

# Guardando a Est

La vasta e ricca Federazione Russa presenta complementarità strutturali ed economiche importanti con il nostro Paese. Essa dispone di distretti industriali simili a quelli italiani e l'espansione delle attività commerciali delle nostre PMI è cresciuto in modo esponenziale in questi ultimi anni.

Alcune testimonianze

GABRIELE PELOSO

Da oltre un decennio nuovi equilibri geopolitici si sono ridisegnati sulla scena internazionale, nel contesto dei quali la Russia si è impegnata in un processo di sempre maggiore avvicinamento e integrazione con le strutture occidentali, anche grazie all'aiuto dell'Italia, che si è posta quale partner europeo 'privilegiato' della Federazione, rispetto ad altri Paesi europei.

Le imprese, e più in generale i distretti industriali italiani, apportano esperienza e conoscenze per accelerare il suo processo di industrializzazione, con la creazione di un tessuto economico simile a quello occidentale, favorendo ovviamente, nei limiti delle possibilità date all'opera di un singolo Paese, la diffusione di un clima imprenditoriale costituito soprattutto di PMI e di distretti industriali, da crearsi sul modello di quelli italiani e con la partecipazione di aziende italiane. La Federazione Russa come partner commerciale per il nostro Paese è rilevante e alcuni dati lo confermano: crescita del PIL del 4,3% nel 2011, previsto al 3,8-3,9% per il periodo 2012-2013, e interscambio con l'Italia cresciuto del 21% nel 2011. Grandi sono le opportunità, in particolare per le piccole e medie imprese, che la Russia offre per avviare scambi commerciali, rafforzare la partnership industriale e i reciproci investimenti, con le sue zone economiche speciali e sette grandi progetti già avviati per un valore complessivo di 468 miliardi di euro, oltre alle vantaggiose condizioni di scambio portate dall'ingresso del WTO. I settori merceologici in cui vengono concentrate le iniziative verso la Federazione riguardano: la colla-



borazione tecnologica-scientifica, i parchi tecnologici, le Università dei due Paesi, collaborazione tra Enti e sistemi fieristici. Negli ultimi dieci anni i commerci tra l'Italia e la Russia sono più che raddoppiati raggiungendo oltre 27 miliardi di euro (2002-2011).

Naturalmente il Made in Italy ne trae grande beneficio. Alcune aziende italiane, che da diverso tempo operano in quel Paese, hanno cortesemente partecipato all'inchiesta di Fluidotecnica raccontando la loro esperienza.

