

**DIGIT
EXPORT**

**PROMOS
ITALIA**
B.E. GLOBAL



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO
MONZABRIANZA
LODI

pd punto
impresa
digitale

START-ED

Born Global: il digitale per le start-up nate con vocazione internazionale

2° incontro
16/06/2022
Ore: 09.30-13.00

Relatore
Rita Bonucchi
Esperto Promos Italia



**TAVOLO
GIOVANI**

 CAMERA DI COMMERCIO
MILANO MONZABRIANZA LODI

Rita Bonucchi CMC - Bonucchi e associati srl



<http://bonucchieassociati.com/>



[@bonuck](https://twitter.com/bonuck)



<https://it.linkedin.com/in/bonucchi>



<http://www.scoop.it/t/esportare-in-malesia>



bonucchi@bonucchi.com



<http://www.slideshare.net/bonukkiani>

- Consulente di marketing internazionale, amministratore di Bonucchi e associati srl (Milano e Singapore), Director di BeaConsulting pte ltd
- Membro della Faculty NIBI
- Consulente Marketing Internazionale Unioncamere Lombardia ed esperto LombardiaPoint
- Consulente per il servizio DigITExpert
- Co-Founder Coffeefrom
- Bonucchi e associati è sponsor tecnico MAECI per il servizio [Asean Radar](#)

IL SEMINARIO DI OGGI

- Le differenze tra l'internazionalizzazione delle PMI e quella delle start up
- “Born global” vs “gradual global”
- Percorsi e strumenti
- Modelli di business e strategie di ingresso per l'internazionalizzazione
- L'insediamento anticipato
- Il caso: Coffeefrom
- La ricerca di investitori all'estero
- Cenni introduttivi sugli aspetti legali dell'internazionalizzazione

Definizione di start up di Paul Graham:

“A **start up** is a company designed to grow fast. Being newly founded does not in itself make a company a **start up**. Nor is it necessary for a **start up** to work on technology, or take venture funding, or have some sort of "exit.”

DEFINIZIONE DI BORN GLOBAL

Quelle imprese:

- che raggiungono il 25% di vendite all'estero sul fatturato aziendale nei primi tre anni di attività (utilizzata anche nelle indagini Assolombarda)
- che pongono il fatturato estero al centro della propria attenzione sin dall'inizio dell'attività
- che applicano dall'inizio strategie di global marketing

IL MODELLO TRADIZIONALE: COME FUNZIONA

- Check up (assessment, export readiness...)
- Selezione destinazioni
- Business plan per l'internazionalizzazione

Consorzi

UE (EEN)

Regioni

Associazioni

Confapi

Confartigianato...

**Confindustria
(territoriali e
settoriali)**

Unioncamere

**Assocamerestero +
Camere Miste**

**CCIAA + aziende
speciali**

SIMEST

SACE

ICE

MISE

MAE

Consulenti

Professionisti:

- **Consulenti lavoro**
- **Commercialisti**
 - **Legali**

Agenti

Import/Export

**Service provider
(es. traduttori)**

Temporary:

