

In movimento continuo

ANTONELLA PELLEGRINI

Dopo l'acquisizione di El.More, Rollon guarda al futuro con sicurezza, forte di una gamma produttiva unica e completa. La forte vocazione internazionale del Gruppo è sempre più rimarcata nelle strategie future che prevedono un piano di espansione nei mercati non ancora toccati.

Ne parliamo con Marco Pesenti, amministratore delegato di Rollon Italia, e Roberto Toniolo, marketing manager di Gruppo



Marco Pesenti, amministratore delegato di Rollon Italia, e Roberto Toniolo, marketing manager di Gruppo.

Con oltre 270 dipendenti, di cui 170 impegnati nella sede italiana, il Gruppo Rollon è presente su tutti i mercati mondiali con filiali dirette in Germania, Francia e Stati Uniti, e con distributori specializzati nei restanti Paesi. La società è attiva nell'ambito della movimentazione lineare, con un'ampia offerta di soluzioni modulari e personalizzabili per ogni tipo di applicazione: macchine industriali e macchine utensili, nei trasporti e nel ferroviario, nel medicale, nel settore aeronautico, nella logistica, nell'alimentare, nel packaging, e in altri mercati di elevata specializzazione come la moda e il museale. Un'azienda che si è affermata a livello mondiale per la forte spinta innovativa che deriva da un'intensa attività di ricerca e sviluppo, anche in collaborazione



Rollon e El.More insieme a Ipack Ima

“La sinergia già in atto tra le due aziende si manifesta nella partecipazione a una delle più prestigiose manifestazioni fieristiche del settore dell'imballaggio, Ipack Ima - spiega Roberto Toniolo, marketing manager -. Rollon e El.More offrono soluzioni studiate per gli alti standard del settore alimentare e del packaging, in particolare per le macchine del fine linea, personalizzabili alle esigenze specifiche del cliente con impatto economico limitato. Nel rispetto delle norme vigenti nell'industria del food&beverage, Rollon ed El.More hanno messo a punto soluzioni con caratteristiche diverse a seconda di funzione, esigenze di carico e

ROLLON[®]
GROUP
ELMORE engineering

prossimità ad alimenti e bevande: è il caso delle guide lineari in acciaio inox delle unità lineari El.More, che in abbinamento al grasso alimentare

per la lubrificazione è adatto alle macchine destinate alla produzione alimentare. Rollon ha pensato anche alla manutenzione delle macchine, spesso trascurate nella pulizia o sottoposte a lavaggi, poco compatibili con i componenti meccanici”.

A Ipack Ima saranno in mostra due grandi novità Rollon: la guida telescopica DSC 43, molto compatta, rigida e dotata di elevate capacità di carico, e la SNK 43 la prima a ricircolo di sfere della famiglia Easy Rail che consente corse illimitate e adatta anche per applicazioni verticali. A queste si aggiunge la Serie Plus di El.More, unità lineari con ampia possibilità di personalizzazione, costruite in alluminio la cui forma chiusa protegge l'ambiente interno dalle infiltrazioni di sporco e liquidi. Infine, la Serie Light: versione entry level e di semplice costruzione per le fasi di fine linea, coniuga prestazioni performanti e costi contenuti.

con prestigiosi istituti, tra questi il Politecnico di Milano, ma anche per l'eccellenza del servizio e la capacità di offrire soluzioni personalizzate ovunque nel mondo. Nell'ambito di un importante piano di espansione, la società ha recentemente completato l'acquisizione di EL.More, primaria azienda produttrice di unità e tavole lineari di precisione per l'automazione industriale, "testimonial" dell'eccellenza italiana delle piccole imprese italiane. Dai primi giorni dell'anno, i dipendenti di EL.More hanno dunque intrapreso una nuova e stimolante avventura lavorativa nella sede centrale di Rollon a Vimercate (MB). Dell'acquisizione, e delle strategie di questa 'multinazionale tascabile' abbiamo discus-

so con Marco Pesenti, amministratore delegato di Rollon Italia, e Roberto Toniolo, marketing manager di gruppo.