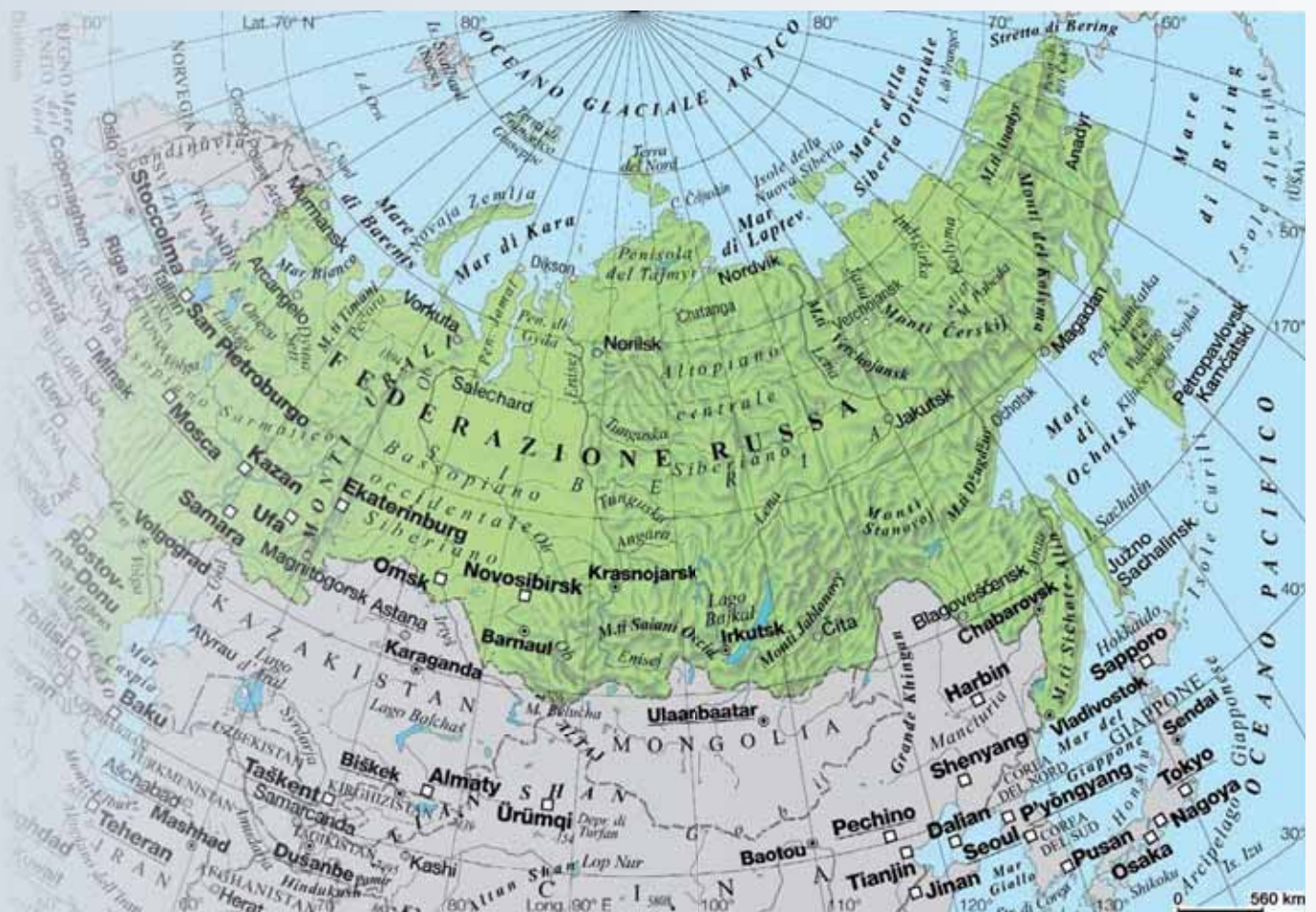
### Gli investimenti nella Federazione Russa

“Dato che le fiere di settore stanno perdendo di appeal e il web marketing non è ancora maturo nel nostro settore, l'investimento più proficuo rimane il contatto

DANIELE COLOMBO, di Atos: “Il successo del Made in Italy in Russia? Posso sintetizzare alcuni principali concetti e sfumature tecniche e interpersonali tra la storia della Russia e il nostro Paese: innanzitutto un'empatia particolare tra il popolo russo e italiano, che aiuta enormemente gli scambi commerciali, inoltre, l'apprezzamento del nostro Paese da parte dei nostri interlocutori sia dal punto di vista culturale sia paesaggistico. Poi, ovviamente, la qualità tecnologica dei nostri prodotti”.



ANDREA TREZZI, di Diplomatic Oleodinamica: “L'apprezzamento dell'offerta Made in Italy nel mercato Russo, trova la sua ragion d'essere in elementi quali la qualità del prodotto, la flessibilità nella realizzazione di soluzioni e l'approccio relazionale che pone il cliente al centro della proposizione commerciale. Questi valori, da sempre intrinseci nello spirito di Diplomatic Oleodinamica, ci stanno consentendo di vivere un'esperienza di successo”.



**ROBERTO CATTANEO**, di Ufi Filters: "Il cliente russo vuole essere coccolato e consigliato, ma non vuole imposizioni e non è disposto a pagare eccessivamente per la qualità, a meno che non si tratti di lusso. Per questo trova nelle aziende italiane degli ottimi interlocutori in grado di offrire consulenza, flessibilità e qualità a un prezzo competitivo".



