CI CHIMICA & INDUSTRIA

Il magazine dell'industria chimica

1 | 2014 | GENNAIO FEBBRAIO

Mai stati così sicuri

- piastre divisorie in P.T.F.E. "armato" inox (brevetto depositato)
- su richiesta pressioni fino a 10 bar ed oltre temperature fino a 260°C
- boccole in Guaflon™
- OR in FFKM Kaflon™72B
- tubi in Hexoloy™ SA (SiC)
- pH 0 ÷ 14
- dimensioni minime
- manutenzione rara

SCAMBIATORI DI CALORE "ARMATI"
AFFIDABILITA' ED EFFICIENZA

GUARDIAN™

Prodotto e brevettato a Bergamo da:

www.guastallo.com - info@guastallo.com

G.M.I. srl CIVIDATE AL PIANO (BG) 0363 945187

PEPPERL+FUCHS
PROTECTING YOUR PROCESS

I Protagonisti

Crescere in tempo di crisi

Innovazione continua, investimenti in Ricerca & Sviluppo e nei siti produttivi, ampia gamma produttiva e soluzioni "chiavi in mano", attenzione alle risorse umane: queste sono solo alcune delle chiavi del successo di Pepperl+Fuchs, leader nel settore dell'automazione di processo e di fabbrica che - in controtendenza rispetto all'andamento globale dei mercati - continua il suo trend di crescita, anche nel Vecchio continente. Abbiamo incontrato l'ingegner Charles Hertogh, amministratore delegato della filiale italiana di Pepperl+Fuchs, oltre che Vice President Sales del Gruppo e Sales Director East&South Europe, per fare il punto sui risultati del 2013 e parlare delle strategie e degli obiettivi del gruppo per l'anno appena iniziato. Con una prospettiva che guarda con ottimismo al futuro, anche in Italia.

Charles Hertogh, quarantasette anni, è attualmente:

Vice President Sales del Gruppo Pepperl+Fuchs Gmbh,

Sales Director South & East Europe e Managing Director di Pepperl+Fuchs Srl, la filiale italiana del Gruppo.

Intervista Esclusiva

Cominciamo dall'anno appena concluso: come sarà ricordato il 2013 dal Gruppo Pepperl+Fuchs?

L'anno appena trascorso è stato un anno regolare. Abbiamo continuato a crescere, secondo le nostre previsioni tanto che abbiamo raggiunto i 500 milioni di fatturato, un traguardo che ci siamo prefissati qualche anno fa, e un totale di 5.700 addetti nel mondo.

Continuiamo ad assumere, soprattutto negli impianti di produzione e a investire ogni anno nell'innovazione circa l'8% del nostro ricavo.

Crediamo che sia importante il settore della Ricerca&Sviluppo, ma siamo consapevoli che il cuore della nostra attività è rappresentato dagli impianti produttivi: due anni fa abbiamo costruito un nuovo Distribution Center in Germania e ora stiamo realizzando una nuova fabbrica e un nuovo Distribution Center a Singapore, dove è situato il sito produttivo più grande del gruppo, dal momento che la fabbrica inaugurata in Vietnam nel 2009 non riesce più a coprire le nostre necessità. Questi investimenti nelle strutture produttive proseguiranno anche nel 2014.

Quali sono stati i risultati ottenuti nei mercati emergenti e in Europa

Abbiamo proseguito la nostra espansione nei mercati emergenti, anche se la nostra crescita in Russia e in India è stata leggermente inferiore alle aspettative. I Bric restano comunque un punto di riferimento per le nostre stategie di crescita.

Il risultato più interessante, però, lo abbiamo registrato nel Vecchio Continente, dove abbiamo incrementato le nostre quote di mercato. Il mercato europeo rimane un nostro punto di forza, considerando che più del 50% dei ricavi deriva proprio da lì. In particolare, siamo molto soddisfatti di aver aumentato le nostre vendite proprio nei paesi europei più fortemente colpiti dalla crisi, come Spagna, Irlanda, l'area balcanica e la stessa Italia.

In controtendenza rispetto all'andamento dei mercati, nel Sud Europa abbiamo registrato una crescita pari a più del doppio rispetto al resto d'Europa. Si parla spesso di quanto sia importante imporsi in Cina, mercato in cui cresciamo in modo costante ogni anno, però per un gruppo storicamente forte in Europa come il nostro, è importante anche presidiare le nostre quote di mercato nel Vecchio Continente.

