ESPORTARE IL MADE IN ITALY

INCONTRA IL TUO RAPPRESENTANTE PER MEDIO ORIENTE, MAGHREB, TURCHIA, SUDAFRICA

Giovedì 26 settembre 2013
Centro Pastorale Cardinal Urbani

Organizzazione del convegno

romiri data management

romiri consulting

romiri dubai branch

Nell'ambito della 4a edizione della 'Merendina' abbiamo il piacere di presentarVi il convegno

Esportare il Made in Italy

In collaborazione con INFORMEST CONSULTING S.R.L.

romiri data management

Scopo del convegno

- **Darvi Informazioni Utili** da chi ha esperienza diretta in queste aree
- **Trasferire un patrimonio di conoscenze**
- **Identificare opportunità di vendita** per i vostri prodotti e aziende – Colloqui Business to Business

romiri
data management

Il programma e i partner

9:00 Saluti iniziali

- OPPORTUNITÀ del SUDAFRICA *(weBiz ltd)*
- OPPORTUNITÀ dei paesi del MAGHREB E TURCHIA (*Sergio Battalliard)*

10.40 Coffee Break

- FINANZIAMENTI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE *(Informest Consulting srl)*
- STRUMENTI PER VENDERE ALL'ESTERO *(Romiri Data Management srl)*
- OPPORTUNITÀ del MEDIO ORIENTE *(Romiri srl JLT Branch)*

13:00 Lunch

- INCONTRI CON GLI OPERATORI

16:00 Saluti Finali

romiri
data management

weBiz
www.webiz.co.za

Supporto alla Internazionalizzazione

Aprire nuovi mercati in Sud Africa

WEBIZ(pty) Ltd – info@webiz.co.za- www.webiz.co.za
Cape Town +27 (0) 79 179 7812 - +27 (0) 21 418 1570 fabio@webiz.co.za
Vicenza - +39 (0) 335 708 3716 - claudio@webiz.co.za

Perchè Sud Africa?

- È il paese più civilizzato del continente: **infrastrutture e servizi**
- Produce circa il 26% del PIL di tutta l'Africa (seguito dalla Nigeria con il 20%.
  Poi circa 10 nazioni tra l'1 e il 5%.
  Tutte le altre minore di 1)
- È la **"Porta di Ingresso"** per l'Africa

Perchè Sud Africa?

Nel 2010 è entrato a far parte dei **BRICS**: non per la dimensione del mercato ma per **l'apertura verso l'Africa**

BRICS 2013
DURBAN SOUTH AFRICA

weBiz
www.webiz.co.za

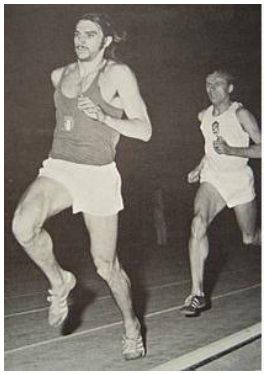
Perchè Sud Africa?

Fa parte di **SADC (Southern African Development Community)**, un mercato comune tra vari paesi

- ANGOLA
- BOTSWANA
- DEMOCRATIC REPUBLIC OF CONGO
- LESOTHO
- MADAGASCAR
- MALAWI
- MAURITIUS
- MOZAMBIQUE
- NAMIBIA
- SEYCHELLES
- SOUTH AFRICA
- SWAZILAND
- UNITED REPUBLIC OF TANZANIA
- ZAMBIA
- ZIMBABWE

Perchè Sud Africa?

- Ha un **trattato commerciale con UE** che facilita gli scambi **(no dazi doganali)**



- L'**Italia** ha una **storia con il Sud Africa** che comincia con la seconda guerra mondiale: 100.000 prigionieri deportati, 30.000 dei quali rimasti o ritornati.

Perchè Sud Africa?

I **Sudafricani** hanno una **speciale predilezione** per tutto ciò che è italiano: riconoscono lo **stile**, la **creatività**, la **cultura** millenaria, la **sensibilità** alla **bellezza** e il **cibo**…

Perchè Sud Africa?

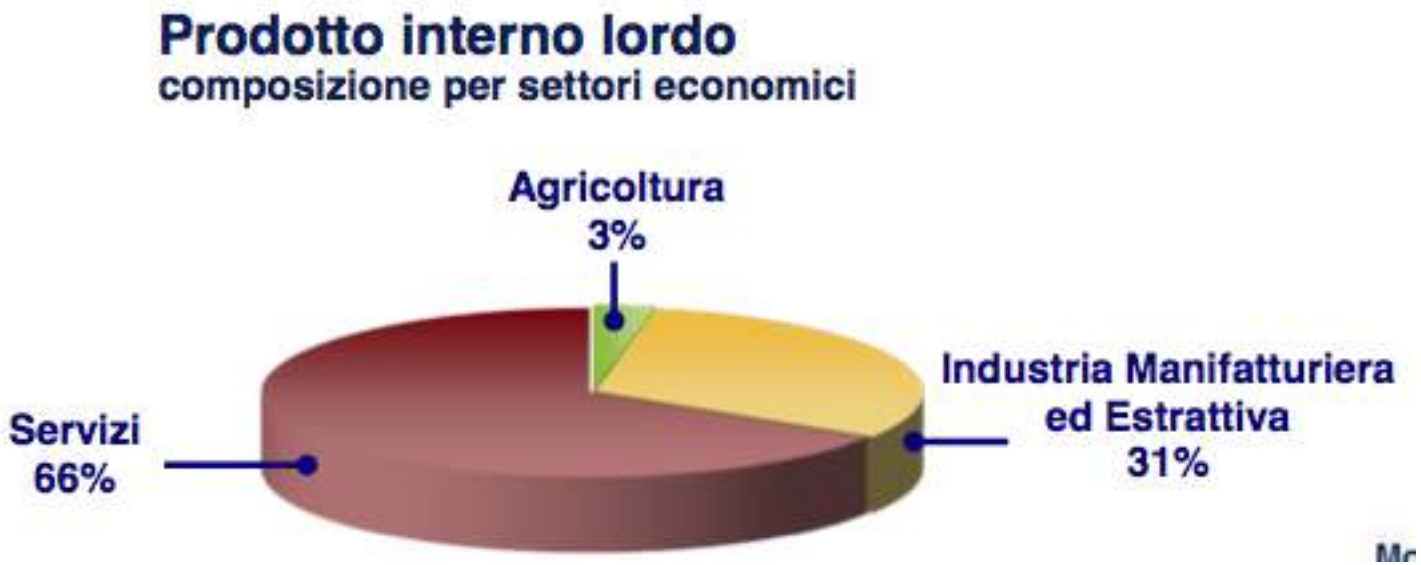
…ma sopratutto **macchine utensili**, **per processo food**, **impianti vitivinicoli**, **packaging** e molto altro.