**ANDREA FERRARI**, di Walvoil: "Il mercato russo attualmente corrisponde a circa il 3% delle vendite Emea (Europe Middle east Africa) di Walvoil. La Federazione Russa sta investendo molto e nei prossimi sette anni sono previsti investimenti importanti. La trasformazione di ex aziende statali e la loro privatizzazione con incentivi anche per favorire lo sviluppo tecnologico, rappresentano un potenziale per il mercato dell'oleodinamica".



umano e la visita assidua presso gli utilizzatori" ha esordito Roberto Cattaneo, dell'area manager di Ufi Filters. E ha continuato: "Attualmente collaboriamo direttamente sia con distributori sia con importanti OEM, ma stiamo valutando l'opportunità di aprire una filiale in loco per rafforzare la nostra leadership nei Paesi CSI (Paesi ex Urss ndr). Dalle analisi di mercato svolte, le opportunità più interessanti sono in Bielorussia e nelle ZES, zone economiche speciali in Russia. Purtroppo la recente crisi e l'instabilità di questi mercati ci suggeriscono prudenza negli investimenti e questo inevitabilmente ha variato le nostre priorità". Ricordiamo che Ufi Filters ha comunque una forte propensione all'internazionalizzazione, da più di 10 anni l'azienda ha sedi sparse in tutto il mondo, e anche la Federazione Russa non dovrà attendere molto. "Dal 2000 Diplomatic Oleodinamica, ha detto l'area manager An-

drea Trezzi, opera sul mercato della Federazione Russa attraverso una stretta collaborazione con un partner locale che svolge il ruolo di master distributor. Tale approccio ci ha consentito di creare delle sinergie bidirezionali volte da un lato a conseguire più rapidamente la necessaria consapevolezza di mercato e dall'altro a trasferire competenze specifiche". L'esperienza Atos in quel Paese ci viene raccontata da Daniele Colombo, export area manager: "Nel 2002 fu aperto il nostro primo ufficio commerciale a Mosca, divenuto poi branch nel 2008. Si tratta ora di una vera e propria filiale con ufficio commerciale, ufficio marketing e ufficio tecnico. Questa sede è responsabile sia per la Russia sia per tutti i Paesi dell'ex Unione Sovietica, l'attuale CSI e le repubbliche Baltiche". Ma non è tutto, in seguito ad attente analisi di mercato sul potenziale delle differenti aree federali russe, Atos ha aperto altri

tre uffici commerciali: due presidi nella Russia europea e uno nella Russia asiatica.

"Per il futuro stiamo valutando di incrementare il personale nella Russia asiatica e inoltre è imminente l'apertura di un service centre a Mosca, al fine di migliorare e velocizzare il nostro servizio di assistenza. Purtroppo la burocrazia in quei mercati è ancora problematica: l'invio e il ritiro delle merci e dei ricambi subisce notevoli rallentamenti alla dogana, ripercuotendosi sull'efficienza del nostro servizio", ha detto Colombo. Nel territorio Russo Atos collabora con circa 45 partner e altri 20 nei Paesi dell'ex Unione Sovietica e repubbliche Baltiche. A questi vanno aggiunti alcuni OEM che l'azienda lombarda ha iniziato a fornire direttamente da qualche anno.

Consapevole che il mercato russo rappresenta un'opportunità di sviluppo per il settore dell'oleodinamica già da tempo, dal 2005 Walvoil ha intrapreso ricerche di mercato per la selezione di una rete distributiva che soddisfacesse al meglio gli obiettivi commerciali dell'azienda. "Da allora - commenta Andrea Ferrari, Emea sales and application manager di Walvoil - stiamo coltivando collaborazioni con alcuni rivenditori che hanno una profonda conoscenza del mercato e che possono garantirci sicurezza nelle forniture e nei pagamenti. Allo stesso tempo, grazie al supporto di rivenditori e di personale interno, abbiamo investito in rapporti tecnico commerciali con OEM con l'obiettivo di conoscere e comprendere meglio esigenze e culture locali". Ecco allora i principali settori merceologici dove vengono applicati i componenti Made in Italy.



