

Rutronik, il broadliner Europeo

Copertura capillare del territorio e approccio pragmatico alle esigenze del cliente

2005: un anno molto frizzante per Rutronik, che prevede di chiudere a 425 milioni di euro di fatturato (su un consolidato di 404 nel 2004), con uno staff complessivo di 1010 unità; numeri positivi per un'azienda la cui "carta d'identità" è così sinteticamente descritta da Thomas Rudel, Vice President and General Manager Sales & Marketing: "Rutronik Elektronische Bauelemente è un gruppo privato, totalmente europeo, completamente autofinanziato, presente a fine 2005 in 24 paesi europei". La copertura capillare del territorio continentale è proseguita infatti con la costituzione della controllata Rutronik Nordic AB, con uffici commerciali in Svezia (dove ha sede anche un design center), Norvegia e Finlandia, oltre all'incremento del personale in Danimarca. Creati anche nuovi uffici in Slovenia e Portogallo, che potenziano rispettivamente la struttura a est e a sud.

"La nostra natura di broadliner, con un portafoglio prodotti particolarmente ampio - prosegue Rudel - ci permette di offrire una risposta pressoché esaustiva alla domanda di componentistica elettronica, con caratteristiche di one-stop-shopping, per varie tipologie dimensionali di aziende, e per diversi mercati. Alla fornitura di attivi, passivi (questi ultimi da soli contribuiscono al 28% del nostro fatturato) ed Emech Rutronik abbina consulenza, logistica e supporto

pre- e post-vendita. I design centers (per display, prodotti wireless, prodotti embedded) ampliano il ventaglio dei servizi customizzati che siamo in grado di offrire".

Questo dal lato cliente: dal lato fornitori il gruppo opera con pragmatismo, adottando un approccio step-by-step che poi viene "travasato" anche nelle politiche locali di estensione delle franchise. Tra i più recenti annunci l'accordo con Sharp Microelectronics Europe per display, LED e optocoppiatori, che è coinciso con l'avvio ufficiale del quarto settore commerciale di Rutronik "Displays & Embedded Boards"; si tratta di un mercato in crescita del 30% annuo e quindi rappresenta una messe di opportunità da analizzare e sfruttare tramite il design center appositamente creato. Un contratto di esclusiva è stato inoltre siglato con Epson per le aree di prodotto oscillatori e semiconduttori; infine con Fujitsu Microelectronics Europe l'accordo di distribuzione copre l'intera gamma di prodotti.

"Rutronik Italia, oltre a recepire l'effetto immediato di queste franchise concordate a livello paneuropeo, negli ultimi mesi ha visto l'estensione alle proprie competenze commerciali anche di accordi preesistenti con NEC, OSRAM e per ultimo con Infineon e STMicroelectronics, grazie anche al forte know-how della struttura italiana", così ha commentato Pino Cosenza, country manager per l'Italia.

In tal modo la controllata nazionale amplia il proprio portafoglio prodotti coerentemente con la politica perseguita a livello continentale: attualmente il 90% delle franchise detenute nel complesso da Rutronik ha valore anche per l'Italia.

Alcuni elementi di convergenza avvicinano il mercato nazionale a quello tedesco: per esempio per il settore industriale l'Italia segue la Germania, scavalcando il Regno Unito, ed esprimendo un buon livello di domanda. Una caratteristica invece peculiare del nostro

10% del mercato in 5 anni.

Infine un accenno a programmi e panorama aziendale futuro: il fatturato consolidato dovrebbe portarsi a 500 milioni di euro a fine 2006, con un trend di crescita del personale a 1040 unità (erano 840 nel 2003 e 960 nel 2004), ottenuto tramite assunzioni o assorbimento di rami d'azienda, come recentemente è avvenuto con nella regione nordica, in UK e nel Benelux con gli dipendenti Eurodis. Rutronik, che non ha mai praticato riduzioni di personale nel corso della sua esistenza, sta in effet-

Thomas Rudel
(quarto da sinistra).
Gli altri sono parte dello staff di Rutronik Italia



paese è la frammentazione della clientela, ma questa situazione è positiva per il gruppo in quanto la presenza di aziende di medie dimensioni giustifica la politica di one-stop-shopping, ossia il ricorso ad un fornitore per tutte le esigenze di componentistica attiva, passiva, Emech e ora display.

"Siamo soddisfatti dell'andamento di Rutronik Italia", conferma Rudel, alla luce dei risultati attuali, il nostro obiettivo rimane quello di raggiungere il

ti investendo molto sul cosiddetto "materiale umano" per potenziare l'aspetto consulenziale e di supporto che non è elemento puramente di contorno all'attività commerciale. Per ultimo Thomas Rudel ha accennato anche alle intenzioni che il gruppo manifesta nei confronti del mercato nordafricano (Marocco, Tunisia, Algeria), un ponte verso l'area mediterranea nel quale sta affermandosi il business elettronico. ■