

È il momento dell'Italia

Sarà Roberto Cugnaschi a guidare quest'anno la più importante associazione europea che riunisce i distributori e costruttori nel comparto dei dispositivi per le trasmissioni di potenza e controllo del moto.

» Simonetta Stella

In occasione della conferenza annuale, che si è svolta di recente a Vienna, è stato eletto il nuovo consiglio direttivo dell'EPTDA (European Power Transmission Distributors Association) per il 2007. La carica di Presidente è stata affidata per quest'anno a Roberto Cugnaschi, vicedirettore generale della società milanese Mondial S.p.A. L'associazione, che raggruppa distributori e produttori nel settore dei dispositivi per le trasmissioni di potenza e controllo del moto, è nata nove anni fa, figlia della americana PTDA ma adattata al mercato europeo. Abbiamo incontrato il neo-presidente che ci ha illustrato le finalità dell'EPTDA e i vantaggi di affidarsi a un'associazione che opera in maniera professionale ed etica, con l'intento di definire e creare valore al ruolo di distributore e di produttore con l'obiettivo finale di dare al mercato il prodotto e il servizio migliori. «La dinamicità del mercato in evoluzione obbliga a un continuo aggiornamento di competenze, assetti e strutture aziendali – spiega Roberto Cugnaschi; entrambi il distributore e il produttore devono essere in grado di interpretare tutti i giorni i nuovi ruoli e le nuove opportunità, i cambiamenti delle proprie prospettive. I mutamenti in atto nell'economia obbligano a

considerare con attenzione non solo la nuova identità europea, ma il contesto globale. Il valore delle aziende è sempre più legato alla capacità e alla competenza delle persone più che alle strutture. Diventa fondamentale gestire le informazioni, le relazioni, acquisire capacità di comunicare e co-progettare nuovi sistemi e architetture fino a ieri mai concepite. La nostra associazione offre l'opportunità unica di un confronto tra pari, a livello internazionale, con l'intento comune di approfondire le proprie competenze, raccogliere informazioni per aumentare le proprie percezioni, quindi la competitività, l'efficienza e la redditività. Ognuno è chiamato a diventare lo specialista della propria attività».

Che peso ha l'Italia all'interno dell'EPTDA, rispetto agli altri paesi dell'Unione?

L'Italia è un paese con un mercato industriale importante in Europa soprattutto nell'ambito degli organi di trasmissione del moto e, all'interno dell'associazione, è rappresentata con lo stesso peso. Il mercato della distribuzione industriale in Italia è anomalo rispetto a quello presente nel resto dell'Europa, per non parlare di quello americano. In ambito europeo ci sono soggetti molto grandi, organizzazioni strutturate anche con centinaia di filiali, gestite da management professionale.

Non è la stessa cosa in Italia, dove, a fianco di poche realtà di calibro internazionale, resiste una distribuzione regionale molto forte, con aziende composte da poche persone, di derivazione familiare. Realtà solide ma piccole con gestione del mercato locale e con fatturati pari a quelli delle filiali di altri distributori europei. In Inghilterra, Francia, Germania e Spagna, per esempio, è abbastanza comune trovare distributori o aggregazioni di distributori con 10-15 filiali e con un giro d'affari decisamente su-

periore a quello degli operatori medi italiani. Nel nostro paese non sono molti i distributori industriali che superano i 50 milioni di euro. Ci sono anche soggetti che fatturano 5 milioni di euro con 3 o 4 filiali. All'estero le realtà di queste dimensioni sono poco presenti e sono normalmente associate o dipendono da strutture più grandi.

Secondo lei questa peculiarità ha impedito una certa penetrazione da parte di grossi gruppi europei nel mercato italiano?

Credo di sì. In Italia per mettere assieme 100 filiali occorre acquisire almeno 20 distributori con 20 teste da integrarsi e da gestirsi: non facile, soprattutto se si tratta di aziende famigliari con equilibri interni consolidati.

Ora che la Presidenza dell'associazione è sua, che ruolo può avere l'EPTDA in Italia, quali sono gli obiettivi?

È un'opportunità per promuovere l'idea di un'associazione che crea informazione, cultura, opportunità di apertura, comunicazione e innovazione nell'interesse di tutti a favore delle sinergie tra distributori e produttori, nell'interesse dell'utilizzatore finale e del mercato in generale.

