



**Giacomo Scanzi,
Amministratore
Delegato
di Arcoplex
Giacomo Scanzi,
CEO of Arcoplex**



**L'attuale funzione
del distributore e l'importanza
della partnership quale
strumento per accrescere
la competitività
dell'utilizzatore finale.**



Axtrolab, un catalizzatore per il buon andamento della filiera

di **Francesco Goi**

Nel 2012, un anno di trasformazione non sempre positiva per le aziende del settore trasformazione, il Gruppo Arcoplex ha promosso Axtrolab, un progetto che parte da una constatazione di cambiamento che richiede nuovi approcci e una nuova mentalità per evitare di essere messi ai margini del mercato. Ne parliamo con Giacomo Scanzi, Amministratore Delegato di Arcoplex, promotore del progetto e convinto sostenitore di un nuovo

modo di fare distribuzione, puntando sulla professionalità, l'autorevolezza e un partenariato consolidato.

POD - Sig. Scanzi, a due anni e mezzo dalla creazione di Axtrolab facciamo un primo bilancio: quali conferme avete ricevuto e quali "scoperte" sono emerse nel confronto con gli associati?

In un panorama di situazioni buone e meno buone osservate dalla prospettiva di un'azienda che ha sempre cercato di proporsi costruttivamente nei confronti del mercato, lo strumen-

to di collaborazione rappresentato da Axtrolab in diversi casi ha risolto situazioni complesse, in altri ha aperto la strada a soluzioni anche inattese per le società trasformatrici coinvolte, spesso ha consolidato rapporti di collaborazione esistenti.

I complimenti che abbiamo ricevuto, di cui sono orgoglioso, hanno in comune una semplice matrice: la collaborazione fornita a chiunque, che ha permesso di sviluppare soluzioni non immediatamente riconducibili a un valore per una delle due parti, bensì a un miglioramento

axtrolab

Axtrolab, a catalyst that will give the industry a boost

A look at the function of dealers and the importance of partnerships in the growth of competitiveness of the end user.

by **Francesco Goi**

In 2012, a year not too positive for plastic processors, the Arcoplex Group launched Axtrolab, a project inspired by changes in the industry that require a forward look-

ing mentality in order to be successful in today's market.

We spoke to Giacomo Scanzi, CEO of Arcoplex, the company behind the project, who is a strong believer in new distribution

models based on professionalism, know-how and a strong working partnership.

POD - Mr. Scanzi, two and a half years after the creation of Axtrolab lets take a look at what has been achieved. What response have you had and what have you discovered by working with your associates? When examining a series of situations – some good, some less so – from the perspective of a firm that has always tried to react constructively to market conditions, Axtrolab is a collaborative tool that in many cases has provided

the solution to some complex situations. In other cases it has opened the door to unexpected solutions for the processing businesses involved and it has often been instrumental in consolidating existing working relationships. The compliments we have received, of which we are proud, have one thing in common: a simple matrix for working together that anyone can use, which allows us to develop solutions that, while not necessarily offering immediate benefits for one or the other company, still provides an objective improvement in terms of identify-



**Sede di Arcoplex
a Pontirolo Nuovo (BG)
Arcoplex headquarters
in Pontirolo Nuovo (BG)**

dello stato di fatto e all'individuazione degli approcci più opportuni per "non uscire dal giro". Alcuni clienti oggi ci ringraziano per aver trovato una soluzione per mantenere o accrescere la loro competitività. Arcoplex è un'azienda che ha scelto di strutturarsi sul piano della consulenza e di caratterizzarsi per una struttura e mentalità adeguate ai tempi, tutte peculiarità che vengono riflesse in Axtrolab.

Ma non basta: la finalità di Axtrolab non è necessariamente la soddisfazione del business nel breve termine, ma lo sviluppo di un'estesa collaborazione per ottenere un buon risultato nel medio-lungo termine.

Oggi mi fa molto piacere quando un cliente ci mette al corrente delle sue problematiche, riconoscendo in noi una "sponda" per approcciarle in modo adeguato.

