Roberto Carminati

ONE WORLD

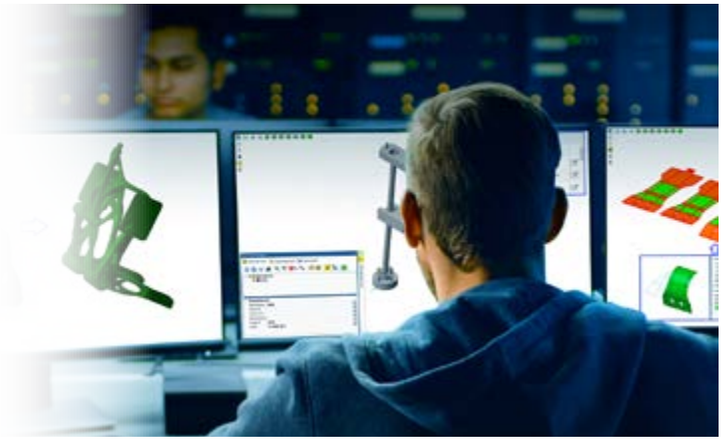
CON IL COMPLETAMENTO DELL'ACQUISIZIONE DELLA SOFTWARE HOUSE CANAVESANA VERO SOLUTIONS IL GRUPPO SVEDESE HEXAGON HA PROVVEDUTO ANCHE A RIDISEGNARE IL SUO MODELLO DI APPROCCIO AL MERCATO, DANDO RISPOSTA ALLE ESIGENZE DI UNA CLIENTELA SEMPRE PIÙ INTERESSATA A UN'OFFERTA FATTA DI SOLUZIONI COMPLETE

L'ottimizzazione dei processi e delle strategie commerciali è attualmente il principale obiettivo della multinazionale scandinava Hexagon che ha scelto il nostro Paese come apripista e pilota del suo rinnovato paradigma di relazioni con la clientela. Un ruolo centrale in questo quadro è destinato a giocarlo il distributore Vero Solutions - sede a Strambino, presso Ivrea - la cui presenza presso gli stampisti è storica e consolidata e trainata dal duraturo successo della *suite* di progettazione VISI. L'acquisizione della società piemontese che già da tempo gravitava nell'orbita del gruppo è stata completata nella tarda primavera di quest'anno ed è giunta a coronamento del percorso di crescita per linee esterne

che ha sempre caratterizzato l'operato della casa fondata nel 1992 a Stoccolma. «Sin dai primi anni Duemila», ha detto a *Stampi* il ***general manager commercial operation Italy*** **Bruno Rolle, «Hexagon** ha avviato un piano di investimenti teso a valorizzare le sue competenze in metrologia e quindi all'incorporazione di marchi del settore. Al tempo stesso è andata però in cerca di *player* complementari negli ambiti CAD-CAM-CAE, del *design engineering*, della simulazione».

La strategia dei silos

Il gioco è valso senz'altro la candela poiché dall'inizio del secolo a oggi il fatturato complessivo del colosso svedese è passato da 500 milioni a 4,3 miliardi di euro mentre la sua forza lavoro è aumentata sino a raggiungere la quota di circa 22 mila addetti in 50 nazioni. «Siamo una realtà internazionale di media grandezza», ha commentato nuovamente Rolle, «il cui odierno obiettivo è ottimizzare approcci e processi con una nuova strategia basata sulla creazione di *silos* altamente specializzati». O, se si preferisce, su divisioni dedicate l'una al *design engineering* e quindi a tutto quel che attiene all'ufficio tecnico e alla progettazione; una seconda agli applicativi per la manifattura e un'altra alle tecnologie di misura (e relativi *software*): dai laser ai sistemi a luce strutturata e di fotogrammetria.
«L'idea», ha proseguito il responsabile commerciale per l'Italia, «è quella di presentarci con una proposta a 360 gradi che consenta a noi e soprattutto ai clienti di avere piena visibilità su tutto il ciclo produttivo. L'Italia è il Paese *driver* per un'offerta di servizi pre e post-vendita, demo e ricerca collaborativa di soluzioni veicolata sotto il *brand* ONE-MI. È una sigla che allude da una parte all'integrazione e all'unificazione e dall'altro al concetto di *manufacturing intelligence* (MI) e che raggruppa non a caso tutti e tre i contenitori di cui sopra. È un debutto assoluto: le strutture commerciali italiane sono state ridefinite in ottica *one*. Mentre a seconda della tipologia del cliente e dell'attività da svolgere si decide, di volta in volta, quali dei *silos* vadano maggiormente coinvolti».



