



Silvio Scarpanti,
amministratore delegato Univar

UN PONTE TRA MERCATO E PRODUZIONE

Una società di distribuzione di circa 5.000 prodotti chimici trova la sua ragione di essere nel servizio, affiancato a una forte componente di assistenza tecnica e logistica. Il tutto in un contesto di trasparenza e collaborazione sia con i fornitori che con i clienti.

Univar opera prevalentemente negli USA, in Canada e in Europa, disponendo altresì di una sede commerciale a Shanghai. Si tratta di una Public Company con Corporate a Seattle, punto di riferimento nel settore di competenza a livello internazionale, quotata alla Borsa di Amsterdam e che conta su un organico prossimo ai 7.000 addetti, a fronte di un turnover che nel 2005 ha sfiorato i 5,4 miliardi di euro. Il suo business è suddiviso, a grandi linee, per due terzi nel Nord America e un terzo in Europa: qui è presente in tutti i Paesi occidentali e in alcuni della ex area orientale (Polonia, Ungheria e in particolare Repubblica Ceca, dove ha attualmente insediamenti di distribuzione). Nel Vecchio Continente, la

società è governata da un management europeo, che prevede un presidente (John Phillpotts), un vice-president e cinque Regional manager. Il management europeo dà l'indirizzo strategico e coordina il Gruppo, mentre alle Regioni è delegata l'implementazione e la gestione del business. Uno di questi Regional manager è Silvio Scarpanti, che segue l'area mediterranea ed è amministratore delegato di Univar SpA. Quest'ultima dispone grosso modo di 200 collaboratori, ha fatto registrare nel 2005 un giro d'affari di 165 milioni di euro grazie alla vendita di circa 200.000 t di prodotti, idonei a soddisfare le esigenze di numerosi settori industriali: alimentare e zootecnica, detergenza, coating, pitture e vernici per l'edilizia, plastica e

gomma, meccanica, tessile e conciario, vetro, trattamento acqua, cosmetica e farmaceutica. Per esemplificare, nel nostro Paese Univar si pone come distributore preferenziale di moltissime materie prime per i vari settori industriali. La vasta gamma di prodotti offerta comprende: addensanti e viscosizzanti, agenti tampone e di trasferimento di fase, conservanti, coloranti, emollienti, emulsionanti, lubrificanti, poliglicoli, sali minerali, siliconi, solventi, resine, lattici e tutta la gamma di prodotti della chimica inorganica. In Italia, l'azienda ha 5 piattaforme logistiche (Milano - dove sono allocate la direzione centrale e quella di marketing - Torino, Reggio Emilia, Mestre ed Empoli) dalle quali copre l'intero territorio nazionale attraverso altrettanti uffici di vendita.

Una storia di continuità

La società venne fondata nel marzo del 1960 con lo scopo di creare un distributore di chemicals a livello europeo. Si chiamava UCE, acronimo di Unione Chimica Europea, e Dow Chemical fu il primo colosso chimico che le affidò la distribuzione dei propri prodotti. L'integrazione nella francese Lambert Riviere (1989) determinò una svolta dell'azienda: nuove case mandanti, arricchimento in termini di prodotti e ampliamento della base clienti furono i presupposti strategici sui quali ancora oggi poggia lo sviluppo della società. Nel 1995 il Gruppo transalpino venne acquisito dalla multinazionale olandese Royal Pakhoed (sorta nel 1616 come cooperativa di trasporto), che nel 1999

intorno alla ventina, mentre gli altri sono decisamente piccoli e agiscono localmente. In questo ranking, ci collochiamo in seconda posizione, in termini di fatturato". Del resto - aggiunge il managing director - "la nostra missione è fornire alle società che utilizzano materie prime di base un servizio che non è soltanto, per quanto estremamente importante, un prodotto di per sé, ma si traduce in un'assistenza tecnico-applicativa di vasto respiro ossia in una sorta di consulenza che può spaziare dall'innovazione a formulazioni all'avanguardia, alle riformulazioni, all'ottimizzazione dei processi e dei costi, fino a servizi di carattere logistico e finanziario-amministrativo. Soprattutto per quanto concerne gli aspetti tecnici, ci avvaliamo di uno

efficiente customer service; senza trascurare il marketing operativo, costituito da una trentina di addetti che si occupano dell'acquisto, dello stoccaggio e della gestione commerciale dei prodotti. Un altro punto importante è il Gruppo, che ha una sua forza dovuta proprio al size e alla capacità di coprire diversi mercati, con la conseguente possibilità di sinergizzare politiche commerciali e di acquisto, fare partnership verso i fornitori. In Italia rappresentiamo 60-65 case mandanti per le quali operiamo in regime di esclusività e che sono società di primissimo piano nello scenario della chimica mondiale (Dow Chemical, Solvay, Dow Corning, Arkema e così via) o leader nel segmento di competenza. Dal punto di vista del servizio, la

annunciò la fusione con la Van Ommeren, co-leader nel trasporto e stoccaggio di prodotti chimici. Nacque così la Royal Vopak, che dall'1 luglio 2002 si scorporò in due imprese distinte: Univar per la distribuzione e Vopak per la logistica. La costituzione della prima, a livello mondiale, è quindi formalmente recente, ma la sua è una storia di continuità. Quanto all'azienda italiana, l'ultimo atto risale al 2003 con il cambio della ragione sociale da UCE SpA a Univar SpA.

