

Un impegno a tutto campo



Marco Biraghi,
sales development manager
della Pneumax.

Da alcuni anni la spinta alla internazionalizzazione in Pneumax ha subito una forte accelerazione, da una parte per attenuare la dipendenza dei risultati dell'azienda dall'andamento della nostra economia, dall'altra per sfruttare le opportunità offerte da un catalogo di prodotti e servizi sempre più ricco e qualificato.

Il compito di portare avanti il progetto è stato affidato da Roberto Bottacini, titolare del gruppo di Lurano in provincia di Bergamo, e da sua figlia Monica Bottacini, Export Sales Mngr, a Marco Biraghi. Preparato, disponibile, curioso, Biraghi ha accolto con entusiasmo l'occasione.

Ha preparato le valigie e messo a punto un programma di lavoro molto articolato che lo porta a girare il mondo per la maggior parte dell'anno per sviluppare e consolidare un'organizzazione di vendita che ormai si estende su tutti e cinque i continenti.

Continua il programma di internazionalizzazione di Pneumax con la individuazione di distributori e la creazione di filiali in tutti e cinque i continenti. Dopo la Cina sarà la volta della Repubblica Ceca e per Marco Biraghi, sales development manager dell'azienda bergamasca, gli impegni e le soddisfazioni non mancano

«Gli investimenti che la società ha fatto fuori dall'Italia - esordisce Biraghi - sono notevoli e i risultati ottenuti sono in linea con questi sforzi. Nel 2005 l'estero ha contribuito per circa il 38% al fatturato totale di Pneumax, che è stato di 46 milioni di euro, mentre il gruppo ha superato ampiamente i 100 milioni di euro. Mi piace sottolineare che il peso percentuale dell'estero è salito di 13 punti percentuali negli ultimi 5 anni».

Progettare: Come è organizzata la rete di vendita all'estero di Pneumax?

Biraghi: Possiamo contare su filiali ed esclusivisti. Ciò che li accomuna è la presenza nei loro organici di personale altamente qualificato a disposizione dei clienti per fornire il più completo ed efficiente supporto tecnico e logistico. Disponiamo di magazzini di prodotti pronti che permettono di evadere tempestivamente le richieste dei clienti. Abbiamo



Marco Biraghi con alla sua destra Fausto Villa, direzione commerciale Italia, e alla sua sinistra Sergio Sarica, direzione finanza e controllo di Gruppo, e Hong Luo, managing director di Pneumax Pneumatic Equipment Shanghai, davanti allo stand della Pneumax alla recente PTC Asia.

rappresentanti in tutte le parti del mondo: Australia, Arabia Saudita, Stati Uniti, Canada, Svezia, Svizzera, Ungheria, Romania, Polonia, Jugoslavia, Turchia, Grecia, Corea, Pakistan, Messico, Argentina, Cile, Sud Africa e filiali dirette in Germania, Spagna, Francia, Inghilterra, Russia, India, Portogallo e Singapore.

Progettare: E prossimamente Cina.

Biraghi: È vero. A marzo costituiremo la Pneumax Pneumatic Equipment Shanghai, la cui direzione è stata affidata a Hong Luo, un giovane manager locale molto preparato, e può contare oggi su un organigramma composto da 13 persone.

Progettare: Che cosa rappresenta la Cina per Pneumax?

Biraghi: Al presente un investimento e per il futuro un'opportunità di business e di ritorno economico.

Progettare: In termini di fatturato?

Biraghi: Noi realizziamo in Cina un discreto fatturato, diverse centinaia di migliaia di euro di prodotti realizzati in Italia, ma i programmi sono molto ambiziosi. Un passaggio importante in questa direzione è la decisione di produrre direttamente in Cina per il mercato locale. A questo scopo è stato individuato uno stabile di 1.700 metri quadrati nella zona industriale di Shanghai, dove da gennaio assembleremo i componenti che vengono preparati in Italia.

Progettare: Quali linee di prodotti sono assemblate in Cina?

Biraghi: Dal momento che è sempre il mercato a indirizzare le scelte, siamo pronti a far fronte a qualsiasi tipo di richiesta. Credo comunque che non si tratterà delle ultime novità del nostro catalogo non tanto per la paura che vengano copiate, ma perché il mercato cinese al momento non richiede quel tipo di prodotto. Penso che il proporre un pro-

dotto tecnologicamente troppo avanzato possa mettere in difficoltà sia la nostra organizzazione di vendita che gli utilizzatori stessi che non saprebbero utilizzarli appieno.

