



ABOUT CONSULTING S.P.A.

Azienda estera abbigliamento bambino

Situazione iniziale

Obiettivo: ingresso nel mercato italiano

- Alta capacità produttiva nel paese di origine
- Modesta visibilità del brand a livello internazionale
- Disponibilità a partnership e/o integrazione con realtà locali

Problemi e Opportunità

Criticità:

- Definizione del target e delle modalità competitive
- Tempi di attuazione e recupero dell'investimento
- Fattibilità e chiarezza del piano industriale

Opportunità:

- Visibilità ed appeal dell' "Italian style"
- Accesso a creatività e capacità tecniche

AC ha avuto mandato di elaborare un progetto di investimento, che prevede una prima fase di partnership commerciale con un operatore locale e una seconda fase di sviluppo di una rete di negozi in franchising.

Intervento

Si sviluppa in quattro fasi successive:

- Analisi del mercato e scelta opzioni strategiche:
 - analisi della domanda, dei canali distributivi dell'offerta
 - documento di indirizzo strategico con definizione delle opzioni strategiche di ingresso nel mercato
- Alleanze \ acquisizione
 - information memorandum sulla società interessata ad acquisizione
 - formalizzazione accordi e studio valore potenziali partner
- Business plan
 - fabbisogno e risultati accessibili nelle diverse fasi del progetto
- Piano operativo
 - definizione delle soluzioni operative, tempi, modalità di attuazione

Risultati: l'azienda oggi

- **Tempi brevi di ingresso e operatività immediata**
- **Approccio graduale**
- **Benefici da integrazione: tecnica, commerciale, organizzativa**
- **Effetto traino dei brand già presenti sul mercato, sia in Italia sia nel paese d'origine**
- **Replicabilità del modello in altri paesi europei**