Sarei contento che anche qualcuno in più potesse beneficiare di questa opportunità; non credo che nel nostro settore una cultura chiusa o locale possa sopravvivere nel lungo periodo.

Quali sono le caratteristiche che deve possedere un candidato ideale per entrare nell'EPTDA?

Fare parte di questa associazione credo sia più una questione di predisposizione mentale piuttosto che di dimensioni di azienda, una questione di prospettiva più ampia. Si potrebbe al limite anche rimanere in ambito locale se con l'acquisizione di nuove

Roberto Cugnaschi, vice-direttore generale della società milanese Mondial S.p.A., è stato eletto Presidente dell'EPTDA per il 2007.

competenze, esperienze o prodotto si porta innovazione al mercato. L'evoluzione tecnologica in atto porta a una revisione necessaria delle competenze e dei prodotti. Per esempio, pensiamo anche al solo valore aggiunto dall'elettronica nell'ambito della meccanica, oggi rispetto anche a soli 10 anni fa.

Questo avviene non solo sulle automobili ma anche sulle macchine a controllo numerico, sui torni, sulle macchine da imballaggio. Trovo molta difficoltà a parlare di EPTDA a distributori o produttori che vedono l'associazione come un solo costo aggiuntivo e non invece come un investimento e una opportunità di apertura anche solo culturale.

L'aggiornamento continuo dei processi di produzione e di distribuzione porta a migliore efficienza e si traduce anche nella possibile adozione di misure per la tutela dell'ambiente e di processi mirati a contenere il risparmio energetico.

All'interno dell'associazione ci sono anche dei produttori, che ruolo hanno?

All'interno dell'EPTDA esiste il Consiglio dei Produttori e il Presidente di questo Consiglio fa parte anche del Consiglio di Amministrazione dall'associazione.

La voce dei produttori è fondamentale per i distributori in quanto consente una con-



Una distribuzione professionale per valorizzare i prodotti dei costruttori



L'EPTDA ovvero l'European Power Transmission Distributors Association è un'organizzazione che è stata fondata in Europa nel 1998, con sede a Bruxelles. Oggi è la più grande associazione che riunisce distributori e produttori nel settore dei dispositivi per le trasmissioni di potenza e controllo del moto e rappresenta circa 202 società specializzate di 26 paesi, tra cui l'Europa Orientale, gli USA e il Canada. È affiliata con l'PTDA, l'associazione americana equivalente che vanta un'esperienza di oltre 40 anni.

Fin dai primi anni di attività l'EPTDA si è strutturata per essere un punto di incontro e di confronto per distributori e produttori ai più alti livelli manageriali. A tal fine, l'associazione favorisce la diffusione d'informazioni strategiche di carattere economico e tecnologico per il business dei suoi membri, organizza stages di formazione e incentiva la cooperazione tra le industrie, con l'intento di migliorare la conoscenza e la competitività sui mercati internazionali. Nello specifico fanno parte dell'EPTDA 116 distributori che vantano un giro d'affari complessivo pari a 2,2 miliardi di euro e impiegano più di 18.500 addetti, 76 costruttori, per un volume di vendite che raggiunge i 14,5 miliardi di euro e un numero di operatori che supera le 100 mila unità e 10 membri associati che forniscono servizi nel settore trasmissioni di potenza/controllo del movimento. La prossima riunione dell'EPTDA è prevista per il 21 settembre a Monaco.

Sarà dedicata al tema «Le persone sono il fattore decisivo».

divisione di punti di vista e di azioni necessarie al fine di soddisfare l'utilizzatore finale. È una situazione vincente per entrambi in quanto ci si offre l'opportunità di allargare la percezione alla necessità di sviluppo di nuovi prodotti a soddisfazione degli aggiornamenti tecnologici e delle nuove esigenze del mercato.

Nuovi prodotti possono generare anche nuove opportunità di servizi che possono veramente fare la differenza per i distributori più qualificati e aggiornati sul mercato. La conoscenza del prodotto e del mercato è chiave. Con voci diverse, alla fine, produttori e distributori, tutti cantiamo nello stesso coro.