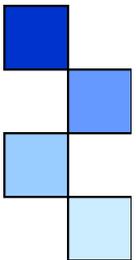
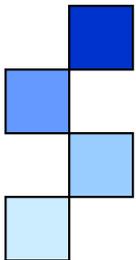
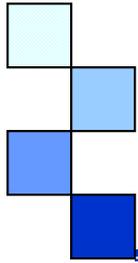


# LE STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE





# Una premessa: la differenza tra esportazioni e IDE

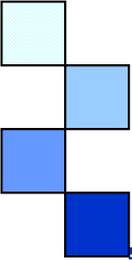
---

- » **Esportazione**: trasferimento di beni / servizi attraverso i confini nazionali
- » **IDE (investimenti diretti esteri)**: investimenti internazionali effettuati da un soggetto residente in un paese con l'obiettivo di stabilire un interesse duraturo in un'impresa in un altro paese

(Differenza valida sia a livello di singola impresa che a livello di stati)

Inoltre:

- » **Interscambio commerciale** tra due paesi = import + export (contati una sola volta)
- » **Bilancia commerciale** = (export – import) di un paese



# Lecture teoriche dell'internazionalizzazione

Teorie pre-Hymer: il vantaggio comparato delle nazioni (non delle imprese!)

**Hymer (1960):** l'impresa si internazionalizza perché possiede vantaggi di costo o differenziazione superiori rispetto alle barriere che frenano l'accesso ai mercati esteri