Sud Africa: dati macroeconomici

Indicatori	2008	2009	2010	2011	2012*	2013*
PIL a prezzi correnti *(Miliardi di Euro)*	186,4	203,8	274,2	293,2	328,4	346,1
PIL pro capite a prezzi correnti *(Migliaia di Euro)*	3,8	4,1	5,5	5,8	6,4	6,7
Tasso di crescita del PIL *(variazione % a prezzi costanti)*	3,6	-1,5	2,9	3,1	2,7	3,4
Indice Produzione Industriale *(variazione %)*	7,8	-15,2	5,0	2,5	-0,2	4,7
Tasso d'Inflazione *(variazione %)*	11,5	7,1	4,3	5,0	5,7	5,3
Tasso di Disoccupazione *(%)*	22,9	23,9	24,9	24,5	23,8	23,6
Tasso di Cambio Euro (EUR) per Rand (ZAR)	12,06	11,67	9,70	10,10	10,27	*n.d.*
Bilancia Commerciale						
Esportazioni totali *(Miliardi di Euro)*	52,8	43,4	59,4	65,3	67,4	71,1
Importazioni totali *(Miliardi di Euro)*	59,8	45,9	59,3	68,4	69,6	72,0
Saldo Commerciale totale *(Miliardi di Euro)*	-7,0	-2,5	0,1	-3,0	-2,2	-0,9

*** dato di previsione**

Sud Africa: dati macroeconomici



Sud Africa: dati macroeconomici

...Industria Manifatturiera
composizione per produzione settoriale

Sud Africa: dati macroeconomici

Sud Africa: dati macroeconomici

Aree di importazione del Sud Africa (Anno 2011)

Nr.	Paese Partner	Quota %	? % 2011/2010
1	Cina	14,2	22,7
2	Germania	10,7	17,1
3	USA	8,0	39,5
4	Giappone	4,8	11,4
5	Arabia Saudita	4,4	36,2
6	India	4,0	40,8
7	Regno Unito	4,0	31,9
8	Iran	3,7	16,1
9	Nigeria	3,1	40,9
10	ITALIA	2,7	33,3
11	*Altri Paesi*	*40,4*	*21,9*

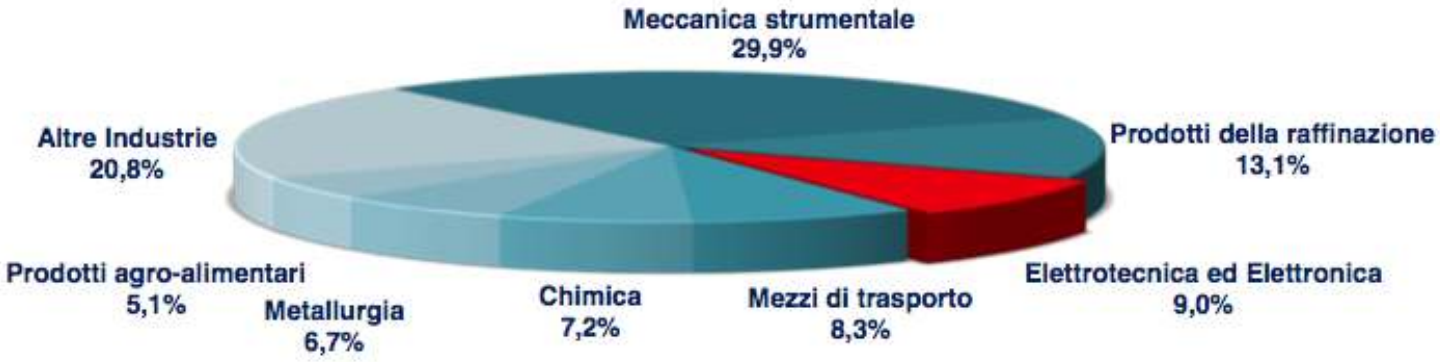
Aree di esportazione del Sud Africa (Anno 2011)

Nr.	Paese Partner	Quota %	Δ % 2011/2010
1	Cina	12,2	44,4
2	USA	8,6	22,0
3	Giappone	7,9	15,8
4	Germania	6,2	18,6
5	Regno Unito	4,1	-0,1
6	India	3,5	5,9
7	Svizzera	3,2	9,6
8	Paesi Bassi	3,1	25,7
9	Zimbabwe	2,6	25,2
10	Mozambico	2,5	12,0
11	*Altri Paesi*	*46,1*	*29,3*

15° Paese partner del Sud Africa in termini di esportazioni l'Italia con una quota del 1,9% nel 2011

Sud Africa: dati macroeconomici

Esportazioni italiane verso il Sud Africa per settori industriali (Anno 2011)



Sud Africa: esempi di dimensioni

- Macchine per **panificazione industriale**: 100 M€ nei prossimi 3 anni

- **Industria del mobile**: 870 M€/anno
- Del **mobile di design**: ~ 500 M€/anno

Sud Africa: esempi di dimensioni

Industria del vino:

- 100.000 ettari (Italia 700.000), 1.400 000 tonnellate di uva pigiata, 1 Mlitri prodotti (Italia 4Mlitri), circa 400M€ di fatturato
- 360 Mlitri consumati internamente, 420 Mlitri esportati
- ~3 500 produttori di uva
- ~580 case vinicole

WEBIZ(pty) Ltd – info@webiz.co.za- www.webiz.co.za
Cape Town +27 (0) 79 179 7812 - +27 (0) 21 418 1570 fabio@webiz.co.za
Vicenza - +39 (0) 335 708 3716 - claudio@webiz.co.za

Sud Africa: tassazione

- IVA (VAT): 14%, alcune esenzioni
- Capital Gain Tax: 14,5%, Dividendi esenti
- Tasse società:

IMPOSTA SUL REDDITO DELLE SOCIETA'	
Tipologia di società	Aliquota (%)
Società ordinaria	28%
Società fornitrice di servizi alla persona	33%
Società residenti all'estero che ritraggono redditi in Sud Africa	33%

- Tasse Persone Fisiche:

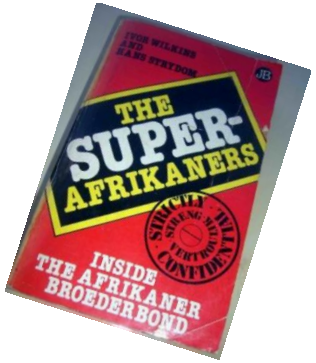
IMPOSTA SUL REDDITO DELLE PERSONE FISICHE	
Base imponibile in Rand	Aliquota (%)
< 140.000	18%
140.001 - 221.000	25%
221.001 - 305.000	30%
305.001 - 431.000	35%
431.001 - 552.000	38%
> 552.001	40%

DETRAZIONI ED ESENZIONI	
Categoria di detrazioni o esenzione	Rand
Detrazione ordinaria	10.260
Detrazione aggiuntiva (da 65 anni di età)	5.675
Limite esenzione (fina a 64 anni di età)	57.000
Limite esenzione (da 64 anni di età)	88.528

Sud Africa: Business Models

- I **modelli di business sudafricani** si discostano molto da quelli italiani e in generale del mondo occidentale.

- Il regime dell'apartheid ha radicato in modo profondissimo il concetto di **AUTOSOSTENIBILITÀ** e di **difesa dallo straniero**.



- La capacità di **autarchia** sviluppata a causa degli embarghi internazionali è un **fattore culturale**.

Sud Africa: Business Models

- Negli ultimi anni **moltissimi esempi di fallimenti** a causa di **applicazione di modelli** di business **non appropriati**.
- Uno fra tutti: Chateaux d'Aux. Apertura in grande stile in Settembre 2012, show room di 750mq. Oggi:

Sud Africa: Business Models

- È assolutamente necessario **approcciare il mercato correttamente** e utilizzare un modello che possa soddisfare entrambe le parti

Il nostro lavoro è principalmente quello di:

Mediatore Culturale

weBiz
www.webiz.co.za

L'offerta: EntrySA 1/2

I clienti trovano in Webiz ogni tipo di supporto quali:

- **ricerche di mercato** e **valutazione delle stesse**

- individuazione **strategie di penetrazione**: distribuzione diretta, tramite distributori e tramite grande distribuzione

- **selezione di possibili partners**
- **analisi** e **matching tra** i **partners** individuati e il **cliente**

L'offerta: EntrySA 2/2

I clienti trovano in Webiz ogni tipo di supporto quali:

- **supporto** sul **territorio**: legale, fiscale, organizzativo
- **continua supervisione** degli eventuali **partners** e dell'**andamento** del **business** e della relazione
- **Interim management** su iniziative dirette

