

IL CLIENTE AL CENTRO

Con una politica di acquisizioni mirate, e programmi incentrati su efficienza, servizio, risorse umane, il Gruppo Schneider chiude un anno decisamente positivo e getta le basi per nuovi successi. A colloquio con Aldo Colombi e Dario Mangiò, rispettivamente direttore marketing e responsabile comunicazione marketing di Schneider Electric Italia

La multinazionale francese sta vivendo con decisione ed entusiasmo la sua "mission" che la vuole tra i protagonisti a livello mondiale nell'ambito della distribuzione elettrica, dell'automazione e controllo industriale e della building automation.

Anche per la filiale italiana, la nomina a presidente e amministratore delegato di Renè Orlandi ha portato importanti cambiamenti i cui effetti positivi cominciano a farsi sentire.

«Il gruppo – esordisce Aldo Colombi, direttore marketing di Schneider Electric Italia – ha raggiunto un fatturato di 10.365 miliardi di euro nell'anno fiscale concluso il 31 dicembre 2004, con una crescita del 18,1% rispetto al 2003.

La crescita è stata importante in tutte quattro le divisioni operative geografiche, con l'Europa che è cresciuta del 4,5%, il Nord America del 5,1%, l'Asia Pacifico del 21,2% e la divisione Internazionale, che include Africa, Medio Oriente e Sud America, del 14,2%.

L'importante risultato è derivato in parte da una crescita organica e in parte da una politica di acquisizioni mirate.

Progettare: *A proposito dell'intensa campagna acquisizioni del Gruppo, secondo quali logiche è stata condotta?*

Colombi: Volendo semplificare la strategia di un gruppo che operando a livello mondiale deve tenere conto di molte variabili, si può dire che le acquisizioni mirano o a un allargamento della gamma prodotti oppure hanno una precisa focalizzazione geografica.



Aldo Colombi,
direttore
marketing di
Schneider
Electric Italia.

Nel caso della svedese TAC e dell'americana Andover Controls, per esempio, ci riferiamo a due aziende leader, la prima in Europa, la seconda negli Stati Uniti, nell'ambito della building automation, uno dei settori strategici dove il Gruppo vuole rafforzare la sua presenza. Il risultato è la creazione di un polo di rilevanza mondiale sui prodotti e le soluzioni per l'automazione degli edifici.

La recentissima acquisizione della linea di prodotti Magnecraft da MSD, primo fornitore di relè industriali negli Stati Uniti (14 milioni di dollari nel 2004) amplierà significativamente la gamma dei prodotti a marchio Telemecanique, posizionandoci tra i maggiori fornitori mondiali di relè industriali.

Stesso discorso per l'acquisizione della francese MGE UPS Systems, specializzata in sistemi di continuità. Alla base dell'acquisizione di Clipsal, vi è un forte in-



Dario Mangiò, responsabile comunicazione e marketing di Schneider Electric Italia.

teresse sia geografico sia per i loro prodotti di distribuzione civile specifici per gli standard della zona asiatica: infatti, Clipsal è un marchio fortissimo in Asia ed in Australia nella distribuzione elettrica.

Progettare: Cosa possiamo dire a riguardo dell'Italia?

Colombi: Innanzitutto che Schneider Electric Italia non è solo una filiale commerciale: infatti, dei circa 2200 dipendenti, la metà sono impiegati nei 6 siti produttivi.

A Stezzano (Bergamo) per la media tensione e il materiale di installazione, a Casavatore (Napoli) per gli interruttori scatolati e aperti, a Rieti per gli interruttori modulari, ad Arenzano (Genova) per i pressostati e a Cairo Montenotte (Savona) per i trasformatori di media tensione.

Il 2004 ci ha visti impegnati in una forte attività di ascolto al cliente che si è tradotta in un "piano di progresso", che ha portato già importanti risultati.

Il piano è articolato su 5 assi:

- crescere più del mercato, con uno sforzo maggiore sulla rivendita;
- mettere il cliente al centro, puntando sulla rapidità di risposta e sulla sua soddisfazione;
- semplificare e migliorare i processi, rendendo più incisivi i processi cliente;
- valorizzare le persone;
- diventare un modello di riferimento per l'industria.



Progettare: Sono previsti cambiamenti nella strategia in Italia?

Colombi: Com'è noto, la nostra società ha una solida

posizione nel settore dei prodotti per la distribuzione di energia elettrica a media e bassa tensione e nel settore dell'automazione industriale, dove offre prodotti e sistemi per macchine e processi. Dietro Schneider Electric - che rappresenta il cappello istituzionale - ci sono due grandi marchi: Telemecanique, che opera nell'automazione industriale; Merlin Gerin, che opera nella distribuzione elettrica.

Inoltre disponiamo dell'offerta a marchio SquareD per tutti i clienti che esportano nei mercati a normativa americana (NEMA).

Per i prossimi anni vogliamo consolidare le posizioni nel nostro core business, ma lavoriamo anche per sviluppare le nostre quote di mercato nel settore del materiale da installazione, sia ampliando le nostre gamme sia potenziando la nostra rete commerciale. Stiamo infine puntando su nuovi business con forti potenziali di crescita, in particolare il cablaggio strutturato e la building automation.