Un'offerta più ampia

Vediamo quali sono i motivi che hanno portato a questa acquisizione e che cosa dovranno aspettarsi i clienti. “El. More è specializzata nella produzione di unità lineari e tavole lineari di precisione, con azionamento a cinghia dentata o a vite a ricircolo di sfere - spiega Marco Pesenti -. L'acquisizione ci consente di completare la nostra offerta produttiva nell'ambito della movimentazione e di presentarci al mercato con una gamma davvero unica. Oltre a ciò, come del resto succede in questi casi, abbiamo acquisito anche le competenze e il know-how delle figure professionali di alto profilo

SCENARI

che la compongono, e che sono il più grande patrimonio di ogni azienda. L'operazione fa parte delle nostre strategie di sviluppo e, insieme ad altre azioni mirate, ci permetterà di conquistare share di mercato. Vi saranno poi positive ripercussioni anche per i clienti EL.More, che potranno beneficiare dei servizi di elevato valore di una 'multinazionale tascabile' come Rollon".

Un'acquisizione che combina il know-how di due realtà che si sono distinte per eccellenza, elevato contenuto tecnologico e affidabilità, e genera importanti sinergie. "El.More potrà avvantaggiarsi del centro Ricerca e Sviluppo Rollon - prosegue Pesenti - per potenziare ulteriormente la consulenza applicativa alla clientela, lo studio di nuove soluzioni che rispondono e talvolta precorrono le esigenze di mercato e della rete globale di distributori del Gruppo".

La domanda sorge spontanea: continuerà a vivere di luce propria il marchio El.More? "Certamente - dichiara Pesenti -. In Italia, il prodotto El. More è ben affermato e largamente apprezzato. Non vi è dunque ragione per apportare alcun cambiamento. Il discorso è differente nei mercati internazionali dove è meno conosciuto, a differenza di Rollon che, invece, è da sempre proiettata verso i mercati esteri, e dove

