

Axtrolab: nasce un nuovo polo nel settore materie plastiche

di Francesco Goi



Giacomo Scanzi, amministratore delegato di Arcoplex Trading e promotore del progetto Axtrolab

Arcoplex Trading, leader nella distribuzione di materie prime, che ha sempre posto al centro della sua filosofia operativa il servizio e la consulenza al cliente, ha dato vita ad un progetto innovativo, che si fonda sul ruolo della collaborazione e del servizio quali strumenti per migliorare la competitività. Ne parliamo con l'animatore dell'iniziativa, l'amministratore delegato Giacomo Scanzi.

Sig. Scanzi, cos'è Axtrolab? Quali sono gli obiettivi che hanno portato alla costituzione di questo progetto?

L'idea ispiratrice della costituzione di Axtrolab è stata quella di sviluppare un progetto che fosse in grado di fornire sistematicamente le informazioni sensibili di cui il mondo delle materie plastiche necessita.

Siamo convinti che in molti casi il settore sia carente di quelle legate alla cono-

scenza stessa delle materie plastiche, mentre per quanto attiene agli aspetti di carattere commerciale il mercato sia ricco di canali per ottenerli, verificarli, confrontarli.

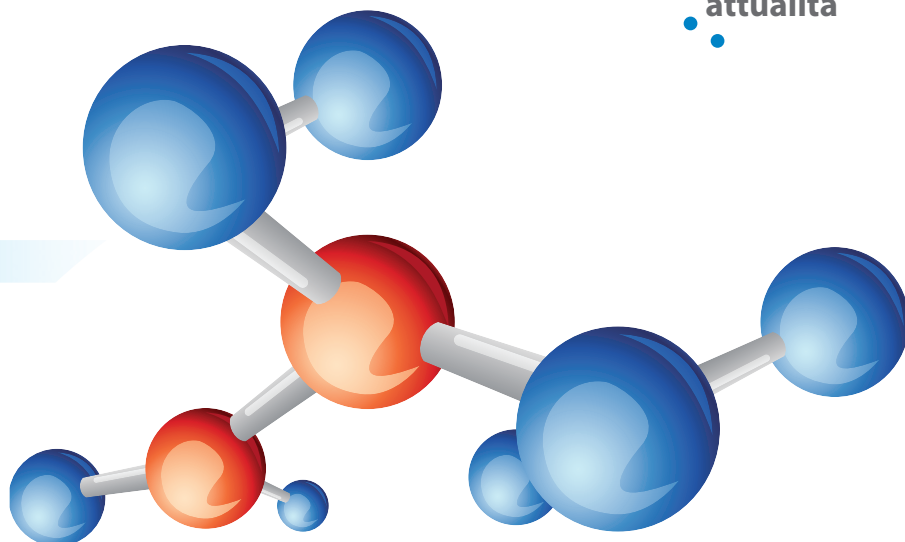
Spesso, a nostro avviso, si avverte la carenza di una vera e propria competenza finalizzata ad ottenere una maggiore competitività e degli strumenti adatti ad affrontare sfide completamente diverse rispetto al passato. I tempi disponibili per prendere decisioni sono molto più brevi, per-

tanto occorre essere estremamente competenti per assumerle con efficacia.

Perché Axtrolab? **Axto** identifica l'asset di Arcoplex Trading rappresentato dalle persone che operano presso la nostra società, grazie al cui impegno e professionalità riusciamo ad arrivare al mercato nel modo migliore.

Al mercato vogliamo trasmettere il concetto che la nostra struttura è a loro disposizione. **Axtrolab** è un laboratorio di competenze, di consulenza, di soluzioni di cui potrà contare chiunque sia interessato a migliorare le proprie performances.

Inutile precisare che per Axtrolab abbiamo investito e investiremo risorse importanti. Arcoplex Trading da sempre considera la competenza, la conoscenza, la cultura, la consulenza, tutto ciò che consente la migliore gestione delle materie plastiche, come aspetti trainanti, fonda-



mentali, l'altro pilastro oltre a quello delle risorse umane. Dovrà essere chiaro al mercato che Axtrolab non sarà un'operazione commerciale: uno scopo fondamentale sarà quello di identificare nei nostri interlocutori le stesse motivazioni e gli stessi obiettivi.

Per il 2012 i servizi saranno forniti gratuitamente ma, nel momento in cui sarà previsto un costo per l'abbonamento ad Axtrolab, le risorse acquisite saranno reinvestite per fornire prestazioni ancora migliori. Niente a che fare con la volontà di fare cassetta.

La crisi industriale ha messo in evidenza, in certi casi, una maturità non ancora pienamente raggiunta da parte di alcuni attori del settore. Axtrolab fornirà anche un aiuto per la stabilità del settore?

Credo che Axtrolab rappresenti il contributo di una società che ha sempre avuto il coraggio di esporsi, più di tante altre che hanno adottato un'impostazione del lavoro che non condivido, in quanto non intonata alla realtà del mercato.

