

# COME SVILUPPARE LE IMPRESE NEL SETTORE AGRO-ALIMENTARE?

*Formazione per la gestione  
pratica*

# COSA TI PUOI ASPETTARE

- La formazione
- Sviluppo di impresa nell'agro-alimentare
- Capacità di gestione nelle aree rurali
- Sviluppo e qualità del prodotto
- Aspetti finanziari
- Internazionalizzazione
- Casi aziendali
- Il gioco virtuale

# LA FORMAZIONE



# LA FORMAZIONE

Obiettivi della formazione

✓ **COMPETENZE AZIENDALI**

Azienda e imprenditore attraversano una transizione

• **IMPLICAZIONI DELLO SVILUPPO DELLA TUA IMPRESA  
RIGUARDO A:**

- Marketing e distribuzione
- Gestione dell'azienda
- Sviluppo e qualità del prodotto
- Aspetti finanziari dello sviluppo
- Internazionalizzazione

# LA FORMAZIONE

Obiettivi della formazione

- ✓ CASI
- ✓ VIRTUALE



# LA FORMAZIONE

## I CASI AZIENDALI

- ✓ I casi si basano sull'esperienza quotidiana delle aziende nel settore agro-alimentare
- ✓ I casi illustrano che lo sviluppo della tua azienda copre tutti gli aspetti della gestione
- ✓ L'approccio è pratico
- ✓ I casi possono essere affrontati individualmente o in gruppo
- ✓ Un consulto in gruppo è da consigliarsi

# LA FORMAZIONE

## METODO FORMATIVO

### INTERROGATIVO

- ✓ Uso di una varietà di domande per invitare i tirocinanti a prendere parte alla discussione ed evitare solo domande chiuse (risposte sì / no)

### RISPOSTA

- ✓ Dove siamo ora e come possiamo fare il seguente passo (positivo)?
- ✓ La risposta non è su una persona, ma su un comportamento

### REVISIONE

- ✓ Guardare alla situazione in modo obiettivo
- ✓ Monitorare il processo in questione
- ✓ Non è una valutazione sul comportamento

# SVILUPPO DEL BUSINESS NELL'AGRO-ALIMENTARE

## CONFRONTO CON

- ✓ Problemi ambientali:  
Uso delle risorse (scarse) nel modo più efficiente possibile
- ✓ Le questioni sociali:  
L'intera catena sociale dovrebbe vincere
- ✓ Problemi dei consumatori:  
Il lato della domanda del mercato (il lato del consumatore) prende l'iniziativa
- ✓ Globalizzazione  
Il mondo è sempre più il nostro mercato



# SVILUPPO DEL BUSINESS NELL'AGRO-ALIMENTARE

Riconciliazione economica

- ✓ Efficienza
- ✓ Marketing
- ✓ Aspettative sociali e ambientali



# INTERNAZIONALIZZAZIONE

1. PREPARAZIONE DEI TUOI PRIMI PASSI IN ESPORTAZIONE
2. LA TUA STRATEGIA DI ESPORTAZIONE
3. GESTIONE DEL RISCHIO
4. MODALITÀ DI PAGAMENTO
5. DALL'OFFERTA ALLA CONSEGNA

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## PREPARAZIONE DEI TUOI PRIMI PASSI IN ESPORTAZIONE

- Analisi SWOT in cui ci si concentra su tutti gli elementi importanti per il commercio estero
  - ✓ Conoscenza e abilità per trattare il commercio in altri paesi
  - ✓ Conoscenza del mercato e dei consumatori
  - ✓ Affetto con il mercato
  - ✓ ...
- Ostacoli da superare - possono esserci elementi esterni e interni che ostacolano il tuo approccio al mercato estero

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## PREPARAZIONE DEI TUOI PRIMI PASSI IN ESPORTAZIONE

- Le barriere esterne possono essere:
  - ✓ Dazi all'importazione
  - ✓ Distribuzione difficile (rete di autostrade non sufficiente, ...)
  - ✓ Restrizioni legali sull'uso degli ingredienti e l'etichettatura
  - ✓ Differenze culturali
  - ✓ Atteggiamenti di pagamento (in alcuni paesi il pagamento anticipato è limitato, ...)
  - ✓ ...



# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## PREPARAZIONE DEI TUOI PRIMI PASSI IN ESPORTAZIONE

- Le barriere interne possono essere:
  - ✓ Le competenze di esportazione non sono presenti
  - ✓ Carenza di capitale circolante
  - ✓ Non abbastanza informazioni di mercato
  - ✓ Mancanza di tempo
  - ✓ Problemi linguistici
  - ✓ Nessuna cultura del commercio estero (nessuna abitudine di viaggiare, ...)
  - ✓ ...