- **TEM**
- **LEM**
- **DTEM**

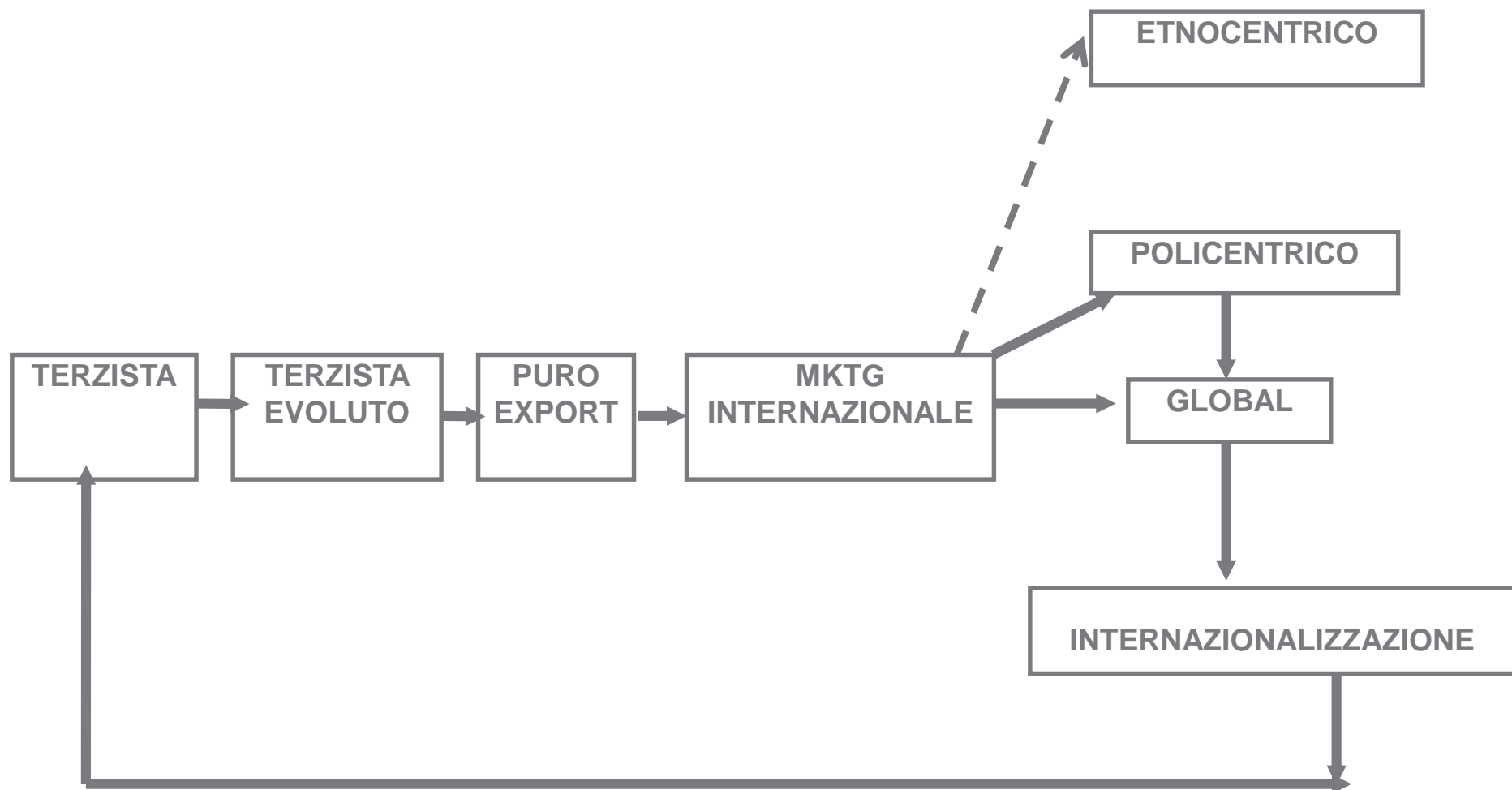
**Ecosistema italiano
dell'internazionalizzazione**

Banche

LE FIGURE DELL'EXPORT

- TEM
- TREM e LEM
- Export manager indipendenti
- Altre figure dell'internazionalizzazione

IL CAMMINO CLASSICO DELLE IMPRESE VERSO L'INTERNAZIONALIZZAZIONE



IL BUSINESS PLAN PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

ANALISI

- Chi siamo
- internazionalizzazione
- la ricerca e la definizione della priorità tra mercati

