Distribuzione 2010: c'è chi vede rosa

Sorta nel 2004 con l'obiettivo di raggiungere una quota del 10% del mercato nazionale della distribuzione, Rutronik Italia è arrivata al 3,6% nel 2008 e al 5% nel 2009. Il general manager Pino Cosenza illustra ai lettori di EONews le strategie e i punti di forza della società

Andrea Cattania

D: Potrebbe descrivere l'approccio di Rutronik Italia al mercato?
R: Fin dal suo esordio Rutronik Italia si è data una strategia di attacco particolarmente aggressiva, con una completa copertura del territorio nazionale grazie a sei uffici e circa quaranta specialisti con venti-venticinque anni di esperienza nel marketing e nelle vendite della distribuzione elettronica.
Oggi gli uffici sono diventati otto e gli specialisti cinquantacinque. Ci siamo sempre concentrati su obiettivi molto ambiziosi e il fatto di essere riusciti ad arrivare al 50% del nostro target in soli cinque anni lo consideriamo un risultato molto positivo.

D: In quale misura avete risentito della crisi?
R: Mentre le organizzazioni di grandi dimensioni avvertono fortemente i momenti di crisi, per noi non è stato così. Lo dimostra il fatto che nel 2009 siamo stati tra le pochissime strutture in Italia a non far ricorso né alla cassa integrazione né tantomeno al licenziamento di personale. L'attenzione verso i nostri collaboratori è un must per la nostra azienda.

D: Quali sono le vostre principali caratteristiche e punti di forza?
R: Tra i primi distributori del settore elettronico a livello europeo Rutronik è l'unica azienda completamente privata. Come tale non risponde a una logica finanziaria, come accade invece alle società quotate in Borsa. Ne consegue una capacità di adattamento molto superiore a quella dei concorrenti.
Il suo grado di autonomia è tale da consentirle di prendere decisioni di qualsiasi natura sul cliente che altri non sono in grado di prendere. In termini strutturali, il vantaggio rappresentato dal fatto di essere un distributore broadline, che copre semiconduttori, passivi, elettromeccanici e sottosistemi embedded si combina con le caratteristiche di un'organizzazione commerciale che non prevede una ripartizione in divisioni di prodotto.
In tal modo un singolo venditore può seguire tutte le tipologie di prodotto e il cliente non è costretto a interfacciare tanti venditori quante sono le tipologie di prodotto che intende acquistare.

D: Qual è stato il vostro risultato nel 2009 in Italia e come si è ripartito fra i vari prodotti?
R: Nel 2009 Rutronik Italia ha fatturato 35 milioni di euro, di cui la maggior parte (circa il 65%) nei semiconduttori, il 25% nei passivi e la parte rimanente negli elettromeccanici e nei sottosistemi embedded.

D: Quali sono tra le altre caratteristiche di Rutronik Italia quelle che ritiene più interessanti per i vostri clienti?
R: In primo luogo vorrei ricordare un approccio al cliente che punta su una logistica avanzata. Logistica avanzata significa la capacità di adattarsi totalmente alle esigenze del cliente, arrivando a suggerire modelli logistici innovativi, che puntano a semplificare le procedure di gestione degli ordini e dell'evasione della merce. Un altro aspetto di grande interesse è l'autonomia operativa, che deriva dal fatto che la politica commerciale è decisa a livello locale.

D: Qual è l'area geografica servita da Rutronik?
R: Per sua scelta, Rutronik concentra la propria azione all'Europa con l'obiettivo, raggiunto da anni, di essere il terzo distributore in termini di fatturato. Se osservate la mappa dei siti della società è evidenziata anche una presenza in Messico e in Cina, ma si tratta unicamente di hub logistici.