I numeri di Hexagon

4,3 miliardi di euro
il fatturato 2021

500 milioni
il volume d'affari nel 2000

22 mila
gli addetti complessivi

50
i Paesi presidiati

Un'evoluzione naturale

Inquadrata nell'ottica di Vero Solutions la transizione risulta «naturale» a fronte dell'evoluzione vissuta dai mercati e del mutato atteggiamento degli utenti. «Ci siamo sempre occupati della promozione e vendita di VISI», ha osservato a questo proposito **Giovanni Piccoli, fondatore di Vero Solutions insieme a Marino Cignetti,** «ma rendendoci conto man mano che sempre più spesso ci trovavamo ad agire in affiancamento ai *dealer* della rete di Hexagon. Si sono andate creando sinergie spontanee a seconda degli interessi degli interlocutori e delle tecnologie disponibili in catalogo. Si è iniziato insomma ad agire insieme mettendo i bisogni del cliente al centro, benché ognuno continuasse a portar avanti la sua proposta. Oggi il nostro personale tecnico e commerciale ha l'opportunità di consolidare le sue *skill* e di accrescere i volumi di vendita arricchendo ulteriormente il suo *portfolio* di prodotti e di soluzioni. Si evita così anche il rischio di restare confinati in una *comfort zone* che col tempo può diventare *routinaria* e si introduce un'offerta in grado di coprire

«L'idea è di presentarci con una proposta a 360 gradi che consenta a noi e soprattutto ai clienti di avere piena visibilità su tutto il ciclo produttivo»
Bruno Rolle, general manager commercial operation Italy, Hexagon

