

Le frontiere dello sviluppo OPPORTUNITÀ ALL'ESTERO

Big in prima fila. Enel, Fiat, Stm progettano prodotti adatti ai paesi ad alto tasso di crescita

Agroalimentare. Cibi del lattiero-caseario e grappa sbarcano nei Caraibi e Sudamerica

La corsa degli emergenti rilancia l'innovazione

Aziende italiane a caccia di nuovi mercati oltreconfine

Franco Vergnano

Come portare ai Caraibi e nei paesi caldi i prodotti lattiero-caseari che, si sa, amano la montagna e il fresco? È la scommessa imprenditoriale vinta dalla Trevalli Cooperlat di Jesi (Ancona) con Hoplà, crema vegetale a lunga conservazione. «Hoplà - dicono al quartier generale marchigiano - è la chiave d'accesso per i mercati esteri, a partire dall'Africa (Algeria e Marocco), fino all'area caraibica in cui si sono affermati altri nostri prodotti simili». L'azienda ricava il 10% dei profitti dall'estero, Hoplà è leader nel mercato consumer e nella gelateria e pasticceria.

Altro scenario, a Nord Est. Partendo da Castello Roganzuolo di San Fior (Trevviso), una boutique della grappa del rango di Alexander è arrivata fino a Brasilia: «Il mercato sudamericano - racconta il patron, Sandro Bottega - è difficile perché c'è già cachaca, rum, tequila. Per avere successo bisogna usare design e italianità: siamo il paese al mondo più amato da quei popoli specie nei ceti abbienti. Dell'Italia si ama la cucina, l'arte, la moda. Abbiamo perciò introdotto prodotti realizzati ad hoc per il Brasile, poi estesi a tutto il mondo, ad esempio un liquore a base di grappa al guaranà, con la ricercata bacca dal gusto forte e dagli effetti stimolanti. Inoltre produciamo abbiamo alcolici, sempre studiati per il sudamericano, il coccò, all'ananas, all'aloë vera».

Abilità tipicamente italiane. Sono però i grandi gruppi, dalla St microelectronics all'Enel, a spingere nello sviluppo - spesso e volentieri in loco - di prodotti adatti ai mercati che crescono a velocità elevata. Un fenomeno analogo lo troviamo

anche nell'automotive, dove i produttori di ogni taglia hanno spesso seguito la delocalizzazione della filiera.

Sogefi, la società di componentistica auto Cir, è il secondo operatore mondiale nei componenti elastici per sospensioni e il quinto nei sistemi di filtrazione motore: «In Brasile - commenta il Ceo Emanuele Bosio - abbiamo realizzato un sistema di filtrazione motore "ad hoc", denominato «flex», in grado di funzionare in modo flessibile sia con i combustibili tradizionali sia con il bioetanolo, particolarmente diffuso nel paese».

In Brasile la Sogefi dispone di un centro di ricerca che opera prevalentemente nel settore della filtrazione aria motore. Nel prossimo futuro, aggiunge Bosio, «prevediamo di rafforzare ulteriormente la nostra presenza nelle attività di ricerca e sviluppo locali in considerazione della crescente importanza del Brasile, diventato il primo mercato per fatturato dopo anni di leadership della Francia. Tra gli obiettivi c'è l'avvio di attività di ricerca in India, dove siamo entrati a fine 2008».

Anche le pmi seguono in Cina i loro committenti strategici. Da Codogno, la Audio Ohm ha saputo fare il salto dal locale al globale. Il 97% del business arriva oggi dall'estero, facendo fusioli per auto. Per dieci anni hanno lavorato per Magneti Marelli. Si sono affacciati in Fiat parecchie volte, ma gli hanno sempre risposto che erano troppo piccoli. Hanno provato in Germania con Mercedes, Audi, Porsche: un'intesa con l'ateneo di Monaco ha innovato una legama-stagno per i fusibili.

