

VISTI DA VICINO **Fiamm** Energy Technology

Integrazione e innovazione: strategia di crescita



DA SINISTRA
YASUHIKO NAKAYAMA,
LORENA DELLAGIOVANNA,
TOSHIAKI NISHI, E
ALESSANDRO MIO.

**DAL FOCUS SUL PRODOTTO
AL FOCUS SUL CLIENTE:
QUESTA LA SINTESI DELLA
STRATEGIA **FIAMM** CHE
PUNTA SU INNOVAZIONE E
INTEGRAZIONE CULTURALE PER
CONTINUARE A CRESCERE E
CONQUISTARE NUOVI MERCATI.**

CRISTINA PALUMBO

Si è svolto a fine giugno il "2° Town Meeting" di **Fiamm** Energy Technology, società partecipata al 51% da Hitachi Chemical: un appuntamento importante per l'azienda, che ha permesso di fare il punto a un anno dall'acquisizione. All'incontro, oltre ai vertici aziendali italiani di **Fiamm**, erano presenti anche Yasuhiko Nakayama, CEO **Fiamm** Energy Technology; Lorena Dellagiovanna, Country Manager Hitachi Europe; Toshiaki Nishi,

Vice President Corporate Management Headquarters e Alessandro Mio, Group HR & Corporate Communication Director.

È importante sottolineare come questo meeting sia servito a un duplice scopo: riconfermare quelli che sono i valori e le strategie di Hitachi rispetto al gruppo e tracciare la strada per quelle che saranno le attività da qui ai prossimi 10 anni, con una serie di piani triennali che saranno di volta in volta verificati.

BILANCIO POSITIVO E PROGETTI DI CRESCITA

I numeri della chiusura del bilancio 2017 di **Fiamm** Energy Technology non lasciano spazio a dubbi: l'azienda va bene e l'acquisizione sta portando verso una ulteriore crescita.

In cifre, questo significa 443 milioni di euro di fatturato per l'anno scorso e una previsione per quest'anno di 463 milioni, con profitti pari a 17 milioni nel 2017 e previsione di chiudere il 2018 con 21 milioni.

Come dichiara Yasuhiko Nakayama, alla guida dell'azienda di Montecchio Maggiore (VI) dallo scorso anno, la crescita è di circa il 5%, ma la strategia per il medio-lungo termine è quella di proseguire con l'espansione e lo sviluppo dell'azienda.

In particolare, Hitachi Chemical si propone di diventare il terzo player al mondo nel settore energia (batterie automotive e industriali), che in termini di fatturato significa 2,5 miliardi di dollari (oggi la cifra si aggira attorno a 1,7 miliardi).

Un obiettivo raggiungibile attraverso due strategie complementari: diminuzione dei costi e incremento delle vendite. E qui entrano in gioco la filosofia e i valori non solo di **Fiamm** ma di tutto il gruppo Hitachi, che puntano alla qualità e all'ottimizzazione delle risorse, all'innovazione e all'investimento, all'integrazione culturale fra le diverse realtà che compongono il gruppo.



A Hitachi Group Company

FIAMM
Energy Solutions



I QUATTRO ASSI DA GIOCARE

Come si fa dunque a creare profitto e raggiungere gli obiettivi di crescita prefissati? La risposta si articola in quattro diversi "assi nella manica" che **Fiamm** ha a disposizione e che intende giocare al meglio: qualità, produzione, ricerca e forza vendite, ottimizzazione.

Il prodotto **Fiamm** ha già una elevata qualità e gode di un meritato prestigio sul mercato, ma non bisogna fermarsi qui: Nakayama spiega che per crescere è necessario migliorare ulteriormente il prodotto e ridurre la difettosità. In questo gli fa

eco Alessandro Mio, che conferma come il prodotto batteria di **Fiamm** abbia già un basso tasso di difettosità, ma spazi di miglioramento sono sempre possibili, soprattutto laddove un'azienda come **Fiamm** arriva a investire circa il 2% del suo fatturato in ricerca e sviluppo.

Soluzioni innovative che vengono ricercate non solo per sviluppare nuovi prodotti, ma anche per migliorare le tecnologie produttive. In particolare, i due stabilimenti di Veronella e Avezzano hanno da poco iniziato il percorso già implementato da altri siti del gruppo Hitachi per traghettare l'azienda nell'epoca della digitalizzazione e dell'industria 4.0.