Oggi fare aggregazione, fare squadra, non significa accordarsi con qualcuno, ma

potersi rivolgere serenamente a un partner che, per un obiettivo comune, e in modo trasparente, metta a disposizione le sue conoscenze, la sua cultura, i suoi progetti. Si tratta di un'azione completamente diversa da altre che non ci hanno interessato e alle quali non abbiamo aderito, avendo come unico scopo quello di ottenere un beneficio personale.

Se a questo vogliamo aggiungere la nostra visione, che da tempo sottolineiamo, per la quale il produttore in futuro investirà sempre meno per supportare i trasformatori, emerge ancora più chiara-

Sede di Arcoplex Trading a Pontirolo Nuovo (BG) dove saranno ospitati i laboratori di Axtrolab



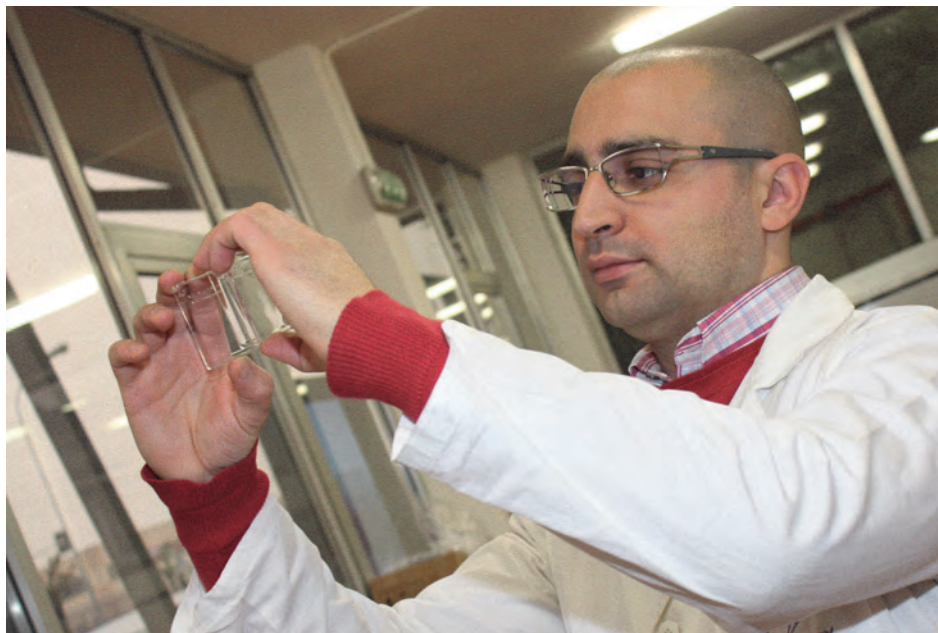
mente come scelte come la nostra vanno nella direzione della costituzione di un gruppo di lavoro sempre più allargato, all'interno del quale sarà possibile cercare tutto quello che serve. Sarà questa, probabilmente, la parte più difficile da spiegare del nostro progetto, ma rappresenta l'input che intendo dare a questa nuova realtà, che è stato perfettamente colto dal nuovo direttore generale di Arcoplex Marco Trevisan e da tutti i collaboratori che sostengono l'iniziativa.

Un input che dovranno cogliere anche tutti gli “abbonati” di Axtrolab, che dovranno rendersi disponibili anche a collaborare tra di loro...

Credo che ci saranno molti passi successivi a quelli che stiamo compiendo. Uno di questi sarà la realizzazione di un portale che raccolga le competenze di ognuno, al quale non si accederà solo per avere un'indicazione di prezzo, ma per capire a chi rivolgersi per ogni tipo di necessità. Qualcosa che attualmente non c'è.

Ritiene che la stessa crisi abbia evidenziato, almeno per quanto riguarda gli operatori del settore materie plastiche, l'utilità di mettere le esperienze in comune per perseguire obiettivi condivisi?

I problemi di questi anni certamente non favoriscono la serenità degli imprenditori, né la volontà di intraprendere nuove iniziative. In alcuni casi, peraltro, parlando con alcuni colleghi, specie nell'ambito delle associazioni di categoria, è emerso abbastanza chiaramente che il vecchio motto “piccolo è bello” sia ormai da ritenere superato. Ma non solo. Mentre, fino ad un recente passato, legarsi a qualcuno



appariva come una mortificazione dell'intelletto e un ostacolo per l'assunzione di libere decisioni, oggi questo concetto è per lo meno oggetto di diverse valutazioni da parte di molti imprenditori.

Quello che noi vogliamo discutere è come non essere più soli. Vedremo se basterà un portale, o servirà qualcosa di più rilevante e strutturato. Sono argomenti che richiedono tempo, risorse intellettive e un impegno costante e non possono più essere considerati occasionali nello svolgimento della nostra attività, ma devono rappresentare comuni denominatori di ognuna delle nostre azioni.

