



L'internazionalizzazione delle imprese

La delocalizzazione come fattore di
competitività.

Le fonti di informazione e la loro ricerca.

dott. Simone Poledrini
e-mail: spole@unipg.it

Struttura

1. Introduzione;

2. Parte I:

- a) Le strategie per l'internazionalizzazione delle imprese;
- b) Gli elementi che influenzano la scelta dell'assetto strategico;
- c) La delocalizzazione come fattore di competitività;

3. Parte II:

- a) Le fonti d'informazione e la loro ricerca;
- b) Alcuni esempi;

4. Conclusioni.

I) Introduzione

Negli ultimi vent'anni vari fattori hanno modificato l'assetto economico, sociale e istituzionale del mondo, tra questi vi sono:

- 1. Lo sviluppo delle tecnologie ICT e della logistica;**
- 2. La caduta delle barriere ideologiche-politiche e la nascita di nuovi MKT;**
- 3. La liberalizzazione della circolazione dei capitali;**
- 4. La riduzione delle barriere doganali;**
- 5. L'omogeneizzazione degli stili di vita;**
- 6. La concentrazione settoriale a livello mondiale;**

I) Introduzione: definizione di internazionalizzazione



Tradizionalmente si definivano internazionalizzate tutte quelle imprese che erano presenti nei mercati esteri.

**Oggi vanno comprese anche quelle imprese che sebbene non siano presenti direttamente nei MKT esteri hanno a che fare con imprese estere:
Competitors internazionali, partecipazioni estere, fornitori, knowledge,**

I) Introduzione: opportunità e rischi



Perché internazionalizzarsi???

Per cogliere delle opportunità !!

**Perché è un OBBLIGO !!!
(scomparsa del mercato domestico)**

Ma ...attenzione ai rischi!!!

Benefici e opportunità dell'internazionalizzazione



Accesso a nuovi mercati

a) Input

b) output

2. Diversificazione dei rischi

3. Stimolo all'innovazione

Rischi e costi

- 1. Acquisizione di informazioni sui mercati;**
- 2. Ricerca dei partner commerciali;**
- 3. Costi commerciali e tariffari;**
- 4. Difficoltà organizzative.**

... i costi crescono al crescere dell'”impegno”

Importanza degli aspetti strategici



Tutte le imprese vorrebbero

internazionalizzarsi

... ma solo le “migliori” se lo

possono permettere

II) Le strategie per l'internazionalizzazione delle imprese

- 1. Le esportazioni: indirette e dirette;**
- 2. Il decentramento: *debole e forte*;**
- 3. Le collaborazioni;**
- 4. La strategia *globale***

II) Le strategie per l'internazionalizzazione delle imprese

**Da
cosa dipende la scelta della**

**Dalle
risorse
possedute o
ricercate**

**Dal
contesto
ambientale
“estero”**

La delocalizzazione

**DEFINIZIONE
&
TIPOLOGIE**

Commerciale

**Non
commerciale**

La delocalizzazione non commerciale



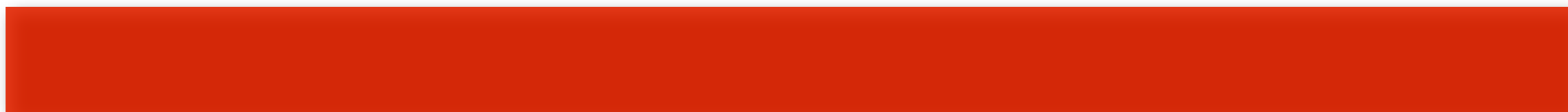
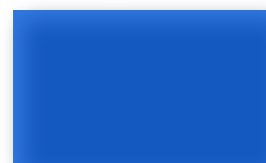
1. Gli approvvigionamenti;

2. La produzione;

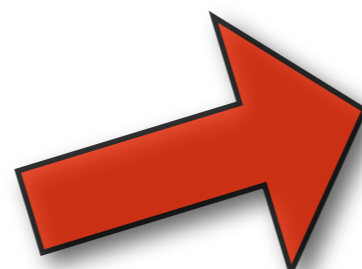
3. La R&S

PARTE II:

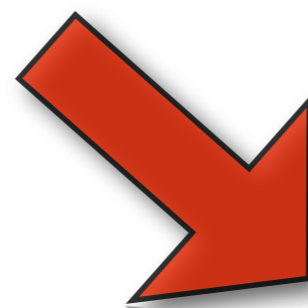
le fonti di informazione e la loro ricerca



**L'aspetto
informativo**



In uscita



In entrata

Un esempio: di comunicazione



Fonte: Valdani e Bertoli (2009, pag. 366)

Il fabbisogno informativo

1. Individuazione delle aree e delle categorie d'informazioni necessarie:

a) filiera;

b) mercato.....

