

«NELLA LOGISTICA LINGUE ESSENZIALI»

Riccardo Riva, titolare Fischer&Rechsteiner che all'estero fa il 97% dei ricavi
«Siamo una ditta internazionalizzata: il nostro business è fatto di relazioni»

MARIA G. DELLA VECCHIA

Con 230 dipendenti di cui 120 nella società brasiliana Fer-Br 70 in Italia, in Gruppo di spedizioni internazionali Fischer&Rechsteiner di Riccardo Riva con sede a Valmadrera realizza all'estero, fuori dall'Europa, il 97% del proprio fatturato. Nei settant'anni di storia aziendale gli investimenti sull'internazionalizzazione sono stati costanti e hanno sempre incluso anche la formazione linguistica, necessaria per un'impresa che ha insediato società in Brasile, Libano, Cipro, Tunisia, Dubai, e Hong Kong per presidiare mercati di aree vaste che includono l'America Latina, il Medio Oriente e l'Asia Orientale. Fra i più recenti investimenti sul personale dedicato all'estero c'è l'insediamento di un nuovo area manager per il Golfo Arabo, così come non mancano le lingue straniere nei requisiti di quello che Riva definisce il suo "programma giovani" sulle scelte di inserimento al lavoro in Italia e nelle sedi estere del gruppo. Riva qui spiega come per l'azienda le competenze sulle lingue straniere sia da sempre un fattore decisivo per la crescita su nuovi mercati.

La sua azienda è attiva sulle spedizioni internazionali in quasi tutti i continenti. Che spazio ha nella formazione del personale la conoscenza delle lingue estere?

Direi che ha uno spazio fon-



Riccardo Riva, titolare della Fischer&Rechsteiner di Valmadrera

damentale, che riguarda sia la conoscenza linguistica in sé sia la possibilità di uno scambio su base culturale che passa ovviamente attraverso la padronanza della lingua. Siamo un'azienda da sempre internazionalizzata che costruisce il proprio business a partire dalle relazioni. Abbiamo fatto scelte fondamentali di insediamento di nostre società in alcuni Paesi esteri dove oltre alla conoscenza linguistica abbiamo ritenuto necessario avvicinarci alle modalità di comunicazione di altre culture, ed è stata una scelta giusta. Quindi tutto questo ci appartiene da tempo ed entra nei nostri programmi di formazione.

Quali sono le lingue più utilizzate

nell'attività quotidiana della sua azienda?

Inglese e francese per Maghreb, Medio Oriente, Estremo Oriente, Australia e anche America Latina in generale. Con un'aggiunta importante per il portoghese, dati i nostri interessi in Brasile ma anche per lo spagnolo che per noi si fa fondamentale dal Messico fino a Cile e Argentina, dove reattivi possiamo dialogare in un ambito non solo linguistico ma anche culturale peraltro affine al loro. Al tempo stesso è importante avere una finestra linguistica su un Paese nel mo-

mento in cui si incontrano partner di lavoro o oppure professionisti, con cui abbiamo frequenti scambi in Sud America: in tal senso siamo anche un po' ponte in grado di mediare fra culture diverse e questo alla fine si traduce in un vantaggio per il business.

Con il Brasile ha una relazione consolidata. Quali il valore aggiunto a avere in azienda persone formate per dialogare con quel mercato?

Fra dall'avvio della società in Brasile puntare su personale da formare anche per l'apprendimento del portoghese ha fatto la differenza. Il Brasile non è un Paese facile dove si possa pensare di avviare attività o portare a termine affari in breve tempo. A fronte di certe efficienze sorprendenti che in Italia possiamo solo sognare, il Brasile ha mediamente tempi lunghi di reazione da avvicinare con prudenza anche attraverso la gestione delle relazioni, fattore in cui conoscere la lingua è determinante. In proposito abbiamo una collaboratrice brasiliana, venuta in Italia giovanissima, a suo tempo residente a Roma ed entrata in contatto con Fischer&Rechsteiner attraverso comuni conoscenze brasiliane. E anche in questo caso la formazione in azienda ha fatto la differenza, perché dopo un periodo nella sede di Valmadrera e una scelta di vita di ritorno in Brasile ora è referente sul posto a San Paolo. Per noi è un valore aggiunto in grado di trasferire localmente, con il linguaggio

Un leader della logistica

FISCHER&Rechsteiner company:

70

anni di attività

230

dipendenti:

Brasile 120

Italia 70

Quattro filiali operative in Italia

- 1 Valmadrera
- 2 Pioltello
- 3 Bassano del Grappa
- 4 Treviso

Valmadrera (terminal principale) 40



Willu

Età media dei dipendenti

35 anni

Una società in Tunisia

Una joint venture in Libano

Joint venture con partner locali

Cina

Libano

Cipro

Dubai

7

sedi in Brasile (società Fer-BR), in tre Stati:

- 1 San Paolo
- 2 Minas Gerais
- 3 Santa Catarina

Sede centrale

★ Comune di Jundiaí, Stato di San Paolo



«Con i clienti è importante capire le diverse culture e sensibilità»



«La formazione in azienda resta un passaggio fondamentale»

adeguato al luogo, le nostre competenze internazionali.

Quanto è invece diffusa in azienda la conoscenza dello spagnolo?

Sul resto del Sud America abbiamo al nostro interno di diverse persone che parlano fluentemente spagnolo con i nostri partner locali con i quali, certo, sia noi che loro potremo parlare in inglese raggiungendo così l'obiettivo dello scambio verbale. Ma c'è molto di più del semplice scambio verbale: siamo noi ad avere la responsabilità di attrezzarci per calarci nel contesto locale e abbiamo deciso di farlo ormai da anni, perché abbiamo sperimentato in decenni di frequen-

tazione di quei mercati che ciò rappresenta una marcia in più, una possibilità decisamente migliore di interloquire in quanto ci si sente più inseriti nelle forme comunicative del posto.

Una scelta fatta anche per assecondare l'affinità culturale con un'area come quella del Sud America?

Sì, non dimentichiamo che l'America Latina ha, appunto, nella sua definizione l'aggettivo "latina", che ci ricorda un'affinità che riscontriamo regolarmente nei partner con cui lavoriamo su quei mercati. Ad unici c'è infatti anche una certa capacità di gestire relazioni, ma-

gari a differenza di altri popoli più freddi sotto questo punto di vista.

In che modo la sua azienda si organizza per la formazione?

Il nostro personale partecipa periodicamente a corsi lingua che sono sia di carattere generale. Le persone vengono inserite in formazione a parti dai rispettivi livelli di preparazione ma, soprattutto, organizziamo corsi di lingua professionali, legati alle terminologie alle caratteristiche tecniche del nostro mestiere. Ciò riguarda tutta quella parte settoria che non viene affrontata da corsi linguistici generici.

© FOTOCOOPERATIVA/REXUSA