- **Selezione** e **supervisione** di **professionisti** sul territorio

L'offerta: EntrySA

Webiz ha recentemente approntato una proposta per la valutazione del mercato per le società italiane in quanto:

- è **indispensabile** prima di fare qualsiasi passo verso l'internazionalizzazione **valutare il mercato** rispetto ai **propri prodotti**
- è estremamente **più efficace** ed **efficiente** lavorare in **partnership** con una **realtà presente** nel **mercato** di riferimento piuttosto che approcciare il mercato da soli e senza conoscenze dirette

- **Certezza** del livello di **investimento** richiesto, pre-analisi sui prodotti, focalizzazione sui players presenti

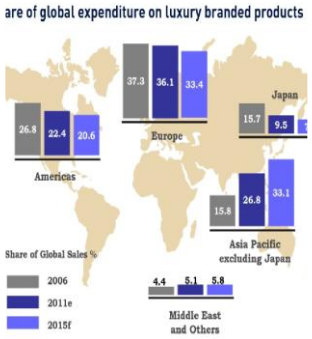
weBiz
www.webiz.co.za

L'offerta: EntrySA

EntrySA è il pacchetto offerto per l'analisi e lo studio della possibilità di esportare in Sud Africa. Comprende:

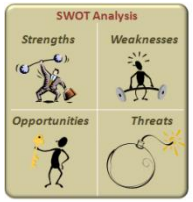
- **approfondita ricerca di mercato** per individuare i possibili **target** e la **tipologia di prodotto** da proporre. La ricerca è articolata e prende in considerazione il mercato locale, i canali distributivi, la concorrenza e l'eventuale presenza di altri players stranieri

- **collezione dei dati statistici per il mercato** e **dimensionamento** dello stesso in modo da poter fare delle **considerazioni** non solo **qualitative** ma anche **quantitative**.



weBiz
www.webiz.co.za

L'offerta: EntrySA



Analisi della concorrenza corredata da **SWOT analysis** per meglio posizionare il proprio prodotto

Analisi dei vari players sul mercato per identificare il più "compatibile" per tipologia di prodotti trattati, target a cui si rivolge e cultura aziendale.

Contatti preliminari, approntamento di **agenda di appuntamenti** per missione di incontri bilaterali con le società identificate.

Affiancamento durante la missione, organizzazione logistica e **supporto sul territorio.**

weBiz
www.webiz.co.za

L'offerta: EntrySA

- Il **pacchetto "EntrySA"** viene offerto a un **prezzo forfettario** in relazione alla tipologia di prodotto e di mercato

- Il pacchetto viene quotato con **apposito preventivo**, durante i primi contatti

Chi siamo

- **weBiz** (www.webiz.co.za) opera nel campo della **consulenza aziendale**

- La società, con trentennale esperienza, si occupa di **supporto business per piccole e medie imprese**, fornisce **servizi all'industria** e **consulenza di sviluppo business**

- **weBiz** è il **coordinatore di Business Networking Circle** (www.bncct.co.za), un'organizzazione creata sotto l'egida del consolato Italiano in Sud Africa, con lo scopo di **supportare l'interscambio tra società in Sud Africa e in Italia**.

Business Networking Circle
Cape Town
www.bncct.co.za

Chi siamo

Business Networking Circle si occupa inoltre di tutte le **relazioni** con i vari enti locali dedicati al business quali la **Cape Chamber of Commerce**, la **Camera di commercio Francese**, **Tedesca**, **Svizzera** e **Austriaca** e con **Alliance Francaise**.

Ci sono contatti attivi con organizzazioni del Brasile e Portoghesi della provincia del Capo e con il console dello Sri Lanka.

Business Networking Circle
Cape Town
www.bncct.co.za

AHK
Deutsche Industrie- und Handelskammer für das südliche Afrika
Southern African-German Chamber of Commerce and Industry

CAPE CHAMBER
OF COMMERCE AND INDUSTRY

Cape Town Design Capital 2014

- **Cape Town** è stata nominata **Design Capital 2014**
- Design Capital è un'iniziativa del **World Design Capital Organization**
- **4 Edizione**: 2008 Torino - 2010 Seoul - 2012 Helsinki - **2014 Cape Town**

WEBIZ in collaborazione con Ambasciata, Consolato, ICE sta organizzando gli eventi di presentazione delle aziende italiane.

CONTATTACI PER INFORMAZIONI

Contatti

weBiz (pty) ltd
22 Jarvis Street
Green Point
Cape Town, 8005
South Africa

Sede di Città del Capo

Fabio Valsasina, +27 (0) 79 179 7812 fabio@webiz.co.za
Giovanna Sartor, +27 (0) 72 305 6678 giovanna@webiz.co.za

Sede di Vicenza

Claudio Rigotti, +39 335 708 3716 claudio@webiz.co.za

weBiz
www.webiz.co.za

romiri
consulting

Opportunità dei Paesi del Maghreb e Turchia

Sergio Battalliard

Business Developer

MI PRESENTO…

SERGIO BATTALLIARD

Svolgo **ATTIVITÀ DI CONSULENZA** e **COMPRAVENDITA** commerciale nel **SETTORE AGROALIMENTARE**: vendita impianti e prodotto finito.

DA SEMPRE A CONTATTO CON I MERCATI ESTERI,
in particolare con Algeria, Marocco, Tunisia e Turchia.

LA MIA ESPERIENZA...

1990

COMMERCIALE per azienda esportatrice settore impianti avicoli nel **MERCATO ALGERINO**

1997

DIRETTORE COMMERCIALE AFRICA e **MEDIORIENTE** per azienda del settore molitorio

2004

Costituzione **SOCIETÀ DI SERVIZI** in **MAROCCO E ALGERIA**

Numerosi viaggi per trattative commerciali in **TUNISIA**

weBiz
www.webiz.co.za

AL-MAGHREB 1/6

MAGHREB (“*occidente*”) è il nome con il quale gli Arabi designano complessivamente i **paesi** dell’**Africa settentrionale**.
Varie le accezioni: dalla più comune che comprende Tunisia, Algeria e Marocco, a una più ampia che include anche Libia e Mauritania.

Questa regione **non ha mai costituito un’entità politica unitaria**, è abitata da popolazioni di stirpe araba e berbera; l’elemento comune e aggregante è l’Islam.

AL-MAGHREB 2/6

Nel 1989 è stata istituita, al fine di avere un mercato comune, **L'UNIONE DEL MAGHREB ARABO** tra Libia, Tunisia, Algeria, Marocco e Mauritania.

ABITANTI*	
Libia	circa 6.700.000 ab.
Tunisia	circa 10.700.000 ab.
Algeria	circa 36.000.000 ab.
Marocco	circa 33.000.000 ab.
Mauritania	circa 3.400.000 ab.
TOTALE	**CIRCA 89.800.000 AB.**

LINGUE

Francese
Arabo (dialettale, misto francese)
Berbero- Kabyl

*FONTE: http://www.indexmundi.com/

romiri consulting

AL-MAGHREB 3/6

L'Italia negli ultimi 5 anni ha via via aumentato le esportazioni verso i Paesi oggi oggetto del convegno.