Una parte dell'imprenditoria italiana ha bisogno di toccare con mano il risultato tangibile di ogni azione che porta avanti. Massimo rispetto per l'opinione di tutti, ma ritengo che, affinché i nostri dipendenti e le loro famiglie possano affrontare il futuro in modo più sereno, non basti la valutazione dei ricavi di oggi, ma sia doveroso pensare a quelli, possibilmente migliori, del domani.

Come si distinguerà Axtrolab dalle altre associazioni o consorzi di aziende impegnate ad affrontare tematiche di carattere generale per raggiungere obiettivi comuni?

Ritengo che il primo gesto opportuno, che di ognuno di noi dovrebbe compiere perché il nostro progetto decolli, sia la capacità di fare un passo indietro e svestirsi della presunzione di sapere tutto e saper fare tutto.

Penso che un buon numero di imprenditori avverta la necessità di rimettere in discussione alcune presunte certezze e di riconsiderare alcuni problemi che si ritenevano risolti.

Per circa vent'anni, fino al 2007, il settore ha dato luogo ad una crescita strepitosa, solo intervallata da alcuni brevi periodi di crisi. Ricordo una frase pronunciata nel 1995 dal dr. Brenna, il fondatore di Arcoplex, secondo cui ancora per un decennio si sarebbe potuto contare su una situazione stabile.

Poi sono cambiate tante cose, le ag-

gregazioni di ordine finanziario e industriale hanno accorciato i tempi e, in pratica, riconfigurato il settore. Sempre di più le grandi multinazionali avranno come riferimento il cliente finale, lasciando in secondo piano il trasformatore, che al cliente finale dovrà rispondere con la qualità del manufatto. E qualcuno dovrà pur dare un supporto all'industria trasformatrice!

Perché Arcoplex Trading ha scelto di porsi alla testa di un progetto così impegnativo?

Perché sa di poter contare su una struttura che vanta spiccate caratteristiche di competenza, di dedizione, di sensibilità e di rispetto: qualità uniche, a mio avviso, nel panorama della distribuzione italiana, con tante potenzialità ancora da esprimere.

In secondo luogo perché riteniamo che la soluzione di tante problematiche non sia soltanto un fatto di ordine economico, ma risieda nella capacità di trovare un giusto equilibrio tra prestazioni e prezzo. E le prestazioni derivano dalla capacità di utilizzare i materiali plastici adeguatamente, sulla base delle diverse applicazioni.

Lo filosofia con cui nasce Axtrolab si fonda proprio sulla necessità di mettere a disposizione le proprie competenze per poter partecipare anche ai business di carattere globale, evitando un atteggiamento di rimessa e limitarsi a sperare che qualcosa tocchi anche a noi.

Arcoplex Trading dal 2007 in poi, nonostante la crisi di settore, ha continuato a crescere. Come è stato possibile?

Innanzitutto abbiamo messo a disposizione del mercato uno staff più numeroso

e competente. Inoltre abbiamo dotato la società di una struttura organizzativa adeguata, centralizzando alcune funzioni, perché altre acquistassero maggiore autonomia, libertà e tempo da dedicare al mercato.

Alcune acquisizioni hanno permesso di costituire una squadra più eterogenea e più robusta, ma sono sempre state rispettate la territorialità e l'identità delle società acquisite: queste sono state dotate degli strumenti adeguati a farle crescere.

Ogni anno abbiamo capitalizzato il valore prodotto dalla società e, nel prossimo futuro, ogni volta che lo riteremo opportuno, rafforzeremo ulteriormente la struttura.

La nostra impostazione prevede una costante internazionalizzazione, essendo consapevoli che il timone delle materie plastiche ha virato decisamente verso i nuovi mercati. Gli interessi mossi da Cina, India e dai paesi del mondo arabo sono giganteschi, sia nella fase di trasformazione, che in quella di produzione.

La nostra internazionalizzazione si basa proprio sul riconoscimento delle competenze emerse in quelle aree e sulla

necessità di confrontarsi con rispetto anche con le strategie proposte dai produttori operanti in quei paesi.

La sfida quotidiana è quella di farci riconoscere in un ruolo che non ha nulla di oppressivo nei confronti dei soggetti con cui ci confrontiamo. E' chiaro che, in questo momento, internazionalizzare significa anche cercare relazioni forti, con l'obiettivo di propagandare nel territorio un certo marchio, portando a conoscenza dei nostri 3000 clienti attivi le potenzialità che esso possiede.

*Il progetto **Axtrolab** è nato all'inizio del mese di maggio. Tutte le aziende interessate ad avere informazioni maggiori o a dare il loro contributo sono pregate di farlo rivolgendosi ad **Arcoplex Trading** o scrivendo alla rivista **"La Plastica Oggi e Domani"**.*

I contributi di tutti saranno particolarmente graditi e faranno parte di una rubrica, che verrà pubblicata su ogni fascicolo della rivista e descriverà le diverse fasi del progetto e la loro evoluzione.