Adottate una diversa strategia di vendita nei paesi in via di sviluppo e in Europa?

Assolutamente sì, anche perché sono mercati completamente diversi. Se in Cina, in India e nel Sudest asiatico è importante essere presenti sul posto, per veicolare al meglio i nostri prodotti, una delle leve fondamentali rimane quella del prezzo.

La domanda si orienta soprattutto sui prodotti di base, dalla tecnologia consolidata e dai costi più ridotti.

Ai nostri clienti europei, invece, interessa l'innovazione più spinta; la domanda insomma è più aperta a nuove soluzioni e tecnologie più avanzate, forse anche perché noi stessi l'abbiamo abituata a continue innovazioni e a un'attenzione sempre più marcata al miglioramento dell'efficienza degli impianti.

È la clientela stessa che, creando con noi una sorta di partnership, ci chiede di sviluppare soluzioni che meglio si adattano alle sue esigenze, dandoci stimoli e consigli.

Per quanto riguarda invece il mercato nazionale, come si è concluso il 2013?

Come le accennavo, è stato un anno eccezionale. Abbiamo registrato un tasso di crescita che ha superato il 13%, sia per quanto riguarda il settore dell'automazione di processo sia per l'automazione di fabbrica. Questo risultato dà molte soddisfazioni in un mercato dove le opportunità non erano molte neppure prima del 2009, quando la crisi ha cominciato a farsi sentire.

All'inizio del 2011 abbiamo allestito una fabbrica per produrre dei prodotti e soluzioni antideflagranti a seguito della acquisizione degli assets nel 2010 di un'azienda leader in questo settore. Nello stesso stabilimento abbiamo integrato la produzione già esistente di custodie a sicurezza aumentata e barriere a sicurezza intrinseca. L'obbiettivo dell'acquisizione era di diversificare il nostro portfolio globale, utile soprattutto nel mercato italiano, che in generale offre minori possibilità di crescita.

Questa acquisizione ha certamente contribuito nel realizzare l'ottimo risultato dell'anno scorso. Ma anche i prodotti tradizionali sono cresciuti di più rispetto a quanto il mercato in sé potesse offrire. Deduco quindi che abbiamo aumentato in modo notevole la nostra quota di mercato; inoltre abbiamo introdotto molti prodotti nuovi che hanno contribuito notevolmente al successo dell'anno appena concluso. Nell'anno trascorso abbiamo anche assunto personale in Italia, compreso dei giovani, nella fascia di età dai 18 ai 24 anni, in controtendenza con i recenti dati del mercato del lavoro.

Non solo diplomati e laureati ma anche personale da impiegare nel reparto produttivo. Spesso si sente dire che le scuole del nostro paese non danno un'adeguata preparazione ai ragazzi, ma la nostra esperienza ci dice esattamente il contrario. I giovani ovviamente vanno formati e affiancati dagli specialisti, ma sono capaci e pieni di voglia di fare.

Visunet XT per il mercato dell'Oil&Gas

Un nuovo strumento progettato per il mercato dell'Oil&Gas che richiede massima robustezza della custodia e capacità di resistere in ambienti gravosi con temperature estreme. Il nuovo panel PC Visunet XT grazie a una scaldiglia interna può sopportare temperature fino a – 40°C. Con questa caratteristica risulta essere il migliore sul mercato per quanto riguarda la performance di temperatura. Il Panel PC ha sostituito numerosi strumenti idraulici, registratori e totalizzatori utilizzati nei pozzi di perforazione. I settori principali di applicazione sono: upstream, mid stream e downstream. Visunet XT può essere installato in aree con pericolo di esplosione classificate come: Zona 2; Classe 1, Divisione 2. Disponibile con display molto luminoso da 15" oppure 19". La custodia in alluminio coperta da una resina in poliestere è protetta contro la corrosione e dall'ambiente marino molto salino. Il colore grigio brillante è stato selezionato per ridurre al minimo l'assorbimento termico.

Sempre in merito alla vostra presenza in Italia, la realtà produttiva di Burago di Molgora, ubicata a pochi chilometri dai vostri uffici di Sulbiate, festeggerà tra poco i primi tre anni di attività. Può fare un bilancio di quest'operazione e dirci qualcosa sul futuro di questo sito?

Aprire una fabbrica a Burago di Molgora è stata una scommessa: del gruppo: il sito produce soprattutto prodotti antideflagranti, un mercato già ben servito nel nostro paese, destinati non solo all'Italia ma anche all'esportazione in tutta l'Europa.