EXPORT ITALIA

(valori in milioni di euro)

	2010	2011	2012	2013 Primi mesi
Libia	2.702 (+10,8)	610 (-77,4)	2.404 (+293,8)	1.126 (+17,1)
Tunisia	3.429 (+34,8)	3.048 (-11,1)	3.170 (+4,0)	239 (+30,0)
Algeria	2.871 (+11,0)	3.013 (+4,9)	3.767 (+25,00)	892 (+12,9)
Marocco	1.429 (+4,4)	1.477 (+3,3)	1.367 (-7,4)	371 (+24,3)

FONTE: MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO

romiri consulting

AL-MAGHREB 4/6

PRINCIPALI PRODOTTI ITALIANI ESPORTATI NEI PAESI DEL MAGHREB

- ✓ Costruzioni (infrastrutture e residenziale)
- ✓ Macchinari e attrezzature settore alimentare
- ✓ Food and Beverage
- ✓ Macchinari in genere settore industriale
- ✓ Mobili e arredo (in primis Marocco e Tunisia)

AL-MAGHREB – 5/6

MAGHREB BANK FOR INVESTMENT AND FOREIGN TRADE

All'inizio del 2013 l'Unione del Maghreb Arabo ha lanciato una nuova banca pubblica di investimento, con una dotazione di USD 100 milioni, per finanziare progetti infrastrutturali nell'area.

La **MAGHREB BANK FOR INVESTMENT AND FOREIGN TRADE** finanzierà progetti come la costruzione di autostrade, la promozione delle nuove tecnologie, lo sviluppo infrastrutturale nel settore energetico.

AL-MAGHREB – 6/6

I MOTIVI PER VENDERE IN MAGHREB:

- ✓ Area in forte crescita
- ✓ Disponibilità finanziarie legate alla presenza di risorse naturali importanti
- ✓ Vicinanza geografica
- ✓ Pagamenti sicuri (es. Lettera Credito obbligatoria in Algeria)
- ✓ Preferenza a lavorare con Italiani per la nostra flessibilità
- ✓ Attratti dal made in Italy

romiri consulting

TURCHIA - PAESE DALLE GRANDI PROSPETTIVE 1/5

Superficie: 783.562 km²
Moneta ufficiale: lira turca
Abitanti: circa 75.000.000
Lingua: turco, la nuova classe dirigente parla inglese
Religione: islamica

STRUTTURA DEMOGRAFICA:
0-14 anni: 25,3%
15-64 anni:67,4%
over 65 anni: 7,3%
Età media 29,7

romiri consulting

TURCHIA - PAESE DALLE GRANDI PROSPETTIVE 2/5

- Dopo la crisi del 2001, la Turchia ha ottenuto forti aiuti dal F.M.I. e si è progressivamente inoltrata sulla strada del liberalismo economico.
- La Turchia ha attuato una nuova politica estera, perseguendo una maggiore integrazione nell'economia globale ed estendendo i suoi commerci in Medio Oriente e Nord Africa, curando sempre le relazioni con l'Europa.
- Forte la penetrazione delle imprese italiane in Turchia.

EXPORT ITALIA

(valori in milioni di euro)

	2010	2011	2012
Turchia	8.029 (+42,0)	9.634 (+20,0)	10.618 (+10,2)

FONTE: MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO

romiri consulting

TURCHIA - PAESE DALLE GRANDI PROSPETTIVE 3/5

- ✓ Nel 2011 il PIL è aumentato dell' 8,5% rispetto al 2010 (772 mld $)
- ✓ Nel 2012 PIL aumentato del 2,5% malgrado la crisi europea
- ✓ Stime 2013 PIL + 4% (Istituto statistico turco)
- ✓ Innalzamento del reddito medio pro capite
- ✓ Nascita di una nuova classe imprenditoriale

romiri consulting

TURCHIA - PAESE DALLE GRANDI PROSPETTIVE 4/5

La Turchia ha registrato negli ultimi anni un **NOTEVOLE MIGLIORAMENTO** sul **PIANO LOGISTICO,** tuttora settore altamente dinamico**.** Entro il 2023 (centenario delle Repubblica turca) il Paese punta:

- ✓ alla costruzione di **16 nuovi centri logistici** di grandi dimensioni
- ✓ all'**ampliamento** della **rete stradale**
- ✓ all'**ammodernamento** e **potenziamento** della linea ferroviaria
- ✓ (23,5 miliardi di dollari stanziati fino al 2023)
- ✓ alla costruzione di **nuovi aeroporti** (investimenti per 165 milioni di euro)
- ✓ all'**aumento** del numero dei **porti turistici** (100 strutture per 50.000 yacht)
- ✓ alla **capacità** di movimentazione container di 32 milioni di TEU

romiri consulting

Turchia - Paese dalle grandi prospettive 5/5

I Motivi per vendere in Turchia:

- ✓ Paese in crescita: c'è entusiasmo
- ✓ Porta per il Medio Oriente
- ✓ Notevole dimensione dei progetti
- ✓ L'uomo d'affari turco è affidabile, preciso e puntuale ma duro nelle trattative commerciali
- ✓ Modalità di pagamento sicure
- ✓ Danno fiducia

COSA POSSO FARE PER LA VOSTRA AZIENDA

AREA MANAGER per **MAGHREB** e/o **TURCHIA**:

- ✓ Elaborazione delle strategie per l'ingresso e il consolidamento della presenza aziendale nei Paesi scelti
- ✓ Identificazione e selezione delle principali opportunità di business
- ✓ Progettazione e organizzazione della rete di distribuzione del prodotto/servizio nel Paese estero
- ✓ Gestione e stipulazione accordi commerciali e istituzionali con partner locali

Sergio Battalliard
Airaki International SAGL

Sede Svizzera

Piazza della riscossa 16, 6900 Lugano – Switzerland

T: +41 (0)91 9702384

info@airaki.com

Sede Italia

c/o Romiri Srl - Via a. Lazzari 10/6, 30172 Mestre - Italia

T: 041 971992

weBiz
www.webiz.co.za

Strumenti per vendere all'estero

Romiri Data management Srl

romiri
data management

Tratto da ‘tra le nuvole’

Il "Paradigma del mocassino"

romiri
data management

Esigenze in viaggio

Velocità

Efficienza

Comodità

romiri
data management

La tecnologia e il viaggio (1)

Il peso della valigia

Anni ‘90 si viaggiava con una **valigetta** di Listini/cataloghi

Anni 2000 si viaggiava con il **PC portatile**

Oggi per essere ancora più smart si viaggia con il solo **tablet**

romiri
data management

La tecnologia e il viaggio (2)

Parlare con la nostra famiglia in Italia

Anni ‘90 poche telefonate da posti pubblici o **hotel**

Anni 2000 uso del **telefonino** personale/aziendale

Oggi **videoconferenza** (face time – skype ecc.) … Gratis

romiri
data management

In viaggio come a casa:

