

Il mercato australiano: opportunità e ostacoli

Dott.ssa Taylee Lewis
President, Australia Italy Business Association (AIBA APS)



Engage. Inspire. Grow.

Cogliere l'opportunità

Numerosi fattori continuano a far avanzare le relazioni tra Australia e Italia



1

Accordo di libero scambio con L'UE per stimolare le opportunità commerciali

2

La Brexit rinnova le relazioni dell'Australia con l'UE

3

Ricerca di know how per sostenere la crescita economica del Paese

Principali modalità di ingresso nel mercato

Foreign Direct Investment

I settori con le maggiori opportunità includono le infrastrutture, l'agroalimentare, la difesa, la manifattura avanzata e aerospace, le risorse e l'energia, la sanità.

Adatto a grandi aziende ben strutturate

Opportunità ancora disponibili per un'azienda di medie dimensioni

Joint Venture

Le aziende australiane cercano il know-how italiano per espandersi e diversificarsi

Opportunità significative con questo veicolo di investimento in settori quali la medicina, la scienza, IT e l'economia circolare.

Le start-up possono esplorare questo veicolo di ingresso

Export

Made in Italy apprezzato: il marchio straniero più richiesto

62% di Australiani hanno comprato un prodotto Made in Italy negli ultimi 12 mesi

Australiani disposti a pagare per la qualità italiana

L'accordo di libero scambio è destinato a rimuovere diverse barriere per gli esportatori

L'Australia può essere utilizzata come hub per accedere ad altri mercati asiatici come Singapore, Indonesia e Malesia

L'e-commerce permette agli esportatori di avere un altro canale di distribuzione e sta diventando una modalità di distribuzione preferita.

Barriere all'ingresso



CULTURAL DISTANCE

La struttura organizzativa è sempre più piatta e lo stile di gestione del personale locale dovrà adattarsi

LOGISTICS, COSTS, PLANNING

Le norme doganali sono rigidi; l'etichettatura e packaging devono essere conformi alle leggi australiane.

CORPORATE PRIORITIES

Attività commerciali devono essere adattate al mercato, come il marketing, le campagne di reputazione aziendale ma anche il management style.

Il ruolo di AIBA nel supporto delle aziende italiane

In quanto associazione no-profit che non offre servizi commerciali, l'AIBA può affiancare le aziende nel seguente modo:

Rete di professionisti

Riferire le aziende ai professionisti, potenziali partner, contatti istituzionali per favorire l'ingresso e l'espansione sul mercato



Formazione

Workshop, B2B e altri eventi che forniscono informazioni sul mercato australiano



Networking

Opportunità di incontrare e imparare da altri professionisti e aziende



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: UN FATTORE DI SUCCESSO

Il mercato australiano è sensibile al comportamento aziendale e una strategia di CSR specifica per il mercato contribuirà alla percezione del marchio, all'attrattiva per i partners, clienti, dipendenti e investitori e al successo commerciale a lungo termine.



SOCIAL & ENVIRONMENTAL IMPACT

L'impatto ambientale e sociale sarà valutato e l'azienda dovrà essere in grado di dimostrare l'impatto

SOCIAL LISENCE TO OPERATE

Una licenza non tangibile, in cui la comunità approva che l'azienda operi nel suo territorio grazie a buone pratiche commerciali.

REPUTATION STRATEGY

È importante che un'azienda investa in una strategia di reputazione aziendale e stakeholder engagement per comunicare le proprie attività

Contact AIBA



Via Uberto Visconti di
Modrone, 7, 20122
Milano

taylee.lewis@australiaitalyba.org

+39 392 5202 188

australiaitalyba.org