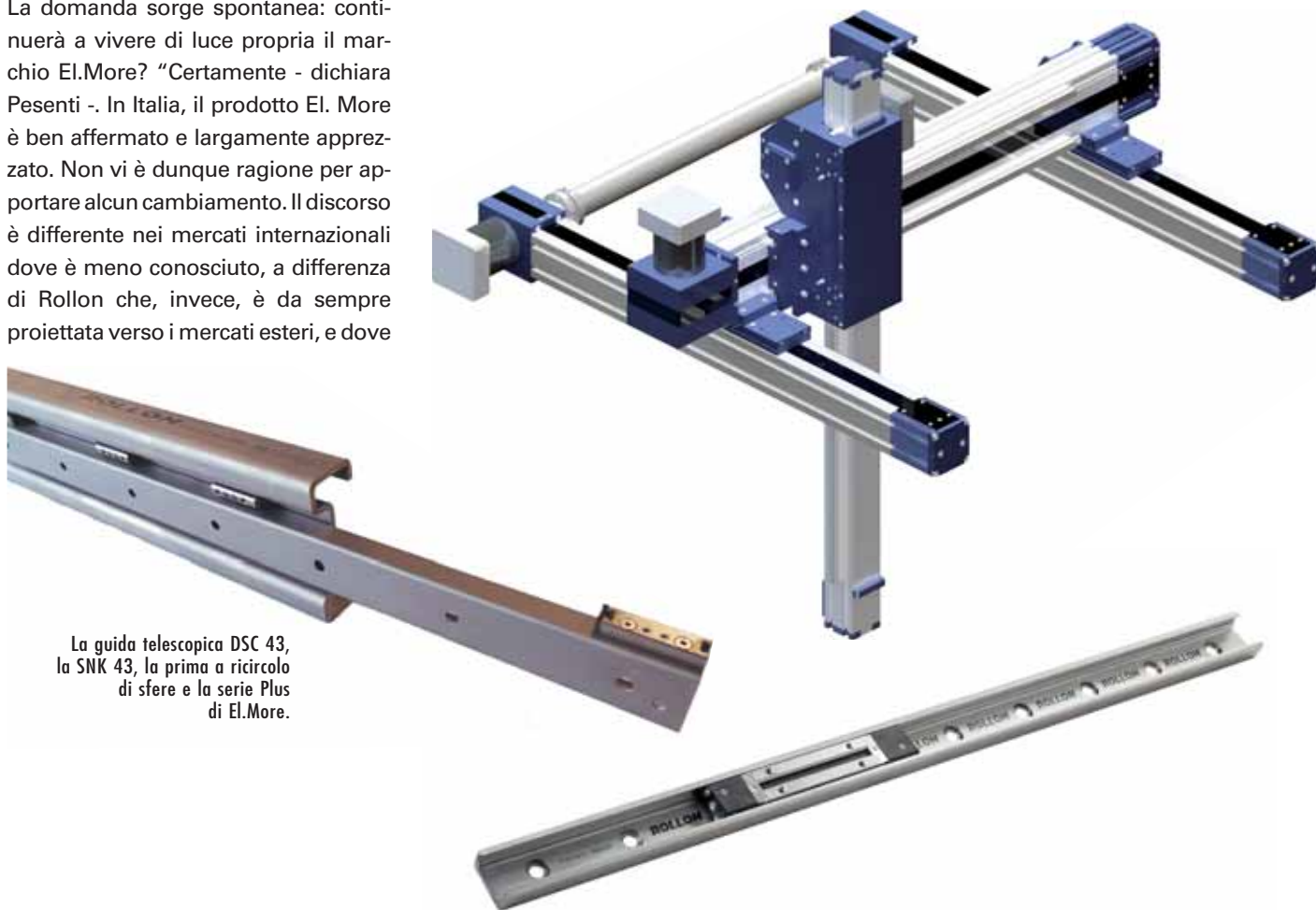
la vocazione internazionale è nel DNA". Con percentuali alla mano, l'85% del fatturato El.More deriva dal mercato domestico. La situazione è esattamente speculare per Rollon, dove l'85% della produzione è destinata all'export, anche grazie al contributo delle filiali estere in Germania, Francia e all'efficiente network distributivo. "Le strategie sui marchi saranno dunque diversificate - spiega Pesenti -: in Italia proseguirà la commercializzazione a marchio EL.More, mentre nei mercati esteri sfrutteremo il marchio Rollon".

Oltre il prodotto

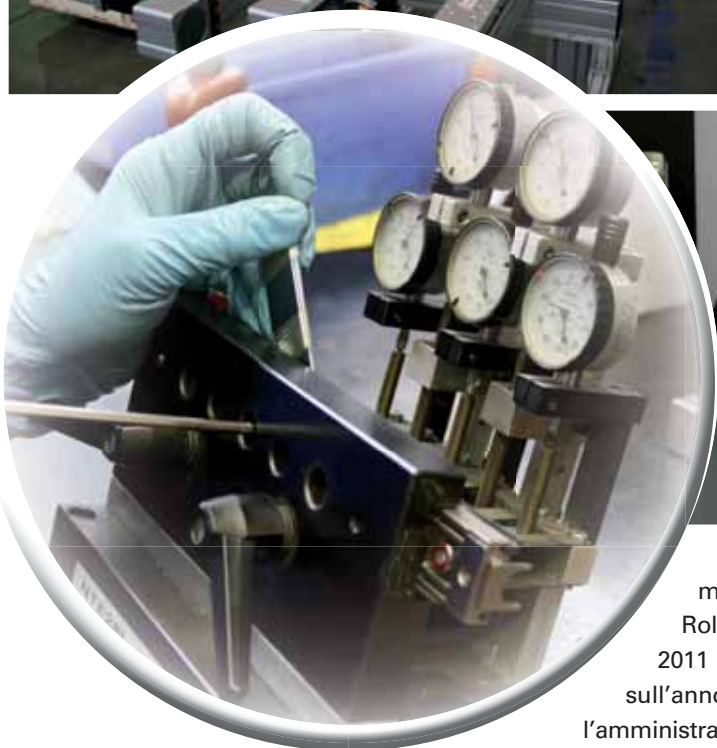
Come detto, Rollon è una multinazionale tascabile, con obiettivi ambiziosi e programmi precisi da seguire. "In un mercato concorrenziale come quello attuale - spiega Roberto Toniolo, marketing manager - non è più sufficiente mettere al centro solo il plus distintivo

