

Un'azienda al mese **Tecnoplast**

Intervista al direttore commerciale Italo Becocchi

Poliblend Engineering Polymers



Sede di Poliblend a Mozzate (CO)

Il direttore commerciale Italo Becocchi fa il punto sull'attività aziendale, che festeggia quest'anno il decennale.

La flessibilità e la rapidità del servizio rappresentano i fattori caratterizzanti e i punti forti per il futuro.

Un altro traguardo è il conseguimento del 50% del giro d'affari sui mercati esteri, un obiettivo non lontano grazie alla crescita costante dell'export

di Francesco Goi

TPL - Poliblend festeggia quest'anno i suoi primi dieci anni di attività. Qual è il suo giudizio su quanto è stato fatto e sui risultati raggiunti?

“In questi dieci anni, che sono trascorsi rapidamente, abbiamo raggiunto risultati sicuramente molto positivi che hanno portato Poliblend ad essere la capogruppo di una serie di società operanti nel settore dei materiali termoplastici: Polimeri Italia, D'Ottavio Polimeri, Esseti Plast GD, Alfa Polimeri, AngiPolimers, M.M.T.e M.M.T. KFT (Ungheria). Talvolta siamo andati anche oltre i programmi iniziali cogliendo opportunità che si sono presentate: un esempio in tal senso è offerto dall'ingresso nel nostro gruppo della MMT srl, società operante nel campo dello stampaggio per conto terzi.

Nel 1999 Giancarlo D'Ottavio, Filippo Corradini e il sottoscritto siamo partiti con una attività di commercializzazione, basata sulle conoscenze profonde maturate durante molti decenni di lavoro nel campo delle poliammidi presso primarie società del settore.

Queste competenze ci hanno

dato quel qualcosa in più che ha permesso a Poliblend di trovare uno spazio in un settore in cui già erano presenti molte società.

Oggi abbiamo raggiunto una capacità produttiva molto alta, di circa 25.000 tonnellate, che è stata resa possibile da una serie di investimenti molto tempestivi nelle tecnologie produttive. Le condizioni di mercato attuali non consentono di sfruttare completamente le potenzialità produttive, che sarebbe possibile solo con un incremento dell'organico.

Recentemente la sede di Mozzate è stata ulteriormente ampliata con l'acquisto di un altro capannone di 2500 m²”.

TPL - In questo decennio, oltre all'ampliamento della gamma prodotti, sono state introdotte innovazioni significative anche agli stessi?

“Come è noto, nel nostro settore non sono possibili grossi salti tecnologici. La nostra capacità è stata quella di introdurre prodotti dello stesso livello dei concorrenti più qualificati, ma con costi più bassi e con una maggiore rapidità.

Un'altra nostra peculiarità è quella di seguire il cliente nelle applicazioni particolari, mediante la messa a punto di soluzioni in grado di soddisfare specifiche necessità, per esempio introducendo modi-

fiche che rendano il prodotto adatto ad essere utilizzato con un particolare tipo di stampo. In altre parole abbiamo sempre puntato a conservare la flessibilità di una piccola azienda, anche quando le dimensioni sono cresciute.

Oggi il gruppo può contare su circa 120 dipendenti suddivisi tra le diverse società; la società con sede in Ungheria è quella con una maggiore forza lavoro, potendo contare su un livello inferiore di automazione”.

TPL - Quale funzione hanno le diverse società che costituiscono il gruppo?

“La logica che ha portato a questa configurazione è quella di poter disporre di una serie di unità snelle, gestibili ed elastiche.

Le società di distribuzione (Alfa Polimeri in Emilia e AngiPolimers in Lombardia) sono state costituite con la logica della territorialità, dovendo operare su specifiche aree regionali.

Polimeri Italia, di cui fanno parte alcuni manager con una vasta conoscenza del mercato, è stata creata per sviluppare un'attività di brokeraggio, fornendo al mercato i prodotti con il miglior rapporto qualità-prezzo, sempre nel campo



Italo Becocchi, direttore commerciale Poliblend

delle poliammidi e dei tecnopolimeri”.

