



A cura del dott. Francesco Bossoni  
Esperto in internazionalizzazione d'impresa

## VUOI ESSERE ANCHE TU UNO TRA QUEGLI IMPRENDITORI CHE RIESCE AD ESPORTARE IL MADE IN ITALY?

Nella mente delle persone passano spesso due concetti profondamente sbagliati:

- 1) Che quando si parla di Made in Italy, si parla solo di cibo e abbigliamento.
- 2) Che il prodotto Made in Italy garantisca di per se stesso il successo.

Il fatto che i nostri prodotti alimentari e l'abbigliamento siano delle eccellenze in tutto il mondo non esclude che ci siano altre tipologie di prodotti che trovano grande apprezzamento sul mercato tedesco.

### Mi riferisco in particolare al settore della meccanica.

C'è spesso l'idea che il settore della meccanica in Germania sia molto forte, ed è vero.

Nonostante questo, i prodotti delle nostre aziende sono molto competitivi e risultano molto apprezzati e sono perfettamente in grado di giocarsela con quelli tedeschi.

Davvero le aziende italiane hanno un livello tale di prodotti che possono tranquillamente vendere in Germania ed ottenere grandi successi.

Hanno tutte le carte in regola per "spaccare" sul mercato tedesco.

Sì è vero c'è anche qualche tedesco di vecchia generazione che è un po' prevenuto verso le aziende italiane e che vuole comprare solo tedesco.

Ma questo può accadere anche in Italia a posti invertiti. Non è un fattore preoccupante e che possa creare ostacoli tali da non vendere in Germania.

Quello di cui invece gli imprenditori italiani si devono preoccupare è il 2° punto: non devono specchiarsi nel fatto che il Made in Italy piaccia comunque e a prescindere.

Anche nella meccanica, il "Made in Italy" ha il suo valore e la qualità viene riconosciuta ed evidenziata soprattutto nel confronto con i prodotti che vengono dai mercati asiatici. Ma da solo non è più sufficiente per avere successo.

Purtroppo capita spesso che alcune aziende italiane abbiano un ottimo prodotto, assolutamente adatto da esportare in Germa-

nia, ma commettono l'errore di basare tutta la strategia solo sul brand Made in Italy.

Esportare il Made in Italy: questo può essere sicuramente un vantaggio, ma non può essere La Strategia.

Anche la meccanica italiana per qualità e tipologia può trovare in Germania un mercato veramente interessante.

Ma non ci si può basare solo sul fatto che il prodotto è buono e prodotto in Italia e quindi dare per scontato che lo comprino.

Partiamo dal presupposto che la qualità del prodotto debba essere la base, senza la quale non ha nemmeno senso cominciare nessuna attività commerciale volta ad esportare.

Una volta appurato questo, serve stabilire una strategia di marketing e commerciale per aggredire il mercato, senza la quale non ottieni alcun risultato.

I mercati esteri costituiscono un'opportunità irrinunciabile per le Imprese che vogliono fare un salto di qualità.

Occorre quindi un nuovo approccio strategico e di marketing internazionale.

Tuttavia non esiste un modello di internazionalizzazione uguale per tutte le imprese.

Solo attraverso un piano di marketing internazionale studiato e personalizzato sartorialmente sarà possibile realizzare un'efficace analisi del posizionamento del prodotto su un determinato mercato e di conseguenza pianificare le azioni di comunicazione e distribuzione più adeguate e più adatte per quell'Azienda.



Detto questo quali sono alcune delle regole da seguire che possono aiutare l'imprenditore nella scelta di esportare in Germania?

La prima regola da seguire, è il **Buon Senso**

Non esporti in nessun paese europeo o comunque vicino all'Italia e quindi hai decine di mercati liberi qua vicino, perché vendere dall'altra parte del mondo?

Sarà meno "cool" dire che vendi in Svizzera o in Germania piuttosto che in America, ma il vantaggio di vendere nei paesi più vicini è davvero importante.

Quindi la prima domanda che ti devi fare è:  
Vendo già nell'Unione Europea? In caso affermativo, dove?