PIANIFICAZIONE

- In generale:
- Marketing
 - Ecofin
 - Processi
 - Organizzazione

PROGRAMMAZIONE

- Chi fa
- cosa
- entro quando
- con quali risorse

- Paese Strategico
- Marketing
 - Ecofin
 - Processi
 - Organizzazione

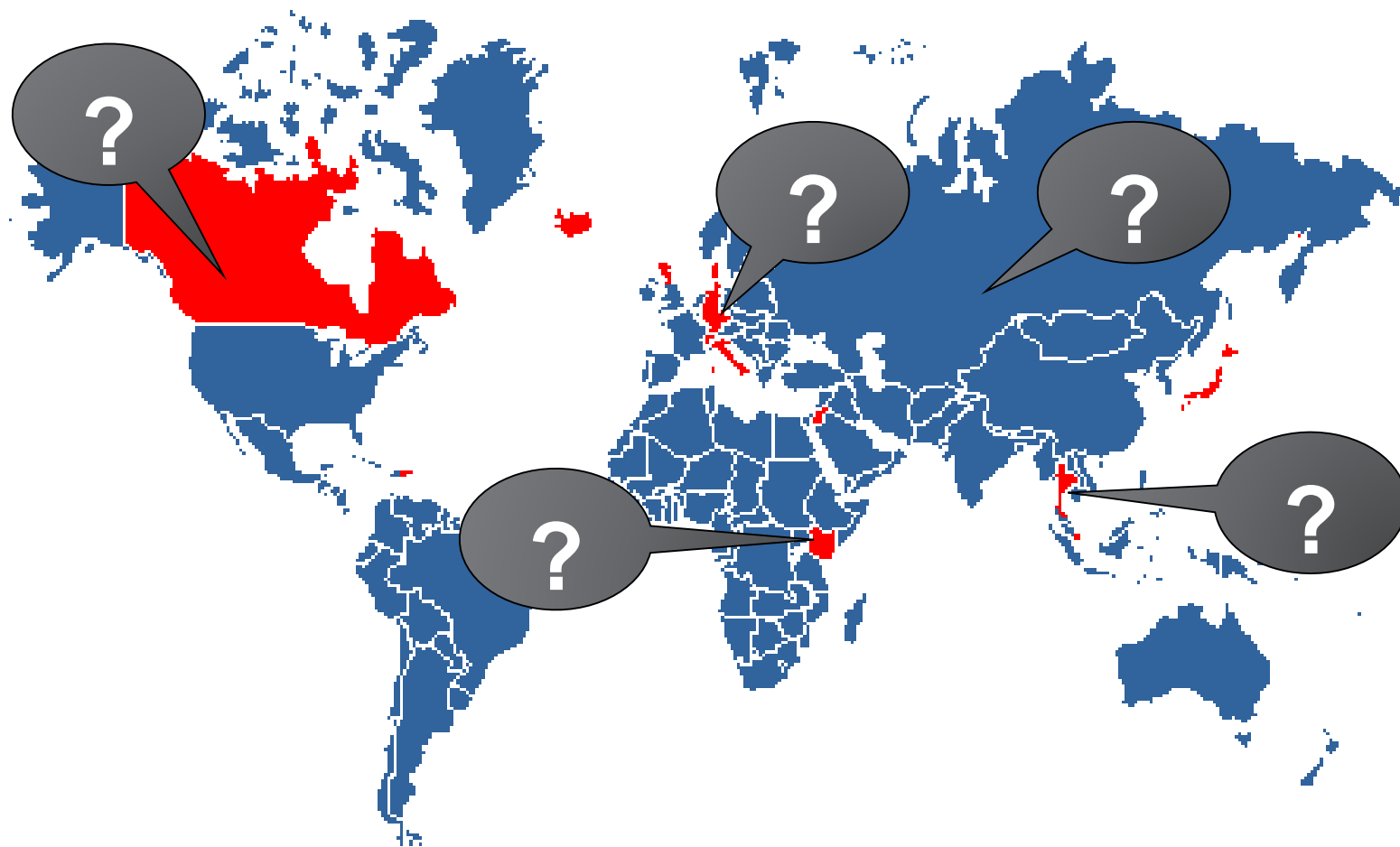
- Chi fa
- cosa
- entro quando
- con quali risorse