Teorie post Hymer

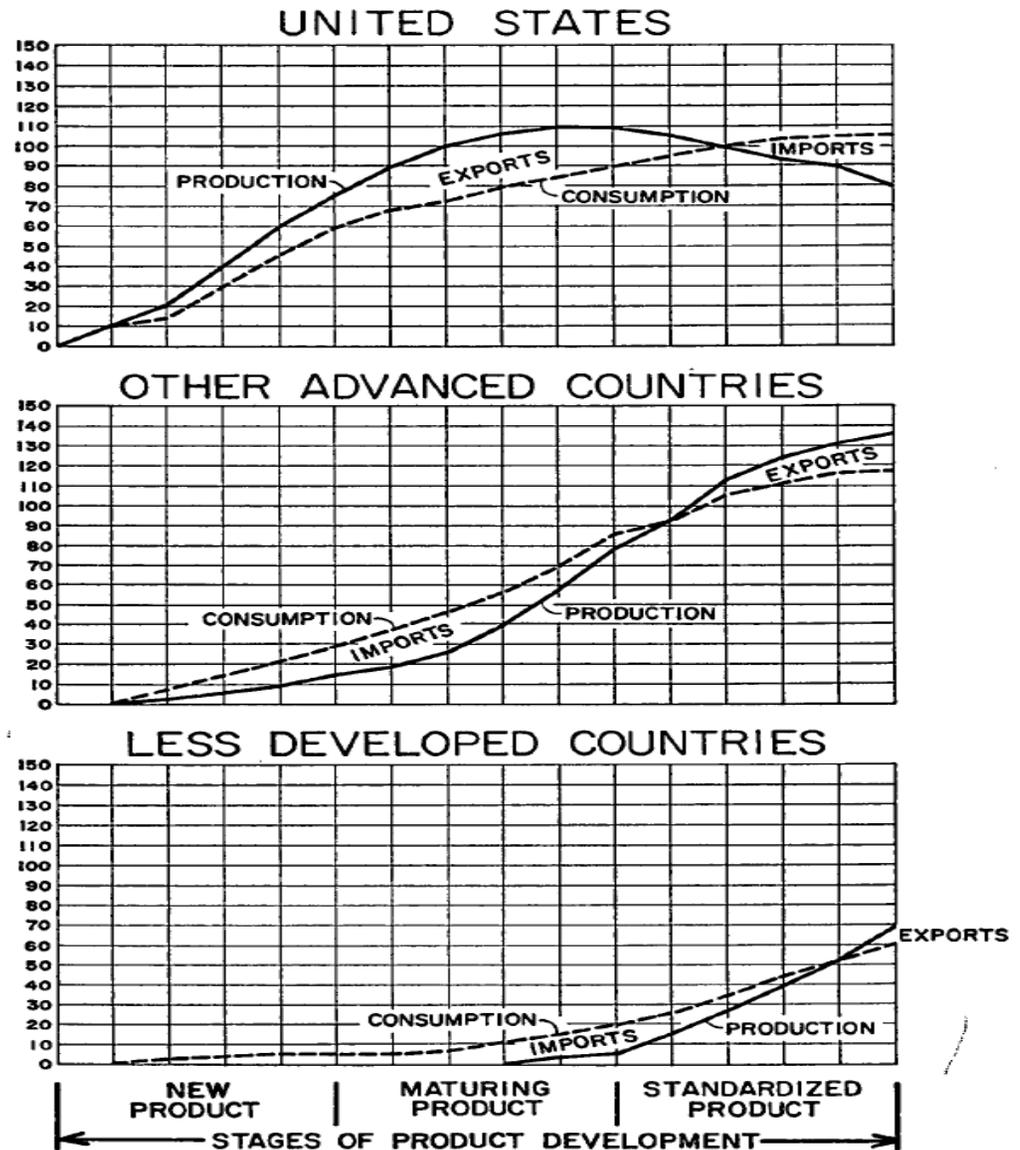
Scuola di  
Cambridge:  
Vernon

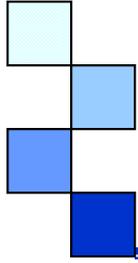
Scuola di  
Reading:  
Dunning

Filone  
strategico:  
Porter

# La scuola di Cambridge: Vernon (ciclo di vita intern. del prodotto)

- ▶ Vernon (1966, p.199)
- ▶ 3 fasi:
  - **Nuovo prodotto** (introduzione sul mercato domestico)
  - **Maturità**  
(domanda di altri paesi avanzati, avvio della produzione all'estero)
  - **Standardizzazione**  
(consumo e produzione nei paesi meno sviluppati, con un più basso costo del lavoro)

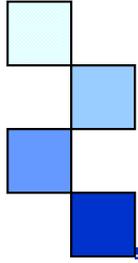




# La scuola di Cambridge: Vernon (ciclo di vita intern. del prodotto)

---

- » Critiche al modello di Vernon:
- » Teoria solo per imprese monoprodotto
- » Cambiamenti nello scenario:
  - non è più vero che le innovazioni tecnologiche provengono da un solo paese
  - le imprese spesso lanciano nuovi prodotti contemporaneamente su più mercati
- » Lo stesso Vernon (1979) critica in parte la propria teoria, asserendo però che potrebbe mantenersi valida per le piccole imprese