2. Modalità di acquisizione delle informazioni

Modalità di acquisizione delle informazioni



1. Fonti primarie (vantaggi e svantaggi)

2. Fonti secondarie

Alcuni esempi di fonti secondarie



Organizzazioni internazionali

- Nazioni unite (per esempio www.unido.org)
- Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo (www.oecd.org)
- Banca mondiale (www.worldbank.org)
- Fondo monetario internazionale (www.imf.org)
- Organizzazione mondiale della sanità (www.who.int)
- Food and Agriculture Organisation of the United Nations (www.fao.org)
- Organizzazione mondiale per il commercio (www.wto.org)
- Eurosportelli (www.europa.eu.int/business/it/advice/eics/it.html)

Organismi pubblici nazionali

- Ministeri (degli Esteri, dell'Economia, del Commercio con l'estero) dei vari paesi (per esempio www.esteri.it/polestera)
- Istituti nazionali di statistica e di studi economici
- Uffici commerciali delle ambasciate e dei consolati italiani all'estero ed esteri in Italia
- Camere di commercio (www.camcom.it; www.mondoimpresa.it), aziende speciali delle camere di commercio (per esempio, www.promos-milano.com), centri regionali per il commercio estero (per esempio www.centroesterolomb.com), camere di commercio miste (www.cameremiste.it), camere di commercio italiane all'estero (www.assocamerestero.com), camere di commercio estere in Italia (per esempio: www.ccir.it)
- Organismi istituiti con lo scopo di assistere le imprese, come l'Istituto per il commercio estero (www.ice.it) o gli Sportelli regionali per l'internazionalizzazione (ai quali si può accedere dal sito www.mincomes.it), il Centro di servizi e documentazione per la cooperazione economica internazionale (www.informest.it)



Alcuni esempi di fonti secondarie

Organismi privati e imprese

Banche e altre istituzioni finanziarie

Associazioni di categoria e consorzi di imprese (es. Organizzazione internazionale della vite e del vino: www.oiv.int)

Banche dati internazionali (per esempio: Kompass, Dun & Bradstreet, Business International, European Forecasting

Service, The European Intelligence Unit, Euromonitor, European Directory of Retailers and Wholesalers)

Singole imprese

Editori specializzati (riviste, annuari, repertori ecc.)



Alcuni esempi

www.unido.org

www.cia.gov



Conclusioni: occorre delocalizzare??

Delocalizzazione. Trasloca un marchio storico del «made in England»

Twinnings va in Polonia, addio al tè inglese

Nicol Degli Innocenti

LONDRA

Poche cose sono considerate più squisitamente "british" di una tazza di tè. Da oltre trecento anni il nome Twinnings, l'inventore di miscele classiche come Earl Grey e English Breakfast, è sinonimo di tè inglese. Comprensibile quindi lo sconcerto suscitato dalla decisione della società di trasferire la produzione in Polonia chiudendo lo stabilimento inglese. Più comprensibile il progetto di raddoppiare le dimensioni del centro di produzione in Cina. I cinesi in fondo bevono tè molto prima degli inglesi,

ma anche in quest'epoca di globalizzazione non è facile abituarsi all'idea di una tazza di tè polacca.

Potere delle tradizioni, che gli inglesi coltivano come pochi e anche del fascino di quell'elegante negozio foderato di legno scuro che è la storica sede della società da quando Thomas Twining nel 1706 decise che era ora di smetterla di bere caffè o, peggio, birra a colazione. I suoi compatrioti impararono presto ad apprezzare la bevanda e Twinnings è da quasi due secoli fornitore ufficiale di tè per la famiglia reale. Ora l'imperativo è ridurre i costi e gli eredi e successori di Thomas

hanno annunciato la decisione irrevocabile di chiudere lo stabilimento di North Shields nell'Inghilterra settentrionale e trasferire la produzione in Polonia entro il settembre 2011, licenziando 263 dipendenti inglesi.

Le proteste sono state inutili: è caduta nel vuoto la mozione pre-

LICENZIAMENTI IN ARRIVO

La chiusura dello stabilimento britannico costerà il posto a 263 dipendenti. Sarà inoltre raddoppiato l'impianto di produzione presente in Cina

sentata da 22 deputati inglesi e, nonostante le oltre 4mila firme, non ha avuto seguito l'appello "Salviamo Twinnings" su Facebook. Non è dato sapere quale sia l'opinione a riguardo della Regina Elisabetta, ma i lavoratori inglesi sono alquanto contrariati. Oltre al danno per loro c'è anche la beffa: la società ha infatti chiesto ai dipendenti prossimi al licenziamento di istruire i loro successori insegnando loro tutti i segreti del tè. I lavoratori polacchi che verranno assunti inizieranno già dalla settimana prossima un periodo di tre settimane di formazione nello stabilimento di North

Conclusioni (II): Il caso del sarto di cernobbio



Domande?