TPL - Parlando della capogruppo Poliblend, il suo obiettivo è tuttora quello di ingegnerizzare i polimeri a base poliammidica, sviluppare soluzioni per le più svariate applicazioni...

“L'obiettivo prioritario del nostro lavoro non è cambiato, piuttosto si è esteso dai prodotti a base nylon ad altri tecnopolimeri quali le resine acetali (omopolimero e copolimero), il PBT, ecc. ecc. Ultimamente puntiamo a sviluppare anche l'attività nel campo del policarbonato che



Fase di produzione polimeri poliammidici

è un settore che trattiamo da tempo ed intendiamo arricchire anche mediante l'acquisizione di un prodotto coreano. Di volta in volta cerchiamo di sviluppare la produzione o la commercializzazione: l'ampliamento della gamma ci consente di soddisfare anche le esigenze più diversificate dei clienti che, avendo avuto esperienze positive con Poliblend nel campo del nylon, sono stimolati a rivolgersi allo stesso fornitore anche per applicazioni che richiedono l'impiego di materiali diversi".

TPL - Di quali strutture vi siete dotati per assicurare costantemente la qualità produttiva?

"Poliblend dispone di un centro di controllo e ricerca attrezzato con moderne e avanzate apparecchiature e strumenti di laboratorio, nel quale operano tecnici in costante aggiornamento professionale.

Ogni prodotto in uscita e materia prima in entrata vengono testati e corredati di dichiarazione di analisi e relativa scheda tecnica.

Poliblend S.p.A. e D'Ottavio Polimeri S.r.l. sono certificate secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008. Alcuni dei prodotti Poliblend hanno ottenuto l'omologazione UL. Proprio recentemente abbiamo conseguito la certificazione ISO TS-16949:2002 per il settore automotive".

TPL - Come si è strutturata la presenza di Poliblend sui mercati esteri e su quello nazionale?

"Sui mercati esteri siamo presenti attraverso rivenditori insieme ad un parco consistente di clienti diretti. Peraltro, uno dei primi obiettivi che ci eravamo posti quando fondammo la società era quello di raggiungere il 50% del fatturato con l'esportazione.

Questa vocazione per l'esportazione, ed anche la crisi del mercato interno, ci hanno permesso quest'anno di avvicinarci a questo obiettivo (ora siamo circa al 40%).

All'estero abbiamo conseguito una presenza abbastanza diffusa: siamo presenti in Sudafrica, in Turchia, in Messico, in Polonia e sui mercati

europei, in particolare su quello tedesco.

La Germania, nonostante la crisi attuale, rappresenta tuttora la realtà estera in maggiore sviluppo.

Uno degli strumenti di marketing utilizzati per sviluppare la presenza all'estero è rappresentata dalla partecipazione alle fiere. Siamo stati presenti a numerose edizioni del Fakuma di Friedrichshafen e nel 2007 abbiamo partecipato per la prima volta al K di Düsseldorf.

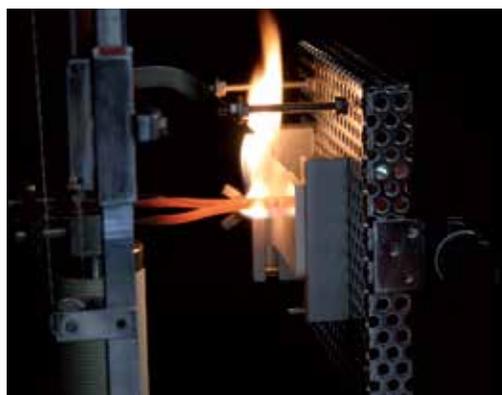
In Italia, oltre che attraverso le società del gruppo, siamo presenti con alcuni distributori, Pick-Up in Veneto, Leonardi nelle Marche e nelle regioni del Centro, realtà abbastanza affermate a livello locale".

TPL - Il decennale di Poliblend è arrivato in un anno complesso. In quale misura avete risentito della crisi e come avete operato per prepararvi al meglio per la ripresa?

