

## In azienda arriva il temporary export manager

L'esperienza della Telform di Modugno, società specializzata nella produzione di coperture ed evacuatori di fumo e calore in plastica termoformata. In quattro anni export dal 3% al 20% sul fatturato.

12 dicembre 2017 08:10

La Telform di Modugno (BA), società specializzata nella termoformatura di materie plastiche per edilizia (lucernari, cupole, evacuatori di fumo e calore, tunnel e pensiline), ha deciso di affidarsi tre anni fa ad un temporary export manager per espandere le attività commerciali sui mercati internazionali.



LA STORIA. L'azienda è stata fondata nel 2000 dai fratelli Antonio e Pasquale De Benedictis, entrambi con un'esperienza trentennale nel settore. Nove anni più tardi entrano in azienda anche Fabio, Roberto e Davide, figli dei due fondatori, e la ragione sociale viene modificata in Telform New Generation. Nel corso degli anni le attività sono cresciute ed oggi Telform, da realtà artigianale, è diventata un'azienda con 14 addetti e un giro d'affari di 1,5 milioni di euro.



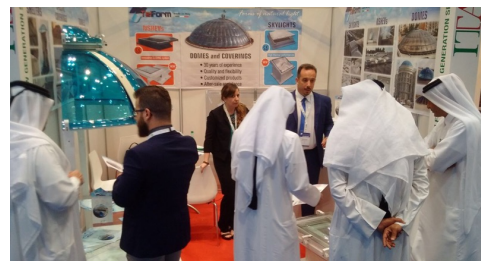
“Fin dal nostro arrivo – racconta Fabio De Benedictis (nella foto), uno degli amministratori della società– io e i miei cugini abbiamo cercato di trovare leve aggiuntive a quelle esistenti per incrementare il business”. Idea che prende corpo man mano che, con la crisi dell'edilizia, il mercato italiano inizia a farsi sempre più esiguo.

“L'azienda è sempre stata apprezzata per l'alta qualità dei suoi prodotti - spiega De Benedictis -. Con gli anni, però, a causa della progressiva congestione del mercato domestico e in particolar modo di quello delle regioni italiane del centro-sud, nostro principale riferimento, abbiamo iniziato ad accusare una flessione nella nostra crescita. Da qui è nata l'idea di ampliare i nostri orizzonti e proporci su mercati più lontani ma potenzialmente più ricettivi”.

VERSO L'INTERNAZIONALIZZAZIONE. Nel 2013 viene quindi avviato un percorso di internazionalizzazione. La base di partenza è un export che incide solo per qualche punto percentuale sul fatturato, grazie ad accordi di natura casuale. “Due le direttrici identificate – nota De Benedictis -. Da un lato, la scelta di affidarsi a una 'guida' esterna specializzata nello sviluppo di strategie e attività di export; dall'altro, la volontà di acquisire competenze anche internamente”. Per quest'ultima ragione, lo stesso De Benedictis decide di intraprendere un

percorso di formazione personale con la partecipazione a diversi corsi specialistici. “Ritenevamo che l’esistenza di un adeguato know-how interno avrebbe semplificato il necessario processo di confronto e condivisione su attività e scelte strategiche con i consulenti esterni di cui avevamo deciso di avvalerci”, spiega.

**ARRIVA IL TEMPORARY MANAGER.** Tre anni fa, Telform si rivolge a Co.Mark, società del Gruppo Tecnoinvestimenti che offre servizi di Temporary Export Management per l’internazionalizzazione delle micro, piccole e medie imprese. Il primo passo è un’accurata valutazione delle caratteristiche dei prodotti. “Questa analisi, unitamente a



un’indagine sulla concorrenza, ci ha consentito di comprendere le potenzialità dell’offerta - sottolinea Lelio Ramunni, il TES (Temporary Export Specialist) di Co.Mark incaricato di sviluppare le attività di export per Telform N.G. “Ma non meno importante – aggiunge - fu la contemporanea identificazione dei mercati internazionali potenzialmente più recettivi”. Esame condotto con l’ausilio delle banche dati Co.Mark, attraverso le quali è possibile verificare i flussi di interscambio con l’estero per specifiche categorie di prodotto.

“Di concerto tra l’azienda e il TES – spiega De Benedictis – fu definita fin dall’inizio una strategia mirata a minimizzare l’impatto dei costi di trasporto e logistica e quindi fu data priorità ad alcuni Paesi vicini all’Italia, come Svizzera, Austria e Germania”. Per ognuno di questi mercati viene effettuata un’accurata mappatura dei distributori locali più consolidati, azione-chiave per lo sviluppo commerciale.

Partono così le attività di contatto vere e proprie, che il TES gestisce avvalendosi della collaudata metodologia di marketing sviluppata da Co.Mark. “Nel primo periodo di attività – racconta De Benedictis – il TES ha lavorato incessantemente in questa direzione; già dopo pochi mesi sono avvenuti i primi incontri conoscitivi con alcuni distributori stranieri attraverso l’organizzazione di viaggi e la partecipazione a fiere di settore all’estero, sempre con la presenza del TES”.

**GRAZIE AI VAUCHER...**Un impulso significativo a questa attività arriva nel 2015 con l’introduzione dei voucher che il Governo – attraverso il Ministero per lo Sviluppo Economico – introduce per finanziare le PMI che intendono avvalersi di un Temporary Export Manager. Telform N.G. sottopone la propria candidatura e, al termine del programma, risulta tra le aziende selezionate.

“Poco alla volta alcuni dei contatti avviati si concretizzarono e altri vennero creati, questa volta anche attraverso visite dei distributori esteri presso il nostro stabilimento – prosegue il racconto De Benedictis -. Col tempo sono stati stipulati una serie di accordi di distribuzione grazie ai quali, a tutt’oggi, vendiamo i nostri prodotti in Paesi quali Svizzera, Irlanda, Regno Unito, Germania e anche Israele”.

**OLTRE LE ATTESE.** I risultati sono stati superiori alle attese: l’accordo con un importante distributore e produttore tedesco prevede, in aggiunta, che Telform N.G. possa proporre in Italia un evacuatore di fumo prodotto dal partner e complementare alla propria offerta, così da

accrescere anche le opportunità commerciali sul mercato nazionale. Così, per gestire in modo adeguato i rapporti con l'estero, l'azienda ha anche assunto nuovo personale con specializzazione in lingue straniere.

“Sapevamo che sarebbe stato necessario un po' di tempo e pazienza – sottolinea De Benedictis -, ma ora possiamo affermare che, grazie alla collaborazione con Co.Mark e all'attività del TES, stiamo concretizzando l'obiettivo di sostenere la crescita dell'azienda anche mediante l'export”. In pochi anni, l'incidenza delle esportazioni sul fatturato è cresciuta dal 3% al 20%.

“Al là dei risultati ottenuti, sono le prospettive di ulteriore incremento a renderci fiduciosi: ci sono nuovi contatti avviati, alcuni dei quali molto avanzati per l'ingresso in Algeria e Medio Oriente; inoltre, gli accordi già in essere si prestano a importanti sviluppi ed estensioni. Il nostro obiettivo – conclude De Benedictis – è di raggiungere un'incidenza dell'export di oltre il 50% sul fatturato totale nei prossimi 3 anni”.

© Polimerica - Riproduzione riservata