

IL GRUPPO ZENIT
È TRA LE PRINCIPALI REALTÀ
INTERNAZIONALI
NELLA PROGETTAZIONE
E PRODUZIONE DI TECNOLOGIE
PER IL TRATTAMENTO ACQUA

di Adriana Del Longo



LORENZO BOTTAN



Strategia 3P:

People, Product,

La storia di Zenit inizia a Modena alla fine degli anni 50 per costruire e riparare motori elettrici e pompe idrauliche, l'azienda fondata da Ugo Zeni, nonno di Lorenzo Bottan che ci ha illustrato le origini, il presente e il prossimo futuro dell'azienda.

"Nel 1977 la guida dell'azienda passa ai miei genitori, Adriana e Italo Bottan. Il mercato di riferimento è rimasto sempre quello italiano. Il 1990 segna l'inizio dell'espansione su mercati esteri: Europa, Asia e Sud America. E' anche l'anno dell'entrata nella società di Davide Bottan, mio fratello. Dal 1990 al 1994 Zenit triplica il proprio fatturato e nel 1995 ottiene la certificazione UNI-EN-ISO 9001. Nel 1996 la sede aziendale viene trasferita nel nuovo stabilimento di proprietà a San Cesario

(Modena) che si sviluppa su una superficie di 10.000 mq. E' questo l'anno in cui entro io".

"Gli anni 1998-2002 - continua Lorenzo Bottan - sono caratterizzati dall'espansione dell'azienda su nuovi mercati e dall'ampliamento della gamma con prodotti destinati al trattamento delle acque reflue: miscelatori, aeratori, ossigenatori.

Nel 2006 apriamo un nuovo Regional Office a Singapore (Zenit Asia Pacific) e nel 2007 inauguriamo la nuova sede produttiva e commerciale in Cina (Zenit China) che occupa una superficie totale di 16.500 mq di cui 8.000 attualmente coperti. Dal 2006 al 2008 Zenit amplia la sede di San Cesario (Modena), che passa a una superficie totale di 19.000 mq, e inizia i lavori per la costruzione di una vasca

prove tra le più complete d'Europa. Nel 2009 diventa operativo il nuovo Regional Office per le aree Europa, Medio Oriente e Sud America in Lussemburgo (Zenit Europe); 3000 mq coperti su una superficie totale di 6.500".

Dove avete indirizzato le vostre risorse

Sono quasi 60 anni di crescita costante, caratterizzati dai tre passaggi generazionali ben gestiti ed assorbiti dalla struttura. Gli ultimi 5 anni sono contraddistinti da una concentrazione delle risorse su mercati stranieri e da una forte riorganizzazione commerciale produttiva. Queste attività sono realizzate contando ovviamente su un indiretto beneficio anche ai mercati nazionali.

Qual è il vostro core business?

Oggi rappresentato dalla progettazione e produzione di elettropompe sommergibili per uso domestico ed industriale. L'alto livello di know-how e l'esperienza maturata ci hanno consentito di presentarsi sul mercato anche con prodotti destinati all'areazione e miscelazione, fornendo una gamma completa di articoli rivolti a soddisfare le richieste più esigenti.

Passion



Dove operate maggiormente?

Il principale mercato di Zenit è l'Europa. Lo stato con le maggiori vendite rimane la base storica, l'Italia. Grazie alla nuova e recente ristrutturazione organizzativa che ha portato alla delocalizzazione fisica dei reparti commerciali in Asia ed in Centro Europa stiamo crescendo sorprendentemente in mercati precedentemente considerati meno importanti. Dal regional office in Lussemburgo siamo in grado di parlare 19 lingue e quindi di approcciare ai mercati in maniera differente rispetto al passato. Negli ultimi due anni abbiamo avviato nuovi mercati sia in Medio Oriente sia in Est Europa e Russia e stiamo raccogliendo incredibili soddisfazioni. Anche l'Estremo Oriente rappresenta per noi oggi un'area ad elevato potenziale, in particolare la Cina su cui siamo partiti commercialmente solo due anni fa, sta regalando inaspettati fatturati in esplosione.

E per quanto riguarda il fatturato?

Il mercato Italiano per Zenit rimane fondamentale. Non ci aspettiamo raddoppi di fatturato, in quanto già ben radicati in ogni zona, ma continuiamo a crescere ogni anno in modo stabile. L'azienda, negli ultimi venti anni di vita, ha visto solo due anni in cui il fatturato non è cresciuto di percentuali a due cifre: il

2000 ed il 2009, tutti gli altri anni sono invece stati eccellenti. Gli ultimi due-tre anni ovviamente sono stati particolari per tutto il mondo ma comunque siamo felici che anche il 2010 si sia chiuso con una consistente crescita ed il 2011, al primo quadrimestre, è caratterizzato da una solida crescita del 19%. Riteniamo che questi risultati siano frutto di un' oculata scelta di giuste strategie aziendali.

Quali sono i punti di forza dell'azienda?

