

Economia

TOCCANDO FERRO

«Siamo in un momento economico in cui il grande tema della concorrenza di materiali scadenti a prezzo stracciato è superato: le nostre aziende hanno prodotti competitivi sotto ogni aspetto. Il problema vero è che il mercato si restringe e bisogna fare sempre di più per difendere le proprie posizioni e conquistarne altre».

Riccardo Riva, Fer Valmadrera

economialecco@laprovincia.it
Tel 0341 357411 Fax 0341 368547

«La vera sfida? Non fermarsi mai»

Riccardo Riva, a capo della "Fer" di Valmadrera, spiega il rapporto tra aziende locali e estero
«Bisogna ampliare il raggio di azione in altri Paesi, senza pregiudizi e adeguandosi alle necessità»

MARIA G. DELLA VECCHIA
LECCO.

«Siamo in un momento economico in cui il grande tema della concorrenza di materiali scadenti a prezzo stracciato è superato: le nostre aziende hanno prodotti competitivi sotto ogni aspetto. Il problema vero è che il mercato si restringe e bisogna fare sempre di più per difendere le proprie posizioni e conquistarne altre».

Il rapporto con l'estero

Riccardo Riva spiega il rapporto fra le aziende locali e il resto del mondo sia come responsabile dell'internazionalizzazione di Confindustria Lecco sia dal suo osservatorio molto particolare d'imprenditore in un'azienda che è una finestra aperta sul comportamento delle imprese locali verso l'estero.

Riva è infatti a capo della "Fer" di Valmadrera, l'azienda di famiglia che fa trasporti internazionali e che ha l'80% della clientela all'estero.

«Tuttavia - dice - dal 20% di clienti lecchesi che vendono e comprano in giro per il mondo vediamo sul territorio lo sforzo di ampliare il raggio d'azione. L'importante è non fermarsi mai».

Così come non si è mai fermata la sua azienda, attiva con diverse società nelle tre macroaree dell'America Latina (dal Messico compreso in giù), dell'Asia (con base societaria in partnership a Hong Kong) e nel bacino del Mediterraneo.

Un'impostazione con una caratteristica comune: le società estere (in Brasile, Libano, Tunisia e Cipro) sono società di spedizioni autonome, vere e proprie basi strategiche «per partecipa-

re all'economia di zone in crescita, anche in quei casi in cui l'economia locale ha numeri infinitesimali. Noi sappiamo - dice Riva - che cresceranno e in quel momento ci saremo».

Fondata negli anni Trenta

L'azienda è stata fondata negli anni Trenta ed è arrivata oggi a un livello eccellente di competitività e accreditamenti pressoché unici di settore

Com'è il caso, ad esempio, della qualifica di operatori economici autorizzati (AEO), l'accREDITAMENTO doganale europeo che snellisce la burocrazia di settore. Una certificazione difficile, e la Fer è l'unica lecchese ad averla,

nella circoscrizione doganale che fa capo a Como. Una qualifica «ottenuta con tanto di audit approfonditi in azienda - dice Riva - da parte dell'Agenzia delle Dogane», che si aggiunge a un elenco di accreditamenti propri di aziende con una forte componente sulla

festero.

Nei numeri, la "Fer", che fornisce servizi sia per carichi completi che per groupage (cioè piccole partite di spedizione) realizza oggi un fatturato intorno ai 22 milioni l'anno, impiega 50 dipendenti a Valmadrera e altrettanti all'estero. E il 95% del lavoro è fuori Europa.

Riva ha innovato la sua azienda ma la ricetta con cui l'ha fatta crescere ha ingredienti applicabili ad altri comparti: «abbiamo sempre guardato all'espansione nel mondo - dice - come modo per gestire il cambiamento, e non subirlo. Negli anni, a ogni approccio con nuovi operatori, abbiamo messo da parte i pregiudizi e abbiamo verificato di persona quale tipo di adeguamento fosse necessario per inserirci».



In prima linea

1. Un'immagine della "Fer", storica azienda di Valmadrera
2. Riccardo Riva

L'azienda lecchese lavora da sempre col mercato mondiale

"Business Point" Lo sportello aiuta chi guarda fuori

LECCO

Sono state 48 le imprese che, nel 2012, hanno utilizzato i servizi di Business Point, l'unità allestita da Confindustria Lecco per aiutare le imprese ad allargare gli orizzonti su nuovi mercati.

Ora, con l'arrivo del 2013, il servizio è pronto ad offrire altre due novità.

Primo, un nuovo progetto di

affiancamento per quelle aziende che, già dotate di uffici marketing, vogliono dotarsi di piani mirati sull'estero improntati ad azioni di education e coaching.

La seconda proposta entra nell'operatività delle aziende interessate ad agganciare le dinamiche di acquisto di grandi gruppi internazionali: per loro, per accompagnarle nell'intercettare nuove possibilità di busi-

ness, saranno messe a punto agende d'incontri coi responsabili di grandi uffici acquisti esteri.

Si tratta di due novità che si sviluppano nella logica delle nuove possibilità offerte da un'economia ormai cambiata e che si aggiungono alle azioni finora praticate da Business Point; al servizio base, gratuito, che fornisce liste di contatto per intercettare nuova clientela, agenti o distributori, fino ai due servizi di tutoring e di temporary xport manager.

Se nel primo caso il tutor, con un appuntamento mensile per un massimo di sei mesi, affianca l'ufficio commerciale per strutturarsi meglio in vista di nuovo lavoro sull'estero, col temporary manager l'esperto entra in azienda per la costruzione della

rete di vendita sull'estero.

E ad aiutare il business nell'incontro fra chi vende e chi compra c'è anche la newsletter interna sulla quale, fa sapere Confindustria, quest'anno sono transitate oltre mille (1.032) richieste o offerte di prodotti.

Fra il servizio di base e i due servizi di affiancamento con un esperto in azienda «la maggioranza delle nostre iscritte - dice Riccardo Riva, responsabile dell'internazionalizzazione - utilizza il primo servizio ma, da nostri monitoraggi successivi, vediamo che, rispetto alle liste di contatto mirate che noi forniamo, segue sempre un'azione diretta fra aziende e interlocutori esteri. Non c'è dubbio sul fatto che, pur nelle difficoltà del momento, le nostre aziende cercano attivamente nuove strade». ■ M. Del.