

Organizzato da



Con il contributo di



Camera di Commercio
Roma



MENTORSHIP PER MERCATI INTERNAZIONALI 4.0

Export Management

Ing. Federico Tunzio

Martedì, 17 Settembre 2019



Export Management

Roma 17/09/2019
 Sede Unindustria Roma
 Dott.Ing.Federico Tunzio
 Prometeo srl

Con la partecipazione di

Agenda


- **Introduzione**
- **Struttura del Lean Canvas**
- **Casi pratici e testimonianze d'impresa**
- **Conclusioni**

L'IMPRENDITORIALITÀ

- La scoperta, la valutazione e le opportunità (del Caso);
 - L'introduzione di nuovi beni e servizi, processi, materiali, modelli di business;
 - L'impegno di tipo **organizzativo**.
- 
- An illustration of a superhero businessman with a red cape and a blue suit, flying over a red line graph that trends upwards. The background is teal with light blue circles at the bottom.

INNOVAZIONE

L'innovazione è l'applicazione economica dell'invenzione, pertanto richiede:

- La definizione del mercato di riferimento
 - La definizione dell'approccio strategico dell'impresa
 - La disponibilità delle giuste risorse finanziarie
- 

Innovation

• L'Innovazione richiede:

- Adeguate piano finanziario: l'Innovazione è costosa
- Rete di contatti: L'innovazione è confronto
- Continuo monitoraggio e aggiornamento della conoscenza

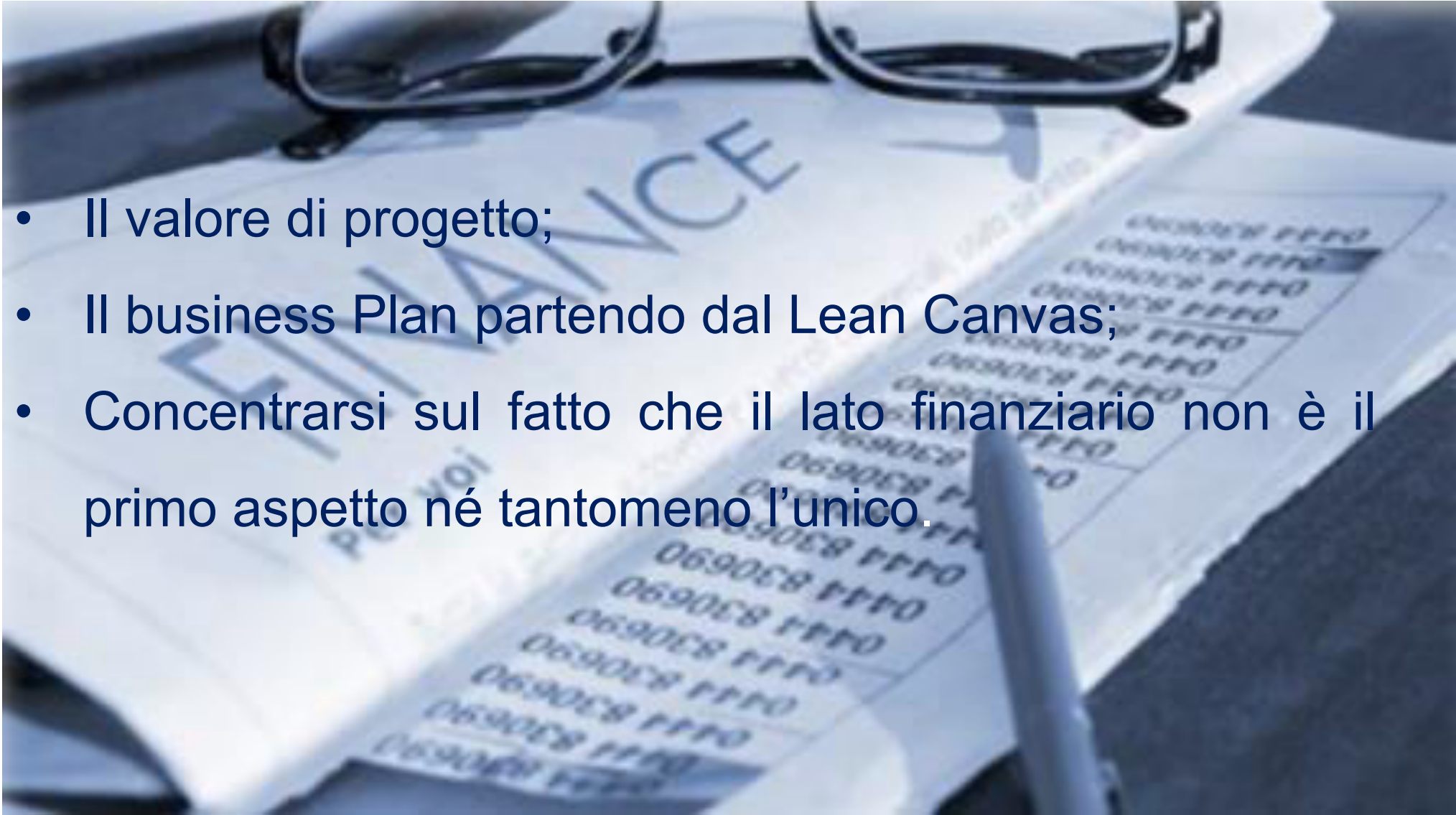
LE IMPLICAZIONI DELL'INNOVAZIONE

LE IMPLICAZIONI DELL'INNOVAZIONE

- **rischiosa ma necessaria**
- **per tutti**
- **non necessariamente legata alla Tecnologia.**



IL VALORE DI PROGETTO, IL BP E LA FINANZA

- 
- Il valore di progetto;
 - Il business Plan partendo dal Lean Canvas;
 - Concentrarsi sul fatto che il lato finanziario non è il primo aspetto né tantomeno l'unico.

IL BUSINESS PLAN

Il business plan è un documento utilizzato per la:

- pianificazione
- gestione aziendale
- comunicazione esterna



Il Business Model è l'insieme delle **soluzioni organizzative e strategiche** attraverso le quali l'impresa acquisisce un **vantaggio competitivo**.



Mentre l'innovazione di prodotto è facilmente replicabile dai concorrenti, non è così per chi riesce ad innovare funzioni aziendali, organizzazione, strategie ...



1

Ambizione vs Modello di
business?

Big results require
big ambitions.


Heraclitus

2

all'Estero da soli o insieme?

A man in a grey t-shirt and black pants is walking away from the camera on a long, straight asphalt road that stretches into the distance. The road has a double yellow line down the center and white lines on the sides. The landscape is a dry, desert-like environment with sparse, low-lying vegetation and sandy soil. In the background, there are large, reddish-brown mountains under a clear blue sky. The overall scene conveys a sense of a long, solitary journey.

3



È più forte la risorsa
finanziaria o la
motivazione a
monte?

