

## Perché esportare qui.

Le mie impressioni sul Canada, qualche idea per gli imprenditori italiani che cercano nuovi mercati.

Grazie a Paolo Pagni che ha posto queste domande stimolando una discussione che mi onoro di aprire a favore di tutti:

Paolo ha chiesto di spiegare, rispondendo alle sue domande, i motivi per scegliere un determinato paese per investire risorse in un progetto di Landing, cioè di atterraggio in un mercato di sbocco. Ovvio che si tratta di valutare il ROI del progetto e, quindi, prima di tutto del potenziale del mercato. Un mercato il cui costo di entrata elevato sia bilanciato da un elevato mercato potenziale può essere in equilibrio, quindi conoscere la domanda potenziale e i costi di Landing rappresenta lo scopo che ogni progetto di valutazione di opportunità deve riuscire a fornire con almeno una buona approssimazione.

Non faremo questo qui, ogni prodotto, ogni mercato ha le proprie specificità, quindi non sarebbe verosimile fare dei conti prescindendo dal prodotto/servizio offerto.

Ciò che intendo fare qui è solo una brevissima disamina dei principali fattori per i quali il Canada può essere un buon mercato per i produttori italiani.

Qualcuno dirà: bella scoperta!

Qualcun altro invece, più cauto valuterà che 30 milioni di cittadini in un territorio di 33 volte più grande dell'Italia potrebbe rappresentare un problema logistico ed un mercato potenziale contenuto: meno della metà degli italiani e un decimo dei cittadini dell'unione europea.

Come sempre la risposta più semplice non è mai quella giusta. Sono vere entrambe le affermazioni, ma un investimento imprenditoriale non si deve basare solo su ipotesi o sentito dire. La scelta imprenditoriale è fatta di analisi, valutazione, calcolo e poi, dopo, una volta che si conoscano tutti, ma proprio tutti i fattori, allora è intuizione, cioè quella capacità di vedere oltre, di immaginare, di cogliere tendenze latenti, che solo l'imprenditore può avere.

Come esperto di marketing, so quanto sia importante poter disporre di valutazioni quanto più possibile corrette e bilanciate per prendere le decisioni strategiche, tuttavia so anche che le sole informazioni quantitative difficilmente bastano per prendere la decisione imprenditoriale. Nelle risposte che seguono cercherò di seguire questo principio, dare indicazioni non tanto numeriche, quanto di tendenza, di logica, spero di dare esclusivamente una "istantanea" della situazione di questo paese, una lettura rapida, digeribile, che non impegni particolarmente. Chi avesse già deciso di investire in Canada non troverà qui alcuna indicazione ulteriore rispetto a quanto già conosce. Chi invece non ha ancora preso una decisione può farsi una prima, grossolana idea di cosa propone il Canada, magari se rapportato con i più "interessanti" -sulla carta- Stati Uniti d'America. Chi si è già fatto un'idea ha bisogno di dati e indicazioni precise per prendere decisioni operative. Per approfondire e valutare opzioni operative è necessario un approfondimento che va contestualizzato al prodotto e mercato che si intende promuovere.

Perché esportare qui:

1. perché il mercato di quello specifico paese è interessante per il Made in Italy?
2. quali sono i beni/servizi più richiesti?
3. che cosa chiede il mercato in termini di qualità servizio attenzione?
4. come fare a farsi conoscere affermando la reputazione?
5. come fare a entrare nel paese: fiere, pubblicità, rete distributiva?
6. come strutturare una rete locale?
7. quali sono i vantaggi specifici del mercato?
8. che segmenti di mercato sono più appetibili e perché?
9. quali sono i limiti del paese: dazi, tasse, richieste fiscali o legali?
10. che servizi offri tu che ti presenti come mediatore, perché dovrei fidarmi di te?

Parliamo del Canada, un paese caratterizzato da economia opulenta, con una buona scolarizzazione e una ricchezza diffusa, vediamo quali sono i fattori che fanno ritenere questo mercato interessante per il Made in Italy.

### **1. perché il mercato di quello specifico paese è interessante per il made in Italy?**

Il gradimento del Made in Italy è alto, e riguarda sia gli aspetti di stile, dove la piacevolezza dell'esperienza d'uso è l'elemento distintivo, sia gli aspetti estetici. Quindi stile, inteso come piacevolezza e funzionalità d'uso, rappresenta un posizionamento percepito chiaro. L'utilizzatore preferisce una affidabilità che non trova nei prodotti a basso costo e il vero Made in Italy, è in grado di garantire affidabilità e valore d'uso. Il costo è sempre importante, ma qui il prodotto italiano garantisce un differenziale rispetto a prodotti tedeschi che, almeno nell'immaginario comune, promettono ottimi livelli di affidabilità.

### **2. quali sono i beni/servizi più richiesti?**

Il Canada può disporre di qualsiasi cosa, ma ciò che la gente cerca sono oggetti che permettano di interpretare uno stile di vita. Qui lo stile di vita europeo ed italiano sono apprezzati, la mentalità è diversa da quella USA, c'è per lo stile un'attenzione ed un gradimento superiore e tutto ciò che propone uno stile di vita sano ed equilibrato parla all'anima del consumatore canadese. Tutte le produzioni italiane che assicurano benefici in questa direzione possono trovare un proprio spazio, pur considerando che il mercato non presenta disequilibrio tra domanda ed offerta se non per la figura del pizzaiolo che qui sembra piuttosto carente.

