

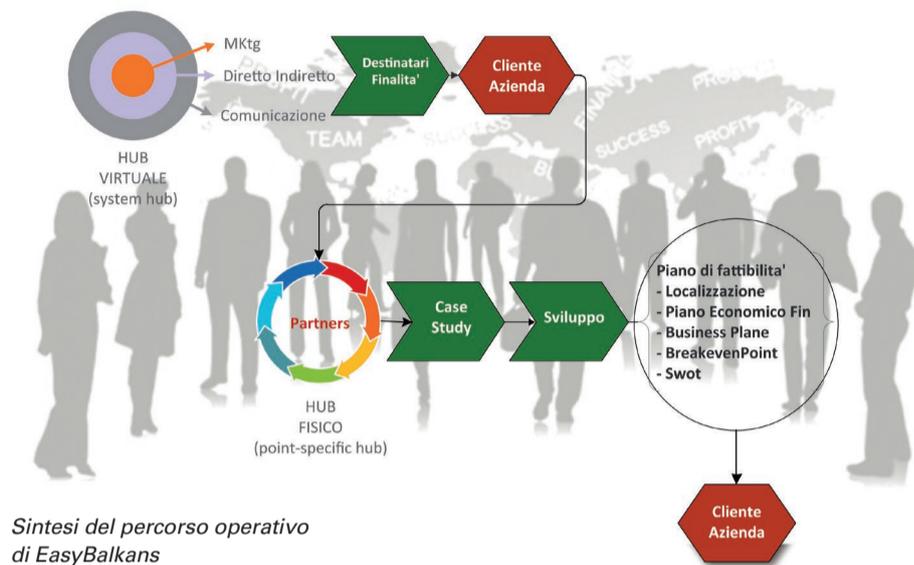
■ **EASYBALKANS-TRUST4TRUST** / Un hub virtuale che funge da punto di interconnessione tra gli input del mercato globale e gli output commerciali alle aziende

Le nuove strategie per fare impresa nel mondo

Internazionalizzare diventa questione di capacità progettuale. E per la costituzione di nuove aziende entra in campo Trust4Trust

Internazionalizzare, un'opportunità da non perdere. "Non significa solo scappare dal proprio Paese, secondo una vecchia interpretazione - sottolinea Fabrizio Marzo, amministratore unico e fondatore di EasyBalkans - bensì cercare nuovi mercati per la sopravvivenza e l'evoluzione delle imprese. In molti casi si parla di una presenza commerciale, industriale, ma è molto di più ed è un processo da affrontare con investimenti e pianificazione". Nella sostanza, creare nuovi mercati commerciali, joint venture, chance in fuori confine, crescita di aziende in M&A (fusioni e acquisizioni), ovvero il terreno ferrato di EasyBalkans.

Non si tratta di una semplice società di consulenza. È un "hub" e funziona quale "input e output", mantenendosi soprattutto come canale di economia e marketing internazionale. "Per capire come agisce la società - precisa l'amministratore - si deve fare chiarezza in che cosa consista un hub nel suo ruolo appunto di canale di economia e di marketing. Lo si intende quale punto di interconnessione su cui convergono clienti e partner per condividere studi di fattibilità, verifiche, ricerche e transazioni in uno scenario di stabile e professionale partenariato". L'hub può essere fisico e virtuale, chiaramente con le dovute differenze. Quello fisico, nel gergo anche point-specific hub, si caratterizza per l'enorme flessibilità sia professionale-tecnica specifica sia logistica ed è un punto di interconnessione tra i due soggetti (cliente e partner), dove entrambi si scambiano input e output con l'obiettivo di definire il piano di fattibilità ideale per internazionalizzare. Invece, l'hub virtuale o system hub è il motore di EasyBalkans, un mercato di comunicazione



Sintesi del percorso operativo di EasyBalkans

internazionale e punto di interconnessione tra gli input, che provengono dal mercato globale, e gli output, che vanno comunicati ai possibili clienti con appositi strumenti di marketing. "Questo secondo hub è gestito da un'unità commerciale e di marketing specializzata nei mercati internazionali e agisce come un motore di ricerca del cliente - continua Marzo - proprio in quanto internazionalizzare non significa solo scappare da uno Stato. Gli storici che studiano economia dichiarano che la crisi a vari livelli è sempre esistita ed è il motivo per cui noi manteniamo un doppio scopo con EasyBalkans". In pratica uno relativo alla promozione di Stati e di opportunità offerte da essi agli imprenditori e che vengono presentate alle aziende in portfolio, l'altro espressamente dedicato all'assistenza globale alle aziende in fase di internazionalizzazione. In tale configurazione di hub la società ha una capillare presenza di partner, in Canton Ticino (Ch), Italia (Bs), Croazia, Slovenia, Serbia,

