



Percorsi per un export di successo in Germania

Camera di Commercio di Parma, 20.11.2007



Kompetenz, die sich auszahlt.



Agenda



- **Presentazione della ditta d'importazione Wilms/Impuls**
- **Percorsi per un export di successo in Germania**
 - Marketing: fattori di successo
 - Sostegno decisionale alla vendita
 - Norme di diritto e logistica
 - Lista di controllo delle finanze
- **Suggerimenti**



Kompetenz, die sich auszahlt.



2

© Markus Krick, 10/2007



Presentazione della Importhaus Wilms/Impuls



Kompetenz, die sich auszahlt.

Gruppo Zertus– Leader nel mercato delle specialità alimentari



Kompetenz, die sich auszahlt.

© Markus Krick, 10/2007

Mission



**Commercializziamo
prodotti alimentari di qualità
In Germania per migliorare la qualità
della vita.**



Kompetenz, die sich auszahlt.



5

© Markus Krick, 10/2007

Strategia aziendale



- Commercializzazione professionale di prodotti alimentari non refrigerati
- Punto di forza sui cinque canali di vendita:
 - GDO
 - Impuls / Convenience
 - Cash & Carry
 - Drogherie
 - Settore farmaceutico
- Propria organizzazione di vendita
- Proprio centro di distribuzione merci
- Gestione strategica del Portfolio



Kompetenz, die sich auszahlt.



6

© Markus Krick, 10/2007

Gestione del Portfolio



FINE FOOD	→	Specialità gastronomiche
HEALTHY LIVING	→	Alimentazione sana
CONFECTIONARY & SNACKS	→	Dolciumi
CONVENIENCE	→	Cibi pronti



7

Kompetenz, die sich auszahlt.

© Markus Krick, 10/2007

Markenportfolio



8

Kompetenz, die sich auszahlt.

© Markus Krick, 10/2007



Percorsi per un export di successo in Germania



Kompetenz, die sich auszahlt.



La strada verso la Germania....



... Comincia da voi!

- **Le domande che bisognerebbe porsi:**
 - Perché voglio esportare in Germania?
 - Quale valore aggiunto offro al consumatore tedesco?
 - Creo una marca o commercializzo un prodotto?
 - Dove deve essere distribuito il mio prodotto?
 - Come deve essere distribuito il mio prodotto?
 - Quanto tempo mi concedo per raggiungere il successo in Germania?
- **Senza un'attenta analisi ogni sforzo per l'esportazione sarà inutile**



Kompetenz, die sich auszahlt.



10

© Markus Krick, 10/2007



Marketing: fattori di successo



Kompetenz, die sich auszahlt.



Marketing: fattori di successo



Cinque fattori di successo in un esempio: Aceto Balsamico



- Valore aggiunto/beneficio => Aceto rosso, gusto originale
- Riconoscimento della marca => Forte image della marca
- Qualità => Alta qualità, mai abbastanza
- Originalità e autenticità => Credibilmente italiano
- COnvenienza => Ottimo rapporto qualità/prezzo



Kompetenz, die sich auszahlt.



12

© Markus Krick, 10/2007

Marketing: fattori di successo



Valore aggiunto/beneficio

- Atmosfera italiana „Dolce vita/Image“
- Vantaggio: nuova immagine del gusto, facile gestione, ecc
- Netta distinguibilità – le imitazioni die concorrenti tedeschi non suscitano credibilità

Marche di aceto prima dell'aceto balsamico



Original

na

Imitazione tedesca



13

Kompetenz, die sich auszahlt.

© Markus Krick, 10/2007

Marketing: fattori di successo



Riconoscimento della marca

- Chiara concezione del prodotto
- Presentazione uniforme del prodotto

Assortimento Aceto Balsamico



Assortimento di aceto cremoso



14

Kompetenz, die sich auszahlt.

© Markus Krick, 10/2007

Marketing: fattori di successo



Qualità

- Ingredienti di alta qualità
- 100% italiano
- Conferma attraverso test del prodotto (es. Stiftung Warentest)
- Garanzia attraverso certificazioni



15

Kompetenz, die sich auszahlt.