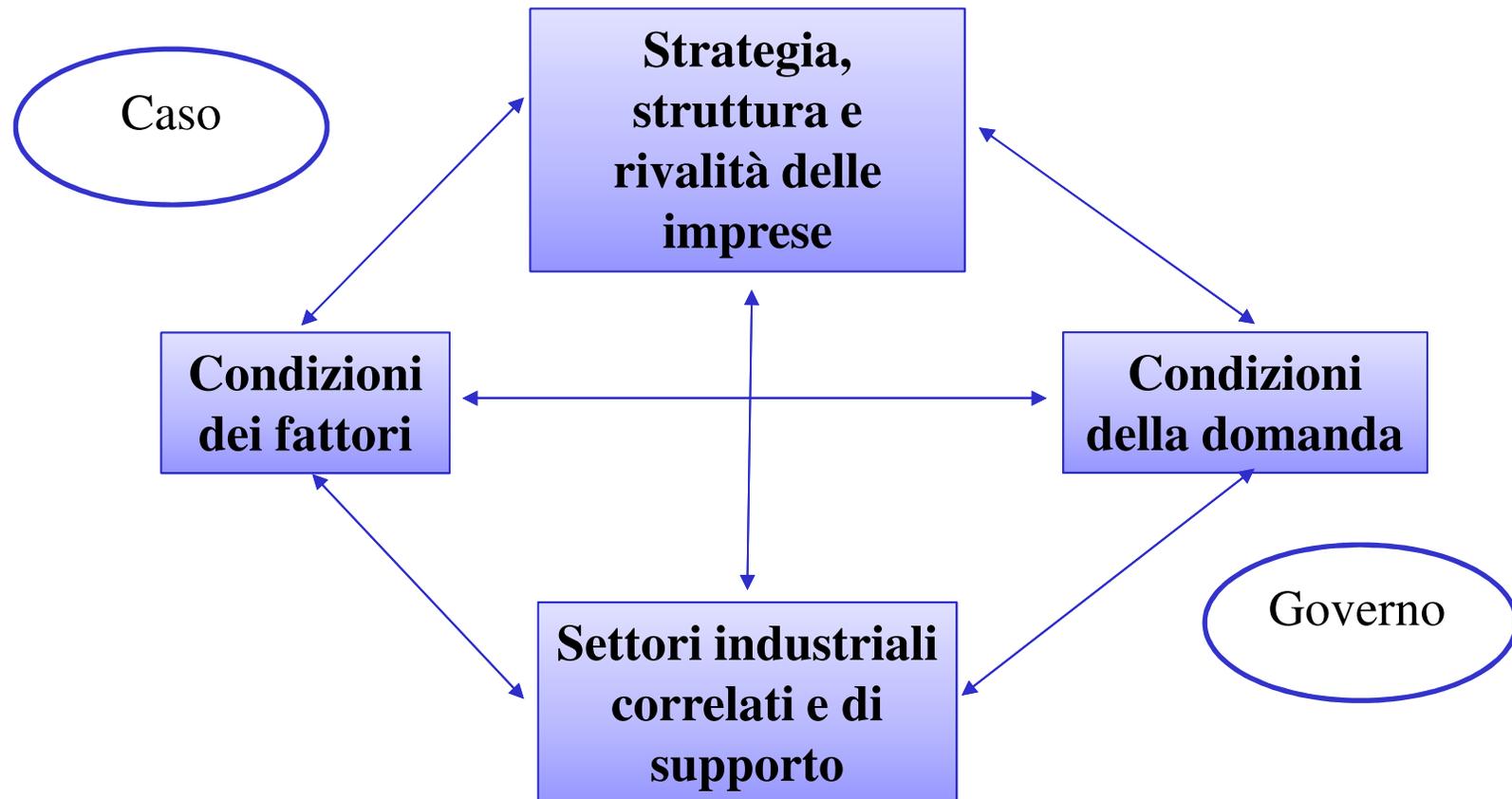
# La scuola di Reading: Dunning (il paradigma eclettico)

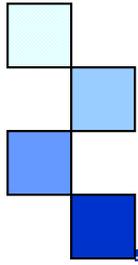
---

- » Le imprese che investono all'estero possono essere distinte in quattro categorie in base al loro obiettivo:
- » Natural resource seekers (=>acquisire risorse)
- » **Market seekers (=>nuovi sbocchi)**
- » **Efficiency seekers (=>efficienza internazionale)**
- » Strategic asset seekers (=>acquisire imprese straniere/marchi/ ecc. per rafforzare la propria posizione competitiva)

# Porter: il vantaggio competitivo delle nazioni

- ▶ Le nazioni (“sistema paese”), al pari delle singole imprese, possiedono vantaggi competitivi, descritti dal modello del “diamante” di Porter





# Lo scenario attuale (fattori che favoriscono l'internazionalizzazione)

---

» **Lo scenario:** la globalizzazione

-Progressi nel campo delle **tecnologie dell'informazione e della comunicazione**

-**Riduzione** delle **barriere** artificiali agli scambi e agli investimenti internazionali

