



**INTERVENTO Marco Prandoni,
RESPONSABILE INTERNAZIONALIZZAZIONE AIME,
Seminario “INDIA, MILLE OPPORTUNITA”, 2015-03-27**

Buongiorno a tutti,

Grazie al Segretario di AIME (Gianni **Lucchina**),

e ovviamente **GRAZIE A TUTTI VOI** PER ESSERE INTERVENUTI AL
NOSTRO SEMINARIO.

È per me **un ONORE** rappresentare oggi **AIME** su una
tematica così IMPORTANTE e CRUCIALE per il futuro ed il
**successo delle nostre imprese,
l’INTERNAZIONALIZZAZIONE;**

**così come è un onore avere (avuto) con noi IL CONSOLE
GENERALE DELL’INDIA, MR PRABHAT, come segno di
riconoscimento e di apprezzamento per il lavoro che
stiamo realizzando in favore delle nostre imprese.**



Premetto che IL MIO SARA' **UN INTERENTO INTRODUTTIVO** per **ILLUSTRARE IL "TAGLIO"** che abbiamo voluto dare al **Seminario,**

E PER SPIEGARE COME INTENDAMO AFFRONTARE LE TEMATICHE TRATTATE,

NON VOGLIO RUBARE TROPPO TEMPO AI NOSTRI OSPITI, talmente IMPORTANTI e talmente PREZIOSI per le esperienze che ci racconteranno, ma è altrettanto importante dedicare qualche minuto a COME AIME INTENDE AFFRONTARE il progetto che stiamo attivando:

Innanzitutto.... L'INTERNAZIONALIZZAZIONE Tema "ampio" e spesso forse troppo "generico", L'INTERNAZIONALIZZAZIONE, voglio iniziare quindi spiegando in breve qualche antefatto su COME E PERCHE' abbiamo deciso di organizzare un SEMINARIO, e poi più precisamente su PERCHE' E COME intendiamo affrontare la tematica INDIA, che di per sé è un tema ENORME e **sarebbe presuntuoso per noi pensare di affrontare in poche ore una questione così IMMENSA.**



così come per tutte le altre questioni che in AIME si seguono, anche sulla **INTERNAZIONALIZZAZIONE** abbiamo fin da subito deciso di affrontare il tema **in modo MOLTO CONCRETO** e focalizzato su **AZIONI PRECISE, SPECIFICHE**, su informazioni **CHE CONSENTANO AI NOSTRI ASSOCIATI – ED IN GENERALE A OGNI IMPRESA** che si volesse affacciare ai mercati esteri – **DI CONSIDERARE IN MODO ANALITICO, TANGIBILE, REALISTICO, quali sono le OPPORTUNITA' ma anche le DIFFICOLTA'** che si dovranno affrontare.

NON ABBIAMO PRESUNZIONE, MA NON NASCONDIAMO L'AMBIZIONE DI ILLUSTRARE IN MODO CONCRETO e OPERATIVO come si può **PROVARE**, come si può iniziare a fare, **SENZA DARE PER SCONTATI ALCUNI ELEMENTI CRUCIALI** che se non considerati poi portano al naufragio di tanti bei progetti ed a perdite considerevoli anche economiche...

Considerando PROBLEMI E DIFFICOLTA', oltre che **BENEFICI E SUCCESSI ...**

IL TUTTO GRAZIE ALL'ESPERIENZA, NOSTRA E DI CHI VIVE SU QUEI MERCATI...



ECCO QUINDI CHE ABBIAMO PENSATO DI invitare DEI RELATORI IMPORTANTI, CHE VIVONO DAVVERO sui mercati di cui parleremo, così che questo non sia un SEMINARIO TEORICO, DI GRAFICI, MA DI VITA, DI CASI AZIENDALI, DI INFORMAZIONI DI RIMA MANO, se occorre anche negative...

Se è vero (ed è vero ☹️ : DATI SACE 2014) che in ITALIA NELLE AZIENDE CON MENO DI 50 DIPENDENTI SOLO IL 29% ESPORTA,

che anche per aziende di maggiori dimensioni la percentuale sale al 49% (50-249 dip) e poi al 54% (oltre i 250) MA ANCORA C'E' POCO EXPORT,

ALLORA DOBBIAMO FARE QUALCOSA, per avvicinare l'impresa al MONDO, al futuro, ALLE AREE DEL GLOBO CHE CRESCONO E CHE HANNO BISOGNO DI NOI... anche se non lo sappiamo, o lo percepiamo appena, O NON RIUSCIAMO A SODDISFARE E ESIGENZE CHE CI ARRIVEREBBERO SE SOLO POTESSIMO UN PO' PIU' COMPENDERLE...