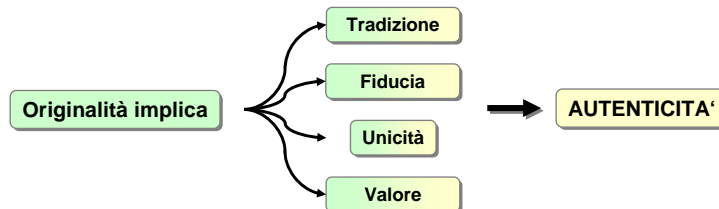
© Markus Krick, 10/2007

Marketing: fattori di successo



Originalità e Autenticità

- Affidabilità 100% italiano
- Marchio IGP e DOP
- Tradizione



16

Quelle: IFAK, April 2005: Qualitative Grundlagenstudie im Auftrag von Wilms/Impuls

Kompetenz, die sich auszahlt.

© Markus Krick, 10/2007

Erfolgsfaktoren im Marketing



Prezzo

- Germania= il mercato con i prezzi più bassi per i prodotti alimentari
- Differenziazione del prezzo in riferimento al canale di distribuzione
- Corrispondenza prezzo-qualità anziché economico



Kompetenz, die sich auszahlt.



17

© Markus Krick, 10/2007



Sostegno decisionale alla vendita



Kompetenz, die sich auszahlt.



Canali di approvvigionamento per le famiglie per generi alimentari, beni di consumo, prodotti per l'igiene personale e della casa



			Mrd. € 2005	% Wert
Direktabsatz	Industrie/Landwirtschaft	Hersteller, Landwirte, Winzer, Beziehungskäufe	6,9	2,8
	Handwerk	Bäckereien, Fleischereien, Konditoreien	23,5	9,4
Großhandel	C&C Großhandel, Beziehungskäufe		3,0	1,2
Einzelhandel	Stationärer EH	Universal-EH, SBW, VM, Supermärkte, Discounter, Nachbarschaftsgeschäfte, Warenhäuser	118,2	47,4
		Spezial EHG, O+G-, Delikatessen-, Fisch-, Tabak-, Süßwaren-, Wein-, Spirituosen Geschäfte, Getränkemärkte, Reformhäuser, Kioske, Automaten, Tankstellen, Drogerien	35,1	14,0
	Versandhandel	Versand EH	0,6	0,2
	Ambulanter EH	Verkaufswagen, Heimdienste, Wochenmärkte	5,9	2,4
Außer Haus Versorgung	Gastronomie, Hotels, Kantinen, Imbisse		56,4	22,6

} 64%

* Nahrungsmittel und Genussmittel, Wasch-, Putz und Reinigungsmittel Quelle M+M Eurodata



19

Kompetenz, die sich auszahlt.

© Markus Krick, 10/2007

GDO tedesca: struttura e requisiti



	Handelsstruktur	%-Anteil	Marke	Private Label	KAM	Field Force	ZL	Strecke
Großfläche	Verbrauchermärkte national	18,8%	x	(x)	x	x	x	x
	Verbrauchermärkte regional	6,7%	x	(x)	x	x	x	x
	Verbrauchermärkte klein	14,2%	x	(x)	x	x	x	x
Nachbarschaftsgeschäfte	Supermärkte groß	11,0%	x	(x)	x	x	x	x
	Supermärkte klein	5,2%	x	(x)	x	(x)	x	(x)
Drogeriemärkte	Drogeriemärkte	8,0%	x	(x)	x	-	x	-
Discounter	Aldi, Lidl und Norma	23,5%	(x)	x	x	-	x	-
	Kooperierende Discounter	12,6%	(x)	x	x	-	x	-