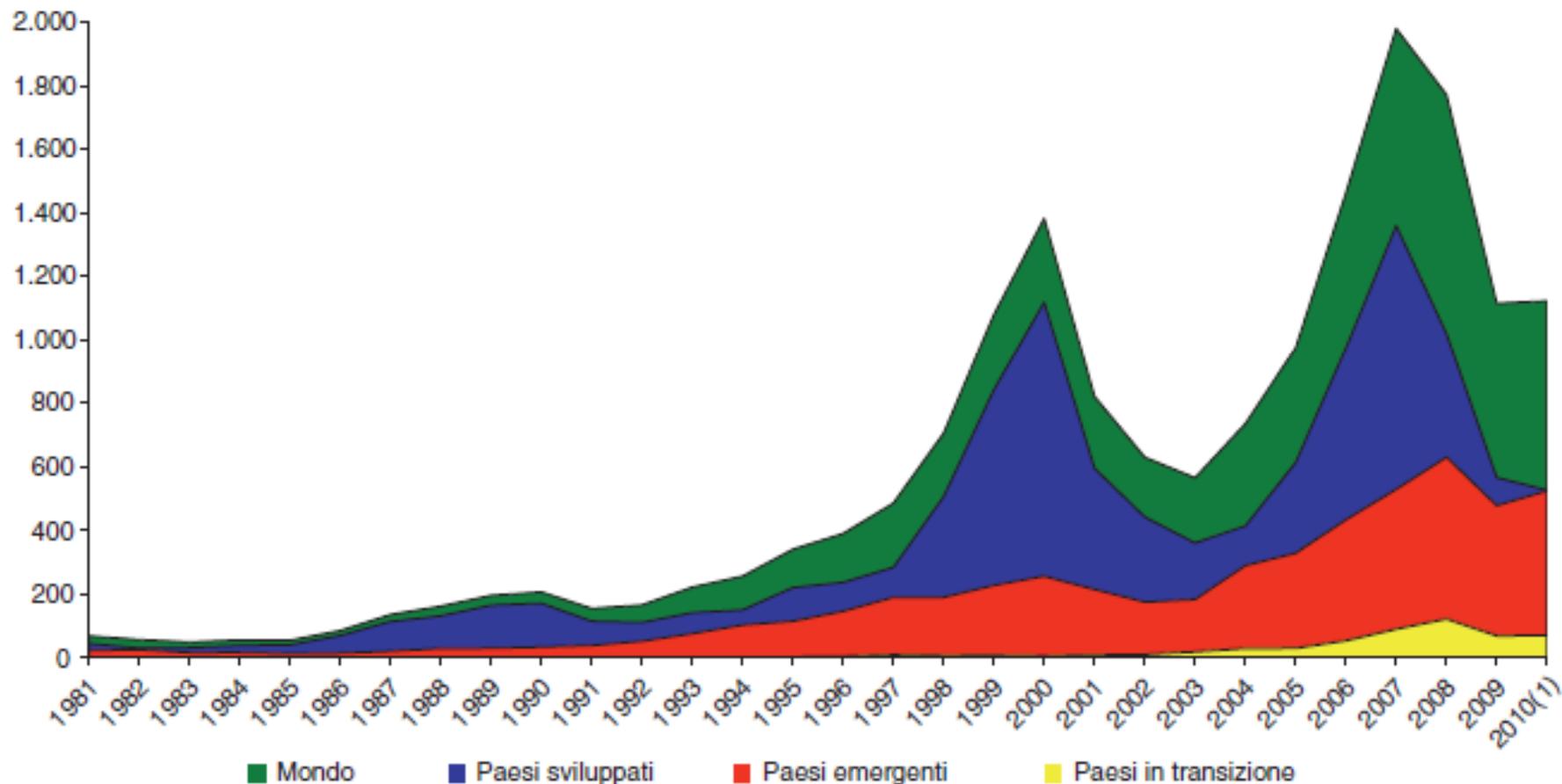
-Tendenziale omogeneizzazione degli **stili di vita** (ma non tutti sono concordi su questo punto)

-Dinamiche dei **mercati finanziari**

=> Crescita del **commercio estero** (esportazioni mondiali pari a circa 15.000 miliardi di \$ nel 2010)

