

La Torninova risponde alla domanda russa di materiali da imballaggio

Intervista con il dott. Marco Bastianini, International Area Manager della Torninova S.r.l.
a cura di Infomest



Settore	Meccanico plastico
Società	Torninova S.r.l.
Indirizzo web	www.torninova.com
Prodotti	Impianti industriali per produzione e trasformazione di film plastico da imballaggio (film a bolle d'aria)
Descrizione	La Torninova Srl Costruzioni Meccaniche di Bastia Umbra (PG) è specializzata nella progettazione e produzione d'impianti per la produzione di film a bolle d'aria ed impianti ausiliari a questo mercato. Grazie all'esperienza maturata dai propri tecnici in più di 10 anni e grazie all'utilizzo di sistemi brevettati, la Torninova è in grado di fornire soluzioni ottime e collaudate in base alle diverse richieste di mercato, garantendo un prodotto finale ad alta tecnologia.

In sintesi: Da circa 5 anni attiva in Russia, con metodo e organizzazione crescente, l'azienda punta a sfruttare al meglio i tassi di crescita della domanda di materiali da imballaggio, in relazione allo sviluppo dell'industria manifatturiera in generale. L'investimento è stato finora concentrato nel marketing e nel rafforzamento delle relazioni commerciali.

Può descrivere brevemente la Torninova S.r.l.?

La Torninova Srl è una delle imprese leader a livello mondiale per produzione e vendita di impianti industriali per la produzione di film plastico a bolle d'aria (conosciuto anche come pluriboll, millebolle, air bubble film, bubble wrap). Il 95% del nostro mercato è rappresentato dall'estero. L'azienda, che ha una trentina di dipendenti, produce sia impianti in-line (tramite processo di estrusione; materia prima: granulo di LDPE) che off-line (sistema di termoformazione a olio diatermico o ad aria; materia prima: lamina di LDPE). Oltre a tali impianti di produzione realizziamo e vendiamo impianti per trasformazione e laminazione di film plastici sempre attinenti al settore dell'imballaggio.

Qual è il tipo e la forma di investimento che avete realizzato in Federazione Russa?

Ad oggi, in Russia, abbiamo già venduto 2 impianti per produzione di film a bolle d'aria. Le forme di investimento realizzate fino ad ora riguardano soprattutto la funzione **marketing e commerciale**. In particolare, le nostre risorse sono state impiegate per la creazione e ricerca di nuovi clienti interessati al prodotto, promuovendo la nostra azienda ed i nostri prodotti tramite un contatto diretto con i clienti sia telefonico ed organizzando visite ed incontri mirati presso le aziende russe, sia avvalendoci di società russe di consulenza e rappresentanza nel settore plastico, sia partecipando alle fiere di settore organizzate in Russia.

Quali sono state le ragioni alla base di tali decisioni?

Le ragioni alla base di tali decisioni possono essere così sommariamente riassunte: rilevanza qualitativa e quantitativa del mercato russo; incremento continuo e tassi di crescita rapidi nell'area russa di tutto ciò che concerne **petrolio/plastica/produzione** e quindi necessità di imballaggio; incremento continuo della domanda di materiali da imballaggio in relazione allo sviluppo dell'industria manifatturiera in generale; constatazione diretta di un costante interesse verso il nostro prodotto da parte di aziende locali. Il tutto ci fa intuire abbastanza chiaramente due aspetti che motivano il nostro interesse per tale mercato : un contesto "ambientale" favorevole e una domanda (s sofisticata, attenta e tecnologicamente consapevole) che non trova la giusta offerta all'interno dei propri confini.



Quando e su quale regione russa è ricaduta la vostra scelta d'investimento?

Allo stato attuale (da 3 anni a questa parte) la nostra scelta di investimento principale (rappresentanti e fiere) è ricaduta nella regione di **Mosca**. Comunque questo è solo un aspetto formale, di necessità. Mosca è solo l'**ingresso obbligatorio** per entrare e toccare tutto il mercato della Federazione Russa. Siamo consapevoli che una più efficace strategia di investimento deve essere orientata e proporzionata in base alle varie realtà regionali della Federazione. Ad oggi questo è un sistema che per nostre ragioni organizzative non può essere adottato.

Quali sono state le principali difficoltà che avete incontrato in Russia?

In base alle nostre particolari esperienze e relazioni col mercato russo, principalmente di tipo commerciale, devo dire che la maggiore difficoltà è di carattere **pratico**: scarsa possibilità di comunicare direttamente con i clienti. La lingua inglese per esempio non è così diffusa e conosciuta come in altre nazioni.

Quali erano i benefici che attendevate di ottenere?

Alla luce della nostra particolare e attuale esperienza ed identità di azienda, non posso dire che ci siano stati dei risultati pianificati che sono stati mancati o centrati. Solo negli ultimi anni abbiamo iniziato a formalizzare e a dare metodo alle azioni sul mercato russo.

Facendo un primo bilancio, ritiene che le vostre attese sono state soddisfatte?

Ad un sommario bilancio, ritengo che le attese abbiano trovato riscontri **soddisfacenti**: confermata la fedeltà dei clienti acquisiti ed aumento della notorietà del nostro nome. Dati verificati durante l'ultima fiera di settore a cui abbiamo partecipato ad inizio 2007.



Avete prospettive e/o progetti d'investimento futuri in Russia?

Progetti e prospettive nel breve medio periodo ricadranno sempre nell'ambito di partecipazione a fiere di settore e consolidamento delle relazioni commerciali con le società di consulenza e rappresentanza in loco.

Infine, alla luce della vostra esperienza, cosa ritiene che le autorità russe potrebbero fare per agevolare ulteriormente gli investitori italiani?

In base alla nostra relativa e circoscritta esperienza (per le ragioni sopra spiegate) ritengo che i problemi/attriti principali alla creazione di canali scorrevoli e funzionali alle relazioni (si legga esportazioni) con il mercato russo possano essere individuati nei seguenti punti: ancora ci sono percepibili elementi di attrito soprattutto a livello **doganale** (mi metto dalla parte del cliente che importa); poca efficienza del sistema finanziario a sostegno delle esportazioni verso la Russia; la Russia, continua a dare una visione di sé non chiara, soprattutto riguardo alle logiche, garanzie e meccanismi del mercato interno (retaggio del recente passato politico e dell'attuale configurazione di governo); scarsa presenza/percezione di **organi istituzionali regionali** (data la vastità geografica) che possano servire da riferimento per gli interlocutori esterni con cui relazionarsi e attraverso cui accedere più facilmente. Inoltre, ancora più nello specifico, la partecipazione alle fiere di settore (vedi Interplastica) viene ad essere percepita come un rilevante sacrificio per le aziende italiane (parliamo chiaramente dei costi di partecipazione, oneri doganali e di organizzazione non giustificati dal servizio reso) che magari affrontano per forza di cose con cauta attenzione a discapito di una organizzazione più efficace dell'evento fieristico. In questi ambiti credo sia necessario un intervento a sostegno.

Intervista realizzata da Informest a marzo 2007