Progettare: Quali sono i settori di impiego che ritiene possano dare maggiori opportunità per la componentistica Pneumax?

Biraghi: Andremo prima di tutto a operare sui mercati più vicini alla nostra esperienza, vale a dire macchine del legno, macchine tessili, macchine per il settore calzature, macchine per imballaggio, macchine per lo stampaggio della plastica, macchine per la ceramica. Non escludo però anche di toccare altri settori, sfruttando le conoscenze e il know-how del personale specializzato che verrà assunto per costituire la struttura di vendita.

Progettare: Sulla base dell'esperienza maturata si sente di dare qualche consiglio su come approcciare il mercato cinese?

Biraghi: Innanzitutto occorre definire il mercato nel quale operare. Per quanto riguarda Pneumax, almeno inizialmente, non abbiamo alcun interesse per il mercato dei costruttori di macchine destinate alla produzione locale, ma vogliamo proporci ai costruttori che destinano il loro prodotto all'estero, dove più facilmente viene riconosciuta la qualità, e per fare questo punteremo, come per tutte le strutture che abbiamo all'estero, a offrire un ottimo servizio a 360 gradi. La decisione di produrre localmente va proprio nel senso di essere molto snelli e pronti a rispondere alle richieste dei clienti. Per quanto riguarda il prezzo, abbiamo visto di poter essere molto competitivi dal momento che il nostro listino si colloca in una fascia leggermente più bassa rispetto ai costruttori europei, ovviamente una fascia estremamente alta rispetto ai costruttori locali.

Progettare: Quale strategia commerciale prevede di attuare?

Biraghi: Sicuramente il concorrente locale è irraggiungibile per quanto riguarda il prezzo. La strada da percorrere, così come hanno fatto i costruttori europei che già operano con successo in Cina, è quindi quella di puntare sull'innovazione tecnologica, sulla qualità, sul servizio e sul marketing. La partecipazione alla recente PTC Asia di Shanghai va pro-

prio nel senso di farci conoscere al maggior numero possibile di costruttori e distributori. E grazie alla presenza diretta in Cina, commerciale e produttiva, e a una comunque favorevole politica dei prezzi, puntiamo ad acquisire nuovi clienti.

Progettare: Quali sono gli obiettivi che ha messo nel mirino?

Biraghi: Questo mercato è talmente vasto che è impossibile dire oggi quanto tempo ci impiegheremo e quale possa essere la quota di mercato alla nostra portata, anche perché non esistono valori concreti di potenzialità di mercato. Posso solo dire che in questo momento la Cina è una enorme bolla, nella quale bisogna entrare per capire.

L'approccio che noi abbiamo tenuto nei confronti del mercato cinese è stato molto cauto. Prima con alcuni distributori, poi contattando direttamente alcuni clienti. I risultati che i distributori hanno ottenuto in questi due ultimi anni e le risposte dei clienti diretti ci hanno fatto capire che il prodotto Pneumax è un prodotto che in Cina ha notevoli potenzialità. Negli ultimi viaggi fatti in Cina soprattutto per visitare i clienti, ho notato che il loro approccio con il prodotto Pneumax è positivo e non legato al prezzo. Il prezzo è una conseguenza. Ecco perché ritengo che la strategia che abbiamo adottato nell'investire le nostre risorse anche sul mercato cinese possa dare risultati interessanti.

Il sogno, ma è un sogno che condivido con Hong Luo, è quello di raggiungere 5 milioni di euro nei prossimi cinque anni.

Progettare: E dopo la Cina quali sono i programmi?

Biraghi: Guardare ancora all'Est, ma dell'Europa. Posso ufficializzare che entro l'anno sarà costituita la consociata Pneumax nella Repubblica Ceca.

Progettare: Dal suo osservatorio privilegiato, quali sono i mercati di maggiore interesse?

Biraghi: Posso solo dire che la dinamica che ha caratterizzato la Cina negli ultimi tre anni non l'ho vista da nessuna parte. Vanno bene anche l'India, la Turchia, il Messico. Non credo ai numeri che leggo sui giornali relativi all'andamento dell'economia del mercato americano; mi sembra di vedere un rallentamento di Taiwan e una calma decisa dell'Europa, dove l'Italia è quella che ha saputo mantenere meglio degli altri la propria posizione.

Progettare: Per il 2006 quali sono gli obiettivi di Biraghi?

Biraghi: Contribuire a fare affermare il marchio Pneumax nel mondo e guadagnare altre importanti quote di mercato, come dovere mi impone.

readerservice.it n. 251