Un caso a parte è quello della Fiat che ha saputo sfruttare molto bene, con un'importante mix

di innovazione di tecnologie e, soprattutto, di marketing, il suo posizionamento nel mercato brasiliano con i motori alimentati anche grazie alle piantagioni della canna da zucchero. A Torino ripongono molte aspettative sulla rivoluzionaria tecnologia multi-air, brevettata da Fpt (Fiat powertrain technologies) che sarà utilizzata anche per i modelli americani.

L'Enel ha sviluppato un'attività di ricerca in Cina per la cattura dell'anidride carbonica. Racconta Sauro Pasini, responsabile ricerca: «I cinesi sono molto avanti nello sviluppo dei "sorbenti", cioè le sostanze chi-

I COMPARTI TRAINANTI

Automotive, alimentare ed elettronica sono tra i settori più presenti nell'espansione estera del made in Italy

miche che catturano la CO2 dai fumi. Un processo che porta alla riduzione dell'efficienza degli impianti, con un taglio del 25-30 per cento. In Cina hanno sviluppato delle ammine che permettono di ridurre le perdite del 20 per cento».

Il programma, continua Pasini, è nato da un accordo tra il governo cinese e quello italiano: «La prima fase del progetto si concluderà nel 2011. Porterà a uno studio di fattibilità propeedeutico alla realizzazione di una centrale a carbone con emissione zero integrata con i campi petroliferi».

Mentre noi stocchiamo l'anidride carbonica nelle sacche sotterranee già sfruttate, i cinesi la pompiano nei giacimenti di petrolio ai confini con la Mongolia

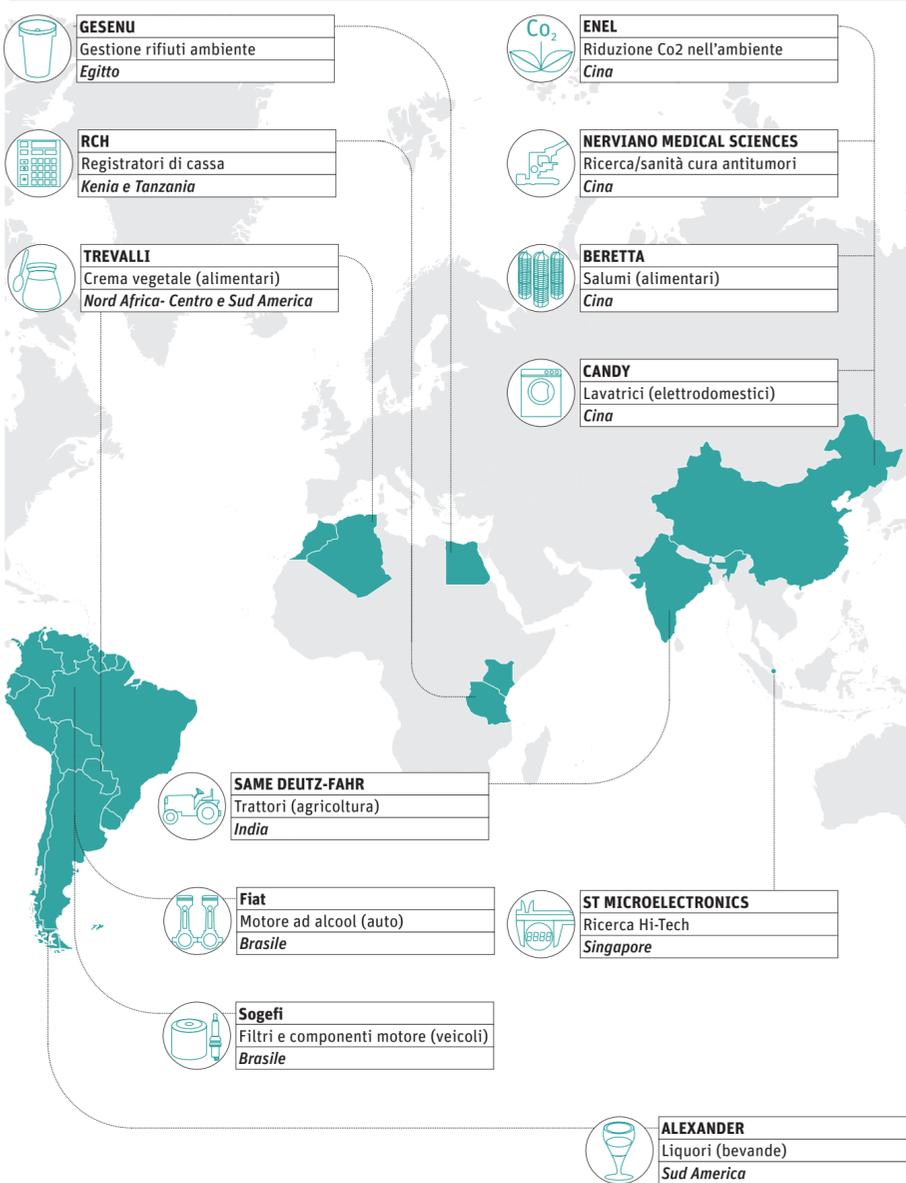
per estrarre petrolio. Sempre a Pechino, il programma per la riduzione delle emissioni da traffico ha spianato la strada prima a un'importante commessa per la fornitura di motori a basse emissioni di Iveco Fiat e poi alla promozione dei filtri antiparticolato Pirelli. A Shanghai il progetto pilota sui motori a basse emissioni per i motocicli ha trinato i prodotti innovativi di Ducati Energia, Fiamm, Malaguti. E anche nell'ambiente c'è spazio per le Pmi. L'Aaec, controllata di Asa international (Gesenu di Perugia) gestirà al 50% fino al 2018 il ciclo integrato dei rifiuti al Cairo per 50 milioni l'anno e 2.250 tonnellate al giorno.

