

AXTROLAB

Un gruppo più forte
e strategico

C.M.G. GRANULATORI

Un prodotto che fa
la differenza da 40 anni

GIMATIC

Dalla pneumatica
alla meccatronica

la **plastica**
OGGI e DOMANI



IMEXITALIA

PRESSE AD INIEZIONE PER TERMOPLASTICI

INJECTION MOLDING MACHINES



EXPERT OF INTELLIGENT TWO-PLATEN IMM

BORCHE

IMEX ITALIA S.r.l.
www.imexitaliapresse.it
info@imexitaliapresse.it



Un gruppo più forte e strategico



La nuova area del polo logistico di Pontirolo Nuovo sarà dedicata esclusivamente alla circolazione dei mezzi pesanti, che verrà regolata tramite sistemi automatici e digitalizzati

Semplificazione, efficienza, sicurezza, ma anche visione strategica. Sono questi i valori al centro del nuovo assetto organizzativo di Arcoplex Group, che si propone come un unico partner di riferimento per i prodotti delle diverse business unit.

di Alessandro Bignami

Uniti si vince. E si diventa più efficienti. L'incorporazione delle società e dei marchi del gruppo sotto l'unica insegna di Arcoplex Group ha portato alla creazione di un soggetto ancora più forte e compatto nel panorama italiano della distribuzione di resine termoplastiche e della produzione di masterbatch, compound e polveri.

Giacomo Scanzi, Amministratore Delegato di Arcoplex Group, legge in questa operazione non solo un aumento dell'efficienza, ma anche una visione strategica che guarda al futuro, pur tenendo conto dei rapidi cambiamenti che caratterizzano il presente.

POD - Giacomo Scanzi, la concentrazione in Arcoplex Group sta già dando dei risultati?

Assorbendo le tre società che facevano capo ad altrettanti marchi – Primacolor, Powderex e Resinmix – Arcoplex Group è diventato un attore più forte, competitivo ed efficiente. Le società sono diventate le business unit del Gruppo, concentrate sui rispettivi campi d'azione: Distribuzione, Compound, Masterbatch, Polveri. Crediamo sia stato un passaggio necessario, che segna un passo avanti sia in termini di relazioni aziendali sia di efficienza dei processi, tanto da apportare vantaggi non solo a noi, ma anche ai nostri quotidiani interlocutori sul mercato. L'integrazione e

la razionalizzazione organizzativa rappresentano oggi una priorità condivisa da molte società e settori. Proprio nelle scorse settimane, con mio figlio Carlo abbiamo partecipato a un convegno organizzato da un nostro importante partner internazionale, che ha illustrato il suo piano industriale per i prossimi 5 anni, indicando gli obiettivi strategici e le linee guida per raggiungerli. In pratica, gli esponenti dell'azienda hanno spiegato come renderanno più efficiente il lavoro, a partire dalla relazione con il cliente: a quest'ultimo viene dedicato un consulente unico per tutte le attività svolte dalla società, semplificando e concentrando, in tal modo, le interazioni che rischierebbero



Giacomo Scanzi, Amministratore Delegato di Arcoplex Group

inevitabilmente di venire complicate dal sovrapporsi di più referenti.

POD - È la strada che state percorrendo anche voi con il nuovo assetto?

Sì, e si tratta di un cambiamento più profondo e positivo di quanto possa apparire a parole. Anche Arcoplex Group risponde oggi al mercato offrendosi come un unico referente per le sue diverse divisioni. La semplificazione è impegnativa, ma essenziale. Anche solo ridurre il flusso di documenti di quattro società a quello di una sola significa alleggerire la burocrazia e l'attività sia di Arcoplex sia delle società con cui entra in contatto.

POD - Oltre alla semplificazione, quali effetti sta portando questa fusione?

Questa trasformazione rende la struttura ancora più compatta, unita e solidale nel raggiungere gli obiettivi condivisi. Incentiva la collaborazione fra le persone, rafforza la loro consapevolezza di far parte di un'azienda che ha una visione del futuro.

POD - Non sono molte oggi le piccole e medie aziende che riescono ad andare oltre il respiro corto delle scadenze quotidiane...

Certo, in questa fase il mercato non aiuta. Ma non vedo una crisi strutturale. Le aziende non sono ferme, anzi. Si nota però una difficoltà ad ampliare gli orizzonti oltre gli ordini in lavorazione, a fare scelte strategiche che affrontino i prossimi 3-5 anni. Molti sembrano schiacciati sul breve termine.

POD - È una tendenza che attraversa anche il mondo della distribuzione delle materie plastiche?

Il mercato della distribuzione si divide sostanzialmente in due parti: una che si può definire strategica, profondamente collegata ai produttori top, l'altra che cerca di andare avanti, con buoni contatti e sforzi meritevoli, ma senza una continuità di approvvigionamento da partner importanti. Il fatto di essere collocata stabilmente nella fascia più strategica concede ad Arcoplex un grande vantaggio: l'accesso a informazioni e scambi ad alto livello consentono di capire le direzioni che stanno prendendo i mercati e di investire in modo lungimirante. Chi non può avere una chiara consapevolezza dello scenario in cui si muove è destinato a disorientarsi e a farsi sorprendere dalle rapide evoluzioni e dall'aggressività

del mercato. Tutto questo dando per scontato che, naturalmente, il rischio di impresa e di fare errori lo corre ciascun operatore, strategico o meno.