In questo, sì, forse siamo un po' presuntuosi, e ci proponiamo come STRUMENTO PER INTERPRETARE IN MODO NUOVO la realtà e le opportunità CONCRETE FUTURE per le nostre imprese, magari non tutte, magari non subito, MA SICURAMENTE PER ALLARGARE GLI ORIZZONTI ED APRIRSI A COSA OGGI NON CONOSCIAMO.

NON VOGLIAMO quindi parlare (o non solo almeno, e certo non come prima priorità) dei dati macro-economici,

del PIL indiano che crescerà del 8-12% per i prossimi 25 anni,

della popolazione di 1,26 miliardi di persone,

che è il **secondo mercato mondiale oggi e fra 10 anni si stima sarà il più grande destinato a crescere ben oltre il tempo in cui la Cina si fermerà,**

IL MERCATO DI APPROVVIGIONAMENTO PRESTO PIU' GRANDE AL MONDO, PIU' DELLA CINA ENTRO 5-8 ANNI SECONDO ALCUNI....

etc etc etc:



VOGLIAMO PARLARVI DI VITA VERA, di piccole cose, di cosa importa alle nostre aziende:

- QUALI SETTORI CRESCONO
- QUALI COSE FARE O NON FARE
- COME APPROCCIARE LA DISTRIBUZIONE
- COME ORGANIZZARSI PER ACQUISTARE DA QUEL PAESE,
- ETC ETC ETC

AD ESEMPIO :

COME SI DISTRIBUISCE SU UN MERCATO DOVE LA DISTRIBUZIONE è ANCORA MOLTO DISORGANIZZATA e SPESSO INFORMALE, fatta sui carretti a bordo strada, ANCHE NELLE GRANDI CITTA, nonostante si stiano costruendo malls e centri commerciali enormi che però sono ancora meno del 5% della distribuzione ad oggi ???

Oppure :

COME SI AFFRONTA L'ESIGENZA DI ISTRIBUIRE VENDENDO A CREDITO IN UN MERCATO FATTO DI RELAZIONI DIRETTE E PERSONALI ???

E ancora :



vogliamo parlarvi DI UN POSTO DOVE SE SI VOGLIONO FABBRICARE FINESTRE serve farle a mano, perché NON ESISTE UNA MISURA STANDARD, né una UGUALE ALLE ALTRE, EPPURE SI STANNO COSTRUENDO MILIONI DI APPARTAMENTI IN OGNI CITTA,

vogliamo parlarvi di un posto dove se si vuole entrare a vendere beni di lusso, dal VINO ai CASCHI PER MOTOCICLETTE CON LA PELLE ITALIANA SUI GUANCIALI, alle automobili stesse, OCCORRE PAGARE TASSE FINO ALL'80% fra dazio nazionale e dazio "Statale"

vogliamo NON dare per scontato che in certe zone del Paese fa un caldo atroce per 9 mesi all'anno, ed in altre zone ci sono le nevi perenni (a me è capitato di non partire da Delhi perché in inverno c'è la nebbia, anche là, NONOSTATE CI SIANO POI 38 GRADI PER 6 MESI L'ANNO...), E QUELLO E' LO STESSO PAESE dove in teoria distribuire lo stesso prodotto...

ETC ETC ETC...



OCCORRE QUINDI AFFRONTARE I CASI SPECIFICI, I PROBLEMI MINIMI che poi diventano GRANDI E INSORMONTABILI,

al di là dei – GIUSTISSIMI – SOGNI E DELLE – FONDAMENTALI E IMPRESCINDIBILI – AMBIZIONI CHE UN’AZIENDA HA E DEVE AVERE per potere con grinta e determinazione mirare al successo.

Ovviamente a seconda del taglio dell’impresa e dei prodotti e della tipologia di distribuzione si potranno valutare esigenze diverse, MA alcuni principi di base SONO IMPRESCINDIBILI:

OCCORRE CAPIRE, ASCOLARE IL MERCATO, ANALIZZARE LE DIFFICOLTA’, IMPARARE DAGLI INSUCCESSI ALTRUI, POI MUOVERSI CON ACCORTEZZA.