Molti gruppi però "adattano" i loro prodotti ai mercati locali. La Stm ha laboratori di ricerca e sviluppo applicativa nei paesi dove i partner hanno impiantato i loro, ad esempio a Singapore, ma anche, seguendo appunto i clienti, in Malesia, Cina, Taiwan, Corea, Vietnam. In India fin dalla fine degli anni '80 esistono centri Stm per lo sviluppo di sistemi informativi.

Sempre tra i big, l'anno scorso Agusta Westland (Finmeccanica) ha vinto una gara dell'aeronautica militare indiana per 12 elicotteri Aw 101 per il trasporto governativo. Lo stesso gruppo ha anche piazzato una dozzina di velivoli addestratori avanzati M-346 alle forze aeree di Singapore. A Jiangmen, nel Guangdong, la Candy ha affiancato una linea di produzione specializzata in lavatrici automatiche di tipo europeo, ad apertura frontale, ai modelli automatici ad asse verticale. L'obiettivo dichiarato: conquistare, con il marchio Jingling, il terzo posto nella fascia alta delle lavatrici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I progetti nel mondo



Rch. Software dedicati per Kenia e Tanzania

Scontrini fiscali dal Veneto all'Africa

L'eldorado della Rch si chiama Africa. Il business che ne è derivato all'azienda di registratori di cassa, dopo l'entrata nel mercato del continente nero, ha fatto balzare il fatturato in avanti del 30 per cento. Tutto grazie ai prodotti tecnologicamente innovativi che i paesi africani hanno chiesto all'impresa trevigiana, prodotti all'avanguardia adottati oggi in pochissime nazioni del mondo (Italia esclusa).

