

4 giugno 2013

La tecnologia spinge le vendite all'estero

di Barbara Ganz

Oltre il 90, 95, fino al 97% per cento: i campioni dell'export arrivano a livelli che li rendono quasi sconosciuti in patria, ma solidi e preparati a reggere una congiuntura come quella attuale. Esperienze consolidate nel tempo, mentre molte altre sono le aziende che si attrezzano oggi a potenziare il fronte estero a causa del prolungato calo della domanda interna. A Trebaseleghe, nel Padovano, la San Gabriele Spa lavora dal 1972: «Mi sono distaccato da un'altra realtà in cui ero direttore per cogliere alle prime opportunità che il nuovo mercato europeo apriva, in Paesi prima strettamente contingentati. Ho iniziato con il vino, nel primo decennio, poi sono arrivati i mosti concentrati e rettificati, quindi i succhi, nella terza fase» racconta il titolare, Adriano Tambacco, che alla guida è oggi affiancato dai tre figli. I 75 milioni di fatturato del 2012 cresceranno a 83, e la ricerca di nuovi spazi non si ferma: «Vendiamo ovunque, tranne che in Australia. Ci mettiamo la garanzia della nostra storia, l'etica del lavoro di chi non inquina e fa le cose per bene. Ora il nuovo è rappresentato dal prodotto biologico, per il quale prevediamo grandi possibilità».

La concorrenza non manca, ma la quota di export resta comunque salda al 91 per cento. Un dato simile a quella di Gruppo Stevanato, leader del packaging farmaceutico con sede a Piombino Dese, sempre in provincia di Padova. Il sito aperto nel 2008 in Messico è raddoppiato con un investimento di 22 milioni, e nel novembre 2012 sono stati avviati i lavori per il nuovo stabilimento produttivo a Zhangjiagang, in Cina; la multinazionale – 213 milioni fatturato consolidato 2012, 242 milioni la previsione 2013 (+16%), 1.550 dipendenti e un export oltre il 90% – è già operativa in 150 paesi nel mondo. L'apertura del nuovo stabilimento – spiegano in azienda – pone un focus importante sul Far East, fortemente in crescita nel settore farmaceutico. L'operazione vale 40 milioni, creerà lo stabilimento su un terreno di 30mila metri quadri nella provincia dello Jiangsu a Zhangjiagang, polo dello sviluppo economico e tecnologico, e prevede entro fine 2013 l'avviamento delle prime linee di produzione destinate a far fronte alle esigenze di tutte le case farmaceutiche locali e multinazionali che vogliono fornire il mercato cinese e dell'Asia.

Dal packaging all'intrattenimento: il nuovo parco divertimenti di Kayseri, nella Turchia centrale, è stato interamente realizzato dalla Eos Rides di Spresiano, Treviso; la località ha un passato romano e un presente da città emergente con 2 milioni di abitanti (che diventano 4 entro un raggio di 100 chilometri), molti dei quali giovani e con un reddito secondo solo a quello di Istanbul. L'azienda veneta, oltre ad avere curato il layout, la scelta delle giostre, il logo e la mascotte, è anche l'unico fornitore della trentina di attrazioni presenti: dai grandi coaster alla torre a caduta, dal flume ride alla ruota panoramica. Eos Rides ha il 40% delle quote di Mazakaland e conta di raggiungere il punto di break even già dopo 22 mesi dall'apertura. La chiave della strategia estera sta in un numero considerevole di brevetti di attrazioni, e nella capacità di seguire ogni fase, dal progetto al design, dalla tematizzazione alla gestione dell'immagine del parco, individuando gli sponsor e, su richiesta, partecipando all'investimento ed entrando nel management. L'investimento in terra turca raggiunge i 25 milioni di euro.

Storie di aziende che padroneggiano l'export, ne fanno una chiave di successo e indicano una strategia: «L'ultima tappa del giro d'Italia, per la prima volta partito dalla sede di un'azienda (la veneta Pasta Zara a Riese Pio X, esportazioni al 92%, ndr) – ha detto il governatore del Veneto, Luca Zaia – è un segnale importante, la

risposta delle nostre imprese alla crisi». E non è un caso se a Vicenza, per la prima volta, è stata scelta un'azienda come sede dell'assise degli industriali in programma il prossimo 10 giugno: è la Telwin di Villaverla, che negli stessi giorni raggiunge i 50 anni di storia. Leader mondiale nel settore saldatrici e caricabatterie, con una gamma di prodotti che va dall'automotive all'industria, dall'edilizia alla cantieristica navale, la Spa dalla sede centrale di Villaverla (Vi) – chiamata "cittadella" della saldatura – raggiunge 120 mercati nei cinque continenti. Il fatturato, superiore ai 70 milioni annui, deriva per l'85% dall'export, una propensione che non mostra segni di stanchezza: nel mirino c'è il consolidamento del marchio in Medio Oriente, Sud America ed Est Europa, che offrono interessanti opportunità di crescita.

4 giugno 2013

P.I. 00777910159 - © Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti riservati