143,7 Mrd. €

	Handelsstruktur	%-Anteil	Theke	SB	Food	Non Food
Großfläche	Verbrauchermärkte national	18,8%	x	x	x	x
	Verbrauchermärkte regional	6,7%	x	x	x	x
	Verbrauchermärkte klein	14,2%	(x)	x	x	x
Nachbarschaftsgeschäfte	Supermärkte groß	11,0%	(x)	x	x	(x)
	Supermärkte klein	5,2%	-	x	x	-
Drogeriemärkte	Drogeriemärkte	8,0%	-	-	x	x
Discounter	Aldi, Lidl und Norma	23,5%	-	x	x	(x)
	Kooperierende Discounter	12,6%	-	x	x	(x)

143,7 Mrd. €



Quelle: eigene Darstellung; Marktzahlen von A.C. Nielsen, 2007



20

Kompetenz, die sich auszahlt.

© Markus Krick, 10/2007



Norme di diritto e logistica




Kompetenz, die sich auszahlt.



Norme di diritto e logistica



Norme di diritto

- Ammettere la vendita delle marche in Germania
- Produzione in base alle direttive europee/tedesche
- Denominazione tedesca, etichetta/lista ingredienti in tedesco
- Indirizzo del produttore+eventuale indirizzo dell'importatore/distributore
- Tracking & Tracing/Rintracciabilità
- Il punto verde 
- Commercio: conversione decreto Health Claims => tabella nutrizionale, indicazione del prodotto
- Commercio: certificazione IFS, BRC (ISO e HACCP spesso insufficienti)



Kompetenz, die sich auszahlt.



22

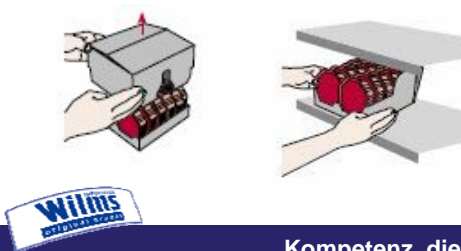
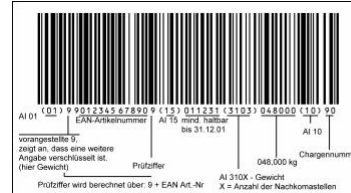
© Markus Krick, 10/2007

Norme di diritto e logistica



Norme sulla logistica

- Codice a barre EAN
- EAN128 (su pallets e imballaggi)
- Euro-Palets, CCG1 (altezza max 1,05m)
- Data di scadenza specifica per segmento
- Shelf-ready packaging + Display/ doppio posizionai
- Stagionalità produzione



23

Kompetenz, die sich auszahlt.

© Markus Krick, 10/2007



Check list dei costi



Kompetenz, die sich auszahlt.



Check list dei costi



Tipologia dei costi

- Calcolo dei costi interni
 - IVA sui generi alimentari = 7%
 - Margine commerciale (relativo alla categoria del prodotto)
 - Bonus (incentivo alla pubblicità)
 - Distribuzione (Gestione canali di vendita)
 - Marketing (Displays, vendite promozionali, pubblicità etc.)
 - Logistica (verso la Germania/verso il cliente)
 - Punto Verde
 - Imposta sui consumi (es. Imposta sul caffè)
 - Prezzo di vendita/Prezzo di acquisto



Kompetenz, die sich auszahlt.



25

© Markus Krick, 10/2007

Check list dei costi



Tipologia dei costi

- Calcolo costi esterni
 - Spese di inserimento
 - Sviluppo del prodotto (ingredienti, design, ecc)
 - Consulenza legale



Kompetenz, die sich auszahlt.



26

© Markus Krick, 10/2007



Suggerimenti



Kompetenz, die sich auszahlt.



Suggerimenti



Come raggiungere il successo

- Analisi die punti di forza e di debolezza
- Gurdare la realtà della propria azienda
- Andare alla ricerca di sinergie
- Realizzare situazioni win win per tutti i soggetti coinvolti
- Sviluppare una propria strategia export
- Prendersi del tempo



Kompetenz, die sich auszahlt.



28

© Markus Krick, 10/2007



Grazie e buona fortuna!



Kompetenz, die sich auszahlt.