4



5



Metodo lean start up

6

Paradigmi, regime di PI e asset
complementari




7



la rete di contatti


INTERNAZIONALIZZAZIONE



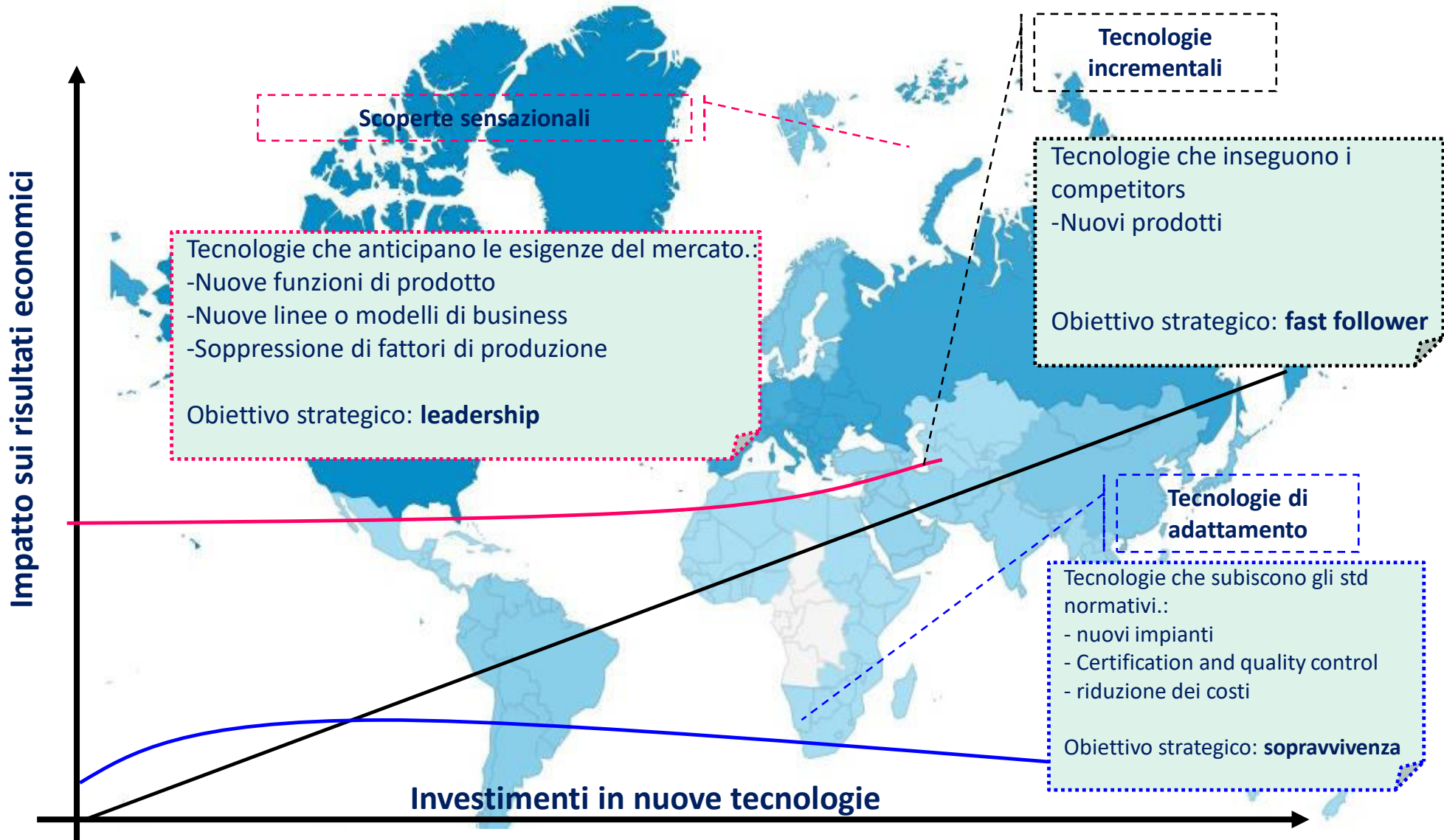
Perché è importante innovare il Modello di Business?

- L'innovazione del modello di business porta unicità e forza al proprio brand e di conseguenza fedeltà dei clienti, interesse, passaparola e forti incrementi economici


INTERNAZIONALIZZAZIONE

- 
- » **essere leader e non follower nel proprio segmento di mercato**
 - » **eliminare la concorrenza, scoprendo un nuovo Oceano Blu**
 - » **rendere innovativo tutto il modello di business, non solo il servizio/prodotto**

INTERNAZIONALIZZAZIONE




INTERNAZIONALIZZAZIONE



Per ripensare, rafforzare o migliorare un'azienda,
per lanciare un nuovo prodotto/servizio,
per avviare una start up ad alto valore,

bisogna definire il **proprio modello di business.**

INTERNAZIONALIZZAZIONE



Il **Business Model Canvas** è uno strumento strategico che utilizza il **linguaggio *visuale*** per creare e sviluppare modelli di business innovativi:

rappresenta il modo in cui
un'azienda **CREA E DISTRIBUISCE VALORE.**

INTERNAZIONALIZZAZIONE




CREARE VALORE = BENEFICIO

Un'azienda crea valore per i propri clienti quando li aiuta a:


- SVOLGERE UN "COMPITO" IMPORTANTE
- SODDISFARE UN DESIDERIO
- RISOLVERE UN PROBLEMA

INTERNAZIONALIZZAZIONE



Il Business Model diventa quindi **il modo in cui l'azienda organizza se stessa e la sua offerta per creare il massimo valore possibile per i suoi clienti**

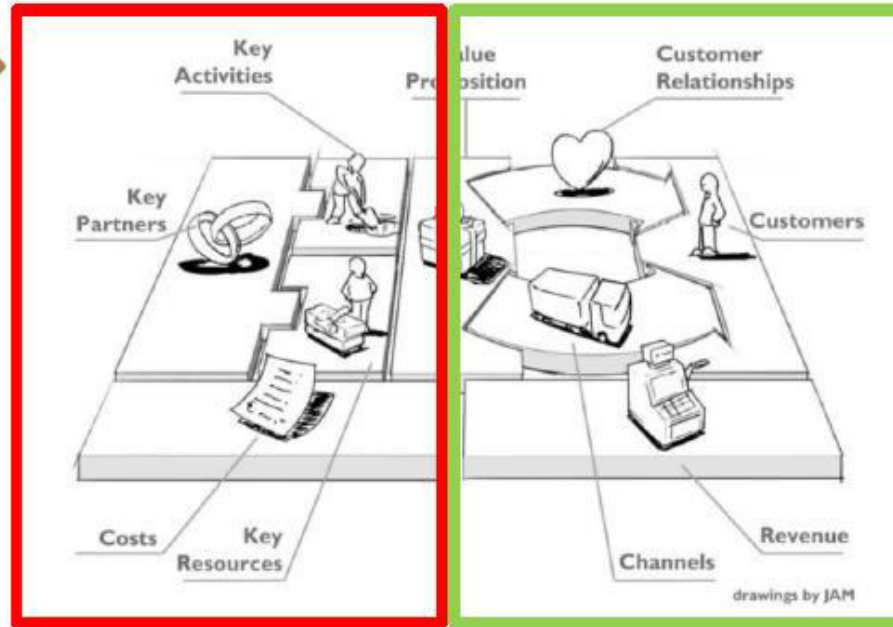
INTERNAZIONALIZZAZIONE



Nella progettazione di un Business Model è quindi fondamentale utilizzare un **approccio customer oriented**, ovvero orientato all'offerta di soluzioni che offrano il massimo valore possibile ai futuri clienti.

AREA
DELL'EFFICIENZA

Industry
forces



AREA
DEL VALORE

Marketing
forces

Macro economic forces

Il check up aziendale

- raccolta di informazioni sulla struttura e l'organizzazione aziendale ed effettuazione di un check-up sui **punti di forza e di debolezza;**

- verifica dell'attitudine dell'azienda all'internazionalizzazione e impostazione delle premesse che potranno consentire all'impresa l'avvio di **un'attività sui mercati esteri o lancio di nuovi prodotti e servizi innovativi.**



Il check up aziendale: la descrizione aziendale

- Azienda
- localizzazione
- definizione breve
- company profile
- vision e mission



Il check up aziendale: strumenti di controllo, outsourcing e delocalizzazioni

- Sistema qualità
- digitalizzazione
- Organizzazione aziendale
- Outsourcing



QUALITY
LEVEL

Il check up aziendale: la proprietà intellettuale

Innovazione di prodotto e
processo

Disegni, brevetti

Prototipi alfa e beta

NDA ed accordi



Il check up aziendale: volume di vendita, margini, composizione vendite, politiche dei prezzi