- Paese Strategico
- Marketing
 - Ecofin
 - Organizzazione

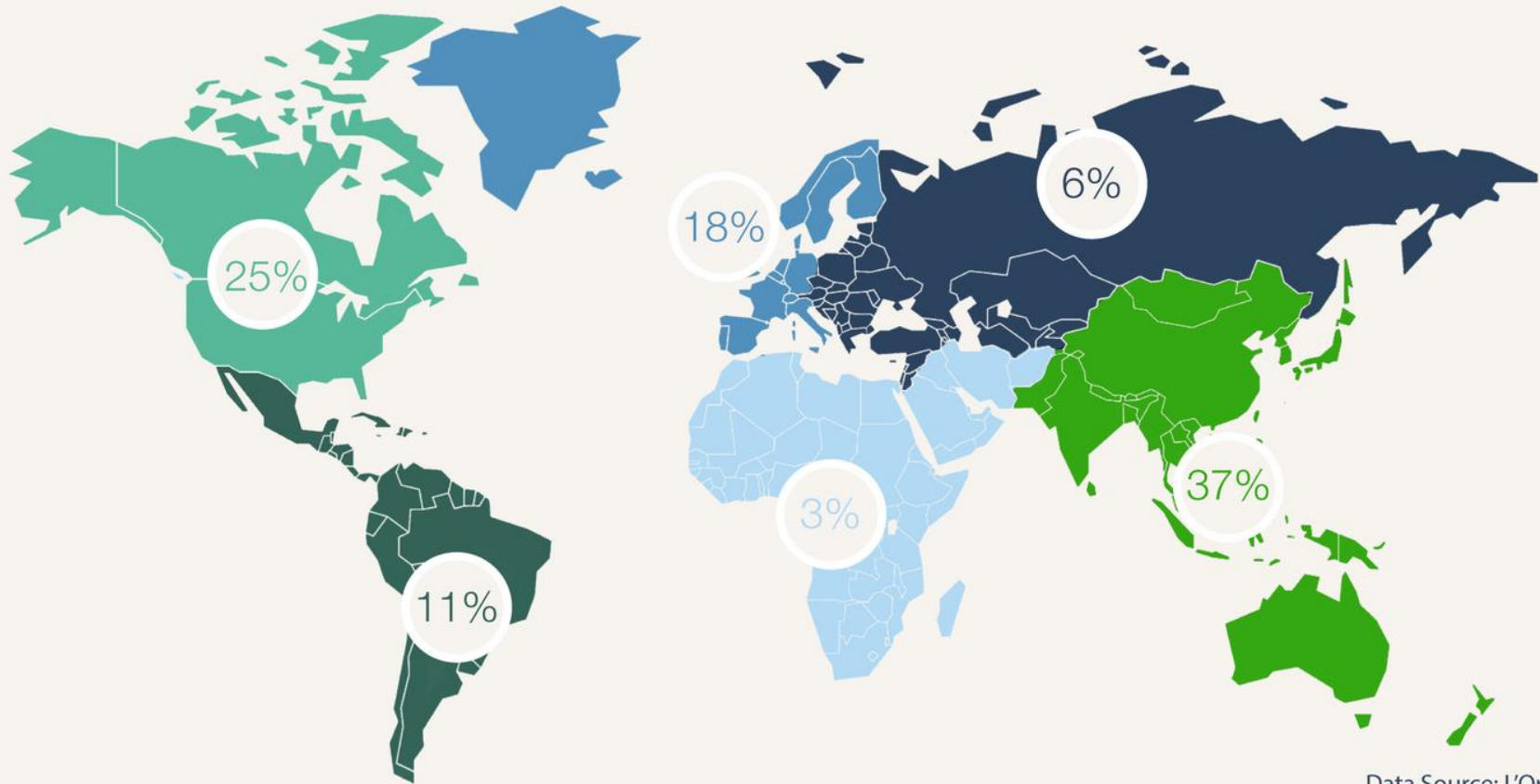
- Chi fa
- cosa
- entro quando
- con quali risorse

CONTROLLO

LA SELEZIONE DELLE DESTINAZIONI



Global Cosmetics Market by Geographic Zone



Data Source: L'Oréal

FASI PRINCIPALI DEL PROCESSO DI SELEZIONE DEI MERCATI:

