

mercati esteri, innovazione, presenza in rete: la ricetta ferrarese per l'afidamp di domani

Aggredire i mercati "emergenti" per crescere anche in Italia. Saper comunicare e usare internet per raggiungere i potenziali clienti di tutto il mondo. Perseguire l'innovazione non solo di prodotto, ma anche di metodi e sistemi. Il neopresidente AfidampFab Bruno Ferrarese ha le idee chiare e sta già lavorando per tramutarle in realtà. Il "blocco veneto" nel direttivo? "Non un gruppo chiuso, ma una squadra affiatata al servizio di tutti gli associati."

di Simone Finotti

Estero, comunicazione, internet. Tre parole che corrispondono ad altrettanti obiettivi della presidenza AfidampFab di **Bruno Ferrarese**, numero uno di Idrobases, eletto alla guida dei fabbricanti per il prossimo biennio. Una terna di idee forti e chiare che suonano come una "chiamata alle armi" per l'intero settore, che sta uscendo a fatica, e non del tutto indenne, da una crisi epocale. Tutto parte da una considerazione. "Faccio una premessa: c'è una parte del mondo che si è liberata da poco da uno stato di povertà, e che adesso è disposta a spendere in beni e servizi che prima non aveva la possibilità di acquistare. Ad esempio passare dalla scopa alle macchine, con tutto ciò che ne consegue. Questa nuova frontiera economica comprende soprattutto i paesi africani, i paesi arabi a

Il nuovo consiglio direttivo AfidampFab

L'Assemblea ordinaria AfidampFab ha eletto il 15 dicembre scorso il nuovo Consiglio Direttivo e il Presidente per il prossimo biennio: **Bruno Ferrarese** di Idrobases Group è il nuovo presidente AfidampFab, i vice presidenti sono: **Gianfranco Bonotto** (Tre Colli), **Davide Lago** (Eureka).

Gli altri membri del Direttivo, oltre ai già citati, sono: **Matteo Marino** (Kemika), **Francesco Pasquini** (Lucart), **Giuseppe Del Duca** (Isal), **Michele Redi** (Ipc Ready System), **Giuseppe Riello** (Ghibli & Wirbel), **Giampaolo Ruffo** (Comac). Eletti anche Provir e Revisori dei Conti.



maggioranza sciita come l'Iran, i paesi turcofoni e quel vasto e complesso universo che è il subcontinente indiano. Si tratta di realtà che non si possono nemmeno più definire "emergenti", perché di fatto sono già emerse. Proprio su questa parte del mondo voglio attirare l'attenzione degli associati Afidamp, perché si trovino nuovi distributori e clienti. Ci sono praterie che aspettano di essere conquistate, lì sta veramente partendo un mercato. Questa è la prima sfida di AfidampFab."

Detto questo, come pensate di farlo?

"Innanzitutto comunicando chi siamo, chi rappresentiamo e cosa facciamo. Bisogna presentarci meglio a questi mercati, e farlo nelle loro lingue. Arabo, persi, turco. Oltre naturalmente all'inglese e all'italiano, visto che siamo un'associazione italiana."

Appunto. E l'Italia?

"E' un mercato importante, nessuno intende sminuirlo, sia ben chiaro. Qui resta il cuore pulsante delle nostre azien-



Il nuovo direttivo AfidampFab

16
GSA
GENNAIO
2016

nicare o mandare un ordine su Skype, Viber, WhatsApp? E non è affatto una provocazione.”

Il 2016 è l'anno di Interclean. E, in settembre, della terza edizione di Forum Pulire.

“Iniziamo dal Forum. Il format, con i quattro temi chiave, le lezioni magistrali e le sessioni di lavoro, è perfetto e non lo abbiamo rivisto. Anche qui, però, la parola d'ordine è internazionalizzazione. Dobbiamo richiamare molti più attori stranieri, avere maggiore appeal nei loro confronti. E ci stiamo lavorando. Passiamo ad Amsterdam: ci presenteremo ad Interclean nel modo più compatto possibile. E' una grande kermesse e avremo tante novità da presentare per lanciare un messaggio chiaro: i produttori italiani ci sono ancora e non sono disposti a recitare una parte secondaria.”

Come la mettiamo con la crisi? Il settore l'ha sentita tanto?

“Il fenomeno, a mio parere, è più complesso: la produzione italiana ha subito, e sta subendo, tre attacchi. La crisi internazionale è solo uno di essi. Poi ci sono i nuovi produttori di paesi come la Cina, e i concorrenti stranieri più solidi, che possono disporre di più risorse.

Questo insieme di cose, non neghiamo, ha fatto perdere competitività alle nostre imprese, che hanno visto diminuire i propri fatturati in modo importante. D'altro canto c'è anche da dire che, in seguito a questa flessione, molte aziende si sono trovate costrette a ridurre i propri costi, tagliando gli sprechi e diventando più efficienti. Molte hanno investito sull'innovazione e stanno cercando nuovi profitti sul mercato mondiale. Questa è la strada da seguire.”

E coi dealer?

“Anche la distribuzione sta cambiando. Il nostro compito è quello di dare loro la possibilità di vendere di più e a costi inferiori. Anche qui ci sono già degli esempi concreti. Ad esempio, almeno per certe tipologie di prodotto, si potrebbero fissare prezzi che preservino la giusta marginalità per il distributore e garantiscono al cliente di acquistare a un prezzo giusto. Le idee sono tante, anche qui entra in gioco la rete. Prenda il sistema Amazon: uno acquista il prodotto e se lo va a ritirare dal rivenditore sotto casa. Un sistema ibrido di questo genere può portare benefici a tutti, e il ruolo di noi produttori è importantissimo.”

Produttori che in AfidampFab trovano la loro associazione di riferimento. A proposito, non le ho ancora fatto la domanda sulla fantomatica “cordata veneta...”

“Me la faccia pure.”

Sei veneti su nove nel Direttivo. Non le sembrano un po' troppi?

“Ci sono diverse misure per giudicare. Se guardiamo al peso del fatturato sulla produzione italiana del settore, vediamo che il 60% del fatturato degli associati è sviluppato in Veneto. Mi pare dunque che le proporzioni reggano. Mi rendo conto, d'altra parte, che si potrebbe pensare a un blocco chiuso e monolitico. Non nego che il feeling c'è, ci mancherebbe. Io però, anche in questo caso, preferisco vederla in positivo, cioè come una squadra affiatata in cui le naturali affinità sono messe al servizio degli interessi degli associati. Diciamocelo chiaro: il nostro non è un programma conservatore, ma un piano molto aggressivo con obiettivi che necessitano di decisioni rapide e compatte. Ripeto, nell'interesse di tutti: prima di dare la mia candidatura, io ho chiamato molti associati, dal nord al sud Italia, che mi hanno dato il loro appoggio dicendomi che il nostro piano merita sostegno, adesione e attenzione. Avevo già in mente tutto questo e prima l'ho voluto condividere con le aziende che mi sembrano più rappresentative. Per questo ho dato la mia disponibilità a candidarmi. Altrimenti, glielo dico chiaro, avrei lasciato perdere.”