Il check up aziendale: business promotion

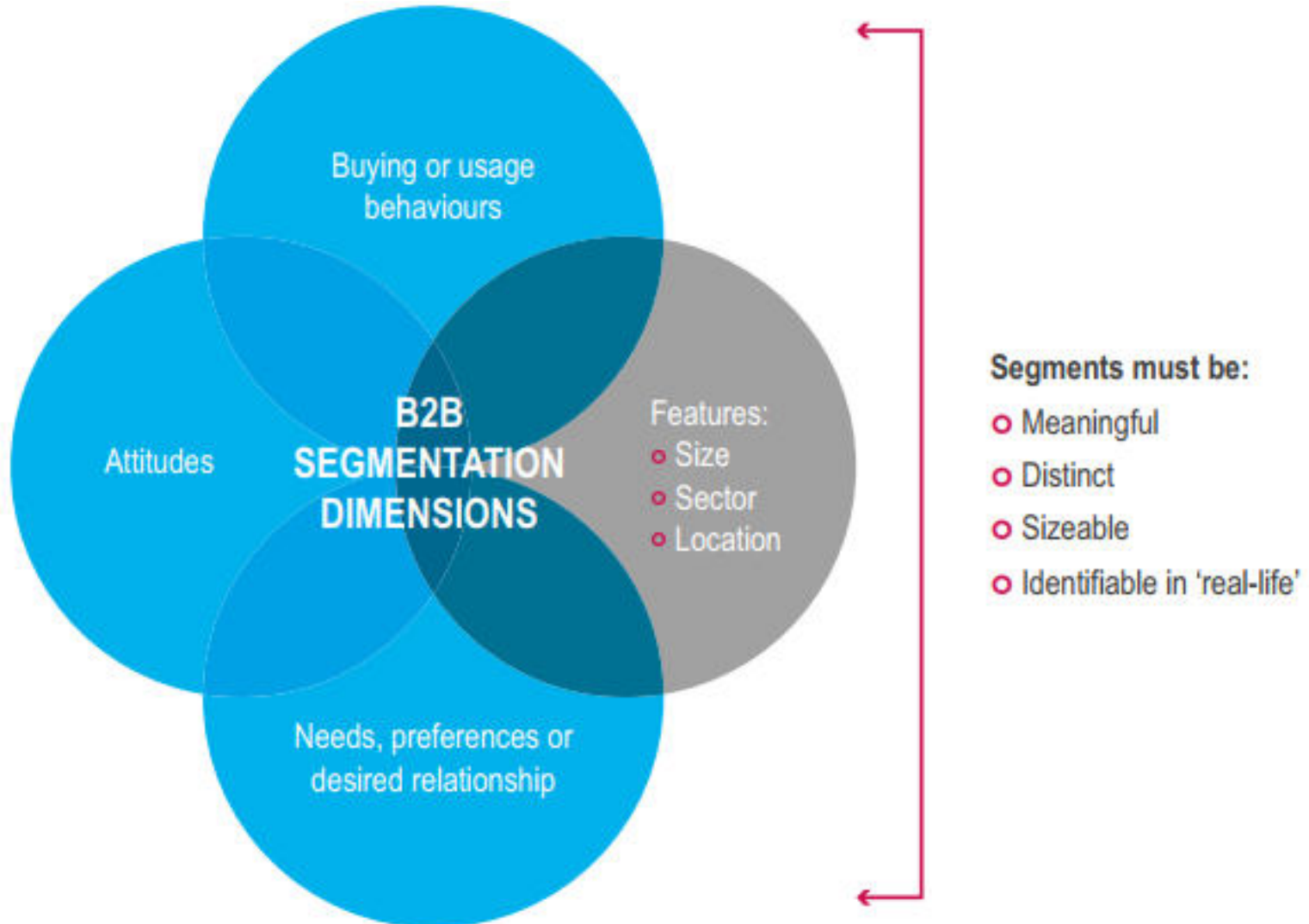


Il check up aziendale: internazionalizzazione

- Esperienze con altri
- Esperienze di altri
- Esperienze in Fiera



Il check up aziendale: la customer segmentation



Il check up aziendale: le competenze distintive

- Brevetti, marchi
- Know how, esperienza su campo
- Nuovi modelli di vendita
- Value proposition



LE BARRIERE IN INGRESSO



Le barriere all'entrata derivano da maggiori costi e minori ricavi della nuova entrante rispetto alle imprese già presenti nel settore