Attenzione :

**Tutto quanto discusso finora vale PER TUTTI GLI ASPETTI
DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE,**

- siano i più immediati, cioè **LA VENDITA E LA DISTRIBUZIONE SU mercati nuovi, con le esigenze di organizzazione delle reti di vendita, di comprensione delle esigenze dei consumatori (o dei clienti, in generale) locali, o delle meccaniche di prezzo e di scontistica etc etc,**
- piuttosto che **L'APPROVVIGIONAMENTO in ambito internazionale, con tutte le difficoltà organizzative, logistiche, di controllo qualità a distanza, di garanzia sui tempi di consegna, etc etc,**
- per arrivare infine alle **dinamiche più complesse di accordi strategici internazionali, o alla realizzazione diretta di stabilimenti produttivi all'estero.**

Ecco, proprio **PER PARLARE IN CONCRETO, di REALTA'** e non di **FILOSOFIE TEORICHE ED ASTRATTE DI COME SI VA ALL'ESTERO** a lavorare, oggi abbiamo cercato di portare **TESTIMONI VERI, gente che LAVORA ED HA LAVORATO sul mercato di cui vi parleremo, L'INDIA,** affrontando talvolta momenti entusiasmanti di successo o anche momenti di frustrazione e sconfitta, quindi **PROPRIO QUESTO VOGLIAMO AFFRONTARE:**



Il racconto DI PRIMA MANO DA OPERATORI CHE SANNO DI COSA PARLANO PERCHE' LO VIVONO OGNI GIORNO, e la comprensione di cosa significa lavorare con l'India / per l'India / in India , senza filtri, non in modo "affascinante e teorico" con la promessa di successi e di facile accesso ai mercati, come talvolta si sente in certe presentazioni un po' superficiali...

già in generale se si affronta un progetto estero OCCORRE PREPARASI, CAPIRE SE OGGI SIAMO PRONTI O MENO, COME SIAMO ORGANIZZATI, COSA SERVE FARE SUI MERCATI DESTINAZIONE, CHE SPECIFICITA' SERVE CONSIDERARE, **e con l'India a maggior ragione data la complicazione e la enorme sfaccettatura della sua realtà...**

per tutto questo ascolteremo in seguito :

- RAVINDRA SINGH, che poi si presenterà da solo, ma che **da oltre 30 anni facilita affari fra Italia ed India ed ha una amplissima esperienza in moltissimi settori e con aziende di taglia molto differente**, da qualche milione di euro di fatturato a aziende multinazionali di calibro superiore;



- **MANUEL MONTI, ESEMPIO DI PRODUZIONE E INSTALLAZIONE LOCALE, CON UNA SCELTA DI PROPRIETA' AL 100%**, pur avendo iniziato con una JV, storia di molti nostri connazionali, **azienda oggi da più di 3.000 persone;**
- **ALESSANDRO PESCARA, ESEMPIO DI SOURCING IN INDIA**, con importanti volumi di pigiameria acquistati in Sud India ed una organizzazione importante, col quale ci siamo trovati concordi sul riconoscere che **l'INDIA SARA' PRESTO PIU' FORTE DELLA CINA** e questo sarà un tema di dibattito interessante alla fine del Seminario;

IL TUTTO MANTENENDO ATTIVE LE REALTA' INDIANE MA ANCHE SVIIPPANDO LE REALTA' ITALIANE, ed anche questo sarebbe un tema sul quale mi piacerebbe molto discutere con la platea alla fine del Seminario :

NON E' VERO CHE ANDANDO ALL'ESTERO SI RIDUCONO I POSTI DI LAVORO IN ITALIA, ANZI....



(ma di questo parleremo, spero, nel dibattito a fine seminario):

SFRUTTIAMO AL MEGLIO LE NOSTRE CAPACITA', RAFFORZIAMO LE NOSTRE MIGLIORI ARMI COMMERCIALI, e riproduciamo su mercati in crescita, o su mercati che ci consentono più competitività, PRODUZIONI CHE CONSENTANO DI MANTENERE I NOSTRI MERCATI, DI MANTENERE I POSTI DI LAVORO DI CREAZIONE, DI LOGISTICA, DI DISTRIBUZIONE, tutte cose che altrimenti perderemmo comunque....