=> Crescita degli investimenti diretti esteri

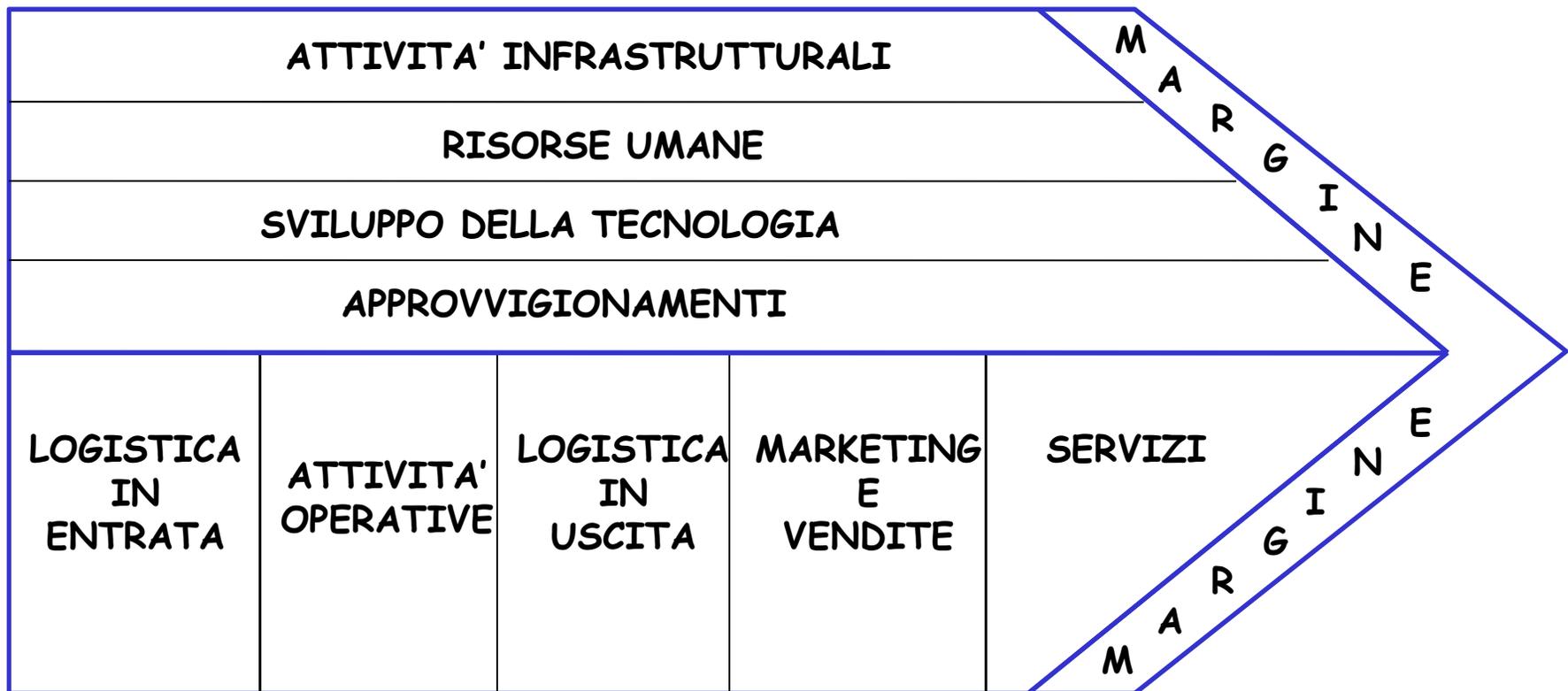
# Investimenti diretti esteri in entrata nel mondo



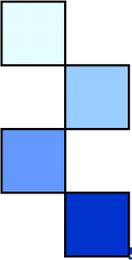
Valori in miliardi di dollari,  
Fonte: ICE (2011)

# Perché le imprese vanno all'estero: la catena del valore

- ▶ Diverse forme di internazionalizzazione e diverse ragioni in base alle singole attività



- ▶ L'internazionalizzazione dal lato del mercato di sbocco è una delle possibili direzioni dello sviluppo di un'impresa



# Perché le imprese vanno all'estero: sintesi delle motivazioni

---

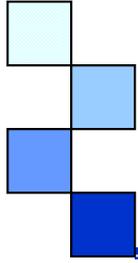
## Motivazioni interne all'impresa

- Replicare il proprio vantaggio competitivo
- Cercare nuove fonti del vantaggio competitivo,
- ecc.

## Motivazioni esterne (l'ambiente)

- Vincoli e opportunità dell'ambiente
- Reazione ai concorrenti
- ecc.

- **Altri fattori:** caratteristiche dei manager (es. propensione ai mercati esteri), casualità (soprattutto per le piccole imprese), ecc.



# Perché le imprese NON vanno all'estero: ostacoli

---

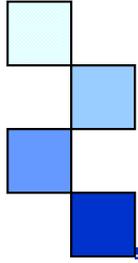
**CORRIERE DELLA SERA**

LA DENUNCIA

**L' Ikea smette di investire in Russia:  
troppo corrotti**

26 giugno 2009

“...Un centro commerciale nella città di Samara non riceve il via libera perché gli ispettori dicono che la struttura non è in grado di resistere agli uragani. Ma a Samara non c'è mai stato un uragano. ..”



# Perché le imprese NON vanno all'estero: ostacoli

---

- » Confini, dogane, dazi
- » Confini valutari
- » Diversità normative e giurisdizionali (ad esempio riguardanti i prodotti, la tutela della proprietà intellettuale, ecc.)
- » Barriere linguistiche culturali
- » Distanza geografica, complessità