La tecnologia oggi permette di avere i documenti aziendali sempre a disposizione

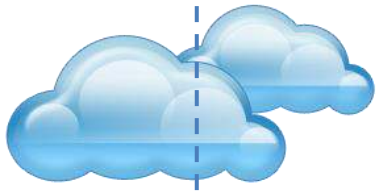
romiri
data management

PRIMA DEL PARADIGMA DEL MOCASSINO

SE DEI DOCUMENTI IMPORTANTI ERANO RIMASTI IN UFFICIO,
AVEVO PERSO UN'OPPORTUNITÀ

romiri
data management

Con il paradigma del mocassino



Italia

Estero

Sistemi di condivisione dei documenti e delle informazioni

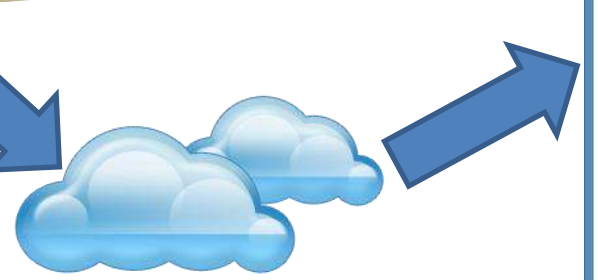
romiri
data management

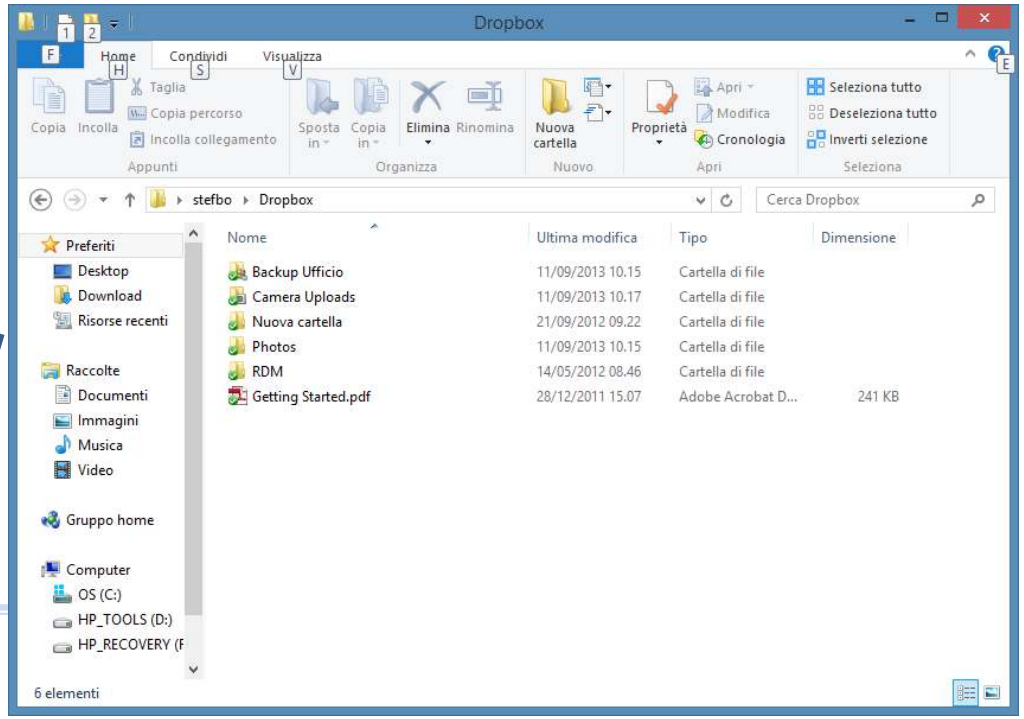
La tecnologia e documenti sempre a disposizione (1)

Sistemi di condivisione dei file (es. Dropbox)

Non è una condivisione guidata, ma impostata

dagli utenti su un sistema gerarchico di cartelle





romiri
data management

La tecnologia e documenti sempre a disposizione (2)

Sistemi di condivisione guidata dei file su tablet

DM® Catalogue

- Distribuzione dei documenti commerciali all'intera forza vendita
- aggiornamento live di ogni tablet collegato
- Possibilità di stabilire diritti diversi sui documenti per ruoli diversi

romiri
data management

LA TECNOLOGIA E DOCUMENTI SEMPRE A DISPOSIZIONE (3)

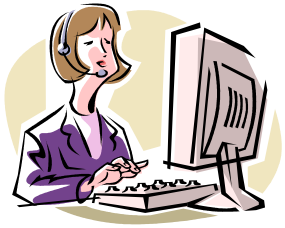
SISTEMI DI **ARCHIVIAZIONE DOCUMENTALE** ONLINE ACCESSIBILI DA PC, PORTATILI E TABLET

ADIuto è un progetto J.M.Consulting s.r.l.

- INFORMAZIONI ORGANIZZATE E **RICERCABILI PER CHIAVI DI RICERCA**
- **MOTORE DI RICERCA** ALL'INTERNO DELLA NOSTRA AZIENDA
- **DIRITTI DI ACCESSO** E VISUALIZZAZIONE DIVERSA PER UTENTI DIVERSI

romiri data management

La tecnologia e documenti sempre a disposizione (3)



- Progetti CAD e simili
- Documenti commerciali
- Documenti contabili/finanziari
- Etc…

ADIuto è un progetto J.M.Consulting s.r.l.

***Oggi pomeriggio chiedete informazione al tavolo Romiri Data Management**

romiri data management

In viaggio come a casa:

La tecnologia oggi permette di essere sempre in contatto con la sede in Italia

romiri
data management

PRIMA DEL PARADIGMA DEL MOCASSINO

QUANDO L'IMPRENDITORE

VA ALL'ESTERO…

romiri
data management

CON IL PARADIGMA DEL MOCASSINO

romiri
data management

Collegamento con la sede italiana (1)

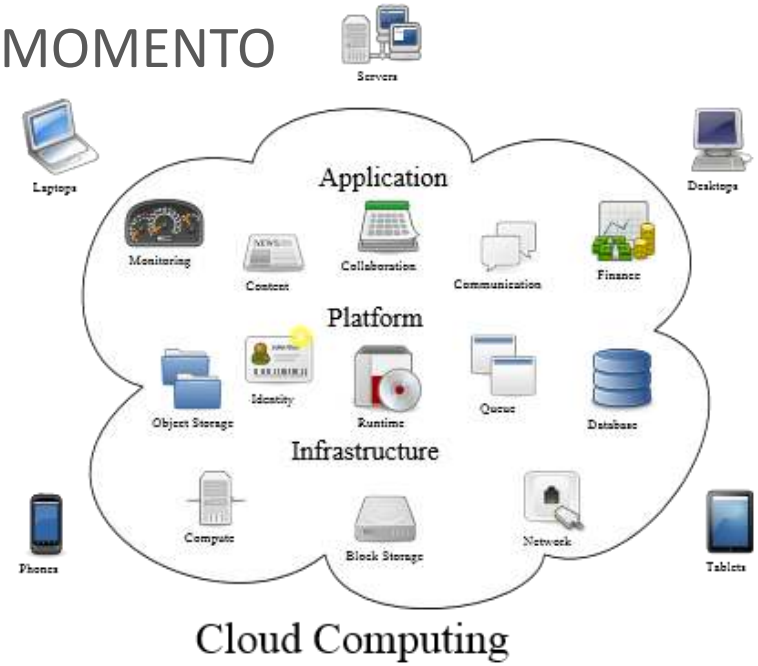
Videoconferenza (Es. Skype) per partecipare a discussioni che richiedono la nostra 'presenza'

romiri
data management

COLLEGAMENTO CON LA SEDE ITALIANA (3)

CLOUD COMPUTING

PERMETTE DI ACCEDERE ALLE RISORSE AZIENDALI DEL CLOUD IN OGNI MOMENTO



romiri
data management

Collegamento con la sede italiana (3)

Cloud computing

Nell'immediato futuro si stima che il 56% delle piccole aziende e il 62% delle medie aziende adotteranno sistemi cloud

(Repubblica Affari e Finanza)

Motivi oltre all'accessibilità

- Disaster recovery
- Gestione database
- Piattaforme servizio PAAS

romiri
data management

Collegamento con la sede italiana (2)