LE BARRIERE IN INGRESSO

Grado di controllo delle imprese sul settore

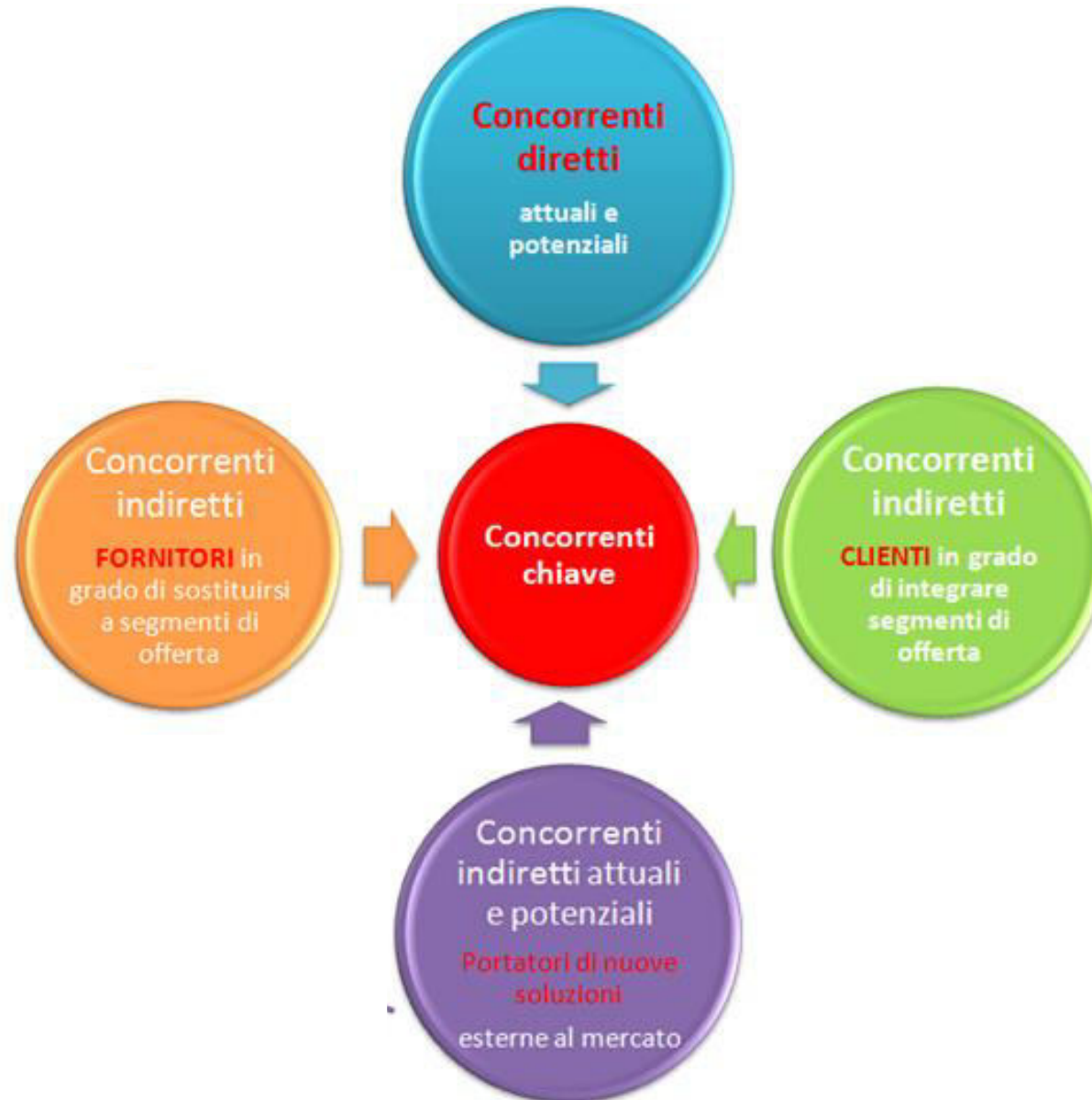


Il check up aziendale: I competitors

- Le 5 forze del Porter
- L'analisi online



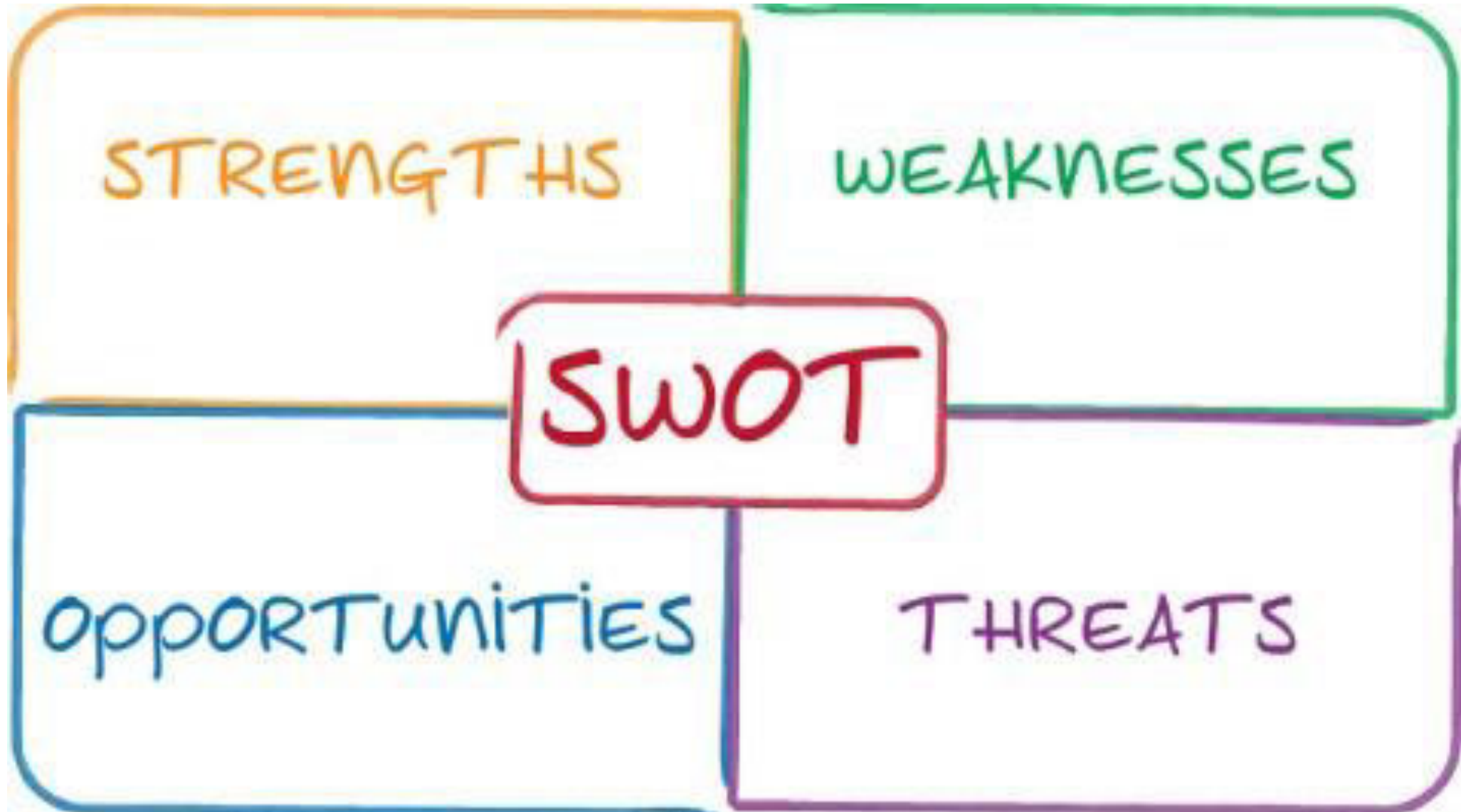
Il check up aziendale: I competitors



Le fonti del Mercato



Il check up aziendale: punti di forza e debolezza



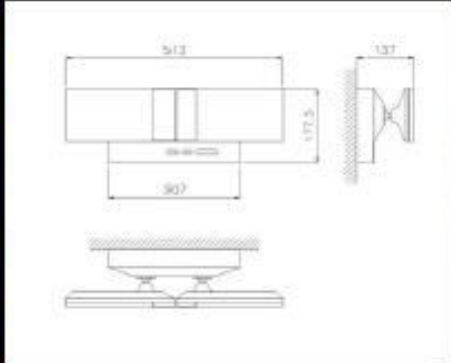
Casi sparsi in Italia



Circa 100 casi in 5 anni!!

Vado all'Estero senza muovermi

IL PROCESSO PRODUTTIVO DAL PROGETTO ALLA MATERIA



I NOSTRI PRINCIPALI PRODOTTI

MANIGLIERIA

**CONOSCENZA DEL
SETTORE E-COMMERCE**

**TALENT SCOUTER CON
GUSTO, SENSIBILITA'**

AZIONI DI WEB MKTG

**INSTILLATO LOGICA SU
COME PROGRAMMARE LE
AZIONI DI MKTG**

**OGNI 10 € 3 VENDITE E
450 € DI RICAVI**

MOTIVAZIONE A MONTE?



Spherical
view
Bastione di
Santa Croce,
Cagliari

Fasi e definizioni attività

Figure chiave

A. Identificazione chiara in azienda di figura commerciale

RC, BDM, CEO

B. Analisi di dettaglio di benchmark iniziale e periodica ogni 6 mesi dei competitor

RC, BDM, CEO

C. Pianificazione, implementazione strategia di marketing su Media digitali

RC, BDM, CEO
+struttura tecnica
+consulente

D. Monitoraggio strategia di marketing

RC, BDM, CEO
+consulente

E. Individuazione nuovi lead da web: LinkedIn e europages e da sito web

RC, BDM, CEO

F. Contatto e primi lead promozione di strutturazione partnership

RC, BDM, CEO

G. Fiera internazionale e/o B2B

BDM, CEO
+consulente

H. Sviluppo contatti, visite presso sedi internazionali partners

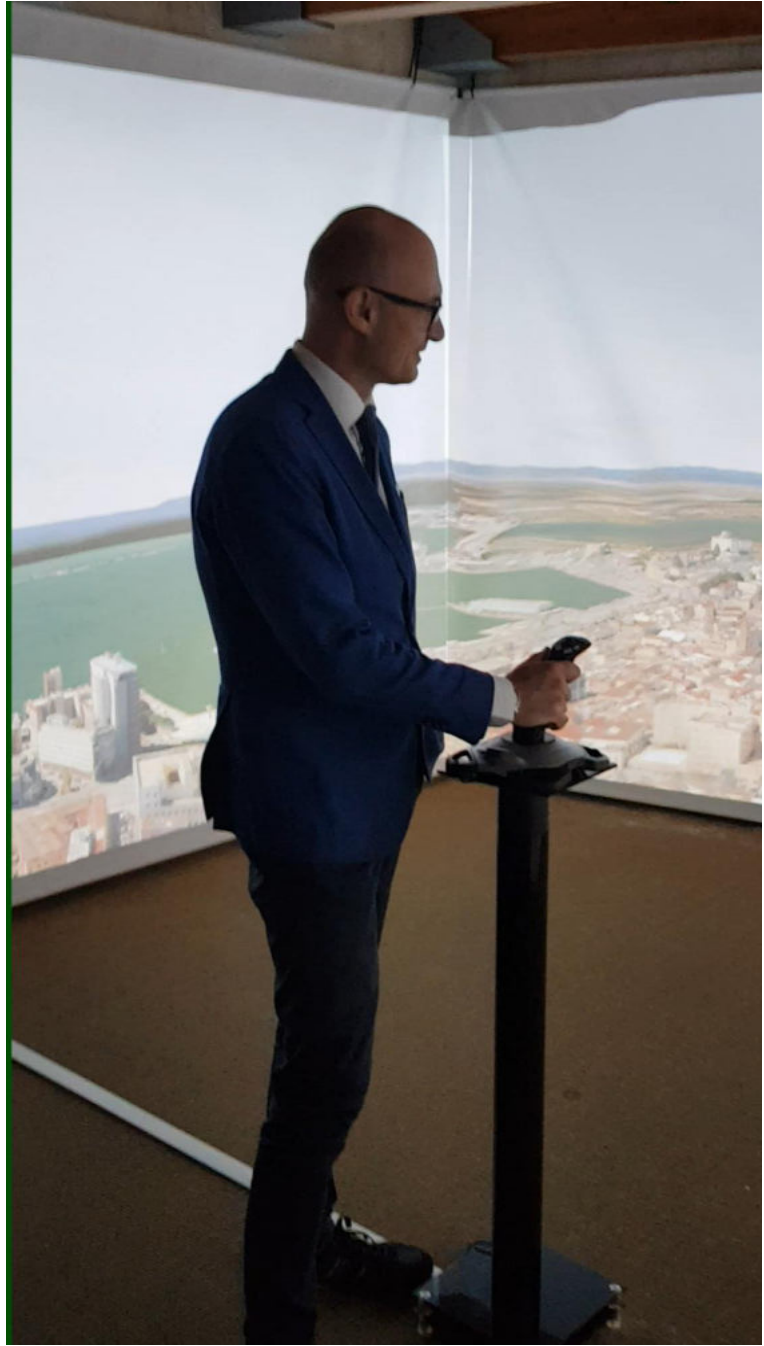
BDM, CEO

I. Progetti internazionali di ricerca

RC, BDM, CEO
+ struttura interna

L. Azioni di aggiornamento periodico con i partner strategici nel Paese

RC, BDM, CEO



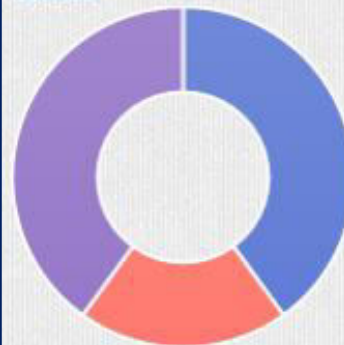


Università a tutto tondo...



Professionista, 30 anni

Skills



- Negotiations
- Technical Management and Business
- Teaching

Results

Negotiations successfully completed over 1000

Assets of more than 3000 hours of training

R & D projects as assets 7

- **ASIA:** *Malesia, Tailandia, Cambogia, Hong Kong, Nepal, Kazakistan, Giappone*
- **AFRICA:** *Tunisia, Egitto, Nigeria, Sud Africa*
- **EUROPA:** *Germania, Turchia, Serbia, Albania, Polonia*
- **MEDIO ORIENTE:** *Giordania, Siria, Israele, Iran*



Consulenza

Grazie per la Vostra attenzione!