Vero Solutions in cifre

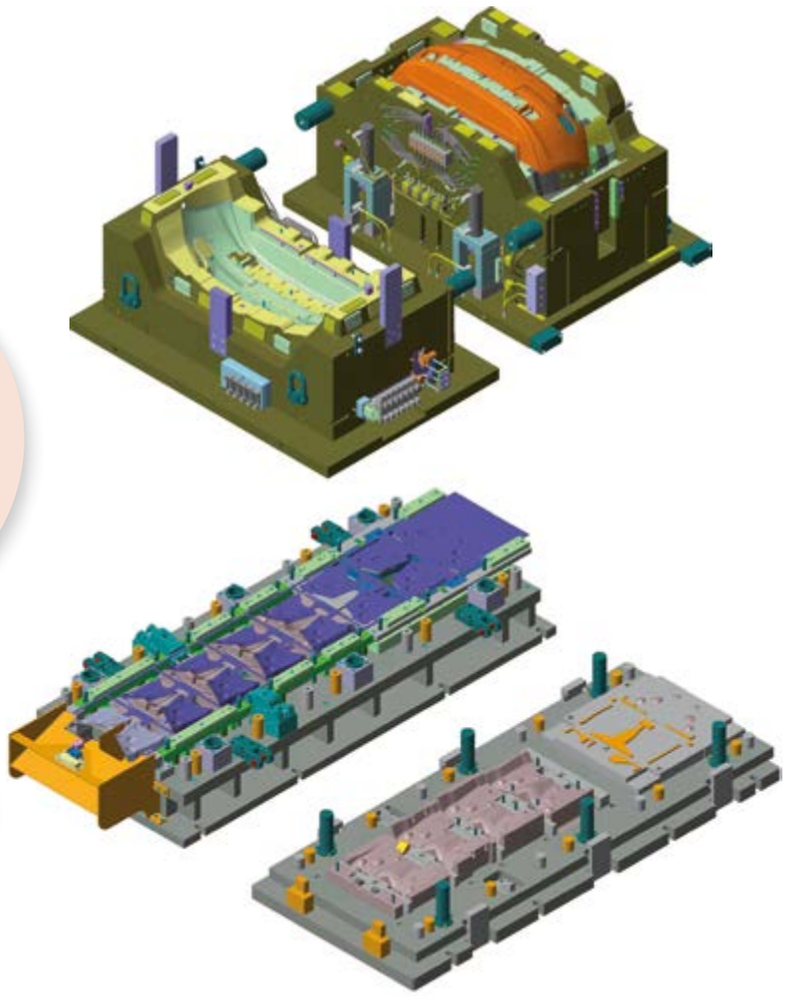
1.750
clienti attivi

70%
la quota di stampisti e stampatori fra i clienti di Vero Solutions

Oltre
6.000
le licenze

+20%
la crescita del fatturato fra 2020 e 2021

+14%
l'aumento del fatturato fra 2019 e 2020



«Oggi il nostro personale tecnico e commerciale ha l'opportunità di consolidare le sue skill e di accrescere i volumi di vendita arricchendo ulteriormente il suo portfolio di prodotti e di soluzioni»

Giovanni Piccoli, fondatore, insieme a Marino Cignetti, di Vero Solutions

trasversalmente diversi segmenti produttivi». Punto di partenza è la consapevolezza che i clienti non ricercano più il sistema CAD-CAM in sé e per sé, ma al fornitore chiedono una *partnership* consulenziale che sappia intercettare le loro problematiche o, preliminarmente, li aiuti a identificarle. «Decisivo», ha continuato, «è disporre di un *team* tecnico-commerciale preparato per identificare i colli di bottiglia e sbloccarli. D'altra parte è la stessa filosofia dominante di *Industria 4.0* a spingere verso l'integrazione e l'automatizzazione del flusso dei dati. La nostra Penisola è guida della sperimentazione per la sua tradizionale versatilità, la creatività e le capacità di *problem-solving*. Solo qui poteva partire un progetto simile».

Unità d'intenti

In una fase di «difficile lettura» dello scenario macroeconomico, Piccoli si è detto convinto che le opportunità e potenzialità dell'iniziativa ONE-MI possano solo aumentare, nonostante le criticità. Il perché lo ha spiegato invece Rolle. «La pianificazione del programma», ha detto, «è stata avviata di concerto con Vero Solutions e altre entità del gruppo ancor prima delle forzate pause del 2020. Anche se tutto ha preso una forma compiuta più tardi, sin da subito abbiamo compreso che questa era la strada da seguire per affrontare le sfide presenti e del futuro, con una nuova struttura e una nuova filosofia. Per Hexagon è stata l'occasione di avvicinarsi ulteriormente al mondo degli stampi facendo tesoro dell'*expertise* di Vero Solutions: noi come detentori del prodotto; loro del mercato.

Da qui, l'esperienza è pronta per essere gradualmente replicata e localizzata in tutti i Paesi europei». L'incremento del *business* e lo sviluppo dimensionale del gruppo dovrebbero essere la più ovvia conseguenza della svolta, posta l'immancabile cautela cui si accompagna ogni genere di pronostico. «Non c'è dubbio», hanno concluso Bruno Rolle e Giovanni Piccoli, «che il fatturato debba salire senza limitarsi a essere l'espressione di una somma delle parti; e che l'ascesa debba accompagnarsi col reclutamento di altre risorse umane. Né sull'uno né sull'altro fronte ci si può troppo sbilanciare nelle previsioni, data la complicatezza del periodo. Non è consigliabile gettare lo sguardo troppo in là ma vogliamo lavorare perché sia il volume d'affari e sia il personale possano crescere ancora». ■