Compiere attività d'ufficio dall'estero

BUSINESS Excellence Net

Business 4iPad l'ERP **NEL TABLET**

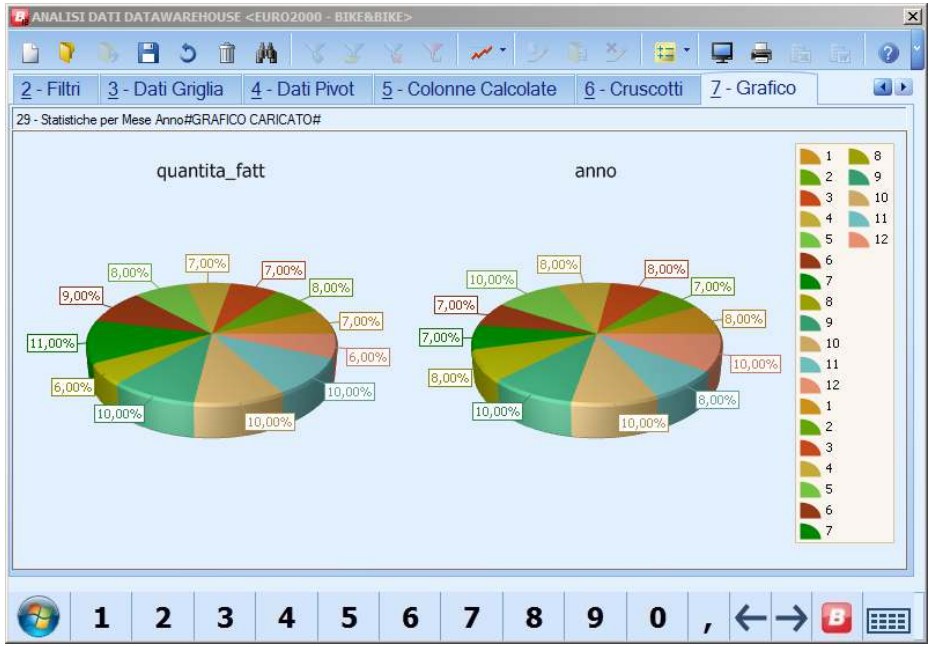
*Oggi pomeriggio chiedete informazione al tavolo Romiri Data Management

romiri data management

COLLEGAMENTO CON LA SEDE ITALIANA (2)

COMPIERE ATTIVITÀ D'UFFICIO DALL'ESTERO

- CONSULTAZIONE STATISTICHE SU ORDINI E VENDITE DA TABLET O PC

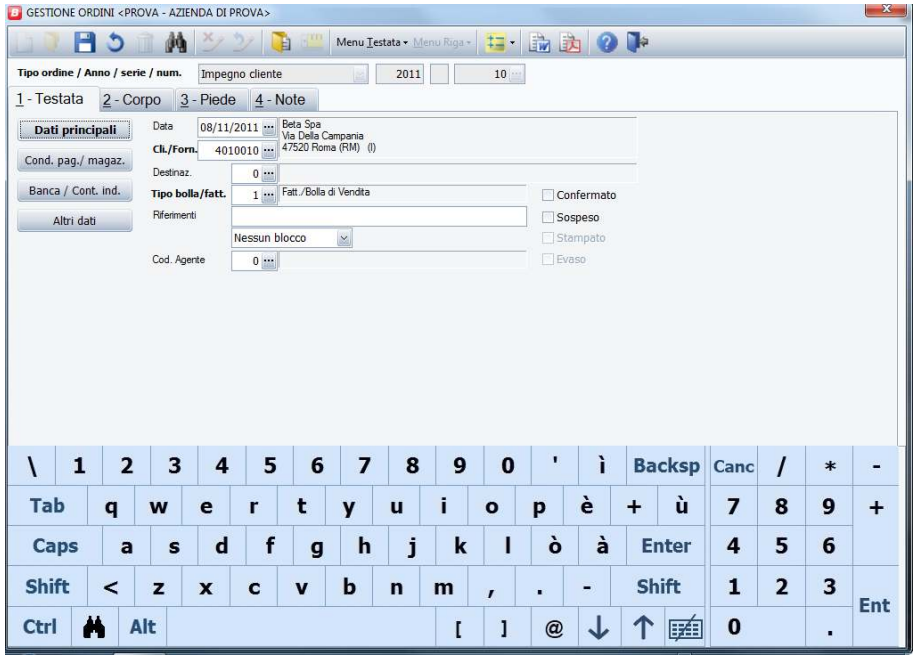


romiri
data management

COLLEGAMENTO CON LA SEDE ITALIANA (2)

COMPIERE ATTIVITÀ D'UFFICIO DALL'ESTERO

- INSERIMENTO ORDINI E OFFERTE



romiri
data management

COLLEGAMENTO CON LA SEDE ITALIANA (3)

COMPIERE ATTIVITÀ D'UFFICIO DALL'ESTERO

- VISIONARE LA TESORERIA D'AZIENDA

PROIEZIONE SALDI BANCHE <TEX2 - TEX2 TESORERIA CON C>

Banca	Tipo saldo	Fido	24/07/12	03/08...	13/08...	23/08...	02/09...	12/09...	22/09...	02/10...	12/10...	22/10...	01/11...	11/11...
BANCA POPOLARE EMILIA ROMAGNA	C/C	15.000	2.450	2.450	2.450	2.450	2.450	2.450	2.450	2.450	2.450	2.450	2.450	2.450
	Previsto	0	0	1.452	1.452	1.452	1.452	1.452	1.452	-18.548	-17.096	-17.096	-17.096	-17.096
	Disponibile	0	17.450	18.902	18.902	18.902	18.902	18.902	18.902	-1.098	354	354	354	354
Unicredit Anticipi da SBF	C/Ant Sbf	0	-20.000	-18.795	-18.795	-14.874	-5.073	-4.288	0	0	0	0	0	0
Unicredit Anticipi su FT ita	Ant/Ita	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Unicredit C/Sbf	C/Sbf	140.000	80.220	79.015	79.015	75.093	65.292	64.507	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Unicredit C/C	C/C	15.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	45.220	45.220	45.220	45.220	45.220	45.220
	Previsto	0	-80.004	-80.004	-104.762	-126.520	-126.520	-151.520	-151.520	-211.520	-236.520	-236.520	-236.520	-261.520
	Disponibile	0	30.216	30.216	5.458	-16.300	-16.300	-41.300	-41.300	-101.300	-126.300	-126.300	-126.300	-151.300
Riepilogo Tot.	Totale saldi C/C	30.000	37.450	37.450	37.450	37.450	37.450	37.450	47.670	47.670	47.670	47.670	47.670	47.670
	Totale previsto	0	-80.004	-78.552	-103.310	-125.068	-125.068	-150.068	-150.068	-230.068	-253.616	-253.616	-253.616	-278.616
	Totale disponibile	0	47.666	49.118	24.360	2.602	2.602	-22.398	-22.398	-102.398	-125.946	-125.946	-125.946	-150.946
Riepilogo Inc.	Incassi	0	0	0	0	44.269	94.269	94.269	94.269	168.022	183.024	183.024	183.024	183.024
Riepilogo Pag.	Pagamenti	0	0	0	0	0	0	-2.250	-2.250	-2.250	-2.250	-2.250	-2.250	-2.250
Riepilogo Gen.	Saldo gen. previsto	0	-80.004	-78.552	-103.310	-80.798	-30.798	-58.048	-58.048	-64.296	-72.841	-72.841	-72.841	-97.841
	Saldo gen. disponib.	0	47.666	49.118	24.360	46.871	96.871	69.621	69.621	63.374	54.828	54.828	54.828	29.828

romiri
data management

In viaggio come a casa:

La tecnologia oggi permette di poter vendere all'estero come se fossimo in ufficio

romiri
data management

VENDERE ALL'ESTERO

SEMPRE PRONTI A SPARARE LA CARTUCCIA CON IB

SCARICA GRATUITAMENTE L'APP DI BUSINESS IB DA APPLE STORE

romiri
data management

Vendere all'estero

Vendita da catalogo grazie a Sales & Catalogue di Softec Spa

Scarica la versione light dallo store (Apple Store, Play Store, Blackberry World)

romiri
data management

Vendere all'estero

Promuovi i tuoi prodotti negli store di Apple, Android, Blackberry

App personalizzate (cataloghi, shop, news)