Effettivamente il successo di quest'operazione è andato oltre ogni nostra aspettativa. Dopo tre anni abbiamo già raggiunto la massima capacità produttiva che era prevista per i primi cinque anni di esercizio, portando all'ampliamento degli spazi produttivi del 50%, con relativa assunzione di personale e investimenti in nuovi macchinari.

Visti i dati positivi dell'anno appena trascorso, quali obiettivi vi siete prefissati per il 2014?

Abbiamo delle buone aspettative, sorrette dal nostro portfolio di ordini, che è buono, e dai molti progetti all'orizzonte nei mercati emergenti. A livello globale, ci aspettiamo di crescere almeno del 7%, considerando che mediamente l'inflazione aumenta di circa il 3-4 punti percentuali l'anno. Riusciamo a raggiungere questo risultato già da tanti anni, con l'unica eccezione del 2009, in cui comunque le perdite sono state piuttosto limitate.

Nei mercati in cui questo tasso di crescita non è garantito, la nostra strategia già da qualche tempo è quella di introdurre nuovi prodotti nel nostro portfolio grazie a delle acquisizioni mirate. Per esempio, l'anno scorso abbiamo completato l'acquisizione dell'azienda australiana Govan, attiva nel settore "Explosion Protection Equipment", strategico per il nostro gruppo.

Lo scorso anno abbiamo integrato totalmente l'azienda, in questo modo abbiamo iniziato a crescere anche in quel mercato.

Complessivamente, comunque, anche se i nostri risultati dipendono molto dall'andamento economico globale, abbiamo delle aspettative piuttosto buone per il 2014. In particolare, anche se è difficile delineare delle proiezioni certe, sembra che quest'anno gli Stati Uniti conosceranno una crescita più incisiva rispetto al 2013, anche grazie ai continui investimenti nel settore dello shale gas, che potrebbero essere un volano anche per la nostra crescita. In Cina abbiamo stimato di continuare l'espansione, così come in India, mentre in Europa l'obiettivo del gruppo è quello di mantenere le nostre quote di mercato.

Seguendo invece una prospettiva a medio-termine, su quali soluzioni di prodotto vi state focalizzando? Quale sarà il futuro dell'automazione di processo?

Innanzitutto occorre sottolineare che per sviluppare un nuovo prodotto impieghiamo almeno due o tre anni, quindi oggi possiamo introdurre sul mercato alcune novità che sono state sviluppate negli ultimi anni. Come accennavo in precedenza, destiniamo l'8% dei nostri ricavi in Ricerca&Sviluppo e questo ci ha consentito di avere un portfolio prodotti sempre all'avanguardia. In particolare, quest'anno presenteremo un design rinnovato per i nostri sistemi di Remote I/O, nuove soluzioni Fieldbus, una nuova linea di Signal Conditioners. Inoltre, cercheremo di spingere un prodotto HMI appena rilasciato nel mercato Oil&Gas e per l'installazione in zona 2 e proporremo nuovi prodotti nelle nostre classiche linee della Sicurezza Intrinseca.

Per quanto riguarda gli anni a venire, sono sicuro che sarà sempre più importante lo sviluppo dei protocolli Wireless.

Il centro di Ricerca & Sviluppo sul wireless del nostro gruppo è ubicato proprio in Italia, ma lavora per realizzare soluzioni che introdurremo in tutto il mondo. Forse non in modo veloce come ci aspettavamo inizialmente, ma siamo convinti che nei prossimi anni tali soluzioni saranno sempre più importanti. Di conseguenza, stiamo concentrando molti dei nostri investimenti in nuove linee prodotti che hanno questa caratteristica. Questo rappresenterà un forte cambiamento anche per il mercato Oil&Gas, che è tradizionalmente conservativo; forse all'inizio non sarà facile convincere gli operatori a usare questi prodotti, ma sembra che il futuro sia questo. Sono molto contento che questo gruppo di sviluppo operi proprio in Italia.

Il nostro è iniziato come un progetto di ricerca, che poi si è commutato anche nella realizzazione di prodotti specifici. L'anno scorso abbiamo anche ottenuto un finanziamento della Comunità Europea proprio per sviluppare con altre aziende, enti di ricerca e università con sede in Spagna, Gran Bretagna, Repubblica Ceca e in Germania i prodotti wireless. Inoltre, questo ci ha consentito di assumere in Italia una persona dedicata a questo progetto.