POD - Può fare un esempio delle nuove direzioni che sta prendendo il vostro mercato?

Penso a quello che sta succedendo attorno al mondo dei derivati del petrolio. Per decenni questa materia prima ha rappresentato una certezza per intere filiere. Senza il petrolio, le produzioni si fermavano e non c'era molto da fare. Oggi l'offerta si è fatta più trasversale e complessa e risponde a dinamiche più aggressive. I vettori energetici si sono moltiplicati, le aree produttive sono dislocate anche, e sempre di più, in paesi remoti. Le stesse società petrolifere si presentano come aziende multienergetiche, arricchendo la propria gamma con le fonti rinnovabili. Se è vero che non cambia la quantità di petrolio estratto, cambiano però le destinazioni e le modalità di utilizzo, complicando la vita alle aziende meno attrezzate e più legate agli schemi tradizionali.

POD - L'integrazione sotto i colori di una sola bandiera rappresenta anche una risposta a questa evoluzione?



Si, è importante offrire un unico interlocutore, più grande e al contempo flessibile, capace di interagire su più fronti. Nonostante ci stia richiedendo fatica e molto impegno (non è mai facile modificare le abitudini...), siamo molto soddisfatti di questo cambiamento, che si rifletterà anche nella gestione logistica di tutte le movimentazioni.

POD - Si riferisce al polo logistico di Pontirolo Nuovo?

Esatto. È imminente l'apertura della nuova area dedicata esclusivamente alla movimentazione e alla circolazione dei mezzi pesanti, gestita tramite sistemi automatici e digitalizzati. I nostri uffici saranno impegnati pressoché solo nella ricezione della documentazione, mentre il sistema regolerà automaticamente gli accessi dei mezzi. Non ci sarà più la possibilità di vedere più di un camion alla volta nelle aree di carico/scarico. Il primo obiettivo è aumentare la sicurezza delle persone. Ogni movimentazione sarà comunque più efficiente e controllata. Ricordo che la sede di Pontirolo Nuovo concentrerà tutte le attività logistiche del gruppo, accorpando anche il magazzino di Biella. Farà eccezione solo il punto di distribuzione che rimarrà attivo in Meridione.

POD - La sede centrale continua dunque a essere oggetto di investimenti...

A tal proposito segnalò che stiamo completando l'impianto fotovoltaico, che occupa una superficie di 2.400 metri quadrati sopra il tetto del nuovo capannone. Non solo, abbiamo programmato un nuovo investimento per il sistema antincendio, che segue all'imponente installazione, costata oltre un milione di euro, realizzata per l'inaugurazione della sede, 12 anni fa. Il sistema sarà aggiornato con le ultime tecnologie per la rilevazione dei fumi. Pontirolo Nuovo accoglierà infine la produzione e i dipendenti della divisione Polveri, oggi ancora ospitata a Brescia in una struttura che non è di nostra proprietà.

POD - Come stanno andando le plastiche di vostra produzione?

La divisione Polveri ci sta dando grandi soddisfazioni, con un tasso di crescita superiore al 20%. Ottime anche le performance dei Masterbatch, mentre i Compound stanno soffrendo un po' le difficoltà di approvvigionamento delle materie prime, dovute al rialzo dei prezzi, che ha rallentato il trend di crescita. D'altronde noi ci rivolgiamo ad applicazioni che hanno bisogno di materiali di alta qualità, sui quali l'incidenza dei costi delle materie prime può essere determinante.

POD - Quanto esportate della vostra produzione?

La quota oscilla fra il 25% e il 30%. Vorremmo alzarla al 40-45%. Intendiamo infatti accelerare l'internazionalizzazione delle nostre produzioni, pur rimanendo fortemente legati al mercato italiano per le plastiche che importiamo e distribuiamo.

POD - Da tempo l'Italia fatica a crescere. È tutta colpa del Sistema Paese, a partire dalle inefficienze e dalle complicazioni della burocrazia, o anche le nostre imprese, al di là dei tanti meriti, hanno commesso qualche errore?

Le aziende italiane sono state brave a investire nei momenti di crisi, riuscendo così a cavalcare le onde al primo soffio di vento. Il loro punto debole resta però il forte frazionamento. Si tende ancora a voler fare da sé, anche nei settori già affollati. Purtroppo essere piccoli rende difficile, oltretutto, farsi ascoltare dalle istituzioni pubbliche. La politica dal canto suo dice a parole di avere recepito il problema e promette di snellire le pratiche, senza mai farlo davvero. C'è un immobilismo preoccupante per le prossime generazioni. In altri paesi le aziende sono coinvolte nei processi decisionali, politica e impresa parlano insieme di sviluppo attorno a un tavolo. Qui le aziende talvolta non riescono nemmeno a essere ricevute, oppure devono aspettare per anni un permesso per ampliare l'area produttiva. Tutto questo non scalfisce, ovviamente, il mio orgoglio di appartenere a una nazione così ricca di eccellenze e in grado di competere nei grandi scenari internazionali. L'Italia ha tutte le qualità per riprendere in mano il proprio futuro. Ma, appunto, occorre una visione strategica.



POD - A cosa si deve il rialzo dei prezzi?

Soprattutto alla carenza di disponibilità. I mercati emergenti stanno assorbendo quantità crescenti di materie prime: penso a quelle destinate alla produzione della poliammide 6, ma soprattutto della poliammide 6,6, dove l'effetto shortage è stato drastico.