- Il tuo cliente scarica l'app direttamente sul tablet e l'azienda **riduce i costi tipografici di stampa.**
- Arricchisci i **cataloghi** con **contenuti multimediali** come filmati, fotogallery, file audio e link.
- Invii news con tecnologia push
- Il cliente può acquistare dalla app
- Integrabile con la soluzione **Loyalty (programmi fedeltà)**

romiri
data management

Vendere all'estero

Piattaforma e-commerce

+ 22% di vendite in Europa nel 2012 rispetto al 2011 (tot. di 305 miliardi di €)

Germania, Francia, Gran Bretagna creano il 70% del volume e-commerce

Aziende italiane che esportano: solo il 30% ha un sito multilingua

romiri
data management

Vendere all'estero

Piattaforma e-commerce Zalando

- nel 2012 + 125% delle vendite (1,5 miliardi €)
- Marchio moda più cliccato in Italia nel 2012
- Oltre 10 milioni di clienti
- app Zalando, disponibile gratis sull'App store integrata con barcode-scanner

romiri
data management

Vendere all'estero

Piattaforma e-commerce

Margine

Zalando

Germania

Italia

Costi

Uscita finanziaria

romiri
data management

E-Commerce Win - Win

Quando l'azienda per avere un e-commerce doveva acquistarlo

- Costo fisso
- Rischio di non vendere
- Chi promuove il mio e-commerce?
- Come faccio a dargli visibilità?

In logica di performance marketing

*** chiedi maggiori informazioni oggi pomeriggio**

Ora lo paghi in base a quanto vende

- Creiamo il tuo e-commerce
- Lo pubblicizziamo e lo promuoviamo nei canali online
- Abbiamo per primi interesse che venda … e molto
- I margini restano nella tua azienda
- Non hai un fornitore ma un partner commerciale

romiri
data management

E-Commerce Win - Win

Performance E-commerce by Softec – Romiri

- Analisi marketing del prodotto e del mercato
- Creazione portale e-commerce
- Mobile app
- Reputation
- Blog relation
- Search marketing
- Social optimisation
- Client loyalty

***Oggi pomeriggio chiedete informazione al tavolo Romiri Data Management**

romiri
data management

Un e-commerce italiano che funziona

Yoox.com

- Fondato nel 2000, base a Bologna
- Scarpe e vestiti online
- **Una consegna ogni 12 sec** in 101 paesi del mondo
- 2013 (primo semestre) **ricavi Italia +14,6%**
- Dati Istat (primo semestre) **ricavi di settore -10%**
- Donne navigano 13min uomini 11min. **Spesa media 216 €**
- In Italia **15% compra da tablet e smartphone** (% più alta al mondo)

romiri
data management

Contatti Romiri Data Management

romiri
data management

Romiri Data Management srl

Sede operativa: via Lazzari 10/6 - 30172 Venezia-Mestre

Sito internet: **www.romiri.it**

E-mail: **relazioniesterne@romiri.it**

romiri
data management

Strumenti Operativi per vendere nei Paesi del Golfo

ROMEO PASTORE
MANAGING DIRECTOR ROMIRI SRL (JLT BRANCH) – DUBAI

ROMIRI SRL (JLT BRANCH) – DUBAI
UNIT NO. 30-01-881, BUILDING 3, PLOT 550-554
J&G DMCC, SHEIK ZAYED ROAD, P. O. BOX 282506 DUBAI – UAE
TEL. +971 (0)56 3708890 FAX. +971 (0)4 4484627 E-MAIL DUBAI@ROMIRI.IT

Paesi del Golfo

romiri
dubai branch

Paesi del Golfo

POTENZIALITÀ: ENORMI

- Nazioni che per anni hanno "vissuto **SOLO** di petrolio" e ora hanno deciso di crescere e prosperare investendo in altri settori
- Eventi pianificati per i prossimi 10 anni che implicano necessariamente investimenti cospicui
- Nazioni limitrofe che escono o usciranno da una guerra e che dovranno essere ricostruite

romiri
dubai branch

I settori più promettenti

Quantitativamente (perché qualitativamente sarebbe banale) sono sicuramente i seguenti:

- Costruzione di un "contenitore ex novo" (ospedali, scuole, complessi residenziali)
- Interessante il "sotto settore" della ristrutturazione
- "Riempimento" del contenitore (attrezzature, mobili, arredo)
- Food & beverage
- Industria di produzione (siamo agli inizi)

romiri
dubai branch

Limiti operativi - 1

1. Volumi

- Se si vuole concorrere ai ”primi livelli” della catena bisogna essere in grado di fornire volumi a cui noi in Italia non siamo abituati. È chiaro che mano a mano che si scende nella catena (sub-fornitura della sub-fornitura) i volumi diminuiscono ma con essi anche i margini.

2. Fiducia

- Il committente si fida di chi conosce: vuole avere la garanzia di poterlo incontrare anche il prossimo anno. Quindi, a parità di prezzo (ma anche a prezzi leggermente maggiori), vince chi è residente.

Limiti operativi - 2

3. Comunicazione

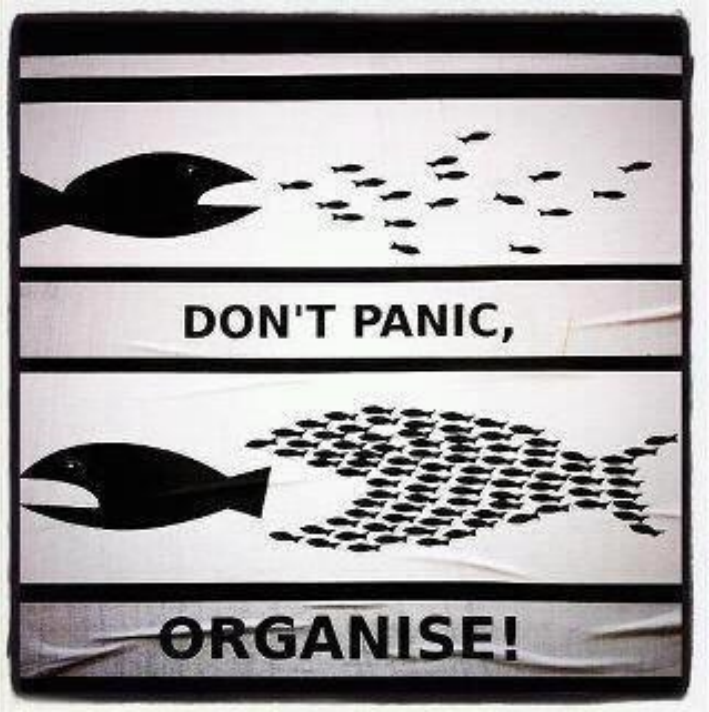
- La comunicazione diretta, “de visu”, è la modalità preferita. Si prediligono rapporti duraturi piuttosto che operazioni spot.

4. Concorrenza e forza del brand

- Il “made in Italy” è molto apprezzato, ma è molto apprezzato anche il “cheap price”: non vi è alcun dubbio sul fatto che gli arabi siano amanti del lusso, ma non è vero che comperino tutto ciò che è caro.
- Va poi fatta una considerazione sul brand. In questi paesi se sbagli sei a casa dal giorno dopo. Quindi il management predilige puntare su prodotti noti.

Come superare i limiti? - 1

1. Aggregandosi



Esistono numerose possibilità: consorzio, contratto di rete, ATI, joint venture. Si tratta in ogni caso di forme di collaborazione che implicano un cambiamento di mentalità e il superamento del timore di collaborare e condividere i risultati.

Insieme è possibile trovare le risposte alle esigenze di un mercato che è cambiato e che non è più disposto a “spesare” sprechi e inefficienze.