POD - L'esperienza di Axtrolab oltre alle situazioni difficili, ha evidenziato anche alcune positività, di cui talvolta magari non si parla a sufficienza?

Axtrolab ha messo in luce, ammesso che ce ne fosse bisogno, che il Sistema Italia racchiude un potenziale enorme, di cui talvolta non ci si rende conto fino in fondo.

Non pretendo di conoscere i modelli industriali tedesco o francese come quello italiano, né affermare che il nostro sia il migliore; mi limito a prendere atto che il potenziale del modello italiano è veramente importante e purtroppo, spesso depresso da situazioni in cui tuttora prevale la polverizzazione e manca la consapevolezza che "fare un passo indietro potrebbe significare farne due avanti". Ancora oggidi-verse realtà che hanno un difficile accesso al

credito, non sono convinte che mettersi assieme può rappresentare uno strumento vincente nei confronti di chi oggi permette di lavorare, ossia le banche. Dopo un paio d'anni di profonda scrematura e nonostante una serie di perduranti difficoltà, i maggiori produttori vogliono essere presenti sul mercato italiano. Ma le aziende più strutturate sono interessate a realizzare questo obiettivo avvalendosi di un partenariato e di un distributore adeguati. E il distributore adeguato, quale Arcoplex ritiene di essere, non sarebbe certamente preoccupato di una presenza ancora maggiore dei grossi gruppi.

POD - Qualche politico rampante sostiene che non sarebbe impossibile, tra alcuni anni, assistere a un fenomeno Italia, solo se certi proble-

ing the best approaches to "stay in the loop". Today we have customers thanking us for having found a solution that will help them maintain, or even grow their competitiveness.

Arcoplex is a company that has chosen to operate in the field of consultancy and this is characterised by a cutting edge mentality and organisation, all features that are reflected in Axtrolab.

However this is not enough: Axtrolab aims not necessarily to satisfy short term business interests, but to develop and wide ranging method of collaboration

in order to obtain good results in the medium and long term.

I'm always very pleased when a customer contacts us to explain their problems, aware that we are a safe port in the storm that will offer a realistic approach.

POD - *The experience you have had with Axtrolab has not only highlighted some difficult situations, but has brought to light some positives too. Do we perhaps not point this out as often as we should?*

Axtrolab has shown that the system in Italy has enormous poten-

tial which we sometimes fail to fully understand. I don't claim to have the same knowledge of the industrial models operating in Germany and France as I have of the Italian model, nor am I saying that ours is better: I'm simply pointing out that the potential of the Italian model is very significant and unfortunately often held back by situations which continue to be marked by fragmentation and that "taking one step back might mean taking two forward".

Today there are still businesses that are having problems accessing credit and are not con-

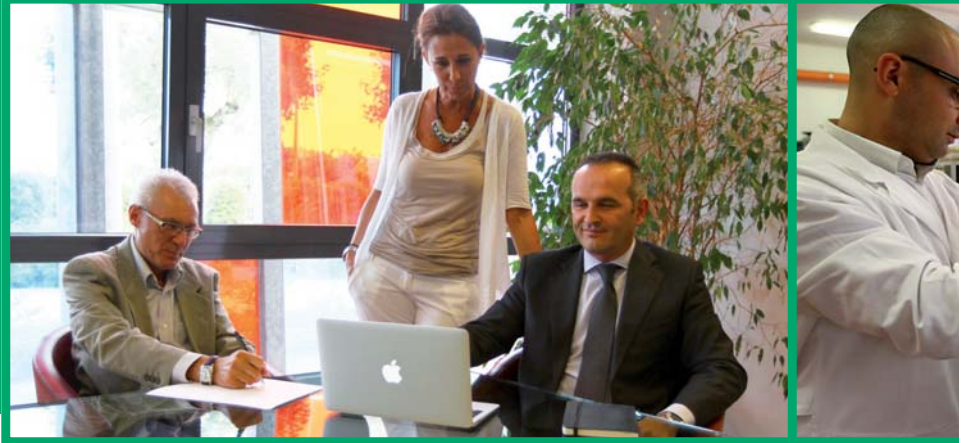
vinced that working together could be a winning strategy in the eyes of those who currently allow us to operate - the banks. After two years of intense cream-skimming and despite continuing difficulties, most producers want to operate in the Italian market. But the better organised companies are interested in achieving this goal by working in partnership and with an efficient distributor. We consider Arcoplex to be an efficient distributor, and as such we have no concerns about an increasing presence of large groups.