- **LA NOSTRA CREATIVITA**
- **LA NOSTRA QUALITA**
- **I NOSTRI MARCHI**
- **LA NOSTRA DINAMICITA**
- **LA NOSTRA CAPACITA DI CONOSCERE I MERCATI**

SONO TUTTI FATTORI che si sviluppano QUI, SUL NOSTRO TERRITORIO e che ci possono dare VANTAGGIO COMPETITIVO,

e attenzione, questo vale PER OGNI DIMENSIONE DI AZIENDA :



- **IL RISTORANTE CHE** (magari quello che FA LA PIZZA CAMPIONE DEL MONDO, nostro associato AIME) e che per iniziare in un altro paese magari assume dieci persone solamente, per iniziare, e lavora per il mercato locale e per il CONSUMATORE FINALE;
- **COSI' COME L'AZIENDA DI PRODUZIONE CHE ASSUME CENTINAIA DI PERSONE E LAVORA PER L'ESTERO E PER CLIENTI INDUSTRIALI...**

TORNANDO AL PROGRAMMA DEL SEMINARIO :

- 1) Ascolteremo inoltre **L'AUDIO DI DUE INTERVISTE REALIZZATE NELLE SCORSE SETTIMANE IN DELHI**, per dare un'idea di come i nostri connazionali, LA', IN MEZZO AI PROBLEMI, VIVONO OGNI GIORNO le opportunità dell'India:

AD ESEMPIO si trattera' di BENETTON – azienda che nonostante la dimensione e la globalità NON è stata esente dalle difficoltà di ingresso in un mercato così complicato.... **REALTA' CHE HANNO IMPLICATO IL REINVENTARE** degli schemi tradizionali del fare business in ITALIA, PER ADATTARLO ALL'INDIA con UN NUOVO MODELLO OPERATIVO.



2) Poi ovviamente, visto che **nulla si realizza senza una solida base finanziaria e senza una adeguata partnership con Istituti di Credito che siano lungimiranti e che diano supporto alle nostre imprese,**

interverrà il **Dr SOCCIO di BCC** per illustrare qualche strumento utile alla gestione di un'impresa che volesse affrontare l'internazionalizzazione, **evidentemente considerando l'India ma non necessariamente o non solamente.**

Ci sono molte tematiche che ancora vorrei illustrare MA **MI AVVICINO ALLA FINE DELL'INTERVENTO** e per ora **TRALASCIO DI CONSIDERARE ALTRI ASPETTI PURE AFFASCINANTI DELLE RELAZIONI FRA ITALIA E INDIA CHE POTREMO SE VORRETE APPROFONDIRE ALLA FINE DEL SEMINARIO:**

- **DALLA STORIA DEI VIAGGI COMMERCIALI** fin dal corso DEL MEDIO EVO (MARCO POLO FRA TUTTI E POI MOLTI ALTRI);



- ALLE **DIFFICOLTA'** di lavorare in india da **ITALIANI** (POI SINGH CI DIRA' QUALI SONO LE DIFFICOLTA' DI LAVORARE IN ITALIA DA INDIANI 😊!):

riassumo semplicemente dicendo che **VOGLIAMO con l'incontro di oggi AVVICINARE LE NOSTRE IMPRESE A UN MONDO CERTAMENTE LONTANO, CERTAMENTE DIFFICILE, MA ASSOLUTAMENTE PROMETTENTE, dunque MERITEVOLE DI IMPEGNO, DI RICERCA, DI INVESTIMENTO sul futuro.**

E se il nostro compito è quello di agevolare le imprese nelle vicende che da sole magari faticherebbero a intravedere o a impostare o anche solamente ad avere il coraggio di fare,

beh con l'incontro di oggi vogliamo raccontare che CERTAMENTE L'INDIA è UN MONDO STRANO, DIFFICILE, LONTANO, ma ha anche MOLTI ELEMENTI POSITIVI, CI SONO AZIENDE CHE CE L'HANNO FATTA, lo sentiremo dalla loro voce, DUNQUE VALE LA PENA FARCI UN PENSIERO...



eppoi ovviamente saremo qui ad aiutare e consigliare chi volesse approfondire la questione, visto che – ma non voglio anticipare ora la sorpresa finale del
Convegno – AIME sarà protagonista in India nei prossimi mesi ed anni, speriamo, quindi conto che potremo essere un supporto privilegiato per chi volesse affrontare quel mercato e quel Paese.

Grazie per l'attenzione per ora...

OK, direi che le questioni principali della PRESENTAZIONE GENERALE le ho affrontate, PASSO LA PAROLA A RAVINDRA SINGH che ci darà – sempre con lo spirito della CONCRETEZZA di cui abbiamo parlato :

- 1) UNA VISIONE SULL'INDIA IN GENERALE
- 2) UNA ANALISI CONCRETA SU ALCUNI PARAMETRI ECONOMICI SIA MACRO-SIA MICRO-AZIENDALI, dal costo del lavoro al costo dell'energia, etc etc.

RAVINDRA, it's your turn... 😊