Domande?

Scrivete pure a

Tunzio@prometeofondi.it



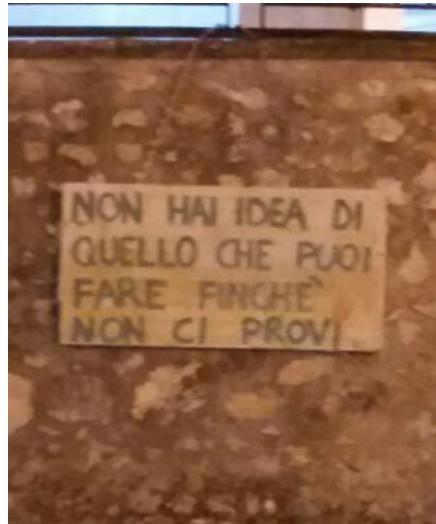
Conclusioni Finali



Ambizioni
Aziendali & PI



Modello
di business



Lean start up



G2M



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



Testimonianza corso *Mentorship* per i mercati internazionali

Unindustria -Roma, 17 settembre 2019

Giovanni Bifulco

Ufficio di Coordinamento Promozione del «Made in Italy»

Tel. +39 06 5992 9715

g.bifulco@ice.it

coord.promozione@ice.it

www.ice.it

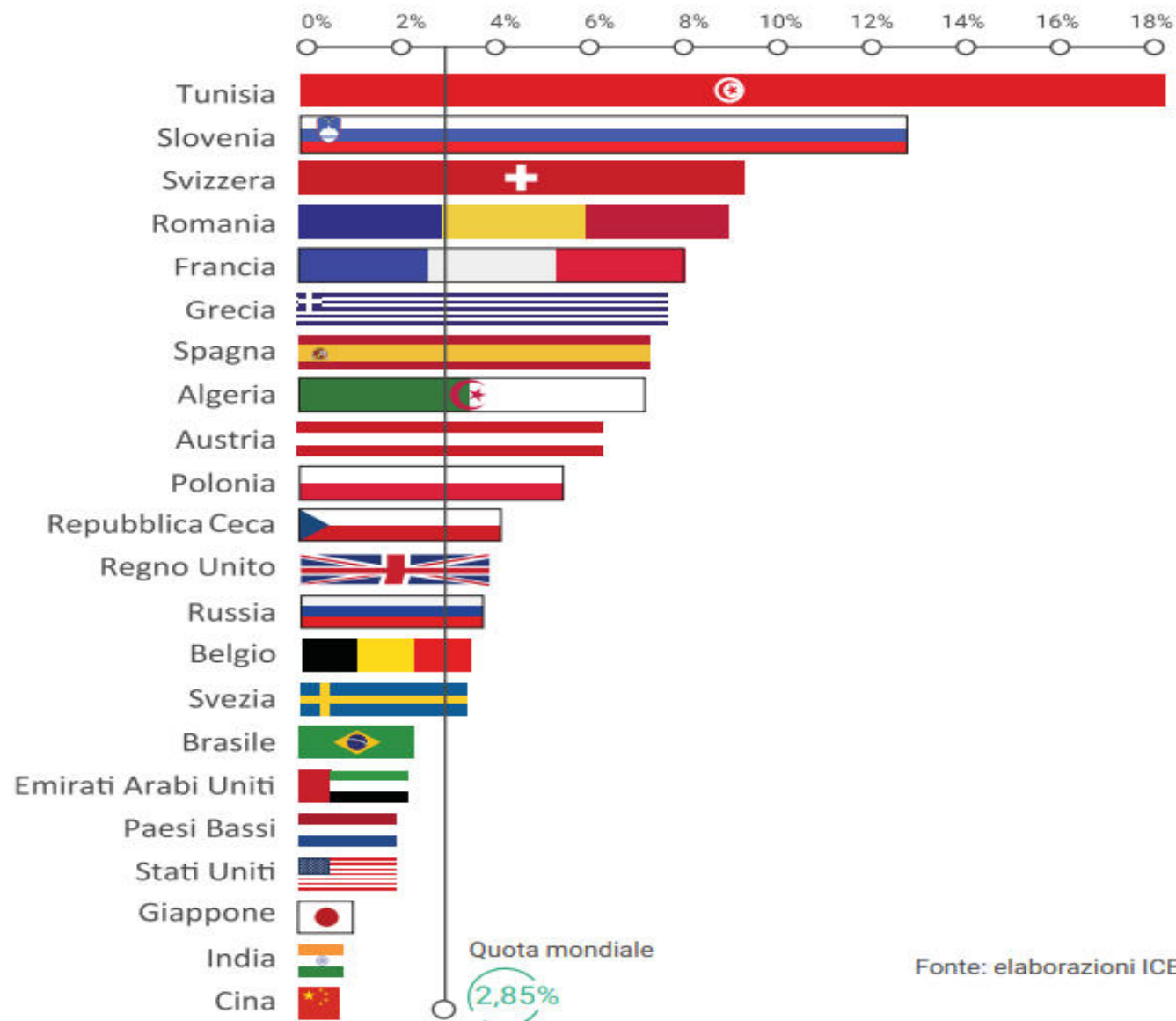
- L'Italia è l'ottava economia mondiale...
- ...ed il nono esportatore globale.
- Nel 2018, il nostro Paese ha esportato quasi 463 miliardi di euro (+ 3,1 rispetto al 2017), pari al 31,7 % del PIL (che invece è aumentato dell'0,8 %).
- Sono oltre 125 mila le aziende esportatrici italiane.
- Considerando il ruolo cruciale dell'export per l'Italia, ICE - Agenzia è attiva sin dal 1926 nell'assistenza e supporto delle nostre imprese sui mercati internazionali.
- La rete di Uffici di ICE - Agenzia all'estero realizza le varie attività a sostegno del «*Made in Italy*» nel mondo.



Principali paesi destinatari delle esportazioni italiane. Graduatoria in base ai dati del 2019

















Pos.	Paese	2018		Gen.-apr. 2018		Gen.-apr. 2019	
		mln euro	peso %	mln euro	peso %	mln euro	peso %
1	Germania	58.096	12,6	19.486	13,1	19.728	12,9
2	Francia	48.421	10,5	15.971	10,7	16.409	10,7
3	Stati Uniti	42.449	9,2	13.330	9,0	14.203	9,3
4	Regno Unito	23.451	5,1	7.389	5,0	8.402	5,5
5	Svizzera	22.358	4,8	6.882	4,6	8.108	5,3
6	Spagna	24.001	5,2	7.868	5,3	7.869	5,1
7	Belgio	13.180	2,8	4.336	2,9	4.553	3,0
8	Polonia	13.404	2,9	4.575	3,1	4.302	2,8
9	Cina	13.169	2,8	4.083	2,7	4.114	2,7
10	Paesi Bassi	11.628	2,5	3.759	2,5	3.796	2,5

QUOTA DI MERCATO DELL'ITALIA PER PAESE DI DESTINAZIONE



Fonte: elaborazioni ICE su dati FMI

PRINCIPALI SETTORI
 DELL'EXPORT ITALIANO

	Mln. di €	Peso %	Var. % 2018 vs. 2017
 MACCHINARI	81.706€	17,7	2,0
 PRODOTTI TESSILI, ABBIGLIAMENTO E PELLI	52.691€	11,4	3,3
 MEZZI DI TRASPORTO	51.002€	11,0	-0,1
 METALLI DI BASE E PRODOTTI IN METALLO	49.767€	10,8	5,1
 PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO	35.029€	7,6	2,5
 SOSTANZE E PRODOTTI CHIMICI	30.959€	6,7	2,8
 ARTICOLI FARMACEUTICI	25.890€	5,6	4,7
 APPARECCHI ELETTRICI	23.995€	5,2	2,8
 ARTICOLI IN GOMMA E MATERIE PLASTICHE	16.609€	3,6	3,0
 PRODOTTI DELLE ALTRE ATTIVITÀ MANIFATTURIERE	16.463€	3,6	0,7
 COMPUTER, APPARECCHI ELETTRONICI	15.473€	3,3	6,7
 COKE E PRODOTTI PETROLIFERI RAFFINATI	15.037€	3,2	12,5
 VETRO E CERAMICA	10.449€	2,3	1,0
 MOBILI	9.829€	2,1	2,7
 CARTA E PRODOTTI DI CARTA	6.935€	1,5	3,0
 LEGNO E PRODOTTI IN LEGNO	1.894€	0,4	3,0

LA PROPENSIONE ALL'EXPORT DELLE REGIONI ITALIANE (RAPPORTO EXPORT/PIL PERCENTUALE)