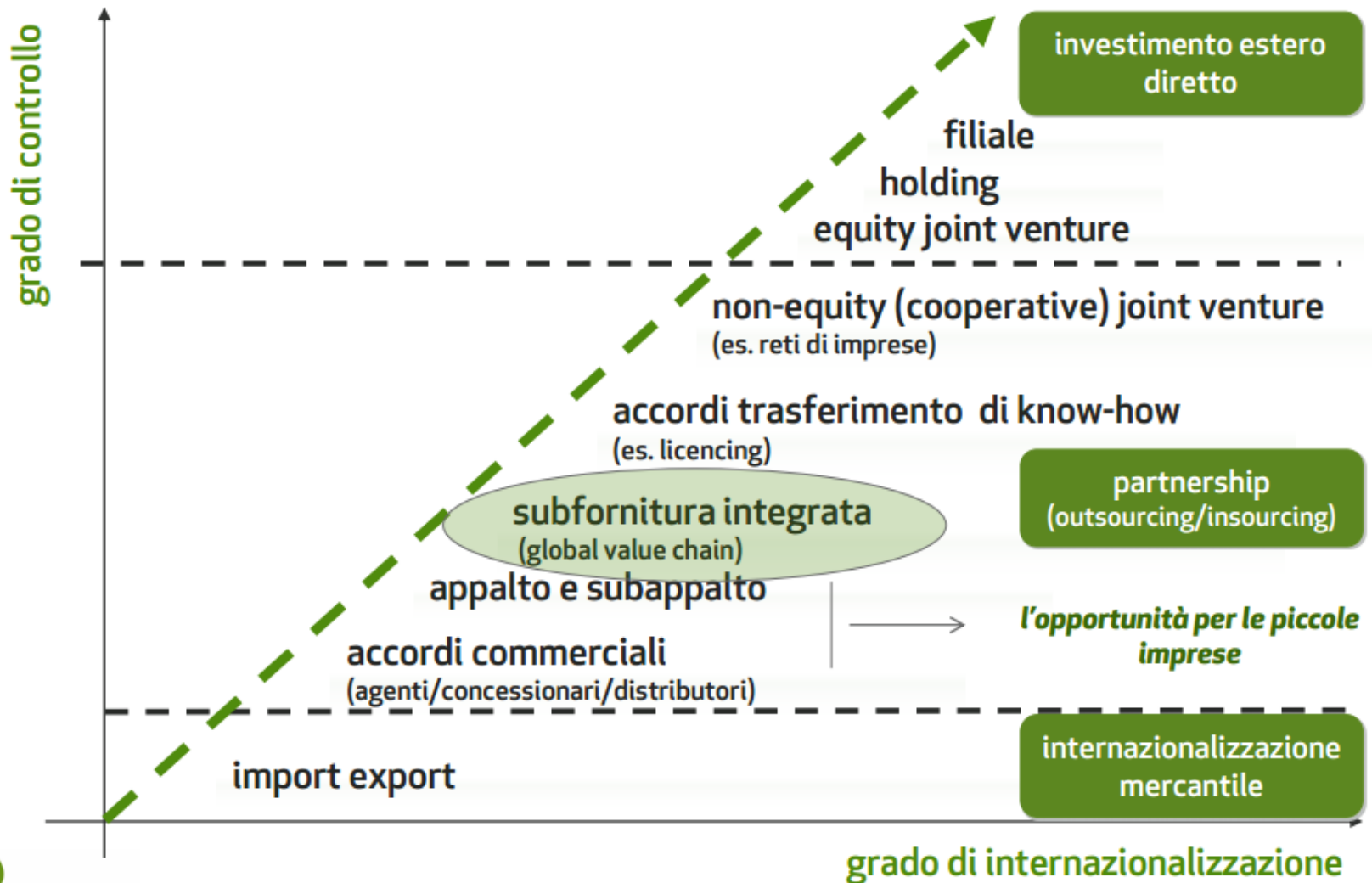
- Revisione marketing sul mercato interno
- Analisi opportunità/situazione all'estero
- Creazione identikit-paese
- Definizione delle priorità tra mercati
- Stesura piani-paese