### I settori merceologici

“I nostri quattro maggiori mercati per la componentistica Atos - prosegue Colombo - sono l’oil & gas, l’aerospaziale, le ferrovie, e il metallurgico; ma stiamo diversificando il nostro export aprendo a nuovi settori come il settore marino, macchine stradali e macchine per la miniera. Naturalmente l’utente russo chiede principalmente prodotti ad alta tecnologia con elettroidraulica proporzionale, elettronica digitale, servocilindri, antideflagranti, che noi possiamo offrire anche con certificazione Rostechnadzor, la certificazione russa”. Qual è allora il valore del mercato russo per Atos e quali sono le sue potenzialità? “Ad oggi rappresenta circa il 5% del nostro giro d’affari, ma crediamo possa crescere almeno del 50% in pochissimi anni. Atos è sicuramente tra i top player ormai da qualche anno, ma al momento è difficile stimare

la quota di mercato dato che è in continua grande evoluzione”.

Preciso l’intervento di Trezzi: “Il focus dell’offerta di Diplomatic Oleodinamica è incentrato prevalentemente sulle valvole oleodinamiche oltre che sui sistemi oleodinamici. Settori di destinazione sono quelli metallurgico, quello dell’oil & gas e quello delle macchine industriali, prevalentemente presse e macchine speciali. Ci stiamo inoltre affermando nella partecipazione in svariati progetti di revamping”. Il mercato Russo ha rappresentato nel 2012 per Diplomatic Oleodinamica valori di qualche milione di euro. Nell’ambito della realizzazione di sistemi completi in particolare, Diplomatic Oleodinamica va a collocarsi tra i primi tre player di mercato. Persistono consistenti aspettative di crescita a traino dello sviluppo dell’intero sistema Paese. “Nei prossimi cinque anni ci si attende un raddoppio del giro d’affari”, sottolinea Trezzi.

Sull’argomento articolata la risposta di Cattaneo, soprattutto per quanto riguarda il valore economico di quel mercato. “Siamo leader di mercato nelle applicazioni mobili che vanno dalle macchine per l’agricoltura trattori, mietitrebbie ecc., alle macchine per le costruzioni e la pulizia delle strade come i dumper, scavatori, gru e spalaneve, ma forniamo anche vari costruttori di impianti oleodinamici cosiddetti fissi”. E prosegue: “Il fatturato dei Paesi CSI rappresenta per la divisione italiana di filtri oleodinamici circa il 10% del fatturato e potrebbe potenzialmente raddoppiare con l’apertura di una filiale diretta. Ad oggi non è possibile quantificare esattamente il reale valore del mercato russo a causa della mancanza di dati certi e soprattutto delle molteplici vie di approvvigionamento dei clienti russi. Sicuramente in futuro non sarà da sottovalutare il potenziale del fatturato derivante dal ‘service’, che a oggi è quasi inesistente o lasciato ai produttori locali, ma che prossimamente, se seguirà le logiche dei mercati occidentali, potrebbe costituire una quota di mercato tra il 20 e il 30% del fatturato”.

Ferrari rimarca che: “I settori macchine movimento terra, agricolo e veicoli industriali sono i principali mercati di sviluppo per la componentistica oleodinamica. Il mix di prodotti si è diversificato nel corso degli anni. Anche sul mercato russo sono ormai richieste caratteristiche tecniche e di sicurezza nei componenti che allineino le macchine prodotte in loco al livello degli OEM riconosciuti internazionalmente”. Per quanto riguarda numeri e percentuali sul valore di quel mercato Ferrari ha proseguito: “Il mercato russo attualmente



