



MISSIONE BRASILE

Saronno, 21 febbraio 2012

Gentili sig.re, Egregi sig.ri, mi chiamo Sergio Panzeri e sono un imprenditore. Nella mie aziende, UFP (Missaglia), UFP SUD (Lecce), CTS (Marcheno) e UFP+BDM (Toluca de Mexico), si fabbricano utensili speciali per i settori: automotive, aeronautica, energia, medicale, nautica, ferrovia, meccanica, difesa e ricerca.

Sono qui, invitato da Coexport, per esporre la mia esperienza recente sul mercato Brasiliano.

Il Brasile fa parte dei paesi cosiddetti BRIC, ovvero paesi emergenti. UFP è da anni impegnata in queste aree mirando al proprio sviluppo commerciale, e il Brasile rappresenta l'ultimo tassello del mosaico.

Affrontando questi mercati, innanzitutto, bisogna tenere ben presente la loro cultura, il patrimonio linguistico e lo stile di vita degli abitanti.

Il gruppo UFP ha sviluppato un piano di comunicazione, un sito WEB speciale, adatti per questi mercati e ha cercato il supporto di una struttura locale, in questo frangente Coexport de Brasil, dandole un mandato preciso: far conoscere le leggi brasiliane vigenti nel settore import/export, fornire un quadro dettagliato sulla burocrazia relativa ai dazi doganali, fare una corretta indagine e fornire un elenco di Aziende italiane con sedi produttive/commerciali in Brasile.

Dopo questa analisi, in UFP, ho preso la decisione di affrontare concretamente e direttamente il mercato brasiliano. Interpellati i miei clienti italiani, consolidati, già approdati in Brasile, preparo la ormai collaudata valigetta 24-ore: prendo contatto e parto organizzando visite mirate. Negli incontri che si sono susseguiti sono sempre stato accompagnato da Personale qualificato Coexport.



Devo ammettere che è stata una bellissima esperienza: mi ha permesso di conoscere da vicino, da “dentro”, il mercato Brasiliano (terza potenza industriale mondiale per quanto riguarda i mercati automotive e aeronautico – tutte le case automobilistiche mondiali hanno lì stabilimenti produttivi).

Nell’ambito che mi riguarda direttamente, la concorrenza locale non è molto agguerrita: addirittura il 70% del nostro prodotto è importato, quindi c’è spazio per lavorare tutti. Il mercato richiede però l’assistenza tecnica sul posto: un customer service che parli correttamente la lingua portoghese.

Preso coscienza di questa realtà, verificati tutti i punti interessanti, in ventiquattro ore ho preso la mia decisione impostando il seguente business plan:

- 1) *Ho aperto a San Paolo un ufficio di customer service con la presenza di un tecnico che affianchi la rete commerciale.
Ho firmato, con distributori e agenti, contratti esclusivi di vendita dei prodotti UFP.
In UFP ho disposto che una persona, tecnicamente preparata, venga dedicata esclusivamente a questo mercato.*
- 2) *Certo che tutto funzionerà per il meglio – i numeri mi danno ragione –, acquisterò un’azienda in Brasile per approntare un servizio di riaffilatura.*
- 3) *Obiettivo finale: produrre in Brasile utensili speciali, per l’America Latina, mantenendo in Italia il know-how tecnologico.*

Certamente non sarà facile per nessuno, ma reputo che sia l’unica strada per fare italianizzazione nel mondo.

È importante che ogni azienda intenzionata ad affrontare questi mercati sia dotata delle strutture idonee; altrimenti dovrà fare i conti con il rovescio della medaglia.

L’occasione è gradita per salutare

Sergio Panzeri
Presidente UFP srl