

[MERCATO] La società israeliana a capitale indiano rilancia sull'irrigazione nel nostro Paese

NaanDanJain Italia vuole crescere

[DI ALESSANDRO MARESCA]

Nasce il "Club Ndj" per i distributori-partner. Un forte slancio dal progetto "Solution for crops"

NaanDanJain Italia esce allo scoperto e intende farlo alla grande, rinnovando in sei mesi quasi tutto il management, puntando su una comunicazione più incisiva e proponendo una stretta partnership ai propri distributori sul territorio. Dispone già, invece, di un prodotto e di soluzioni irrigue d'avanguardia.

NaanDanJain Italia, infatti, è in grado di offrire soluzioni per la microirrigazione in pacchetti completi grazie anche alla partnership con importanti ditte come la greca Drop Filtration System per i sistemi di filtraggio e la californiana Sun-Flow per la manichetta.

NaanDanJain è una ditta israeliana (Naan e Dan sono due kibbutz in cui viene effettuata la produzione) a capitale indiano (Jain è una società indiana che si occupa di irrigazione, plastiche, energia solare e produzioni alimentari).

«Far parte di Jain è per noi un punto di forza e una garanzia per lo sviluppo – ha detto l'israeliano **Avner Hermoni**, Ceo di NaanDanJain, in occasione della prima convention ita-

liana della società –. Molti dei nostri concorrenti, infatti, sono di proprietà di fondi d'investimento, mentre la famiglia Jain si occupa solo di agricoltura e ritiene strategico il settore».

«Nonostante la crisi, iniziata nel 2008 – ha aggiunto **Amir Bar**, responsabile del business Europa di NaanDanJain – cerchiamo comunque di conquistare nuovi mercati. L'ultimo in cui abbiamo avuto un forte successo è il Marocco. Il prezzo alto del mais ci permetterà inoltre di diffondere ulteriormente le ali gocciolanti per questa coltura. In Italia, in particolare, abbiamo avviato un grande cambiamento, a iniziare dal nuovo management; inoltre ci stiamo impegnando per rafforzare il ruolo dei grandi distributori».

Fernando Ondarza, da giugno *general manager* di NaanDanJain Italia, sembra avere le idee chiare su come far crescere il business della società. «Col prodotto di cui disponiamo – ha detto Ondarza – abbiamo un



[**Fernando Ondarza**, general manager di NaanDanJain Italia.

ampio margine per incrementare le vendite. Dobbiamo invece agire in particolare sul marketing, affinare acquisti e logistica e puntare sulla collaborazione della distribuzione, che conosce bene il mercato e le esigenze del cliente finale, al quale deve essere fornito un forte supporto tecnico-agronomico».

Per stimolare il rapporto di collaborazione NaanDanJain Italia ha creato il "Club Ndj" che accoglierà un gruppo ristretto di distributori, ai quali saranno garantiti servizi crescenti in funzione della disponibilità di lavorare in stretta partnership.

«Le nostre strategie preve-

dono – aggiunge il *project leader* **Enrico Mastinu**, da meno di due mesi in NaanDanJain, – oltre a una comunicazione migliore, collaborazioni con Università e centri di ricerca e il partenariato con una o più aziende del comparto sementiero e/o dei fertilizzanti. Il nostro obiettivo è quello di far sì che venga generata domanda da parte delle aziende agricole».

Alla base della riscossa di NaanDanJain Italia c'è anche il progetto "Solution for crop" che nasce da uno studio accurato delle esigenze provenienti dal mercato. «Il progetto – spiega Mastinu – preveder una mappatura del territorio nazionale per capirne il potenziale per regione, provincia e anche per singola area. Sulla base di questa raccolta di dati sul potenziale mercato è possibile individuare soluzioni irrigue mirate per le singole area geografiche, e fornire il giusto mix di prodotti».

A breve è previsto anche il completo riassetto logistico. «Già dalla prossima campagna – ha precisato **Nicola Schepis**, *supply chain & purchase*, in NaanDanJain Italia da gennaio – garantiremo una disponibilità costante della merce e un'ottimizzazione dei processi e dei tempi di consegna. Stiamo infatti introducendo nuovi strumenti di gestione e analisi delle referenze che ci permetterà una completa informatizzazione dei magazzini e il miglioramento dei flussi logistici con Israele e con tutti i siti produttivi NaanDanJain».

[LA SOCIETÀ] Un gruppo consolidato

Ecce alcuni dati significativi del gruppo:

- **fatturato Jain Group:** 700 milioni di dollari,

- **filiali NaanDanJain Mondo:** Italia, Spagna, Francia, Romania, Turchia, Australia, Usa, Brasile, Messico e Perù,

- **Ndj Italia:** 12 dipendenti di cui 4 sales manager,

- **crescita stimata per il 2013 in Italia:** +10%.

Il gruppo Jain è stato insignito dal World Economic Forum del titolo di *Sustainability Champions* insieme ad altre 14 aziende a livello mondiale. ■ **A.M.**