Mercato di competenza e punti di forza

Nel settore della distribuzione di prodotti chimici - dichiara Silvio Scarpanti - "il nostro Paese registra numerosi operatori (circa 300), iscritti in particolare all'Asslcc (Associazione Italiana del Commercio Chimico, n.d.r.). I più significativi si aggirano

staff interno estremamente qualificato e specializzato per ogni settore nel quale interveniamo, pertanto in grado di supportare il committente nelle più svariate necessità. Oltre alla qualità delle persone, un nostro punto vincente è l'organizzazione, dove con tale termine intendo una robusta area commerciale, strutturata a livello nazionale nel territorio e supportata internamente da un

nostra piattaforma logistica nella Penisola è fondamentale: trattiamo circa 5.000 prodotti che spaziano dalla chimica di base (basi, acidi, sali etc.) alle commodities (solventi, derivati dall'ossido di etilene e di propilene...), alle specialties (lattici, resine, pigmenti, additivi, siliconi, flocculanti, carboni attivi...). Siamo quindi in grado di offrire al committente il numero più elevato di prodotti che



Deposito di Torino



Deposito di Cusago

gli servono in un ottimo packaging, con tempi di consegna decisamente brevi (grazie alle piattaforme logistiche), a costi adeguati al mercato e con un'elevata qualità. Non a caso siamo certificati ISO 9001 dal 1995 con il numero 479 ossia molto basso, a testimoniare che siamo stati una delle prime società nel nostro Paese a seguire questo percorso".

Profilo etico

"Una società come la nostra, che tratta chimica - prosegue Scarpanti - deve lavorare con determinati canoni e discipline interne, nonché con un alto profilo etico; di conseguenza, la Certificazione di Qualità e il Responsible Care (il gruppo Univar è membro di questo specifico circuito mondiale, n.d.r.) per noi sono pietre miliari e non fatti estemporanei o concetti astratti. In tale contesto, un tema importante, dibattuto e di attualità è il Reach (Registration, Evaluation and Authorisation of Chemicals), nella cui dialettica siamo ovviamente e appieno dentro. Credo che il mondo abbia l'obbligo di portare avanti una politica in relazione all'ambiente un pochino più seria rispetto a quanto non sia accaduto in passato. Con la premessa che

la chimica è parte integrante del nostro stile di vita e di quello di società diverse dal mondo occidentale, ma che tutto ciò è scarsamente avvertito dalle popolazioni, che per contro continuano a vedere nella chimica stessa il principale nemico dell'Ambiente, ritengo che darsi delle regole per evitare abusi o comunque problemi che possono derivare dall'utilizzo improprio della conoscenza dei prodotti chimici sia senz'altro la strada giusta. Però il Reach,

così come è concepito, appare fortemente penalizzante per le aziende che operano nell'ambito del mercato della chimica.

Credo che un apporto migliorativo della normativa Reach sia la strada per soddisfare le esigenze ambientali e di costante innovazione. Ritengo sia giusto che i Paesi industrialmente avanzati si impongano

norme sempre più rigorose, ma sarebbe altrettanto corretto - pena il calo di competitività e/o la sopravvivenza di alcune imprese - che questo approccio fosse seguito su scala mondiale da tutti i produttori di chemicals e operatori."

Cauto ottimismo

Ormai la grande chimica, a livello di siti produttivi, sta concentrandosi in alcuni Paesi europei e l'Italia non appartiene a questa élite. Fortunatamente - osserva Scarpanti - "il nostro mercato non è tanto costituito dalle multinazionali della chimica, quanto dai fabbricanti di prodotti finiti. Si tratta quindi di una tipologia di impresa, sostanzialmente medio-piccola, trainante per l'economia, molto radicata nel territorio e che necessita di distribuzione per cui, da questo punto di vista, un'azienda come la nostra, a sua volta decisamente radicata nel Paese con una forte piattafor-

Deposito di Gualtieri





Uffici di Milano

ma logistica e un consistente supporto sia commerciale che tecnico, trova la ragione del suo essere; di conseguenza, vediamo

passato. Ho sostanzialmente fiducia nel Sistema Italia e sono cautamente ottimista, anche perché facciamo parte di un

in tutto ciò anche un orizzonte temporale di attività sicuramente lungo. Diverso è naturalmente l'impatto che le piccole-medie aziende danno sulla nostra attività nel momento in cui vanno a produrre all'estero; in tal caso, portano fuori dall'Italia gli impianti e ovviamente comprano le materie prime localmente. Penso comunque che questo fenomeno sia in leggero rallentamento rispetto al

Gruppo decisamente importante e siamo un po' condannati a crescere. La nostra strategia in tal senso, dichiarata e ufficiale, è di muoversi fondamentalmente su tre binari: da una parte la crescita interna, organica e in linea con il trend industriale, la quale si traduce in nuovi prodotti, ampliamento del parco clienti e così via; dall'altra, l'espansione geografica ossia l'implementazione della nostra sfera di azione su territori e Paesi vicini in cui c'è possibilità di fare business; la terza direttrice sulla quale continuiamo a muoverci è quella delle acquisizioni, finalizzate a integrare società che abbiano, per noi, interesse sinergico dal punto di vista sia dei prodotti e mercati che logistico".
