

# CHINA AWARDS 2013

LO DICE L'AD DANIELE FERRARI CHE ILLUSTRÀ LA STRATEGIA DI RIENTRO IN CINA SEGUITA DALL'AZIENDA

**D. Il vostro, più che un appro- do è un ritorno in Cina vero?** men, Shanghai, Guangzhou. crescere, casomai il contrario. prodotto. In tutto avviene l'...

## Giacomini punta al target medio-alto per proseguire nella sua crescita sul mercato cinese

**U**na strategia che punta alla crescita attraverso i consumi cinesi a livello locale: no a stabilimenti produttivi ma sì a una presenza distributiva capillare. È la storia di Giacomini, società nel settore idrotermosanitario fondata nel 1951 da Alberto Giacomini, con circa 200 milioni di euro di fatturato nel 2013, 800 dipendenti e 18 controllate in tutto il mondo. Il gruppo è pronto ad un'ulteriore espansione internazionale, partendo proprio dalla Cina, come spiega Roberto Ferraro, general manager Giacomini Asia Pacific.

**Domanda. Siete presenti in Cina da parecchio tempo?**

**Risposta.** Siamo arrivati nel 2000, quando la famiglia Giacomini ha aperto il primo ufficio di rappresentanza con sede a Pechino. I passi successivi sono stati nel 2005 e nel 2006 quando abbiamo iniziato ad aprire il mercato della distribuzione nell'area asiatica. Nel 2010 abbiamo poi aperto una filiale commerciale di diritto locale, per gestire e distribuire i nostri prodotti sul mercato dal punto di vista commerciale.

**D. Producendo in Cina?**

**R.** No, producevamo tutto in Italia mentre in Cina si svolgeva l'attività di vendita e assistenza tecnica. Abbiamo poi sviluppato il canale distributivo anche in altri paesi dell'area asiatica come Thailandia, Malesia, Indonesia, Corea, Australia, Singapore e Giappone.

**D. Quanto fatturate ora rispetto agli inizi?**

**R.** Siamo partiti con poco più di 500 mila euro di ricavi per arrivare a 10 milioni di euro nel 2013. Abbiamo investito moltissimo nella struttura, partendo con due persone per arrivare a 28 unità e, oggi a Pechino, sei uffici di assistenza commerciale.

**D. Quali sono le tendenze più importanti che sta notando in Cina in questo momento?**

**R.** Il paese si sta trasformando da essere la fabbrica del mondo ad uno dove invece si genera la domanda del mondo. Con i costi crescenti dei prodotti, c'è anche

l'incremento del costo della vita. In base a questo abbiamo modellato la nostra strategia: non abbiamo attività produttive in loco ma abbiamo investito molto nel posizionamento e nel brand perché in

Cina adesso viene richiesta una qualità che ti permette di soddisfare la domanda.

**D. Percepisce un rallentamento dell'economia cinese?**

**R.** Per quanto riguarda gli aspetti macroeconomici, la Cina rallenterà per forza perché l'obiettivo è di farla diventare un'economia sostenibile. A livello di domanda, per chi si è posizionato nell'alto di gamma, dove

sono richiesti prodotti di alta qualità, non penso ci sarà un calo

**D. L'economia cinese si sta trasformando e il governo punta a che diventi un'economia basata sui consumi. Quali sono i vostri spazi di crescita?**

**R.** Noi vendiamo un prodotto tecnico

per il riscaldamento. Il nostro target di riferimento è il cinese che ha un medio-alto potere d'acquisto, che investe in una casa propria e vuole un sistema di riscaldamento con il massimo risparmio energetico. Ed è una classe media in costante crescita. Le nostre soluzioni sono «tailor made», non si tratta di prodotti finiti ma di un'integrazione di soluzioni che soddisfano le aspettative del cliente (Giacomini non vende al dettaglio, ma si muove tramite un canale distributivo con vari punti di distribuzione).

**D. Con che spirito avete ricevuto il premio China Awards della Fondazione Italia Cina e MF/Milano Finanza?**

**R.** È stato un orgoglio per noi anche perché è la seconda volta che riceviamo il premio che tiene conto dell'impegno di tutti noi. Un'azienda che è stata capace di svilupparsi su un mercato che si trova dall'altra parte del mondo. Ed è stato, ribadisco, un impegno di tutti non solo dello staff locale ma anche della casa madre, del management e della proprietà. (riproduzione riservata)



Roberto Ferraro