

Progetto "Kazakistan 2003"

Partner research in Centro Asia: un'opportunità per le pmi italiane

Il Kazakistan è senz'altro il mercato più promettente del centro Asia. Il grande Paese (un'area 9 volte l'Italia con 14,5 mln di abitanti) lette-

in continuo aumento. Il Governo del Presidente Nazarbaiev, generalmente ben accettato dalla popolazione, dimostra comu-

resto del Paese si muovono grandi imprese dell'ingegneria civile impegnate nel reddito adeguamento delle reti stradali e nella costruzione della nuova Capitale (un esempio per tutti: la TODINI spa). Ad Almaty si possono rilevare le tracce di altri italiani impegnati nel business in quel lontano Paese: non a caso sono le "solite" boutique di lusso con i nomi dei "soliti" Prada, Dolce&Gabbana, Moschino, Ferrè, ecc.. Altri settori sono quelli dell'arredamento e della ristorazione, bar e catering: sareste sorpresi di come sia facile bere un buon "espresso" italiano laggiù (merito di una piccola torrefazione di Mirabello (FE), la "Tosteria del Corso"srl).



Conosciuta da tutti come New Square, è il centro di Almaty. Gli ampi spazi e i moderni edifici sullo sfondo rendono la città esotica ed europea allo stesso tempo.

que di non dimenticare le classi meno abbienti: i suoi investimenti per il "wellfare" sono in aumento - di pari passo con le entrate - soprattutto nel campo dell'assistenza sanitaria di base.

I centri interessanti dal punto di vista commerciale sono sostanzialmente tre: Astana (la nuova capitale), Atyrau (città sul Caspio, epicentro di tutte le attività di estrazione) ed Al-

ralmente galleggia sul petrolio, ha ingenti risorse sottoforma di gas naturali, uranio e altri minerali; rappresenterà, nel medio periodo, una formidabile testa di ponte per entrare nei futuri ricchi mercati di tutti gli stati confinanti, nati anch'essi dalla dissoluzione dell'impero sovietico e ugualmente ricchi di materie prime. La sua struttura politica è stabile, filo-occidentale e fortemente orientata sia all'interscambio commerciale con l'occidente sia a promuovere gli investimenti diretti.

Le royalties derivanti dallo sfruttamento delle risorse naturali del paese stanno creando ricchezza tra alcune classi sociali, lasciando, come al solito, a bocca asciutta buona parte della popolazione.

Come tutte le terre giovani, però, il Kazakistan non manca di opportunità: il benessere non equiripartito, ma ben visibile e a portata di mano, è stimolo per la crescita dell'imprenditoria locale piuttosto che fonte di tensioni sociali.

Una situazione sostanzialmente dinamica, in cui il tenore di vita è in forte crescita: già in un solo anno i cambiamenti sono tangibili, al di là delle statistiche, nel grande numero di auto di lusso, alberghi, casinò e ristoranti

maty (ex Alma-Ata, capitale fino al '98). Tutte le attività economiche sono concentrate in quest'ultima città, 1,5 mln di abitanti, con standard di vita occidentali: se Astana è la Roma del Kazakhstan (sia nel bene che nel male), Almaty ne è sicuramente la Milano (sia nel bene che nel male).

In questo quadro generale non sorprende che gli americani siano già stabilmente insediati e che alcuni europei li abbiano seguiti: tedeschi, francesi, britannici, contendono a giapponesi e coreani il titolo di miglior partner commerciale.

E gli italiani? Le grandissime imprese italiane hanno fiutato l'aria per tempo: sul Mar Caspio stanno crescendo piccole città abitate da migliaia di nostri connazionali impegnati nelle prospezioni petrolifere con Eni, Snam, Agip e Saipem, mentre nel

L'Italia, i suoi prodotti e i suoi businessmen - tanto più apprezzati rispetto ai tedeschi ed agli americani - hanno un'immagine fortissima tra la popolazione.

Ma appena ci si sposta dai settori trainanti già citati, che ne è dei piccoli e medi imprenditori, il tessuto portante della nostra economia, la struttura dei "distretti produttivi" che lo stesso Nazarbaiev dichiara di voler copiare e riprodurre nel suo Paese?

Purtroppo dove le nostre PMI potrebbero trovare fertile terreno per far crescere un business, fioriscono "erbacce" altrui. La meccanica, le costruzioni edili, il medicale ed elettromedicale, il settore farmaceutico, l'impiantistica industriale e civile, ad Almaty



Ecco l'altro volto del paese: il deserto. Senz'altro la natura è una delle risorse naturali del paese ma i sovietici hanno lasciato una pesante eredità di inquinamento.

ed Astana, stanno aumentando "a catena": quanti delle centinaia di nostri produttori di rivestimenti sono sul mercato? La sanità privata è in esplosione, quella pubblica la segue per i continui investimenti statali: dove sono i nostri innumerevoli produttori di apparecchiature e "device" medicali? La scarsa propensione all'autonoma acquisizione di nuovi mercati da parte delle nostre PMI è proverbiale, d'altronde siamo sempre stati abituati ad essere "corteggiati", a ricevere ordini dai clienti e non ad andarci a cercare. Ma con queste "lune" ("situazione congiunturale", la chiamerebbero i colleghi economisti) ce lo possiamo ancora permettere?