Ispiriamo il nostro operato in base ai principi della lealtà, dell'onestà e del rispetto per l'uomo, ci dedichiamo all'ambiente e alla società. Crediamo nell'innovazione di prodotto, di processo e di concetto come strumento per generare nuove opportunità. L'odierna organizzazione del Gruppo Zenit è frutto di un mix vincente di strategie ed intuizioni imprenditoriali che hanno reso possibile l'integrazione tra impresa e globalizzazione. Sicuri del percorso intrapreso continuiamo a camminare uniti verso una sola direzione, portando con noi le "3P" che ci hanno sempre accompagnato: People - Product - Passion. Riteniamo che questi siano i nostri punti di forza e siano le giuste armi per affrontare il mercato presente e futuro. Vogliamo essere efficienti ed innovativi come una multina-

zionale ma al tempo stesso vicini come stile e flessibilità al cliente come un'azienda di medie dimensioni e stampo familiare.

Dove sono diretti principalmente i vostri investimenti?

Anche nella recente crisi mondiale abbiamo continuato ad investire in modo sostanziale. Abbiamo reinventato integralmente il nostro reparto marketing, abbiamo rilasciato un'intera gamma di nuova documentazione in 9 lingue completamente ridisegnata, abbiamo pubblicato online un nuovo sito internet (www.zenit.com) con funzionalità di ricerca prodotti e calcolo dell'impianto. Gli investimenti non si sono fermati al marketing ma abbiamo e stiamo facendo tanto anche in termini di nuovi prodotti; a settimane rilasceremo ufficialmente una nuova gamma di elettropompe sommergibili in acciaio inox per applicazioni domestiche e nel corso dell'anno inizieremo la presentazione di una nuova gamma di pompe fino a 75kw con motori ad alta efficienza, circuito di raffreddamento chiuso ed idrauliche completamente ridisegnate. Un ulteriore prodotto innovativo nel nostro catalogo!

Altri investimenti sono stati fatti nel miglioramento della produzione per mezzo delle teorie del Lean manufacturing.

CREDIAMO NELL'INNOVAZIONE DI PRODOTTO, DI PROCESSO E DI CONCETTO COME STRUMENTO PER GENERARE NUOVE OPPORTUNITÀ

Quali sono le maggiori richieste del mercato?

I nostri clienti sono contenti di Zenit. Abbiamo un'ottima reputazione in termini di qualità ed affidabilità. Ci viene chiesta da tempo l'estensione della gamma verso potenze maggiori. Ci stiamo lavorando ed entro la fine dell'anno contiamo di annunciare delle importanti novità.

Quali sono i principali interventi nell'ambito residenziale?

Abbiamo investito molto nell'estensione della nostra gamma di stazioni di sollevamento in polietilene prefabbricate, i BlueBox. Oggi abbiamo quattro taglie di stazioni per coprire tutte le esigenze. Questi prodotti, coperti da un brevetto, si stanno rapidamente diffondendo nell'utilizzo domestico residenziale. Abbiamo fornito questi prodotti, assieme alle pompe della serie Blue, in svariate applicazioni prestigiose nel mondo.

Quali sono i prodotti di punta dell'azienda?

Salvo alcune gamme di produzione speciali le nostre vendite sono omogenee tra le varie famiglie di prodotto. Nei prodotti domestici la gamma delle BLUE, ed in particolare le idrauliche vortex (DGBlue), sono le privilegiate; anche le GRBlue, elettropompe con sistema di triturazione, rivestono un ruolo importante.

Quali sono le caratteristiche tecniche e i vantaggi?

La gamma delle BLUE, orientata al mercato domestico, è un prodotto innovativo ed unico nel suo genere. È caratterizzato da una robustezza incredibile grazie agli ampi spessori di ghisa impiegati e, tutta la serie, monta due tenute meccaniche in un ampio pozzetto olio. In una gamma di elettropompe piccole (0,4cv a 2cv) è una caratteristica insolita ma fondamentale per meglio garantire

sicurezza di una lunga durata. Questa gamma è inoltre interessante per l'eccellente rapporto prezzo/caratteristiche. Il prodotto fu lanciato 4 anni fa ed è stato disegnato, nelle sue parti esterne, da Pininfarina.

Cosa offrite e come siete organizzati per quanto riguarda il service e l'assistenza alla clientela, in particolare verso gli installatori?

Zenit considera il post-vendita importante quanto la vendita. Abbiamo un ufficio interno di svariate persone solamente dedicate al supporto post-vendita formate e fidelizzate ai prodotti Zenit da anni. Effettuiamo riparazioni in sede ma abbiamo anche una efficiente rete di centri di assistenza sul territorio Italiano.

Organizzate corsi di formazione?

Non abbiamo calendari di formazioni prefissati ma preferiamo essere flessibili anche in questo. Organizziamo corsi di formazioni "fatti su misura" e tarati sulle necessità della zona e sulla conoscenza degli interlocutori. Abbiamo sale di formazione e banchi di montaggio dedicati a questo scopo in azienda. Attraverso la nostra rete vendita siamo contenti di ricevere richieste di questo tipo.