A sinistra: Marco Trevisan (primo a destra), Direttore Generale di Arcoplex con Stefania Tabaro e Giovanni Elli, Funzionari Commerciali
On the left: Marco Trevisan (on the far right in the picture), General Director of Arcoplex with Stefania Tabaro and John Elli, Commercial Staff

A destra: particolare del laboratorio: (in primo piano Diego Belluschi)
On the right: detail of the laboratory (in the foreground Diego Belluschi)



mi fossero affrontati adeguatamente, una volta per tutte. Sono discorsi di chi è alla ricerca di voti o hanno un fondamento condivisibile?

Nella Germania di qualche anno fa, parti un input "dall'alto" secondo cui le aziende con chiare idee strategiche e disponibili ad essere trasparenti avrebbero potuto contare su un aiuto da parte dello Stato.

Purtroppo in Italia per molti rappresenta ancora un tabù il confronto a 360°, dove una società mette sul tavolo quello che è in grado di fare, senza ingannare nessuno, ma cercando di va-

lorizzare le proprie esperienze e peculiarità. Questa mentalità, a mio avviso, dovrebbe essere alla base di un cambiamento serio, essendo inutile continuare a recriminare che si poteva fare meglio e di più, quando mancavano i presupposti giusti per poterlo fare.

POD – Il progetto Axtrolab come ha influito anche sull'attività di Arcoplex?

Axtrolab ha rappresentato un raccordo sinergico per le attività svolte dal Gruppo e questo è da

ritenersi il suo primo "piccolo grande successo"; infatti tutte le società sono ricorse alla nuova struttura per risolvere problemi e soddisfare esigenze. In altre parole Axtrolab si è rivelato un catalizzatore importantissimo di interessi interni ed esterni, che ha dato un'identità a un'attività in precedenza definita troppo genericamente servizio tecnico, qualificando l'impegno profuso silenziosamente da un certo numero di persone per lo sviluppo di attività commerciali serie, credibili e sostenibili. Più mi confronto con il mercato,

POD – Some politicians are saying a re-emergence of the Italian factor over the next few years is not impossible, providing certain problems are dealt with properly, once and for all. Is this just a vote-catching ploy or is it an opinion you share?

A few years ago in Germany there was a "top-down" initiative that saw businesses with a clear strategic plan, that were also willing to operate transparently, qualifying for help from the State. Unfortunately in Italy this kind of across-the-board approach – in which a company states clearly

what it is able to achieve without trying to fool anyone and tries to improve its value by using its own experience and specific skills – is still considered by many to be taboo. I believe this mentality should be at the root of a serious change, because it is pointless to engage in endless recriminations of how things could have been managed better, when the basis for doing so is completely lacking.

POD – How has the Axtrolab project influenced Arcoplex's operations?

Axtrolab represents a synergistic

network for activities carried out by a group and this should be considered a first, important step. Indeed all the companies have used this new structure to solve problems and satisfy requirements. In other words Axtrolab has proven to be a very important catalyst for internal and external interests and has given an identity to an activity which was previously defined too generically as "technical support", while adding value to the often unacknowledged role played by a number of people in the development of credible and sustainable commercial activities.

The more I see of the market, the more I realise that aside from the very complex generational changeover, there are too many people without the necessary experience and skills to satisfy the demands of today's market especially in the technical and commercial fields.