MATRICE ATTRATTIVITÀ

Country Attractiveness Analysis: prodotti senza glutine

Criteria	Importance Weight % (total to 100%)	Germany		Ireland		Finland	
		Rating (1-10, 10=high)	Assessment	Rating (1-10, 10=high)	Assessment	Rating (1-10, 10=high)	Assessment
1) popolazione	8%		0		0		0
2)% allergici al glutine	25%		0		0		0
3)% bambini allergici al glutine	15%		0		0		0
4) trend celiachia (dati OMS)	20%		0		0		0
5) mutuabilità prodotti	10%		0		0		0
6) presenza del frumento nella dieta	5%		0		0		0
7) numero farmacie	7%		0		0		0
8) scarsa presenza concorrenti	5%		0		0		0
9) scarse barriere all'ingresso	5%		0		0		0
TOTAL	100%		0		0		0

INTERNAZIONALIZZAZIONE



GLOBAL START UP ECOSYSTEM RANKING 2021

	Ranking	Factors are rated from 1-10					
		Performance	Funding	Connectedness	Market Reach	Knowledge	Talent
Silicon Valley	#1	10	10	10	10	10	10
London	#2 (tie)	9	10	10	10	7	9
New York City	#2 (tie)	10	10	10	10	5	10
Beijing	#4	10	9	5	9	10	10
Boston	#5	9	9	9	9	5	10
Los Angeles	#6	9	10	3	9	7	9
Tel Aviv	#7	8	9	8	10	4	8
Shanghai	#8	10	7	1	9	10	9
Tokyo	#9	8	9	1	8	9	9
Seattle	#10	9	7	7	8	7	8
Washington DC	#11	7	7	6	8	1	8
Paris	#12	6	8	9	6	1	8
Amsterdam-Delta	#13	6	6	9	7	1	7
Toronto-Waterloo	#14 (tie)	5	8	7	3	2	6
Chicago	#14 (tie)	5	6	6	6	1	7
Seoul	#16	6	5	9	5	10	5
Stockholm	#17 (tie)	7	6	5	7	3	6
Singapore	#17 (tie)	4	8	6	6	1	5
Shenzhen	#19	8	5	1	1	9	7
Austin	#20	4	5	7	5	7	6
San Diego	#21	5	3	1	7	6	7
Berlin	#22	2	7	10	1	1	5
Bangalore-Karnataka	#23	5	8	8	1	8	3
Sydney	#24	4	4	8	5	1	4
Hangzhou	#25	8	1	1	1	9	6
Atlanta	#26	3	2	2	5	1	5
Denver-Boulder	#27	1	4	5	3	4	4
Philadelphia	#28	3	3	1	6	1	4
Vancouver	#29	6	3	4	1	2	3
Salt Lake-Provo	#30	7	1	1	7	1	1
Dallas	#31 (tie)	2	1	1	4	3	2
Hong Kong	#31 (tie)	1	2	1	8	1	2
Montreal	#31 (tie)	3	1	1	1	1	2
Munich	#31 (tie)	1	3	7	1	3	1
Sao Paulo	#31 (tie)	3	4	4	1	1	3
Bern-Geneva	#36 (tie)	1	1	5	1	1	1
Delhi	#36 (tie)	2	6	1	1	1	1
Dublin	#36 (tie)	1	1	3	1	1	3
Melbourne	#36 (tie)	1	1	4	2	1	2
Research Triangle	#36 (tie)	1	1	1	1	1	4

21-25 and 26-30 are in alphabetical order

Fonte: <https://about.crunchbase.com/blog/startup-genome-2021-global-startup-ecosystem-report>

FUSIONOPOLIS

A Singapore Government Agency Website



Login

Find Space

Find Land

Access Data

Get Help

Enhance Your Business

About JTC



< Find Space

Fusionopolis One

1, 3 Fusionopolis Way



Share



<https://www.jtc.gov.sg/find-space/fusionopolis-one#>

**DIGIT
EXPORT**

**PROMOS
ITALIA**
BE GLOBAL



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO
MONZABRIANZA
LODI

pd punto
impresa
digitale

**TAVOLO
GIOVANI**

**CAMERA DI COMMERCIO
MILANO MONZABRIANZA LODI**

© Nuovo Istituto di Business Internazionale - All Rights Reserved.