CARTA VINCENTE

De Pra (presidente): «Abbiamo introdotto nuovi programmi nei registratori di cassa e ora siamo all'avanguardia nel mondo»

Nel 2006, dopo che la Kenya Revenue Authority (la nostra agenzia delle Entrate) introdusse la legge fiscale, cioè l'obbligo per ogni esercizio commerciale di detenere il registratore di cassa, l'azienda di Silea esportò nel paese non solo il prodotto ma anche know-how e design innovativi, tanto che cinque anni dopo - pochi mesi fa - grazie alla "fama" guadagnata, i prodotti Rch sono entrati anche nei paesi vicini, in particolare in Tanzania, dove la Revenue Authority locale ha chiesto una tipologia di macchina che Rch ha creato apposta per l'esigenza del cliente. «La Tanzania voleva un registratore di cassa che permettesse il trasferimento dei dati scontrini, dall'apparecchio direttamente

al cervello centrale della banca dati dell'ufficio delle Entrate, ogni sera, attraverso un modem gprs - spiega Stefano De Pra, presidente e ad di Rch - Abbiamo modificato e adattato le nostre macchine, introducendo nuovi software e ora siamo tra le uniche quattro aziende (le altre sono un'italiana e due bulgare) ad aver vinto il bando per la fornitura ufficiale nel paese».

«Anche i paesi confinanti, Uganda, Congo, Zambia e Mozambico, stanno adottando la stessa tecnologia - aggiunge De Pra - Spero che la stessa cosa avvenga in paesi come l'Italia. Per il momento guardiamo alla Cina, che si sta dotando di una legge fiscale».

Rch fa parte di una holding che comprende anche Data4, Mct e Ral, società che gestiscono il business in Europa, Americhe e Far East. Il gruppo - 80 addetti e una quota di mercato italiano del 34% - chiude il 2010 con 21 milioni di fatturato e 50mila pezzi prodotti l'anno. La holding, nata come azienda familiare 40 anni fa, ha puntato con decisione negli ultimi anni sugli investimenti in ricerca e innovazione. «La priorità è quella di rispondere alle nuove esigenze del mercato - spiega il presidente di Rch - Nel 2001 siamo stati i primi in Italia a certificare il registratore di cassa con un unico rotolo; oggi, dopo dieci anni, lanciamo prodotti con una caratteristica fondamentale: la connettività». Porte ethernet, usb e schede rete per nuove frontiere nella gestione del punto vendita e della contabilità.

Katy Mandurino
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Same. Impianto ad hoc per il mercato locale

I trattori «bonsai» nascono in India

Da Treviglio, Lombardia, a Ranipet a due ore dall'aeroporto di Chennai, sud est dell'India. L'obiettivo? produrre trattori di piccole dimensioni da un minimo di 50 cavalli a un massimo di 70 per il mercato indiano ma anche, a catena di montaggio in attività, per l'Europa e per il mercato americano. È la strategia del Gruppo Same Deutz-Fahr, 2.400 dipendenti nel mondo per un fatturato che nel 2009 ha toccato gli 876,4 milioni di euro (6,5 milioni l'Ebit).

L'OBIETTIVO

Paganelli, direttore industriale corporate: «Puntiamo a trasferire tutta la produzione di motori nella sede di Ranipet»

Due produzioni diverse ma accomunate da un'unica filosofia, vale a dire usare le competenze e le tecnologie finora acquisite per conquistare, con un prodotto mirato, l'India e al tempo stesso servirsi degli investimenti in India e delle conoscenze acquisite dai dipendenti indiani per creare motori competitivi in occidente. «Siamo in India - spiega Andrea Paganelli, direttore industriale corporate - da dieci anni. All'inizio avevamo una joint venture al 50% con una società indiana. Negli ultimi anni abbiamo rilevato il 100% della proprietà, lasciando però la gestione al management indiano, a cominciare dal ceo. Naturalmente il nostro controllo dall'Italia è molto forte. In questo momento lo stabilimento occupa 380 dipendenti, di cui 250

addetti diretti alla produzione, gli altri invece si occupano di servizi e di logistica».

A Ranipet il gruppo realizza con la stessa linea due gamme di prodotto. Il primo destinato al mercato locale. «Si tratta - dice Paganelli - di trattori che sacrificano il design e alcune specificità tecnologiche per centrare meglio i bisogni dei clienti locali, vale a dire il fatto che per gli indiani il "trattore" non è solo uno strumento per coltivare, ma viene utilizzato per una pluralità di funzioni compreso il fatto di essere considerato un mezzo di locomozione». La seconda produzione è destinata all'occidente «deve invece centrare l'esigenza di design innovativo e di tecnologia che ci chiedono i clienti europei».