Slovacchia, Ungheria, Romania, Repubblica Moldova, Russia. "I partner, dal trust all'accounting, al legal, al real estate, al general contractor - chiarisce l'amministratore - partecipano per individuare la soluzione ottimizzata e personalizzata per il cliente. Primo e non trascurabile passo di un'internazionalizzazione è la costituzione della nuova società, fase in cui entra in campo il nostro

partner ad hoc, Trust4Trust Sa, con sede principale in Svizzera. Oltre a essere il nostro faro nel Canton Ticino per i collegamenti e l'esperienza maturate, partecipa attivamente alla pianificazione della 'nuova azienda', nell'organizzazione societaria in vista dei possibili cambiamenti normativi e al fine di pianificare al meglio la protezione dei propri asset personali e societari". Dunque i partner specifici

intervengono per pianificare al meglio il "progetto" internazionale, nel rispetto delle normative locali, con piani di fattibilità, economici finanziari, industriali, grafici. Nulla viene trascurato, programmando già le azioni e attività per gestire le future crescita aziendali. Tutto a conferma dei servizi di alta professionalità garantiti dai partner di EasyBalkans: contabilità (gestione, amministrazione, governance e altri servizi), consulenza societaria e finanziaria (registrazione di

nuove società, consulenza societaria e pianificazione governance, transfer pricing, trust, fondi europei e fondi nazionali), audit e legale (servizi fiscali e tributari, due diligence, analisi di procedure concordate, contrattualistica, fusioni e acquisizioni, due diligence legale, diritto commerciale), immobiliare (terreni edificabili, area industriale dismessa, terreni agricoli, logistici e industriali, aree commerciali). Per ulteriori informazioni: www.easybalkans.com e www.trust4trust.com.

Fabrizio Marzo, amministratore unico di EasyBalkans



Una profonda e complessa revisione

Competere a livello intercontinentale è possibile ma solo con una struttura aziendale capace e aggiornata in ogni suo aspetto, dalle risorse umane agli asset finanziari

"La globalizzazione economica impone ai nostri imprenditori di valutare con attenzione l'internazionalizzazione delle aziende. Di fatto, l'aumentata competizione su scala intercontinentale, la pressione fiscale, il mercato in caduta libera, hanno fatto sì che un numero sempre maggiore di imprese, anche di medie e piccole dimensioni, si attivasse per cercare nuove occasioni sui mercati esteri, con la conseguente e puntuale pianificazione del progetto di internazionalizzazione da parte di professionisti esperti sul tema". A parlare è l'amministratore unico di EasyBalkans, Fabrizio Marzo, la cui società è un riferimento di primo piano nell'accompagnare professionalmente l'imprenditore nel difficile approccio a una nuova nazione, dove tutto è sostanzialmente diverso: popolo, leggi, consuetudini, nel segno di opportunità inedite e da cogliere.

"L'internazionalizzazione - sottolinea Marzo - può consentire alle aziende di realizzare nuove opportunità, creare altro valore, sopravvivere nel tempo, nonché lavorare per il successo della propria missione. I manager ricoprono un ruolo decisivo nel far acquisire all'azienda uno status multinazionale, cambiando e allargando la cultura d'impresa". Questo il fulcro di un'azione ben strutturata, punta-

ta a internazionalizzare l'impresa, che in altre parole significa sottoporre l'azienda a una complessa revisione. "Il processo - continua l'amministratore - investe l'intera struttura, comprese le risorse umane, l'assetto finanziario, il posizionamento sul mercato. L'organizzazione deve essere rivisitata, aggiornata e ampliata, tenuto conto dei fattori fondamentali propri di un'imprenditorialità che deve competere a livello intercontinentale". Insomma, internazionalizzazione per la Pmi è anzitutto valutazione di strategie di delocalizzazione e di alleanze internazionali, finalizzate ad assicurare una durevole e soddisfacente penetrazione nel mercato e stabilizzazione. Ed è un processo che può avvenire in modi differenti, come spiega Marzo: "Esportando all'estero ciò che è prodotto in patria o investendo all'estero in joint venture con un imprenditore straniero, presente sia come socio nell'asset della società sia nella conduzione dell'azienda, con apporti differenti know-how, equipaggiamenti, agreement, intangibile. O, ancora, consentendo a operatori stranieri opportunamente selezionati di vendere prodotti italiani nei loro Paesi in virtù di accordi basati su concessioni, rappresentanze, licenze e mandati. Infine, si può internazionalizzare delocalizzando parte della produzione, o tutta, in un

nuovo stabilimento estero". Soprattutto non si deve più parlare di internazionalizzazione solo per le grandi imprese, come in passato. "Per nulla - conferma Marzo -, deve essere preso in considerazione pure dalle Pmi per disincagliarle dalle secche di una crisi economica e finanziaria che, in Italia, le sta estinguendo. Senza indugio occorre offrire all'impresa uno scenario extranazionale, al fine di interpretare le esigenze, le aspettative, gli obiettivi al meglio, scegliendo il Paese più adatto, altro non facile compito di EasyBalkans".

La sostanza è che, nel corso degli anni, è cambiata la prospettiva. Oggi bisogna entrare nell'ottica che internazionalizzare non vuol dire "fare un tentativo commerciale industriale", bensì pianificare un progetto strategico capace di consentire la stabilizzazione di un'unità produttiva, commerciale, distributiva, in modo durevole e in un altro Paese, creando anche nuovi mercati.

"Per finire - conclude l'amministratore - l'obiettivo di un'impresa orientata al mercato estero consiste nell'ottenere la stabilizzazione di una struttura che sostituisca o integri la casa madre e che, grazie ai vantaggi di un'adeguata riduzione dei costi di produzione, di manodopera, di pressione fiscale, nonostante uno start-up non sempre facile, si metta nelle condizioni di ritrovare serenità per rilanciare marketing e idee, in linea con mercati globali in continua evoluzione". Perché, come sosteneva il padre della macroeconomia John Maynard Keynes, "la difficoltà non sta nel credere alle nuove idee, ma nel fuggire da quelle vecchie".



Interno della sede di EasyBalkans