For our part, we have never allowed our sales staff to attempt opportunistic sales that would risk alienating our customer base or losing the trust of our clients. Axtrolab has strengthened the concept of the technical side working as a kind of drive shaft for



più mi rendo conto che, a prescindere dal difficilissimo passaggio generazionale, soprattutto nell'area tecnico-commerciale operano troppi personaggi privi delle conoscenze sufficienti per soddisfare le reali richieste del mercato. Da parte nostra, non abbiamo mai permesso ai nostri commerciali di tentare quelle vendite occasionali, che rischiano di vanificare la stima e la fiducia del cliente. Axtrolab ha ancor più rafforzato il concetto per il quale il servizio tecnico, così come veniva definito, è un "semi-asse" del-

l'attività commerciale, senza il quale la stessa non decolla, e rappresenta un'ulteriore garanzia per il mercato.

POD - L'esistenza di Axtrolab ha confermato e rafforzato anche l'interesse dei produttori di materie prime per il mercato italiano?

Tutti i produttori con cui abbiamo un rapporto consolidato hanno dichiarato di essere molto interessati ad Axtrolab e molto soddisfatti dei risultati che sta ottenendo.

Non tutti i produttori hanno un servizio tecnico attivo, pertanto apprezzano che esista una struttura garante sul mercato, non un distributore che si eleva a partner solo per soddisfare un interesse occasionale.

POD - Finora l'attività di Arcoplex si è svolta principalmente sul mercato italiano e alle aziende italiane è stato proposto il progetto Axtrolab. Anche i mercati esteri potranno entrare a far parte delle vostre strategie?

Attualmente stiamo creando le condizioni migliori per sviluppare una presenza in Polonia, dove una nostra organizzazione composta da persone di nazionalità polacca, è pronta

a far decollare l'attività. La prossima partecipazione alla K, in qualità di visitatori, certamente ci consentirà di acquisire un ulteriore bagaglio di conoscenze da trasferire al mercato italiano, ma sarà anche l'occasione per incontrare i collaboratori polacchi e valutare l'eventuale interesse di potenziali nuovi fornitori ad essere presenti in Italia o in Polonia.

POD - Dunque è cambiato il ruolo del distributore. La vostra presenza in Polonia conferma che è diventato uno specialista che opera tra il produttore e il trasformatore, anche su diversi Paesi...

In effetti la nostra ambizione è proprio quella di essere non dei generalisti, ma degli specialisti. In questa ottica stiamo rivisitando il nostro modo di operare commercialmente nella convinzione che sia possibile conseguire il valore aggiunto assumendo un ruolo quasi indispensabile per i nostri interlocutori: per far questo occorre essere specialisti. Anche fuori dall'Italia non vogliamo raggiungere successi commerciali finì a se stessi, ma desideriamo avere la capacità di ascoltare le esigenze e produrre le soluzioni migliori per soddisfarle.

commercial activity, without which sales cannot take off and therefore representing a further guarantee of success in the marketplace.

POD - Has Axtrolab confirmed and strengthened the interest raw material producers have in the Italian market?

All the producers we have established a working relationship with say they are very interested in Axtrolab and very pleased with the results they are getting.

Not all producers have an active technical department, so they appreciate the importance of the

availability of a guaranteed structure on the market and not a distributor whose idea of partnership does not go beyond the occasional collaboration.

POD - Until now Arcoplex has operated mainly on the Italian market and the Axtrolab project targeted Italian businesses. Could foreign markets become part of your strategy?

We are currently creating the best possible conditions to develop a presence in Poland, where our organisation consists of Polish nationals and is ready to be

launched. We will be attending K as visitors and this is sure to give us even more knowledge we can take back to the Italian market, but it will also give us the opportunity to meet our Polish partners and explore any interest there might be from potential new suppliers whether in Italy or Poland.

POD - So we can say the role of the distributor has changed. Your presence in Poland confirms your company has become a specialist operation linking the producer and the processor even in different countries....

It's true that our ambition is not to generalise, but to specialise.

From this standpoint we are re-examining the way we operate commercially because we are convinced we can add value by taking on the role of an almost indispensable actor for our customers and if that is your aim, you need to specialise.

With our operations outside Italy we are not aiming solely for commercial success; we want to be able to listen to our customers, understand what they want and offer them the best solutions to achieve that.