Avvalendosi anche di altre società di Hitachi che si occupano di "Intelligent Technology", infatti, **Fiamm** sta portando le proprie fabbriche verso un processo di produzione sempre più all'avanguardia.

Soluzioni che vengono sviluppate anche per ridurre i costi di tutta la supply chain ottimizzando risorse, gestione delle pianificazioni, marketing e logistica.

L'ultimo "asso nella manica" che si giocherà **Fiamm** sarà con la forza vendita: sono previsti infatti nuovi inserimenti in organico proprio per avere una copertura ancora più capillare del territorio e spingere sulle vendite, forti anche di una azienda che si sta sempre più strutturando per rispondere al mercato in maniera globale.

INTEGRAZIONE, OPENING INNOVATION

In un gruppo internazionale, dove convivono diverse realtà, il segreto sta nell'integrazione culturale come fattore di arricchimento e innovazione.

Un'affermazione che nel corso dell'incontro con la stampa Lorena Dellagiovanna, Country Manager Hitachi Europe, ripete più volte con convinzione, perché non esiste crescita del business se non si creano



sinergie. In particolare per un gruppo come Hitachi, che nelle sue strategie di espansione spesso si trova ad acquisire altre aziende (e proseguirà su questa strada).

Non sempre si tratta di un compito facile e ci vuole del tempo per iniziare a vedere i risultati di una integrazione culturale, ma essere aperti alle idee ed esperienze altrui, accogliere e investire nei nuovi talenti è un'alchimia che porta a risultati sicuri. In Hitachi questa strategia la chiamano "opening innovation" e in tutti gli ambiti in cui è stata implementata ha portato a sviluppi interessanti e innovativi. Lorena Dellagiovanna prende in prestito degli esempi dal mondo medicale (Health Care) e della gestione dell'acqua per far capire quanto la collaborazione proattiva abbia permesso a Hitachi di realizzare nuove strumentazioni all'avanguardia per la radioterapia piuttosto che soluzione per ridurre le perdite nella rete idrica. Non è da meno anche il settore dei trasporti e dell'energia, così come tutti i 12 settori che costituiscono il focus delle attività Hitachi nel mondo.

L'integrazione in **Fiamm** ha comportato una rivisitazione di tutta la

41
NM

VISTI DA VICINO **Fiamm Energy Technology**



struttura, alla ricerca della soluzione ottimale per la gestione di tutti gli ambiti di attività: dai prodotti alla logistica alla tecnologia applicata. Al centro ci sono le risorse umane e la capacità dimostrata di unire i talenti, così che la metodologia e la precisione giapponese si combinano con la flessibilità e la capacità di problem solving degli italiani. La volontà del gruppo giapponese di investire in Italia dimostra che tutto ciò non solo è possibile ma rappresenta davvero un valore aggiunto.

42
NM

SI SPOSTA IL FOCUS DAL PRODOTTO AL CLIENTE/MERCATO

La crescita passa sì dalla ricerca di nuovi prodotti e in particolare di alcuni articoli considerati di nicchia (applicazioni speciali ad esempio), ma anche dalla capacità di integrare la forte tradizione di Fiamm nella produzione delle batterie piombo calcio con le più recenti ed evolute tecnologie Hitachi.

Il focus aziendale si è spostato proprio in questi ultimi anni dal prodotto al cliente: la ricerca non è più sull'innovazione tecnologica fine a se stessa, ma sulle aspettative del cliente. L'obiettivo è quello di migliorare la qualità della vita e da qui si parte per cercare nuove soluzioni. Nello specifico, per il settore batterie automotive di Fiamm si punterà a una sempre maggior integrazione fra le competenze tecnologiche

e i prodotti di Fiamm e Hitachi, lavorando sul consolidamento del brand Fiamm in Italia e sulla sua espansione a livello internazionale. Una attenta conoscenza del mercato, della sua evoluzione e delle esigenze di mobilità del consumatore consentiranno a Fiamm di realizzare prodotti e soluzioni che non solo rispondano alle aspettative attese, ma possano andare anche oltre.

Fiamm continuerà quindi a produrre batterie avviamento con tecnologia al piombo calcio e con particolare focus sul mercato del ricambio (il parco circolante è infatti ancora ampiamente costituito da veicoli mossi da motori a combustione interna), puntando sulla ricerca di prodotti sempre più performanti, così come su strategie di produzione e logistica in grado di soddisfare tempestivamente le esigenze del mercato. ■