corrisponde a circa il 3% delle vendite Emea (Europe middle east africa) di Walvoil. La Federazione Russa sta investendo molto nel settore costruzioni e nei prossimi sette anni sono previsti investimenti importanti su infrastrutture quali autostrade, urbanizzazioni e poli industriali. La trasformazione di ex aziende statali e la loro privatizzazione con incentivi anche per favorire lo sviluppo tecnologico e proteggere la produttività interna, rappresentano certamente un potenziale per il mercato dell'oleodinamica. Walvoil continuerà ad investire soprattutto su personale locale in grado di cogliere al meglio le opportunità che possono delinearsi". Per Walvoil, nei Paesi considerati 'emergenti' per il mercato oleodinamico sarà sempre più importante avere un presidio locale e anche produttivo per contrastare sia la concorrenza locale sia quella dai Paesi low-cost.

## Il Made in Italy è apprezzato.

### Ecco i motivi

La crescita costante del flusso degli scambi commerciali tra l'Italia e la Russia dimostra la solidità delle

relazioni economiche e commerciali tra i due Paesi. Un risultato molto positivo che trae la sua linfa dall'evidente complementarità dei rispettivi sistemi economici. La Russia è per l'Italia una preziosa fonte di materie prime, mentre la Russia importa dal nostro Paese prodotti finiti. Quali sono allora

i motivi e qual è lo stato delle relazioni commerciali tra Italia e la Federazione Russa?

"Le motivazioni sono diverse - rimarca Colombo -. Posso sintetizzare alcuni principali concetti e sfumature tecniche e interpersonali tra la storia della Russia e il nostro Paese: dopo un'iniziale grossa difficoltà di comunicazione, a causa delle differenti mentalità e della lingua inglese purtroppo ancora poco diffusa in particolare tra gli over 40, spesso si avverte una grande empatia tra il popolo russo e italiano. Possiamo dire che in generale si riscontra un apprezzamento del nostro Paese e di tutto il Made in Italy". E prosegue: "Poi, ovviamente, la qualità tecnologica dei prodotti Atos, i prezzi concorrenziali, la flessibilità della nostra organizzazione alle richieste del cliente e il servizio affidabile. Infine, ma non per questo meno importante, ritengo che i colleghi russi, anche grazie alle loro competenze tecniche molto elevate, siano in grado di supportare al meglio l'utilizzatore suggerendo soluzioni mirate per ogni tipo di applicazione".

Ferrari conclude con alcuni concetti importanti: "Qualità del prodotto, flessibilità e soluzioni dedicate so-

no i caratteri vincenti del prodotto italiano sul mercato russo. I prodotti provenienti dal Nord Europa sono invece particolarmente apprezzati per le caratteristiche di utilizzo in climi e condizioni tecniche estreme. Grazie alla sua completezza, il prodotto italiano ha un buon posizionamento, tant'è che negli anni ha quasi completamente rimpiazzato la produzione locale. Gli OEM locali sono concentrati sulla produzione di macchine per il mercato interno e ricercano buone caratteristiche tecniche dei componenti per proteggersi dalla competitività di macchine dei grandi OEM internazionali. Anche nella Federazione Russa sono ormai sempre più presenti prodotti di fabbricazione cinese, che tendono ad abbassare il livello dei prezzi".

"L'apprezzamento dell'offerta Made in Italy nel mercato Russo - ha concluso Trezzi -, trova la sua ragione d'essere in elementi quali la qualità del prodotto, la flessibilità nella realizzazione di soluzioni e l'approccio relazionale che pone il cliente al centro della proposizione commerciale. Questi valori, da sempre intrinseci nello spirito di Diplomatic Oleodinamica, ci stanno consentendo di vivere un'esperienza di successo".

Secondo Cattaneo invece: "Il cliente russo vuole essere coccolato e consigliato, ma non vuole imposizioni e non è disposto a pagare eccessivamente per la qualità, a meno che non si tratti di lusso.

Per questo trova nelle aziende italiane degli ottimi interlocutori in grado di offrire consulenza, flessibilità e qualità ad un prezzo competitivo. Infine, esistono molte affinità tra italiani e russi e non dimentichiamoci di quanto sia amato e apprezzato il nostro Paese".