

RES4
MED

RES4
AFRICA
INNOVARE INSIEME SOSTIENENDO LE PERFORMANCE


ASSOLOMBARDA
Confindustria Milano Monza e Brianza

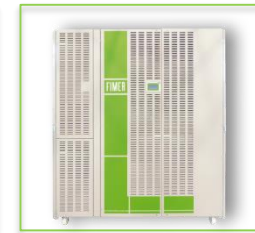
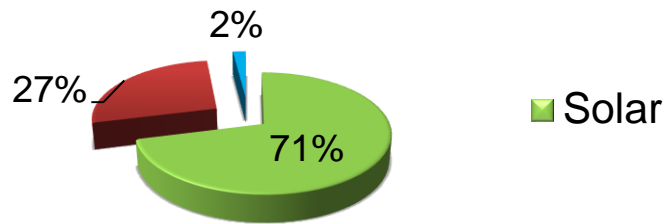
FIMER
THE GROUP

How **SMEs** can face the foreign markets

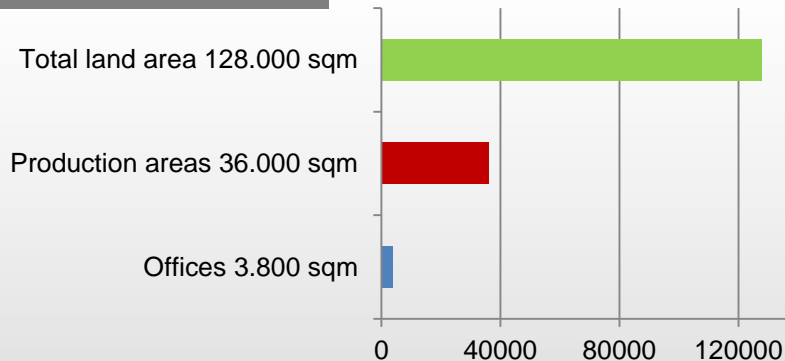


Tre Business units. Un anima comune

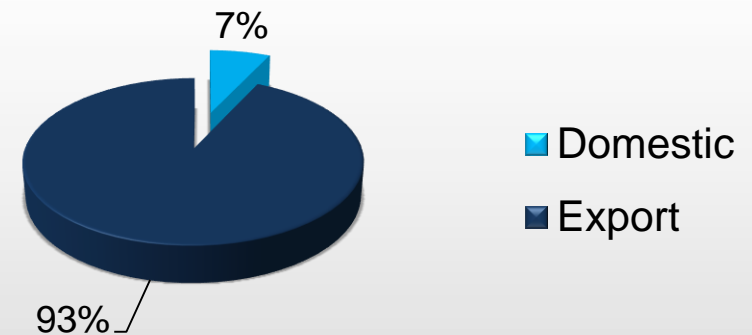
DISTRIBUZIONE DELLE BUSINESS UNITS



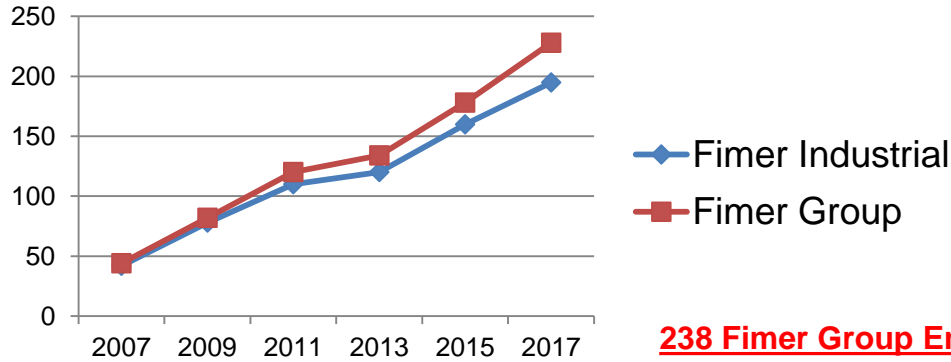
HEADQUARTER



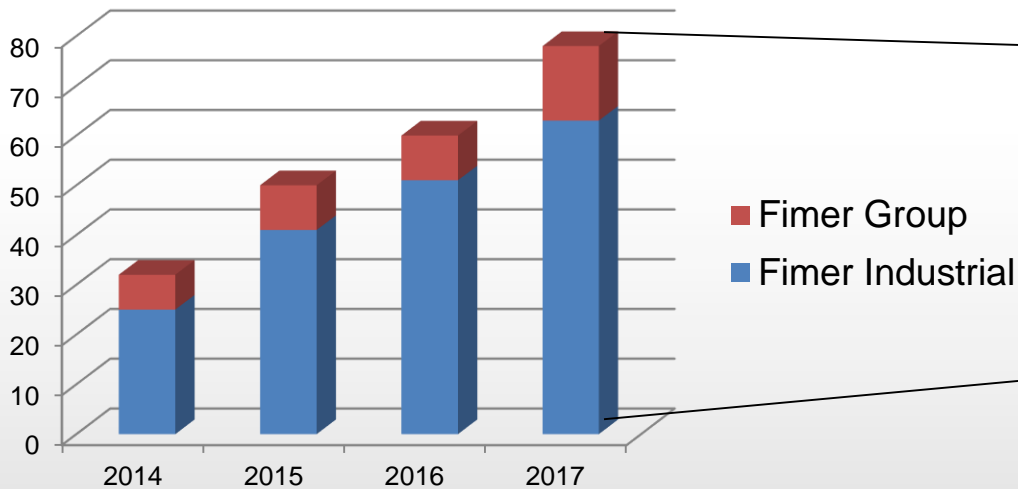
QUOTA DI EXPORT



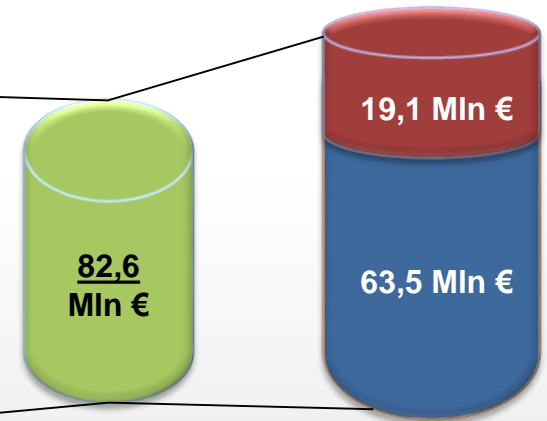
Main Figures



238 Fimer Group Employees
195 Fimer Industrial Employees



82,6 Mln € Turnover Fimer Group
63,5 Mln € Turnover Fimer Industrial



Come le **PMI** affrontano i mercati **esteri**

Il tessuto industriale italiano è estremamente denso di PMI (< 250 addetti - < 50 Mln €) che con il 99,9% sul totale delle imprese del Paese e l'81,4% degli addetti, rappresentano l'ossatura industriale del Paese Italia.

Oggi, come non mai, affrontare i mercati Esteri rappresenta la prima leva di crescita (in certi casi di sopravvivenza) per le imprese Italiane.

La crescita può avvenire in 5 modalità differenti:

- Crescita autonoma
- In Partnership con grandi Gruppi
- Attraverso acquisizioni di imprese nei territori focus
- Attraverso JV
- Con l'apertura di sedi all'estero



Crescita Autonoma

Guardando alla storia di FIMER, abbiamo da sempre avuto una vocazione esterofila. Abbiamo iniziato ad esportare dapprima in Europa e successivamente spingendoci oltre i confini, sin da 1954.