D: Quali sono le prospettive per il 2010?
R: Per quanto riguarda il mercato italiano, che nel 2009 ha registrato un calo del 30%, tutti gli osservatori prevedono un trend in crescita. Oggi infatti le scorte dei clienti si sono esaurite e questo fattore, in combinazione con un aumento dei prezzi, determina la previsione di un incremento compreso tra il 7 e il 10%. In questo contesto l'obiettivo di crescita per Rutronik Italia è almeno del 20%.

PINO COSENZA, general manager di Rutronik Italia

D: Che cosa ci può dire sui recenti accordi di partnership di Rutronik Italia e sui segmenti in maggiore crescita?
R: Sul primo punto vorrei ricordare almeno i più recenti: Omron, FCI e Intersil. Il mercato che presenta il maggior tasso di crescita è certamente quello del lighting, anche se non è facile dire chi saranno i protagonisti. In questo comparto noi siamo presenti con i prodotti di Osram, Samsung, Everlight e altri. Altri mercati interessanti per Rutronik Italia sono l'industriale, i subcontractor e il consumer. Nel settore automotive siamo invece penalizzati dalla presenza di un unico cliente, a differenza di quanto accade in Germania.
Vorrei però sottolineare che la principale carenza dell'industria nazionale riguarda la tecnologia. Dopo la forte contrazione del comparto delle telecomunicazioni siamo oggi privi di tecnologie trainanti e la nostra ricchezza più significativa consiste nella vitalità delle imprese piccole e medie.

readerservice@fieramilanoeditore.it
Rutronik Italia n. 18

brevi brevi brevi

Ci scusiamo con **EMCelettronica** (http://it.emcelettronica.com) e con i nostri lettori per aver erroneamente attribuito a Microchip l'immagine pubblicata sul n. 524 di EONews, pag. 10.

Mentor Graphics Corporation ha annunciato che i prodotti Tessent YieldInsight (IC yield analysis solution) e FloEFD (electronics cooling simulation software) sono stati scelti come due degli EDN magazine's Hot 100 Electronic Products for 2009. La 'Hot 100' è una lista dei migliori prodotti e tecnologie che nel 2009 si sono distinte nel mondo dell'elettronica e che hanno maggiormente interessato editori e lettori.

Nicola Ciniero, amministratore delegato di **IBM Italia** dal maggio 2009, ha assunto anche l'incarico di presidente della società, subentrando a Luciano Martucci che lascia l'azienda dopo 40 anni per concentrarsi su attività in ambito associativo e perseguire nuovi interessi di business.

RS Components, distributore via catalogo e web di prodotti industriali, ha annunciato l'introduzione a catalogo degli ultimi microcontroller (MCU) di Microchip, azienda che produce microcontrollori e semiconduttori analogici. I nuovi prodotti, dotati di tecnologia eXtreme Low Power e della periferica di rilevamento capacitivo mTouch, hanno un core a 8-bit potenziato che permette di accedere alle applicazioni a 18-pin mantenendo la piena compatibilità con i dispositivi della precedente generazione.

Frost & Sullivan ha assegnato ad **Alcatel-Lucent** il prestigioso titolo di 'Market Penetration Leader' del 2009 nell'area EMEA (Europe, Middle East and Africa) per i sistemi di Inbound Contact Routing. Il riconoscimento viene assegnato ogni anno da Frost & Sullivan all'azienda che nei due/tre anni precedenti è riuscita a conquistare la più ampia quota di mercato grazie alle proprie capacità di innovazione di prodotto e le strategie di marketing e vendita.

Omron Electronic Components Europe ha annunciato di avere intrapreso in Europa un'attività di assemblaggio cavi, rivolta alla propria gamma di microinterruttori e connettori di alta qualità.

Avnet Abacus ha reso noto di aver firmato un accordo paneuropeo di franchising con Samtec, uno dei leader mondiali nel settore dei sistemi di connessione.

Dialog Semiconductor, fornitore di soluzioni innovative a semiconduttore per il risparmio energetico, ha annunciato oggi di aver acquisito la tecnologia di risparmio energetico attraverso un'acquisizione del ramo d'azienda di Diodes Zetex.