PEPPERL+FUCHS
PROTECTING YOUR PROCESS

Accanto a prodotti innovativi e all'avanguardia, come state migliorando il vostro supporto alla clientela?

In questi anni di crisi, molti dei nostri clienti hanno ridotto di molto il proprio personale, quindi richiede sempre più il supporto degli ingegneri di Pepperl+Fuchs non solo per quanto riguarda la scelta dei prodotti da installare, ma anche per seguire passo passo la fase di start-up dell'impianto e successivamente il suo funzionamento. Nei nostri uffici a Sulbiate opera infatti un gruppo di ingegneri completamente dedicato a questa attività. Ovviamente questo ci agevola anche nello sviluppo di prodotti futuri: i nostri operatori, che sono quotidianamente in contatto con l'utenza, conoscono esattamente quali sono le esigenze della clientela e le soluzioni più utilizzate oppure che devono essere implementate per favorirla.

Come Pepperl+Fuchs da una parte possiamo vantare una gamma molto ampia, che presenta numerose versioni di ciascun prodotto, dall'altra cerchiamo sempre di creare soluzioni su misura e non solo una fornitura standard di prodotti. In primo luogo perché ormai la clientela lo dà per scontato e poi perché è parte del nostro stesso interesse che, per una questione di sicurezza, i nostri prodotti siano installati correttamente. Oltre, alla necessità di ricevere un prodotto "customizzato", la nostra clientela si aspetta consegne sempre più rapide. Per garantire questo, abbiamo siglato accordi con alcune fonderie che automaticamente ci forniscono ogni settimana. In questo modo, avendo già a disposizione il prodotto a magazzino, possiamo rapidamente intervenire con gli adattamenti e fornire al cliente direttamente un pacchetto "chiavi in mano".

Recentemente avete rinnovato la vostra newsletter aziendale, un prodotto editoriale sempre più accattivante dedicato all'informazione della clientela. Pepperl+Fuchs, però, è anche molto attenta alla comunicazione interna. Quali sono le vostre ultime iniziative a riguardo?

Come Pepperl+Fuchs abbiamo messo in campo alcuni progetti per migliorare la comunicazione tra i dipendenti. Abbiamo aperto una nuova intranet, in cui i nostri dipendenti possono visualizzare informazioni utili e aggiornate e da alcuni anni abbiamo poi sviluppato una newsletter – People+Facts – che circola solo all'interno. Inoltre abbiamo inaugurato P+Fnet, una sorta di Facebook di Pepperl+Fuchs: attraverso questo social è possibile accedere a gruppi e forum e restare in contatto con i colleghi nelle varie parti del mondo. Accanto alla comunicazione formale – che ha come canali newsletter, intranet o il nostro sito ufficiale – crediamo che anche la comunicazione informale possa creare una cultura aziendale forte, non solo a livello locale.

Inoltre, organizziamo nelle diverse filiali mondiali dei breakfast meeting, durante i quali i dipendenti possono incontrare il management ed esprimere liberamente le proprie opinioni. L'anno scorso abbiamo anche dato il via a un'iniziativa relativa alla leadership, durante la quale sono stati creati working group, con lo scopo di realizzare una Carta etica per i manager del gruppo. Insomma, investiamo molto nelle nostre risorse umane, perché vogliamo offrire ai nostri dipendenti sempre più motivi affinché scelgano di lavorare per il gruppo Pepperl+Fuchs.

Burago factory

La creazione della nuova attività produttiva ha richiesto cospicui investimenti sia sotto l'aspetto economico che di risorse umane. A Burago si producono cassette a prova d'esplosione sia in esecuzione Ex d (antideflagrante) che Ex e (a sicurezza aumentata) contenenti apparecchiature elettriche da installare in aree con pericolo di esplosione. La produzione, che comprende anche le barriere zener Ex i (a sicurezza intrinseca) è in grado di soddisfare le necessità del mercato italiano e dei paesi europei che fanno capo a Sulbiate e in particolare di aziende chimiche, petrolchimiche, farmaceutiche, dell'industria di processo in genere. Le due caratteristiche peculiari per soddisfare al meglio la clientela e rispondere in modo ottimale a quanto richiede il mercato sono: prodotti standard per rapide consegne e prodotti "custom made" per esecuzioni speciali che richiedono una particolare ingegnerizzazione di prodotto. Lo stabilimento occupa una superficie di 2000 metri quadrati di cui 1800 riservati alla produzione, collaudo, spedizione e magazzino.