Show Room: una forma di promozione efficacissima: questa è solo l'entrata di una vasta esposizione di lampadari e illumino-technica (in gran parte italiani).

Commercioestero, come risposta, ha lanciato un programma di Partner Research rivolto alle PMI italiane denominato "Progetto Kazakhstan 2003".

Il progetto si basa su due principi:

A- Per le attuali caratteristiche del mercato, la sola via efficace per avere grossi volumi di vendita in Kazakistan è trovare e SUPPORTARE un importatore/distributore di una certa importanza, che abbia uffici e magazzini in Almaty con una rete di vendita nazionale che copra, tramite agenti commerciali e altri stock point, le principali regioni.

B- Dal canto suo, l'Azienda italiana che vuole entrare in affari con un partner kazakho non deve essere certo interessata alla vendita "spot", ma deve mirare alla preparazione di una partnership sul medio-lungo periodo.

L'operazione, molto schematicamente, consiste di diverse fasi:

1- Selezione di produttori italiani potenzialmente interessati al mercato;

2- Selezione di importatori/distributori kazaki in base a diversi fattori (fatturato, numero di partner commerciali esteri, rete

vendita e magazzini, uso di internet);

3- Visita DIRETTA di Commercioestero alle ditte Kazake selezionate;

4- "Matching" tra le reciproche esigenze e caratteristiche delle aziende italiane e kazake;

5- Presentazione tra i potenziali partner. Attualmente lo stato di avanzamento è al punto 4: da poco, infatti, è terminata la nostra seconda visita ad Almaty. Al notevole interesse da parte delle società Kazake, tutt'altro che arretrate nelle politiche di marketing e nelle "mission" aziendali, ha fatto da contraltare una certa iniziale freddezza da parte dei produttori italiani, ora però largamente superata anche per merito di un intermediario "con i piedi ben fermi per terra" come Commercioestero.

Il primo settore esplorato è quello MEDICALE e FARMACEUTICO per la coincidenza temporale con il maggior avvenimento fieristico settoriale dell'intera area centro-asiatica ("KIHE 2003"), ma già con la prossima spedizione, ai primi di settembre, vi sarà un allargamento del progetto ad altri settori considerati promettenti (COSTRUZIONI - RIVESTIMENTI E IMPIANTISTICA CIVILE) proprio per la concomitanza con il più importante av-



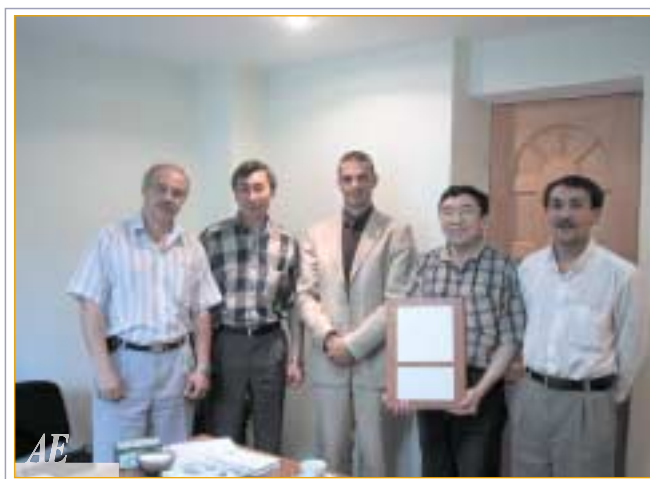
In tutta Almaty l'edilizia residenziale è in fermento. Presto, si prevede, il mercato immobiliare avrà un'ulteriore impennata.

venimento fieristico settoriale, il "KAZBUILD 2003".

Non illudiamoci: tanti ostacoli devono essere superati, dall'insufficienza logistica alla "rapacità" delle dogane e all'incerta normativa; frequenti visite di rappresentanti italiani sono, per la cultura commerciale Kazaka, fondamentali, come fondamentale è la creazione, nel tempo, di una seppur minima struttura di rappresentanza. Commercioestero, convinta del futuro di questo mercato, già si muove in questa direzione per poter presentare ai propri clienti un "pacchetto" completo e per evitare che, come al solito, le PMI italiane si presentino in ordine sparso all'appello dei nuovi mercati.

Dario Grossi

grossi@commercioestero.net



Il consulente di Commercioestero, Dario Grossi (al centro), con alcuni imprenditori kazaki durante la seconda missione nel Paese.