INVESTIMENTI DIRETTI ESTERI



583
mld

STOCK DI IDE ITALIANI ALL'ESTERO A FINE 2018 (+1% RISPETTO AL 2015)

480
mld

STOCK DI IDE ESTERI IN ITALIA A FINE 2018 (+2,2% RISPETTO AL 2015)

LO STOCK DI IDE IN ITALIA È INFERIORE A QUELLO DEGLI ALTRI PAESI DELL'AREA DELL'EURO

23,4
mld

NEL 2018 GLI IDE ITALIANI ALL'ESTERO SONO PIÙ CHE RADDOPPIATI

26,5
mld

NEL 2018 GLI IDE ESTERI IN ITALIA SONO PIÙ CHE TRIPLICATI

PRINCIPALI OPERAZIONI DI INVESTIMENTO IN ITALIA NEL 2018
(GREENFIELD, BROWNFIELD, M&A)

amazon.com

 **Mubadala
Petroleum**



PETRONAS

SAMSUNG

 **SOLVAY**

NTT DATA

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

American Airlines 

 **eon
reality**



MICHAEL KORS



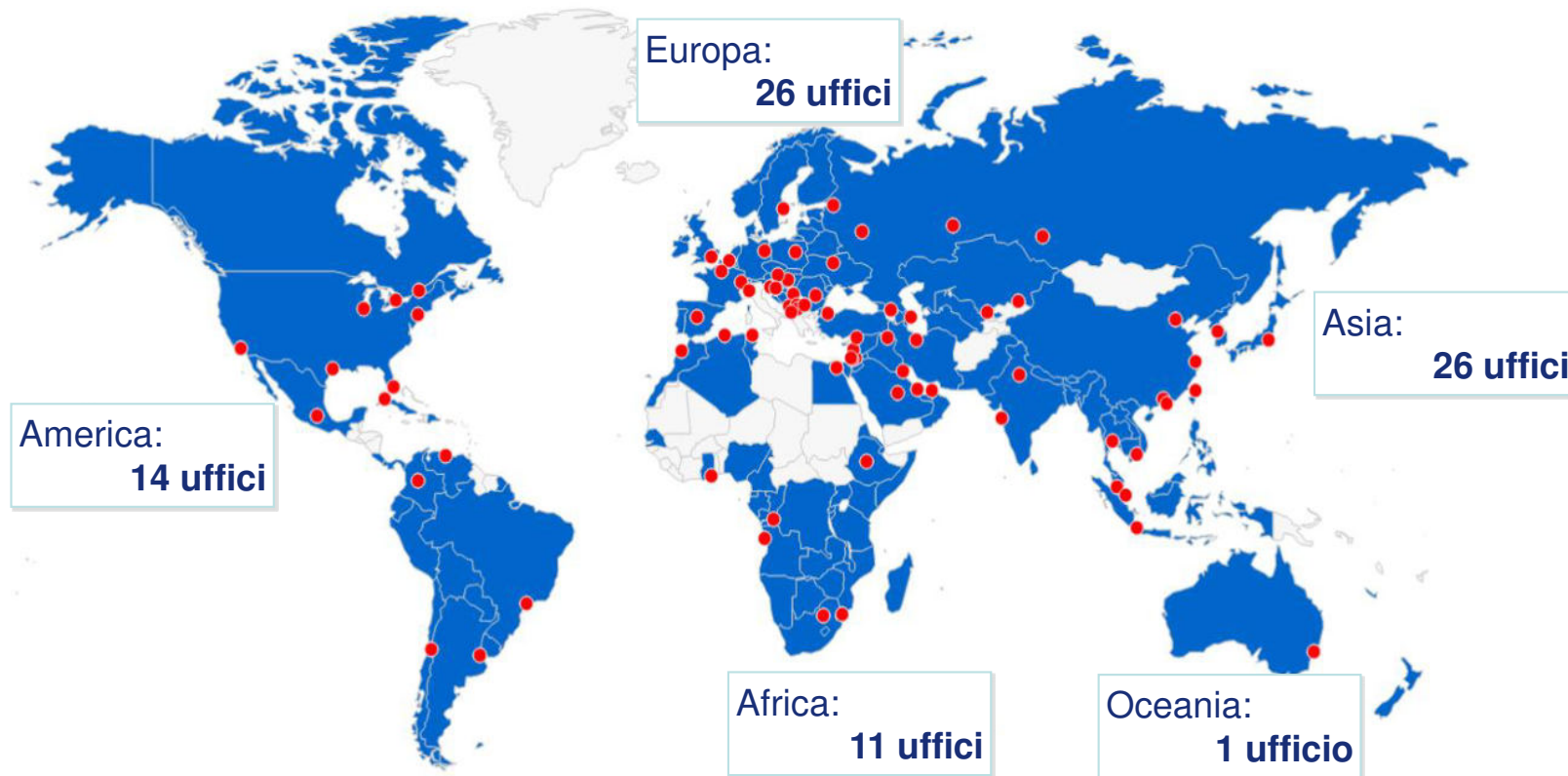
LE PRIORITÀ' STRATEGICHE DI ICE - AGENZIA



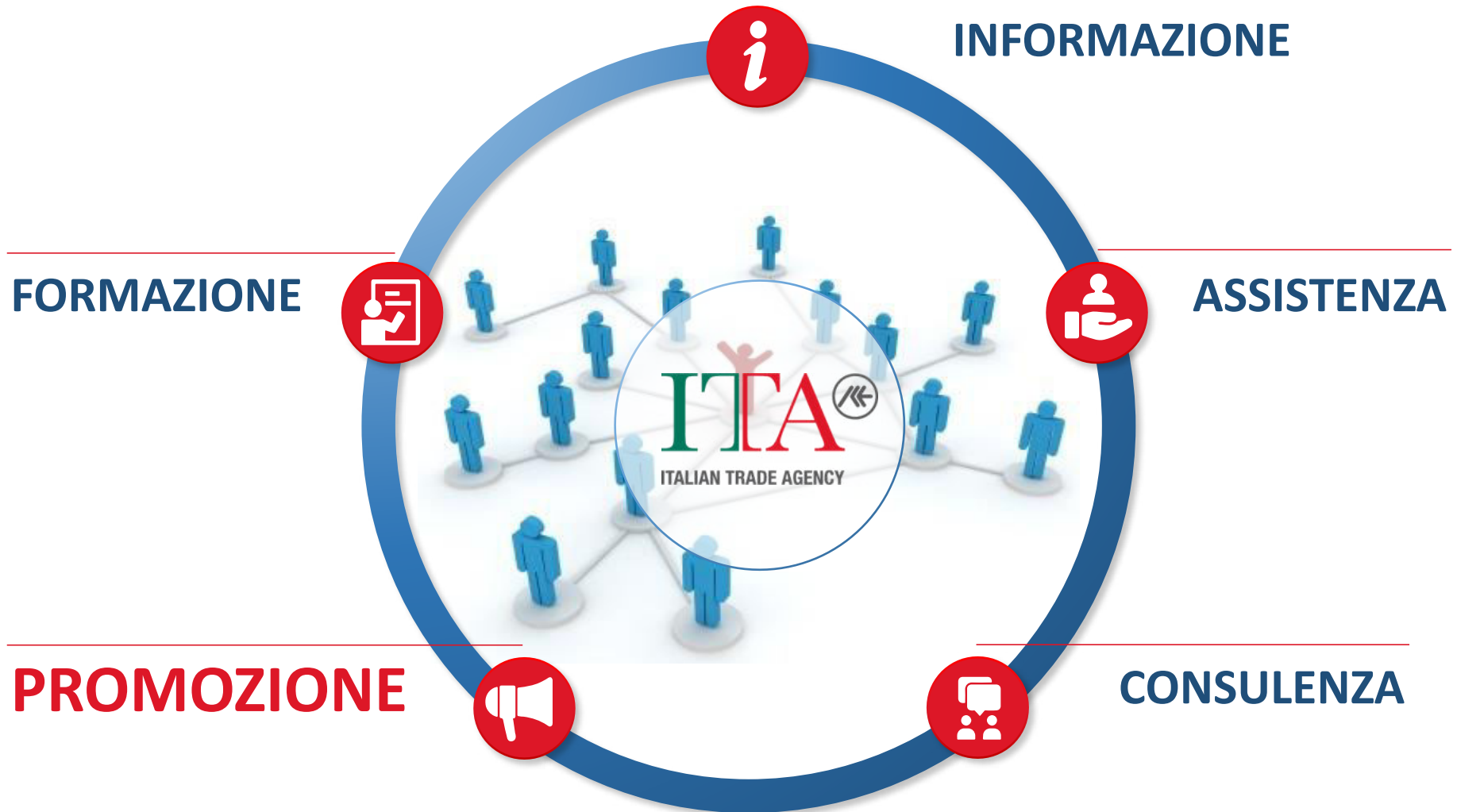
- ➔ INCREMENTARE IL NUMERO DI AZIENDE ESPORTATRICI
- ➔ ELEVARE IL VOLUME DELLE ESPORTAZIONI
- ➔ AUMENTARE L'INTEGRAZIONE ECONOMICA INTERNAZIONALE, ATTRAVERSO ACCORDI E PARTNERSHIP STRATEGICHE (inclusi IDE)