In caso negativo, per quale motivo? Esistono precise ragioni per cui non vendere nei paesi Europei?

Se non stai già vendendo in Europa, devi davvero iniziare a valutare se è possibile cominciare il tuo export dai paesi più vicini a noi.

### E in Europa perché cominciare proprio dalla Germania?

#### Mercato stabile

Non è certamente una novità che la Germania sia uno dei mercati più floridi e ricchi a livello globale.

Ma non solo: questo trend positivo ha una stabilità ed una continuità che nel tempo che davvero ha pochi rivali al mondo

#### Ricchezza

La Germania è la maggiore economia dell'Unione Europea e della Zona Euro. Il Paese ha 80,5 milioni di consumatori e un reddito medio pro-capite di oltre 33000 Euro annui. (fonte: La Farnesina)

#### Pagamenti brevi e sicuri

Avere la possibilità di avere pagamenti a 15 giorni o anche a 1 settimana (sconto 2% o 3%) può davvero rivelarsi una svolta e cambiare in positivo la gestione finanziaria di un'azienda.

#### Distanza

In Europa è sicuramente uno dei paesi più vicini a noi. In 5 ore di macchina puoi essere a Monaco di Baviera.

I voli Italia-Germania sono tantissimi e capillari e permettono di raggiungere anche in viaggi di un solo giorno le maggiori zone industriali della Germania.



Senti cosa dice Franco Turra titolare con il fratello, della ditta 3-Esse di Zocco di Erbusco, officina che effettua lavorazioni meccaniche.

"Grazie al lavoro del Dott. Bossoni, abbiamo ottenuto un ampliamento della rete di contatti e delle vendite in Germania.

La collaborazione con il Dott. Bossoni ed il suo team rappresenta un valore aggiunto per la gestione dei nuovi clienti tedeschi".

Pur essendoci grandi possibilità di trovare sbocchi sul mercato tedesco per molteplici tipologie di prodotti, esistono però diversi livelli a cui un prodotto può ambire al successo.

Queste differenze dipendono, non solo dalla tipologia del prodotto.

Infatti anche per prodotti simili o della stessa tipologia, altri fattori incidono sul successo di un'esportazione, come per esempio la qualità del prodotto, le dimensioni e l'organizzazione dell'azienda, il budget disponibile, la capacità produttiva, i tempi di consegna.

Non basta dire che un prodotto è vendibile in Germania, devi prima capire **quanto il TUO prodotto** può essere venduto in Germania e quante possibilità di successo può avere.

Altrimenti corri il rischio di gettare al vento davvero un sacco di denaro senza avere risultati.

E cosa forse ancora più grave, non sai il motivo perché hai fallito e quindi non sai neanche come reagire a questi ostacoli.

Per evitare questi problemi e rischi nella fase preliminare di approccio al mercato tedesco, ho ideato il **DEI** (Deutschlandexportindex) **l'indicatore di esportabilità e vendibilità del tuo prodotto in Germania**.

Questo permette di fare una valutazione preliminare sulla possibilità di successo del tuo prodotto in Germania.

Se il risultato è negativo, è necessario fare una riflessione se sia il caso di procedere con l'attività commerciale o invece procedere ad effettuare cambiamenti di strategia.



**Se anche tu vuoi cominciare a vendere i tuoi prodotti in Germania**

**====> Richiedi subito gratis "Lo starter Kit Vendere in Germania".**

**<https://www.vendereingermania.it/kit-vendere-germania/>**  
**Oppure chiama lo 030 2072344**

**Oppure scrivi a [info@vendereingermania.it](mailto:info@vendereingermania.it)**  
Dentro al KIT troverai una serie di documenti ed informazioni che sono il risultato dei miei anni di esperienza, raccolti e condensati per facilitare l'approccio delle aziende italiane con l'export in Germania.

**Richiedi subito gratis il nostro "Starter KIT Vendere in Germania" (paghiamo anche le spese di spedizione)**  
**[www.vendereingermania.it/kit](http://www.vendereingermania.it/kit) • Tel. 030 2072344 • [info@vendereingermania.it](mailto:info@vendereingermania.it)**