Un impegno che in termini di cifre ha significato un investimento di dieci milioni di euro. «Anche perché - aggiunge Paganelli - puntiamo a trasferire in India tutta la produzione dei motori. Ormai li siamo riusciti a sviluppare tutte le competenze necessarie compreso il fatto che abbiamo un'ottima rete di fornitori per i componenti che spesso utilizziamo pure in Italia». A Treviglio si concentrerà la produzione di trattori.

Attualmente il gruppo ha sette stabilimenti: Treviglio, appunto (trattori da 50 a 150 cavalli), Lauingen in Germania (120 - 300 cavalli), Ranipet in India (50 - 70 cavalli), Zupanja in Croazia (mietitrebbie), Mosca (trattori da 165-270 cavalli), Dalian in Cina: l'avvio della produzione è previsto per il 2011 e produrrà trattori da 120 a 300 cavalli.

S.U.
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Beretta. Investimento di 10 milioni a Nanchino

Ricetta orientale nei salumi di Trezzo

All'Fhc di Shanghai, la fiera del food che si è svolta a novembre, c'erano anche loro, in bella mostra: i salumi italiani, know how tricolore virato sul gusto cinese. Coppa, cotecchini, salami, mortadella e affini.

Ma come? In un salame prodotto nello Jiangsu seguendo la ricetta italiana? Marco Barbieri, patron del ristorante Da Marco, tra i più importanti ristoratori attivi in Cina, titolare di una società di catering (era all'Expo del padiglione spagnolo, oltre a rappresentare l'Italia con il suo ristorante) è, a sua volta, grande cliente di questi prodotti. Li definisce con un solo aggettivo: «Ottimi».

Del resto, al disciplinare non si sfugge, anche soltanto per importare i prodotti, perché i cinesi richiedono altissimi standard all'ingresso.

In considerazione della complessità della materia, ministero della Salute e autorità cinesi hanno sottoscritto un memorandum per consentire l'export in Cina dei prodotti della salumeria italiana (prosciutti crudi e cotti, mortadella, salami, coppe, speck), un giro di affari da 600 milioni di euro all'anno.

Firma in calce: Vittore Beretta, presidente dell'associazione dei trasformatori aderenti a Confindustria.

R.Fa.
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Nerviano Medical Sciences. Intesa internazionale

L'antitumorale conquista la Cina

Nemorubicina. È il nome da fiaba di una molecola preziosissima alleata nella lotta ai tumori, frutto della ricerca di Nerviano Medical Sciences. In pratica, la più grande azienda italiana (e tra le più significative in Europa) nella ricerca e sviluppo farmaceutico del settore oncologico. Proprio in questi giorni - ricordiamolo - la regione Lombardia, attraverso i suoi istituti di ricerca, sta per diventare socio di maggioranza della struttura.

È anche, la nemorubicina, ampliamente sponsorizzata dal governo cinese e il protocollo di intesa benedetto e sottoscritto alla presenza delle autorità dei due paesi appena qualche mese fa».

«Quanto ci vorrà per passare dagli auspici ai risultati? «Anni fa avrei detto che ci sarebbe voluto almeno un decennio per passare alla fase di mercato, adesso - ipotizza Baielli - la tempistica si è quasi dimezzata. Direi sei anni».

C'è una certa soddisfazione, da parte di Nerviano Medical Sciences, nell'aver intavolato la trattativa: «Certamente il nostro patrimonio di ricerca viene messo a disposizione di un paese emergente per ricavarne risorse utili a continuare le ricerche stesse e gli investimenti. Tutte risorse che, altrimenti, non sarebbe stato possibile reperire».

Ovviamente sarà necessario comunque siglare il contratto definitivo, saldando quanto pattuito nel precontratto. Ma questo aspetto rientra nelle normali dinamiche contrattuali tipiche della cultura cinese.

Rita Fatiguso
© RIPRODUZIONE RISERVATA