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## LA TUA STRATEGIA DI ESPORTAZIONE

- Come affrontare il mercato estero è una decisione molto importante da prendere
  - ✓ Approccio diretto al mercato - ti avvicini al mercato con il tuo personale
  - ✓ Approccio indiretto del mercato: fai uso di terze parti



# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## LA TUA STRATEGIA DI ESPORTAZIONE

- Approccio diretto del mercato
- I vantaggi possono essere:
  - ✓ Hai tutto nelle tue mani
  - ✓ Le attività di esportazione saranno certamente in linea con gli obiettivi aziendali
- Gli svantaggi possono essere:
  - ✓ Distanza dal mercato
  - ✓ Il costo per gestire un mercato

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## LA TUA STRATEGIA DI ESPORTAZIONE

- I vantaggi dell'approccio indiretto possono essere
  - ✓ Il rischio finanziario è piccolo
  - ✓ Gli investimenti che devi fare sono minimi
  - ✓ Hai un partner che conosce bene il mercato
  - ✓ Ci sarà l'accesso al mercato e agli acquirenti
  - ✓ Nessun ostacolo pratico come negoziare in una lingua straniera, adattandosi alle abitudini e alla cultura locali
  - ✓ Combini i tuoi punti di forza con quelli del tuo partner
  - ✓ ...

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## LA TUA STRATEGIA DI ESPORTAZIONE

- Gli svantaggi dell'approccio indiretto possono essere
  - ✓ Dipendi dal partner straniero
  - ✓ I profitti devono essere condivisi
  - ✓ La flessibilità può essere limitata (per esempio, una terza parte desidera mantenere la sua commissione, anche in difficili trattative sui prezzi)
  - ✓ La conoscenza del prodotto è limitata
  - ✓ Non hai contatti diretti con il cliente
  - ✓ Il partner non dà sempre la priorità al tuo prodotto (i partner possono essere multi-card)

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## LA TUA STRATEGIA DI ESPORTAZIONE

- Esportazione indiretta - l'agente di vendita
  - ✓ Funziona su commissione
  - ✓ Spesso è multi-card (= ha agenzia di diverse compagnie)
  - ✓ C'è la protezione legale europea
    - Gli agenti sono protetti in Europa
    - Anche senza contratto, le persone saranno considerate come agenti (ad esempio se possono mostrare record di vendita)
    - Quando si nomina un agente, cercare un contratto

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## LA TUA STRATEGIA DI ESPORTAZIONE

- Esportazione indiretta - il distributore / importatore
  - ✓ Un distributore compra e vende i beni
  - ✓ Una volta che ha pagato la fattura per i beni, essi appartengono a lui: egli può ad esempio vendere a qualsiasi prezzo
  - ✓ Poiché il distributore rientra nel diritto internazionale (e non nella legge europea), è meno severo di un agente di vendita
  - ✓ Un contratto è importante

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## LA TUA STRATEGIA DI ESPORTAZIONE

- Esportazione indiretta - l'ufficio di rappresentanza
  - ✓ REP = ufficio vendite rappresentativo
  - ✓ Dal momento in cui le vendite sono diventate davvero importanti
  - ✓ Lo staff del rappresentante è impiegato
  - ✓ Il costo per eseguire un rappresentante è giustificato dal fatturato realizzato?

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## GESTIONE DEL RISCHIO

- Fare affari nell'esportazione può comportare un certo numero di rischi. È compito dell'azienda evitarli:
  - ✓ Politico
  - ✓ Commerciale
  - ✓ Trasporto
  - ✓ Tasso di cambio
  - ✓ Finanziario
  - ✓ Sociale
  - ✓ Legale
  - ✓ ...





# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## MODALITÀ DI PAGAMENTO

- Ci sono diverse modalità di pagamento con cui lavorare. Hanno tutte i loro pro e contro in base al tipo di cliente, al paese, ...
  - ✓ Trasferimento bancario
  - ✓ Dai un'occhiata
  - ✓ Cambiale
  - ✓ Lettera di credito
  - ✓ Credito documentario
  - ✓ Raccolta di documentazione
  - ✓ Pre-pagamento
  - ✓ ...

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## DALL'OFFERTA ALLA CONSEGNA

- Tutto inizia con:
  - ✓ Prospettiva: organizza la tua prospettiva in modo da poter gestire tutto come dovrebbe
  
- Offrire
  - ✓ Offerta fissa: non c'è spazio per la negoziazione
  - ✓ Non vincolante: questo è per lo più il caso, tranne quando viene menzionato diversamente
  - ✓ Campionato: l'offerta dei prezzi è accompagnata da campioni

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## DALL'OFFERTA ALLA CONSEGNA

- I prezzi dovrebbero tenere conto di tutti i costi. Fai tante domande prima di offrire prodotti in modo da sapere cosa deve essere incluso nel prezzo.

Includere anche costi come

- ✓ Costo per adattare il prodotto o la confezione
- ✓ Costo per i requisiti amministrativi e legali
- ✓ Commissione
- ✓ Costi definiti nel contratto (viaggio, spese, ...)
- ✓ Costo dell'assicurazione del credito
- ✓ ...

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## DALL'OFFERTA ALLA CONSEGNA

- Essere consapevoli del fatto che esistono accordi di vendita europei e internazionali che gestiscono la relazione con i partner di vendita.
  - ✓ La cooperazione può essere considerata come un contratto
  - ✓ La convenzione di Vienna sul contratto di agente di vendita
  - ✓ Le fatture proforma non sono possibili ovunque e non sempre sono un buon inizio dato che non mostrano confidenza
  - ✓ Rendi chiari i termini e le condizioni generali
  - ✓ Le fatture devono essere fatte in tempo e i pagamenti devono essere seguiti
  - ✓ Le merci dovrebbero essere accompagnate dalla lista di imballaggio
  - ✓ international commercial terms: responsabilità in materia di trasporto e assicurazione di merci