"Avendo avvertito per tempo, già alla fine del 2008, i segnali del rallentamento abbiamo reagito attraverso una gestione molto attenta del magazzino, adeguando tempestivamente le nostre scorte ed essere competitivi con i prezzi. Siamo riusciti abbastanza in questo intento, grazie anche ad una situazione finanziaria solida che ci ha permesso di fare acquisti a prezzi favorevoli.

Quando, all'inizio dell'anno, il settore ha manifestato chiari segni di debolezza, disponevamo di un magazzino aggiornato che ci ha fatto affrontare il mercato in maniera competitiva.

Anche noi abbiamo avuto un



Prova alla fiamma (Glow Wire Test)

calo, che peraltro non ha superato il 10% delle quantità vendute e il 15% del fatturato, risultati sicuramente molto migliori rispetto a quelli della media del mercato.

In questa fase la consociata Polimeri Italia, allargando l'offerta, ha concorso sensibilmente a limitare gli effetti della crisi".

TPL - Auspicando che presto sia possibile mettere alle spalle la crisi di settore, quali prevede che siano le prossime tappe della vostra crescita?

"Intanto intendiamo consolidare alcune interessanti collaborazioni che abbiamo avviato sul mercato tedesco nel campo delle infrastrutture, un settore che assorbe grosse quantità di tecnopolimeri e sta dando grosse soddisfazioni non solo a Poliblend, ma anche alla MMT.

Un consolidamento della ripresa dovrebbe permetterci di raggiungere risultati ancora più consistenti in questo e in altri settori applicativi, di raggiungere il 50% dell'esporta-

zione e di riprendere la crescita, un trend che ha sempre accompagnato la storia della nostra società".

TPL - Lo slogan utilizzato per le vostre campagne pubblicitarie, con cui Poliblend viene ormai identificata, recita: "Dove plastica è... movimento". Qual è il significato che gli avete attribuito?

"Plastica è... movimento" voleva essere l'auspicio, l'intento di un modo di operare: rapido, flessibile e sintonizzato sulle esigenze di mercato. A distanza di tempo mi sento di affermare che la scelta del logo è stata azzeccata: abbiamo realizzato infatti una crescita aziendale che definirei tumultuosa, pur operando in un settore molto competitivo.

Questo risultato è stato possibile proprio grazie alla capacità di muoverci in modo efficace, andando incontro alle esigenze del mercato e dei clienti.

Nella nuova campagna pubblicitaria contiamo di enfatizzare ulteriormente questi concetti. Il discobolo del nostro marchio aziendale esprime forza, precisione, armonia; per l'evoluzione cerchiamo un'immagine che rappresenti anche il concetto della velocità, un aspetto sempre più fondamentale del servizio e che i gruppi più grandi faticano ad assicurare.

A questo proposito, vorrei osservare che anche i clienti tedeschi apprezzano sempre di più questa mentalità: alla loro tradizionale programmazione si va sostituendo una gestione del mercato basata sulla rapidità e il tailor-made".



Confezionamento automatico

TPL - In dieci anni avete fatto molto e raggiunto traguardi prestigiosi. Oggi quali sono le priorità che intendete perseguire?

"Il nostro intento è quello di proseguire sulla strada intrapresa cercando un'ulteriore diversificazione dell'attività, in modo da offrire una gamma ancora più completa.

Il panorama del settore materie plastiche, e in particolare dei tecnopolimeri, nel breve-medio termine potrebbe mettere in luce cambiamenti significativi rispetto al recente passato.

Crede che per Poliblend vi sia la possibilità di incrementare ulteriormente il fatturato e di consolidare il suo ruolo in termini di presenza e di redditività. Nel corso degli anni abbiamo sostenuto una serie di investimenti che hanno inciso significativamente sul bilancio aziendale: raggiunte le attuali potenzialità e una buona presenza sul mercato, ritengo vi sia la possibilità di conseguire risultati economici più significativi.

Un'altra priorità è la presenza sul mercato tedesco: non solo Poliblend, ma anche le altre società del gruppo, hanno la possibilità di incrementare la quota di mercato e la gamma delle applicazioni.

Il lavoro non mancherà: l'auspicio è che il secondo decennio aziendale possa darci le stesse soddisfazioni che abbiamo raccolto nel primo". ■



Ricettazione colori