Sede Centrale a Roma, un Ufficio a Milano 78 presenze sui principali mercati mondiali



LE NOSTRE ATTIVITA'



Struttura Organizzativa del Coordinamento Promozione

Cooperazione Industriale e Relazioni con gli Organismi internazionali



AGROALIMENTARI E VINI
Agroindustria, Bio, Ortofrutta, Vini e Bevande



BENI DI CONSUMO
Moda, Tessili, Gioielleria, Abbigliamento, Calzature, Pelletteria, Arredamento, Materiali per Edilizia, Audiovisivi, Strumenti Musicali, Cosmetica



TECNOLOGIA
Beni Strumentali e Macchinari, Mobilità, Nanotecnologie, Infrastrutture



PIANO PROMOZIONALE ORDINARIO

Proposto e realizzato da ITA, approvato
e finanziato dal Ministero dello Sviluppo
Economico

a favore di tutte le IMPRESE
NAZIONALI



PIANI PROMOZIONALI STRAORDINARI

Stesse modalità autorizzative ed attuative
del Piano Ordinario, in alcuni casi con
partecipazioni finanziarie dell'Unione
Europea

- Piano speciale per le Regioni del Sud (fondi UE)
- Piano speciale per la tutela del «*Made in Italy*»



Elaborazione dei Piani Promozionali





reason why e forecast 2020**



- +15,5% import 2017-20
- +8,5 mld export italiano 2017-20 settori prioritari**



Var. % import 2017-20 ed export italiano settori prioritari**:


- Germania +13,6% +4,66 mld
- Spagna +15,1% +2,18 mld
- UK +11,5% +1,58 mld
- Francia +8,8% +2,44 mld



- +19,9% import 2017-20
- +2 mld export italiano 2017-20 settori prioritari**



- +12,6% import 2017-20
- +0,74 mld export italiano 2017-20 settori prioritari**

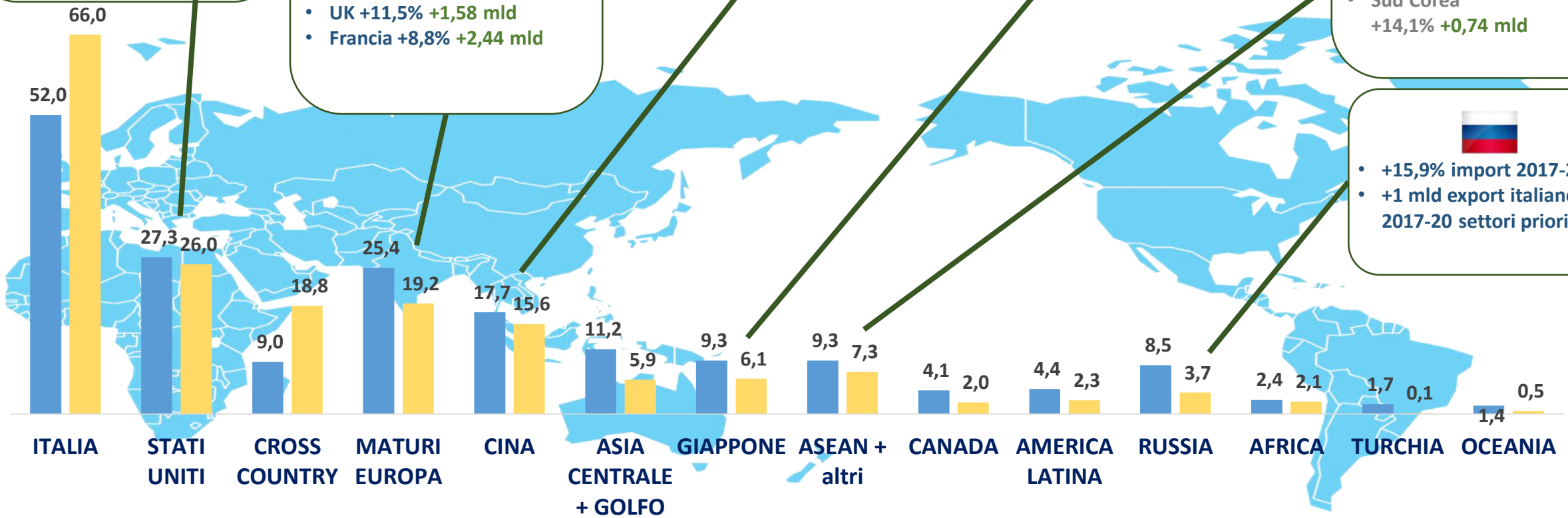


Var. % import 2017-20 ed export italiano settori prioritari**:

- Vietnam +32,5% +0,43 mld
- Indonesia +20,4% +0,28 mld
- Singapore +3,6% +0,09 mld
- Sud Corea*** +14,1% +0,74 mld



- +15,9% import 2017-20
- +1 mld export italiano 2017-20 settori prioritari**



*con Piano Straordinario integrato a € 140,6 M

**Previsioni Prometeia 2018: var. % cumulata 2017-20 e delta export nei settori prioritari (meccanica, mezzi di trasporto, moda, chimica farmaceutica, alimentare, abitare)

*** Sud Corea inclusa nel gruppo ASEAN+Altri

NB: il dato Italia comprende il Potenziamento fiere e i Voucher mise

2019 183,5M*
2018 175,6M

Tipologie Promozionali

- Partecipazioni a Fiere Internazionali
- Delegazioni di buyers esteri in Italia
- Mostre autonome all'estero
- Seminari e Workshop con BtoB

- Campagne Pubblicitarie e di Comunicazione, Rapporti con i Media, Web Marketing
- *Roadshow*
- Missioni imprenditoriali all'estero con BtoB
- Delegazioni Imprenditoriali a Guida Politica con incontri GtoG e BtoB

obiettivi

- **Individuazione di partner esteri per le aziende italiane** (buyers, distributori, agenti, dettaglianti)
- **Promozione dell'immagine del Made in Italy all'estero**