Come superare i limiti? - 2

2. Prevedendo una presenza costante sul territorio

- La presenza costante sul territorio consente la possibilità di creare fiducia e quindi instaurare quelle relazioni durature che consentono di cogliere le opportunità prima degli altri.

romiri
dubai branch

Strumenti Operativi – 1

I canali di vendita tradizionali sono i soliti noti:

- Fiere
- Associazioni di categoria
- Agente
- Area manager dedicato al territorio
- Filiale con venditori sul posto

romiri
dubai branch

Strumenti Operativi – 2

Fiere

Sono uno strumento ancora attuale, utile e sopratutto ben seguito dagli operatori locali.

THE BIG 5 International Building & Construction Show

5 – 8 novembre 2012

50.000 visitatori circa

Gulfood

25 – 28 febbraio 2013

60.000 visitatori circa

Discorso diverso invece per Tekno/Tube Arabia 2013, Fiera Internazionale per macchine industriali, lavorazione del metallo, attrezzature e tubi che si è tenuta dal 7 al 10 gennaio 2013.

ATTENZIONE alla gestione delle **ATTIVITÀ POST-FIERA:** in quest'area tali attività risultano più complicate che in altre zone geografiche.

romiri
dubai branch

Strumenti Operativi – 3

Associazioni di categoria

I tempi sono cambiati: non servono più servizi di tenuta paghe o contabilità, ma attività di **promozione sul territorio**, **facilitazione all'aggregazione**, **lobbying.**

Quindi:

- organizzazione incontri B to B
- presenza in fiera raggruppando la filiera e promuovendo il "Made in Italy"

UN ESEMPIO da seguire: partecipazione della **TURCHIA** a **GULFOOD 2013**

romiri
dubai branch

Strumenti Operativi - 4

Agente

Si tratta di una figura che già nel nostro mercato sta sparendo, figuriamoci in queste aree.

Qui il tessuto economico è giovanissimo, per cui non è facile individuare un “facilitatore” come può essere il nostro classico agente.

Va poi considerata:

- **l'alta competitività**: qui tutto il mondo è presente, non solo noi italiani, per cui l'agente per garantirsi il pane offre un BAZAR, non potendo disporre di alti volumi per singolo cliente;
- **la cultura araba** che preferisce avere rapporti con l'uomo azienda anziché con un agente per il solo fatto che viene identificato come un maggior prezzo del prodotto visto che percepisce una provvigione.

Strumenti Operativi - 5

Area manager dedicato e apertura filiale

Rappresenta sicuramente la strada migliore e quella da percorrere, ma si pone un problema di facile comprensione che finora non abbiamo affrontato:

IL COSTO

romiri
dubai branch

Strumenti Operativi – 6

Area manager

Parliamo dell'area manager, in quanto maggiormente si addice alla realtà medio - piccola del nostro tessuto industriale rispetto alla filiale.

Un Area Manager, in termini di costo azienda, premi e costi di trasferta (fiere e documentazione promozionale escluse), costa circa € 150.000 l'anno.

Ritenendo adeguato un costo fisso commerciale del 10-15%, il nostro Area Manager si "spesa" dopo aver conseguito un fatturato superiore al milione di euro nel territorio assegnatogli.

Da non dimenticare il fattore tempo: dovendo partire da zero, ci vogliono anni per raggiungere il fatidico milione di euro.

Strumenti Operativi - 7

COME PUÒ PENSARE UN'AZIENDA CHE FATTURA SOLO POCHI MILIONI DI EURO DI SOSTENERE UN TALE COSTO?

C'è chi l'ha fatto e oggi può dire di aver avuto ragione nel rischiare. Ma è partito in momenti storici diversi.

C'è chi, rinunciando ad una presenza costante sul territorio, privilegia l'estensione dello stesso in una logica di maggior sostenibilità dei costi.

NON C'È SOLUZIONE?

romiri
dubai branch

Strumenti Operativi - 8

COSA PUÒ FARE OGGI UNA PMI PER ESSERE PRESENTE NEI PAESI DEL GOLFO CON COSTANZA E PERSEVERANZA, A COSTI ACCESSIBILI?

PUÒ AGGREGARSI!

Diversi gli schemi e i format possibili, tra cui quello che io chiamo **Area Manager di Rete** che consente di mettere insieme più aziende con prodotti non in concorrenza, permettendo:

- di essere presenti con costanza e perseveranza nell'area
- di fruire di un servizio indispensabile per lo sviluppo del business a costi accessibili: se un investimento di € 150.000 per 2-3 anni non è sostenibile, un investimento di € 20.000 / 30.000 assume tutt'altra dimensione
- di ampliare la gamma di prodotti/servizi offerti

romiri
dubai branch

UNA PROVOCAZIONE

Quattro aziende con prodotti complementari hanno tutte **un proprio commerciale estero** il quale, dati i volumi di ogni singola azienda, non è in grado di seguire specificatamente un'area geografica.

Disponiamo pertanto di **4 venditori tutti "geograficamente generalisti".**

Cosa succede se queste 4 aziende si "consorziano" e mettono assieme i propri 4 venditori?

1. **Ogni venditore si specializza in un'area** e la "segue" con costanza e perseveranza
2. **L'acquirente è più soddisfatto** perché è meglio seguito e dispone di un unico interlocutore

Conclusioni 1/2

- Se si necessita di fatturato “a breve termine” si rischia di farsi male. Questo è un mercato ricco, in forte crescita, ma che non garantisce risultati nell’immediato.

- Pagamenti: non sono un problema se gestiti con lettera di credito o in via anticipata.

- Quando, dopo molta fatica, si è riusciti a creare il giusto “feeling”, non illudersi di aver conquistato il cliente per sempre. I clienti vanno monitorati e costantemente visitati perché dietro l'angolo c'è sempre un competitor.

romiri
dubai branch

Conclusioni 2/2

Può questo mercato essere considerato una bolla speculativa?
Forse si, forse no!

Di certo vi è che:

- nel **2020 Dubai** sarà **sede** dell'Expo (delibera prevista per novembre 2013 con probabilità di assegnazione pari al 99%)
- nel **2022** il **Qatar** ospiterà il **campionato mondiale di calcio**

Difficilmente entro queste date potrà verificarsi lo scoppio di una eventuale bolla,

dopo ….. Ci penseremo!

romiri
dubai branch

Grazie !

…..dimenticavo:

non è un posto ideale per chi soffre il caldo!!

www.romiri-dubai.com

romiri
dubai branch

Esportare il Made in Italy

1. Vi abbiamo presentato **3 OPERATORI** presenti in prima persona in **3 AREE** dove il **"MADE IN ITALY" È PARTICOLARMENTE APPREZZATO** e ha **BUONE POTENZIALITÀ** per essere venduto.

2. **OGNI PRODOTTO HA PERÒ UNA STORIA A SÉ** per cui va subito capito:

   - ✓ quali sono i prodotti/servizi più richiesti
   - ✓ quali sono i canali di vendita ideali per il mio prodotto
   - ✓ cosa devo fare per farmi conoscere e perché il consumatore finale dovrebbe privilegiare il mio prodotto a quello realizzato in loco
   - ✓ quanto devo investire e per quanto tempo

3. Ognuno di questi operatori potrà farvi proposte concrete diverse ma **TUTTI PUNTANO A CONSOLIDARE LA PRESENZA IN LOCO DELLE AZIENDE ITALIANE** e ad evitare le "toccate e fuga". Probabilmente noi tutti non riusciremo mai a diventare grandi ma cerchiamo almeno di essere **COESI, ORGANIZZATI** e **UNITI**.

4. Durante il lunch e a seguire, sarà possibile approfondire i punti di cui sopra approfittando delle esperienze e delle opinioni di voi tutti.

romiri
dubai branch

ESPORTARE IL MADE IN ITALY

INCONTRA IL TUO RAPPRESENTANTE PER MEDIO ORIENTE, MAGHREB, TURCHIA, SUDAFRICA

romiri
data management