Mangiò: Per quanto concerne i mer-

cati di sbocco, operiamo in quattro settori. Da sempre la nostra presenza è molto forte nel settore industriale e terziario, oggi sempre più puntiamo sul residenziale e sulle infrastrutture. Questo ultimo settore in Italia sta vivendo un momento di importante sviluppo e ne sono testimonianze le numerose realizzazioni in corso in termini di tunnel autostradali e ferroviari, linee ferro-



Tesys U è la novità Telemecanique nel campo delle partenze motore che si caratterizza per i tempi di cablaggio ridotti al minimo, spazi contenuti, l'affidabilità.

viarie ad alta velocità, ponti e autostrade. In questo tipo di infrastrutture la capacità di garantire una offerta completa di distribuzione elettrica in media e bassa tensione, unitamente alle più evolute tecnologie dell'automazione e alle soluzioni per la gestione integrata degli impianti, fa di Schneider Electric uno dei punti di riferimento.

Progettare: Veniamo ai prodotti. Quali sono le novità più significative?

Colombi: Per quanto riguarda l'offerta per la distribuzione elettrica continueremo a puntare sul segmento dei quadri di distribuzione funzionali con la rinnovata gamma Prisma Plus che nel 2005 si arricchisce di versioni 400 mm, versioni da 36 moduli e di cassette per locali a uso medico. L'ampia gamma di interruttori modulari Merlin Gerin Multi 9 vede inoltre l'introduzione degli innovativi differenziali super

I vantaggi della nuova generazione dei moduli logici Zelio Logic di Telemecanique spaziano dall'intuitività della programmazione alla semplicità della messa in opera e alla ergonomia ottenuta dalla sostituzione del cablaggio e montaggio di singoli componenti con un unico modulo logico.



I terminali grafici Touch-Screen Magelis XBTG di Telemecanique sono disponibili nei vari formati da 5" a 12" con schermi monocromatici oppure a colori.

immunizzati "SiE" per ambienti estremi, mentre nel settore dell'Automazione e del Controllo Industriale si prevedono importanti novità nel settore della variazione di velocità, che si affiancheranno a quelle relative alle innovative partenze motore Tesys-U, ai piccoli moduli logici Zelio e Twido, ai nuovi terminali grafici Magelis XBTG, alla famiglia di prodotti per il rilevamento e alla rinnovata offerta Preventa per la sicurezza a bordo macchina commercializzati nel 2004.

Progettare: Quali sono le iniziative di marketing previste per il 2005?

Colombi: Abbiamo pianificato una nutrita serie di eventi di formazione, informazione e promozione su tutto il territorio italiano, a fianco di clienti finali, installatori, costruttori di macchine, rivenditori e system integrator.

Queste iniziative si aggiungono al

programma "Fabbrica aperta". Il programma, partito nel 2004, avrà una forte accelerazione nel 2005 e punta a portare migliaia di visitatori nei nostri siti industriali di Stezzano (Bg), Rieti e Casavatore (Na). **Mangiò:** Nella sostanza "Fabbrica aperta" consiste in un calendario di visite che viene messo a punto in funzione delle esigenze e degli interessi dei clienti, che, secondo un programma strutturato, sono nostri ospiti per una intera giornata, nel

gerà i clienti principali di ogni paese.

Sarà un evento incentrato su una serie di convegni, presentazioni, approfondimenti di alto profilo sugli scenari prossimi venturi dell'automazione e della distribuzione elettrica, e sull'esposizione dei nostri prodotti più innovativi

Progettare: Tra gli interlocutori privilegiati di Schneider Electric ci sono sicuramente i progettisti. Che cosa è in



L'ingresso della nuova showroom allestita a Stezzano.

corso della quale possono conoscere nuovi prodotti, visitare le linee produttive ed affrontare con i nostri tecnici temi specialistici.

Colombi: a livello internazionale, il Gruppo ha previsto di organizzare nelle principali aree geografiche un grande "privat event" che coinvol-

grado di offrire loro?

Mangiò: Il progettista da noi può trovare tutto: il prodotto, le competenze, gli strumenti di supporto alla progettazione e di approfondimento tecnico sulle applicazioni.

In particolare Schneider ha creato una struttura di promotori engineering capaci di supportare il progettista in tutte le fasi del suo lavoro: dalla elaborazione del progetto alla fase di scelta dei componenti. In particolare, per il mondo dell'automazione industriale, abbiamo creato a livello internazionale una rete di "application center" con una forte competenza per settori di applicazione. Ad esempio in Italia abbiamo due centri applicativi di riferimento mondiale, uno per le macchine per la lavorazione del legno e uno per le macchine per il packaging capaci di dialogare con i progettisti per individuare le soluzioni migliori in questi settori.



La sede di Stezzano in provincia di Bergamo, uno dei sei siti produttivi che Schneider Electric ha in Italia.

readerservice.it n.51