La crescita autonoma, dapprima in ambito «Saldatura industriale» e successivamente con la «Climatizzazione e le Energie Rinnovabili» è stata possibile grazie al forte impegno a livello commerciale con la ricerca di Distributori (Saldatura e Climatizzazione) e Partner (Energie Rinnovabili) che potessero massimizzare le caratteristiche del nostro prodotto a livello commerciale permettendo la più ampia penetrazione possibile del mercato di riferimento.

Fondamentale è stata l'analisi dei mercati maggiormente recettivi sia in rapporto alle peculiarità del nostro prodotto, sia a livello di potenziale di crescita intrinseco del Paese stesso.

Acquisizione di **Imprese** nei **territori focus**

Nel Mondo attuale vi sono imprese, dislocate in territori geografici strategici per il Business delle imprese Italiane. Spesso queste aziende sono insediate in Paesi con un altissima prospettiva di crescita ma scontano un Gap tecnologico e qualitativo a cui le aziende Italiane (ed Occidentali in genere) sono arrivate in decenni di evoluzione.

Spesso può essere una strategia vincente acquisirle in parte o nella loro totalità per massimizzare il loro potenziale strategico, apportante tutti i contenuti di Innovazione e Tecnologia che queste Realtà impiegherebbero anni a sviluppare.

Questa strategia permette anche di superare tutte le resistenze Geografico/Culturali che spesso si affrontano in determinate aree geografiche



In Partnership con grandi Gruppi

I grandi Gruppi che hanno un focus Internazionale sono dei Driver importantissimi per le Imprese di più piccole dimensioni che vogliono crescere a livello internazionale.

Questa modalità è stata per noi fondamentale.