derivato dall'alta qualità del prodotto Rollon, pur considerandolo il punto di partenza, ma anche altri valori. Parliamo della capacità di personalizzare le soluzioni, di uno staff tecnico altamente specializzato, di un centro di ricerca all'avanguardia, un processo produttivo flessibile che permette di soddisfare in breve tempo anche le urgenze. Il successo ottenuto oltre confine è anche dovuto alla consapevolezza dei nostri clienti di potersi affidare, ovunque nel mondo, a un nostro centro di assistenza".

Vi sono poi altri valori come l'adozione di una eccellente gestione manageriale fondata sulla programmazione e organizzazione per il conseguimento del migliore risultato. "Stiamo implementando una fabbrica 'lean' - prosegue Toniolo - con maggiore efficienza di spazi e processi. Ultima, ma non meno importante, la forte attenzione per le



La guida telescopica DSC 43, la SNK 43, la prima a ricircolo di sfere e la serie Plus di El.More.



risorse umane, in termini di sicurezza, di ore dedicate alla formazione, con un grande coinvolgimento di tutto il personale a qualsiasi livello. In pratica, cerchiamo di creare le condizioni migliori per lavorare e questa gestione manageriale così spinta si associa a un modo etico di fare impresa”.

Un esempio concreto? Nel 2009, nonostante la crisi, non si è ricorso agli ammortizzatori sociali e il momento di ‘pausa forzata’ è stato sfruttato in ore di formazione.

Buone le previsioni

Anche in momenti di incertezza come quello attuale, vi sono aziende che non si arroccano in posizioni difensive, ma continuano a investire nel futuro, grazie a una visione di impresa lungi-

mirante. Ne è un esempio Rollon: “Abbiamo chiuso il 2011 con una crescita del 25% sull’anno precedente - riprende l’amministratore delegato - anticipando di circa un anno il piano triennale che prevedeva di tornare ai livelli pre-crisi nel 2012. Dopo la grande crisi del 2009, già nell’anno successivo (2010) avevamo recuperato la perdita di fatturato”.

E le previsioni sono di crescita, seppur contenuta, anche per l’anno 2012, come è emerso dal piano finanziario recentemente presentato agli azionisti, fondi di private equity, spiega Pesenti. “Il nostro fatturato proviene per la gran parte dall’estero, da quei mercati che, come è noto, stanno soffrendo molto meno dell’Italia. Abbiamo ovviamente dei timori per il mercato italiano, che però influenza poco il nostro risultato finale, in cui il peso maggiore deriva, come detto, dalle esportazioni”. Come dicevamo, Rollon si affaccia pressoché a tutti i mercati internazionali, da poco

anche ai Paesi del Bric. “Abbiamo appena intrapreso un’attività di penetrazione in questi mercati - dice Pesenti - dove vogliamo essere presenti in modo sempre più capillare. Abbiamo aspettative molto alte”.

Nelle strategie future è poi presente un’intensa attività di marketing.

“Sviluppo e conoscenza del brand, miglioramento del web, presenza assidua alle manifestazioni fieristiche - spiega Roberto Toniolo -. Vogliamo essere più presenti sul web, e raggiungere anche quei clienti che non sanno a chi rivolgersi e cosa scegliere. Stiamo poi studiando nuovi concept per le nostre fiere. Questi sono i primi passi di un’intensa attività di marketing.

Ci sentiamo un’azienda performante e vogliamo comunicarlo. Il messaggio che vogliamo lanciare è proprio che oltre alla validità del nostro prodotto, customizzato per gran parte della produzione, vi è un’azienda in grado di offrire servizio e assistenza ovunque nel mondo”.