BLOCK71



BLOCK71

SINGAPORE
IN SINGAPORE
IN SINGAPORE

SUBSCRIBE

MENU

BLOCK71 SINGAPORE

"We create our buildings and then they create us. Likewise, we construct our style of friends and communities and then they construct us." - Frank Lloyd Wright

Wright

MORE DETAILS

<https://www2.blk71.com/>

DIGIT
EXPORT

PROMOS
ITALIA
BE GLOBAL



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO
MONZABRIANZA
LODI

pd punto
impresa
digitale

TAVOLO
GIOVANI

CAMERA DI COMMERCIO
MILANO MONZABRIANZA LODI

© Nuovo Istituto di Business Internazionale - All Rights Reserved.

GRADUAL INTERNATIONALIZATION IS DEAD

Falsi miti

- partire dal mercato nazionale
- partire da vicino

APPROCCI ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE: APPLICABILI ANCHE ALLE START UP?

- Etnocentrico
- Policentrico
- Global

Il raccordo strategia/struttura

Strategia	organizzazione	Opzione esterna
Etnocentrico	Basta il Commerciale	TEM
Policentrico	Export Manager protagonista	LEM
Geocentrico/global	Marketing Internazionale	LEM

Differenze tra Stage Theory e Born Global

Stage Theory	Born Global
Espansione internazionale in modo graduale, a stadi (establishment chain)	Espansione globale immediata, poco dopo la nascita dell'azienda
Experiential knowledge per conoscere i mercati esteri	Esperienza imprenditoriale per conoscere i mercati esteri (entrepreneurial learning process)
Incertezza determinata da psychic distance e liability of foreignness	Bassa percezione dell'incertezza
Nessun accenno a settori o dimensioni aziendali	Piccole e giovani aziende presenti nel settore dell'alta tecnologia
Nessun accenno ai network	Molta attenzione viene data ai network

ALTRE CARATTERISTICHE DELLE START UP

- enfasi sulla exit e quindi compressione nei tempi
- turn over del management e del capitale
- focus su capitalizzazione e non sul fatturato (cfr «unicorni»)

CASI REALI

CHECKOUT TECHNOLOGIES

AI-Powered Autonomous Checkout

Enabling autonomous checkout for brick & mortar retailers with our modern AI-powered computer vision platform. Just grab and go!