### **3. che cosa chiede il mercato in termini di qualità servizio attenzione?**

Il servizio al cliente appare un fattore fondamentale per gestire la relazione in modo profittevole. Come molte economie terziarizzate, anche il Canada presenta un costo del lavoro, e quindi del tempo, molto alto. La scelta tra pagare un servizio o produrre in proprio qui favorisce senza dubbio la prima opzione. La cosa interessante è che i clienti hanno approcci morbidi e non sono intolleranti o pretenziosi, un atteggiamento "friendly" che permette al fornitore di diventare partner del cliente creando valore attraverso la relazione e la condivisione. Le risorse umane autoctone sanno vendere, in particolare sanno stimolare l'acquisto aggiuntivo, ma hanno un'attenzione al cliente che a noi europei non soddisferebbe. Essere capaci di vendere ascoltando il cliente invece che facendo UpSelling potrebbe essere un plus di valore nella strategia di fidelizzazione del cliente. Una strategia possibile in presenza di rendimenti ricercati più sul lungo termine.

### **4. come fare a farsi conoscere affermando la reputazione?**

I metodi per far conoscere i propri prodotti/servizi sono quelli classici di una campagna di Landing in un mercato nuovo: in funzione dei budget degli investimenti sono possibili molte opzioni, tra queste non ultima quella di fare leva sulla radice italiana di una comunità di imprenditori molto ampia, in particolare in Ontario.

### **5. come fare a entrare nel paese: fiere, pubblicità, rete distributiva?**

Anche per il progetto esecutivo di ingresso nel paese le opzioni classiche sono funzionali, il classico marketing mix adattato alla cultura del luogo. Da parte mia io sono sempre più convinto che prendere parte alle fiere di settore presenta un ROI negativo. Visitarle, magari coprendo l'evento con una campagna stampa e farlo seguire da un advertising mirato ha sicuramente costi minori e eguale visibilità.

### **6. come strutturare una rete locale?**

Il tessuto economico vede una discreta rete di imprese e liberi professionisti, tra i quali anche agenti e distributori, data la vastità del territorio, è preferibile avere una distribuzione che copra prima di tutto i territori a più ampia densità abitativa che sono l'area di Toronto, Vancouver e Montreal. Poi il resto si affronta in un momento successivo. Avere i contatti con operatori non presenta alcuna difficoltà, piuttosto ciò che appare davvero importante è come strutturare una proposta che sia credibile ed affidabile. Niente viene visto male come il mordi e fuggi.

## **7. quali sono i vantaggi specifici del mercato?**

Questo paese ha una economia ancora solida, i 30 milioni di abitanti hanno a disposizione circa 10 milioni di Km quadrati di territorio e risorse naturali. Certo la parte che presenta condizioni migliori di vita è la fascia meridionale, sul confine USA, in questa fascia si concentra probabilmente il 70 % della popolazione. Questo rappresenta una opportunità, infatti l'area di Toronto con i suoi 3 milioni di abitanti è un bacino naturale di insediamenti produttivi e di creazione di ricchezza. Ciò che distingue il Canada dagli Stati Uniti è una maggior distribuzione della ricchezza. Dei 30 milioni di abitanti la quota attiva supera comodamente il 50%, ma la cosa più importante è che il reddito appare molto più equamente distribuito che non negli stati uniti. Ricordiamo che l'America di Obama conta circa il 30% di cittadini al di sotto della soglia di povertà e circa 25 milioni di persone recluse nelle prigioni federali. Il Canada non ha questa situazione, a fronte di una migliore distribuzione del reddito, la quota di poveri appare molto modesta e la criminalità è ancora molto contenuta. Un dato per tutti: la fascia alta dei manager o professionisti canadesi spesso emigra negli USA dove viene pagata assai di più. In realtà chi resta può contare comunque su livelli di reddito di tutto rispetto, e il costo della vita in Canada, soprattutto se confrontato con la California - uno dei pochissimi luoghi in cui l'economia americana presenta opportunità e crescita di ricchezza - è più favorevole.

## **8. che segmenti di mercato sono più appetibili e perché?**

Un prodotto italiano deve presentarsi interessante per la fascia alta o medio alta di utenti/ consumatori, pensare di competere in base al prezzo è una strategia suicida. Trovare il giusto modo per creare valore percepito per un utente qualificato significa scegliere il proprio posizionamento strategico e su quella base costruire segnali di valore adeguati e intellegibili al target group individuato. Il consumatore canadese di fascia media può spendere, anche molto, ma lo farà solo se percepisce che sta comprando un valore d'uso elevato.

## **9. quali sono i limiti del paese: dazi, tasse, richieste fiscali o legali?**

Il Canada è un mercato di economia libera, non presenta particolari problematiche all'ingresso di prodotti europei. Il regime fiscale è equo e le procedure sono sempre chiare e regolari.

## **10. che servizi offri tu che ti presenti come mediatore, perché dovrei fidarmi di te?**

Io sono un consulente di innovazione, aiuto gli imprenditori con progetti di sviluppo del proprio business, agendo sulla loro organizzazione perché diventi una Learning Organization, cioè una organizzazione capace di apprendere e migliorare. I progetti in cui sono coinvolto sono progetti di innovazione organizzativa che permettono all'imprenditore di affrontare cambiamenti significativi per il successo e la prosperità del proprio business.