ed esplorare nuovi mercati.

Perché un'azienda dovrebbe internazionalizzarsi?

Il percorso di internazionalizzazione rappresenta, spesso, la migliore opportunità di crescita per l'azienda. La ricerca e la penetrazione in nuovi mercati permettono all'impresa di ampliare il proprio portafoglio clienti e aumentare il proprio mercato. Internazionalizzarsi, però, non è un percorso semplice e richiede un'attenta pianificazione: è infatti fondamentale svolgere un'analisi costi-benefici, capire il ritorno dell'investimento, analizzare le potenzialità del mercato e scegliere in modo accurato il Paese. Le aziende che decidono di espandersi a livello internazionale devono principalmente stabilire:

- In quale mercato entrare;
- Quando entrare;
- Quale modalità d'ingresso usare (joint venture con un'azienda locale, investimenti greenfield, acquisizione di un'azienda già esistente, ecc.).

Come scegliere il Paese Target?

La scelta del Paese Target presuppone un'iniziale analisi comparativa dei possibili mercati di interesse sulla base di:

- fattori politici, economici e culturali: il livello di inflazione, il tasso di crescita, il rischio Paese, le normative e i vincoli culturali;
- fattori attinenti alla domanda: dimensione del mercato in termini demografici; il potere di acquisto dei consumatori; l'elasticità della domanda; la numerosità di potenziali clienti, in mercato potenziale.

Oltre ad analizzare i fattori esterni all'azienda, è fondamentale per l'impresa conoscere le proprie caratteristiche: studiare la struttura interna all'impresa è fondamentale per individuare i principali vincoli. Solo attraverso un'analisi incrociata dell'azienda e dei mercati dei Paesi Target, infatti, si può ottenere un quadro chiaro e completo sui propri punti di forza, debolezza e sulle opportunità e minacce dei diversi mercati esteri.

Sulla base di tali informazioni è possibile scegliere in modo consapevole il Paese estero ed elaborare una Strategia che permetta di definire i tempi e le modalità di entrata nel mercato.

Benedetti&Co, affianca imprenditori e manager nell'elaborazione di progetti di internazionalizzazione, nella loro implementazione e nella gestione dei rapporti con le partecipate estere. Grazie ad un team completo di esperti, Benedetti&Co è in grado di supportare l'imprenditore non solo nella fase di set-up societario, ma anche nella ricerca di personale, clienti e fornitori sul mercato estero; inoltre si occupa del monitoraggio delle imprese estere, individuando ed implementando il giusto controllo di gestione.

© 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
251 28 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