Seguendo da vicino alcune delle Maggiori Imprese italiane ed Europee (in particolare in ambito Energie Rinnovabili) siamo potuti crescere con una velocità che sarebbe stata impensabile se avessimo approcciato i Mercati in completa autonomia.

Questa strategia richiede grandi doti di fidelizzazione del cliente che, per dimensione e Sua stessa natura, richiede forti caratteristiche in termini di competitività, standard qualitativi e flessibilità operativa.

Se si riescono a coniugare questi fattori, la spinta evolutiva che si può ricevere è fortissima ed è un primo step fondamentale per camminare poi in autonomia.

Attraverso JV

Abbiamo attuato a livello globale 2 Join Ventures: Nel primo caso, l'India era (ed è) un mercato di assoluto interesse e potenziale per noi, specialmente in ambito R.E. Mercato tanto attraente quanto complesso e difficile da sviluppare in autonomia. Essendo anche caratterizzato da realtà Industriali molto grosse e complesse, abbiamo optato per una JV con un «attore» molto introdotto nel nostro mercato di riferimento a cui mancava completamente lo step innovativo di prodotto e qualitativo. Questo ci ha permesso di entrare nel mercato. Mai o molto più difficilmente ci saremmo riusciti muovendoci in autonomia.

A livello di servizio invece abbiamo instaurato una JV globale con un'impresa leader nella Manutenzione e nel Service di grandi parchi fotovoltaici. Questo ci ha permesso di essere maggiormente focalizzati nel nostro vero business, quello industriale manifatturiero e di incrementare il livello di servizio e proposta verso i nostri clienti.

Apertura di Sedi all'Estero

In Fimer abbiamo spesso attuato questa strategia a livello internazionale.

Inizialmente con la Divisione Saldatura (in Algeria e Brasile) abbiamo poi continuato con la Business Unit dedicata alla Energie Rinnovabili.

Questa scelta strategica è stata fatta per due ragioni fondamentali:

- In primo luogo qualora vi siano condizioni di mercato o di importazioni ostative. Portiamo l'esempio del Brasile dove le tasse di importazione sono altissime e produrre localmente permette di essere molto più competitivi o Paesi dove per normativa locale viene richiesta una quota di Local Content e si rende quindi necessario decentrare una parte delle attività di una «Commessa»
- In secondo luogo è importante avere una struttura locale che funga da appoggio alle attività che vengono eseguite nel Paese di riferimento. Sia come supporto burocratico ma anche a supporto reale per attività Post Vendita o per ottimizzazione fiscale.



Il caso **Algeria** per **FIMER**

Fimer è presente in Algeria, operativamente, dal 1984 dove è stata assegnataria per fornitura di prodotti Industriali, Saldatrici e Affini alle società di Stato Edimel, Sidal e Sonatrach per tutti i lotti pubblici di sviluppo dell'iniziativa privata del 1984 – 1986 e 1989.

Dal 1984 al 1992 abbiamo principalmente importato come operatori qualificati senza avere una presenza diretta.

A partire dal 2006, con la ripresa degli scambi internazionali verso l'Europa, FIMER ha continuato a pieno ritmo l'attività Commerciale con la divisione Welding e contestualmente, a Novembre 2006, è stata costituita FIMER AL, società commerciale e produttiva aperta con lo scopo di servire al meglio la richiesta del mercato interno.



Il caso **Algeria** per **FIMER**

Da tempo, la strategia sull'unità locale è proiettata a ottimizzare la Struttura anche in ambito Renewable Energies.

Oltre a poter fornire il miglior appoggio Logistico e di Service, l'obiettivo è di convertire parzialmente la struttura produttiva alla Costruzione di componenti per impianti PV fornendo così una quota considerevole di Local Content.

Questo progetto si sposa con gli obiettivi specifici del Paese che, per mezzo del Ministro dell'Energia, Mustapha Guitouni, ha dichiarato in occasione dell'inaugurazione dell'8° Salone Internazionale dell'Energia Rinnovabile di Orano che il Governo, incoraggerà a breve, con leggi speciali, l'iniziativa industriale del Paese con l'obiettivo di creare in Algeria un'intera filiera produttiva in tutta la catena del valore nel mercato dell'Energia.

Conclusioni

Guardare all'estero non solo si può, si DEVE.

Riteniamo che oggi come mai sia un MUST per le imprese Italiane che vogliono crescere a guardare a nuovi orizzonti.

Non è un'attività semplice ma vi sono strumenti e strategie che permettono di far evolvere oltre confine il proprio Business in maniera estremamente rapida e con grandi risultati.

Spesso ci vuole coraggio e determinazione.

Queste sono però Caratteristiche che all'imprenditore Italiano, non mancano!



Thank **you** for **a**ttention

FIMER, Inverter for **L**ife