MODALITA' INNOVATIVE

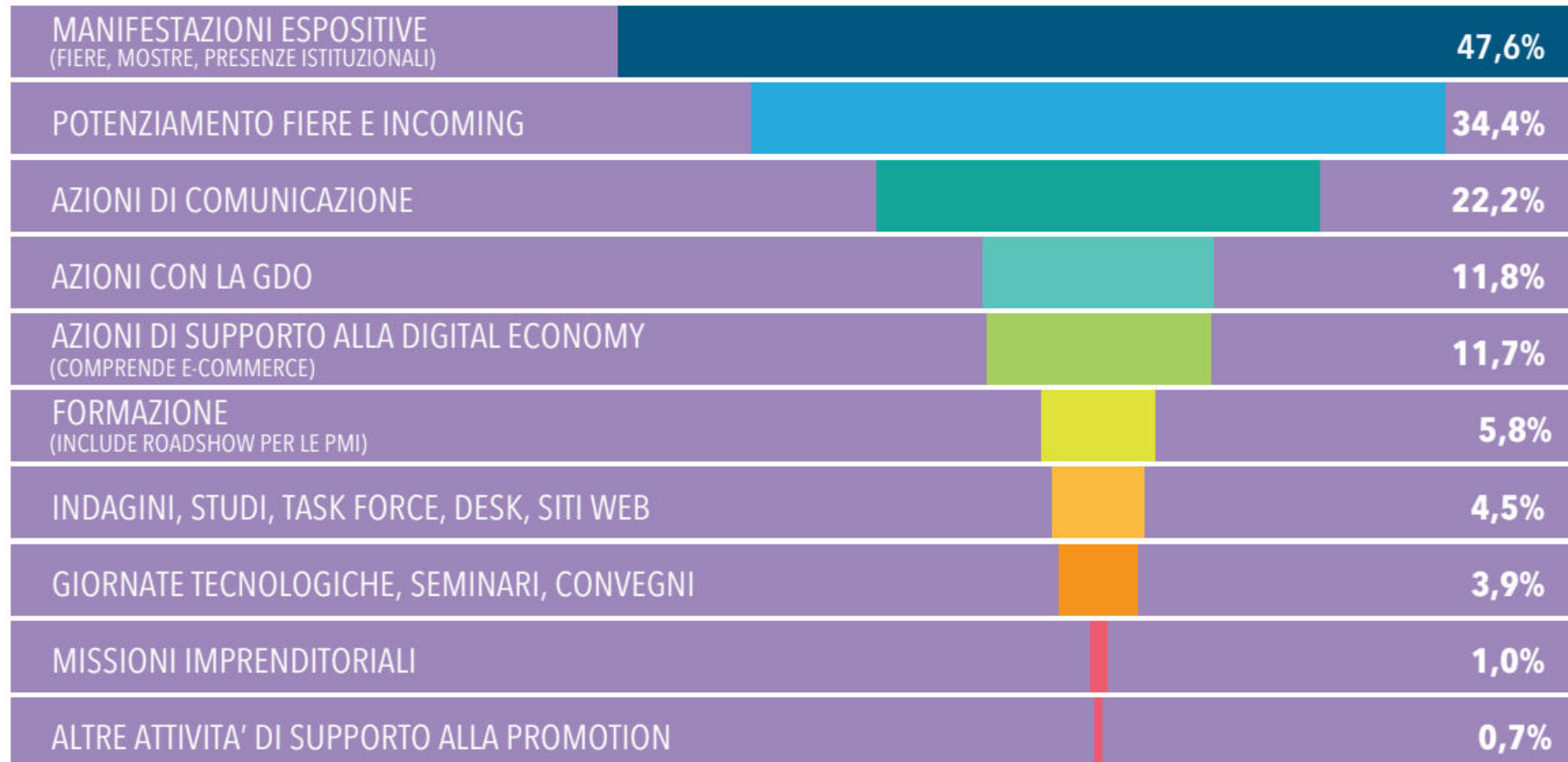
- **DEPARTMENTS STORES**
(es.: Wal-Mart, Neiman Marcus , Nordstrom)
- **E-COMMERCE**
(es.: Yoox, Alibaba, Amazon)
- **PROMOZIONE SUI SOCIAL MEDIA**
(Facebook, LinkedIn, Instagram, Youtube, Twitter)



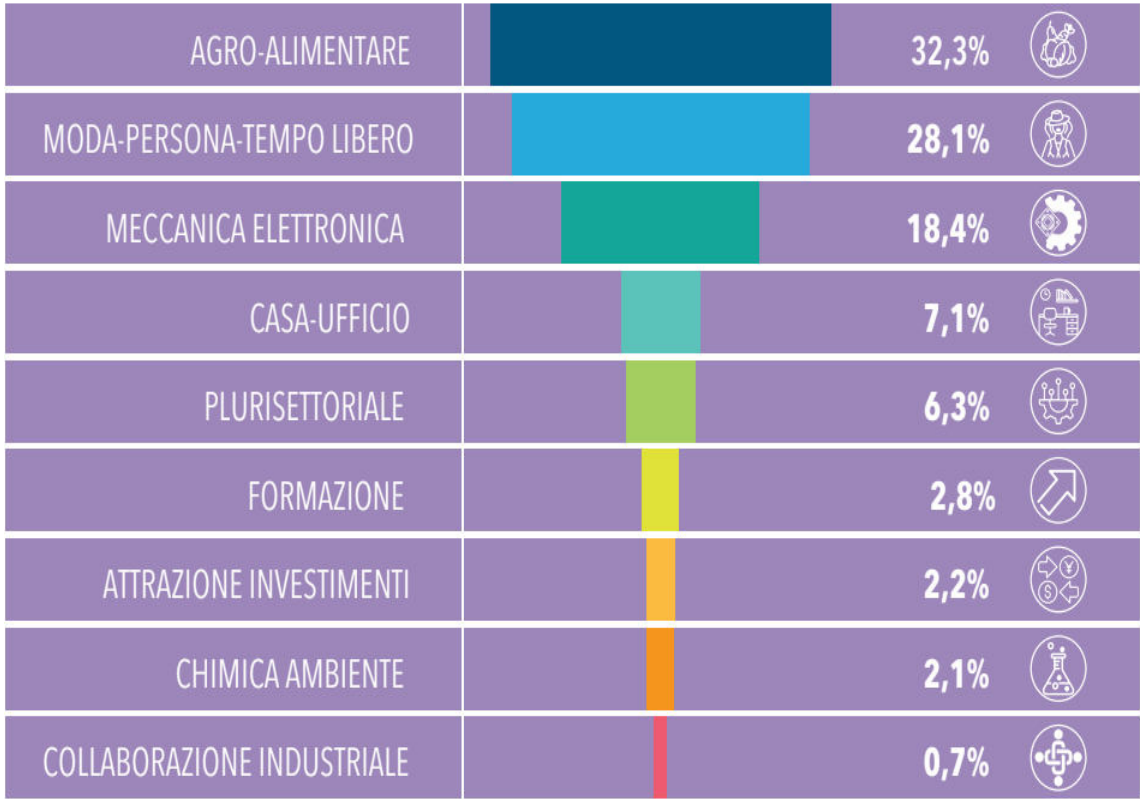
<https://www.ice.it/it/multimedia/videogallery/italy-extraordinary-commonplace>



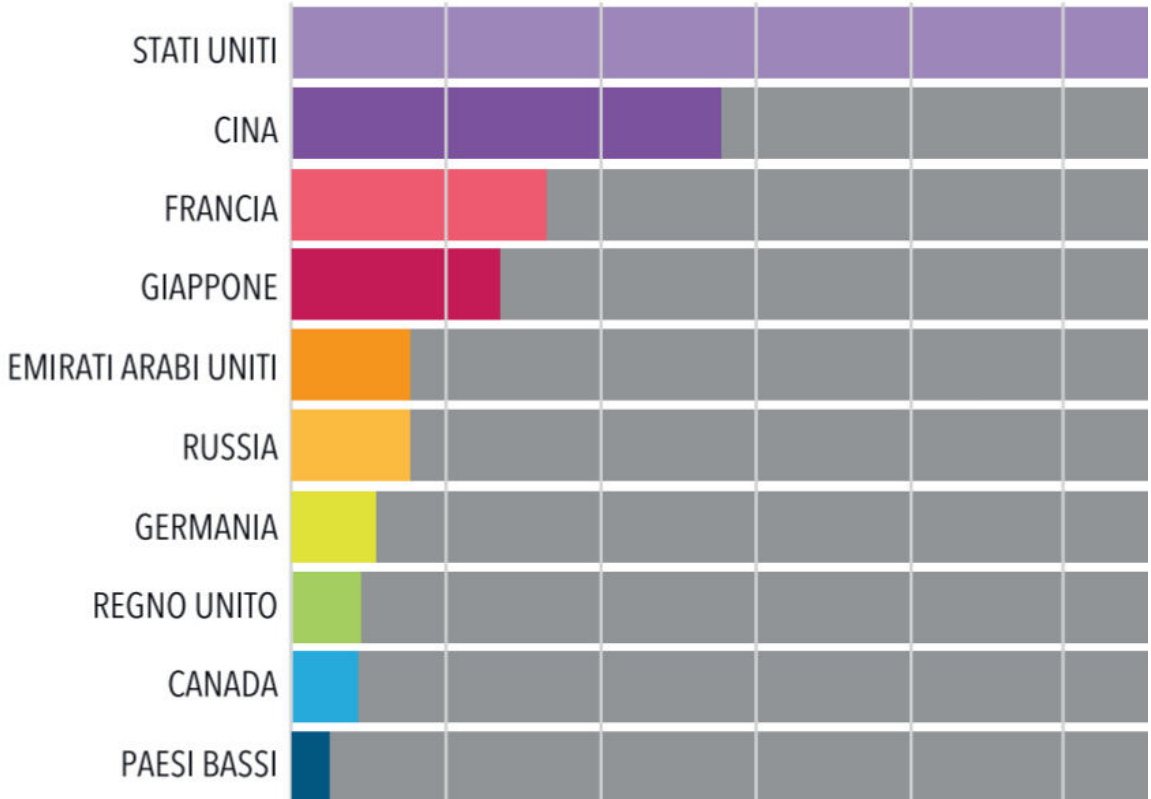
Nel corso del 2018, ITA ha realizzato circa 900 iniziative promozionali, con oltre 22 mila aziende italiane partecipanti, così ripartite per tipologia:



Macro – settori 2018



Primi 10 mercati 2018





ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Grazie per la Vostra attenzione !

Giovanni Bifulco

Ufficio di Coordinamento Promozione del «Made in Italy»

Tel. +39 06 5992 9715

g.bifulco@ice.it

coord.promozione@ice.it

www.ice.it