See how it works



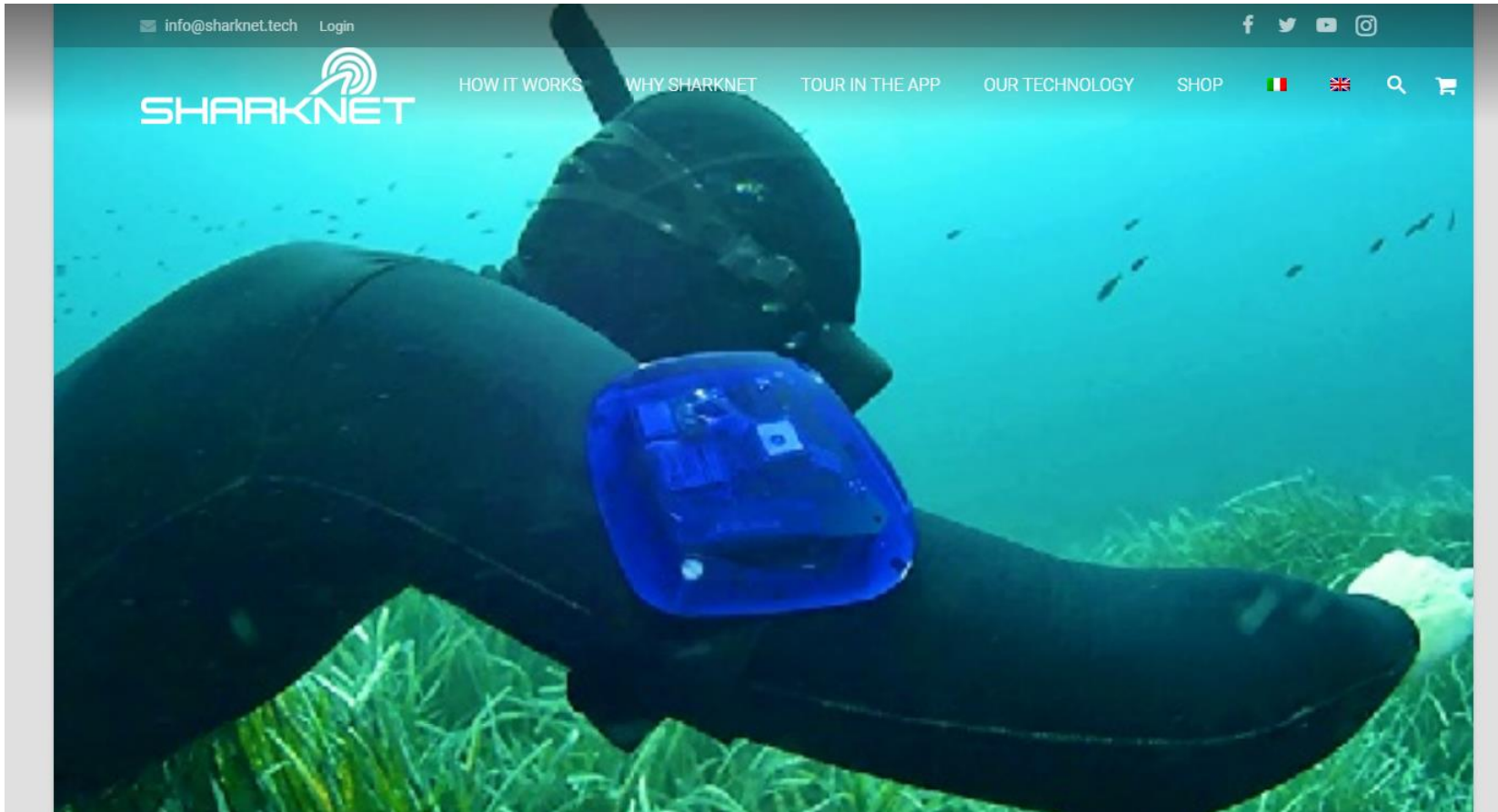
This Just In!

Circle K doubles down on EasyWay autonomous checkout with a new



<https://standard.ai/>

SHARKNET



IL LIETO FINE DEI FONDI DI CAFFÈ ESAUSTI: COFFEEFROM

The happy ending of coffee
grounds: Coffeefrom



BE INTERNATIONAL
BE DIGITAL



BONUCCHI
E ASSOCIATI



Tonucci & Partners

APPROFONDIMENTI

- Getting the facts right on born globals
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-019-00216-y>
- Born Global Firms: A New International Enterprise (International Business Collection) (English Edition)
- Tesi Aziende Born Global e loro determinanti di Susanna Scattolin:
<http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/2166/811185-1164589.pdf?sequence=2>

Culture

eats strategy for breakfast

Peter Drucker



**DIGIT
EXPORT**

**PROMOS
ITALIA**
B.E. GLOBAL



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO
MONZABRIANZA
LODI

pd punto
impresa
digitale

START-ED

Born Global: il digitale per le start-up nate con vocazione internazionale

2° incontro
16/06/2022
Ore: 09.30-13.00

Relatore
Rita Bonucchi
Esperto Promos Italia



 CAMERA DI COMMERCIO
MILANO MONZABRIANZA LODI