



VII EDIZIONE:

marketing.innova

08 GIUGNO 2012 // 15.30 - 18.30

CONFINDUSTRIA UDINE

PALAZZO TORRIANI, LARGO CARLO MELZI, 2 - UDINE

PROMUOVERE LA RIPRESA ECONOMICA E SOCIALE

LE STRATEGIE DI BREVE
E MEDIO PERIODO PER
**IL RILANCIO DELLA
CRESCITA IN ITALIA**



ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING



pubblicitari professionisti



CONFINDUSTRIA UDINE



VII EDIZIONE:
marketing.innova
UDINE // 08 GIUGNO 2012

TESTIMONIANZE DI SFIDE IMPRENDITORIALI PER VINCERE NEL MERCATO GLOBALE

Riccardo Snidar

*Amministratore Delegato
Labio Test srl e LOD srl
Gruppo Luci*



ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING



CONFINDUSTRIA UDINE



La storia

L'attività del **Gruppo Luci** nasce circa 50 anni fa con la **Luci Inerti Frantumati** che si occupava della gestione della cava per l'estrazione e successivamente la lavorazione dei materiali inerti.

E' alla fine degli anni '80 che l'attività del Gruppo conosce il suo maggiore sviluppo:

- nel 1987 viene costituita **Gesteco Spa** impegnata nella costruzione e gestione di discariche per rifiuti speciali.
- nel 1988 viene costituita **Labiotech Srl** laboratorio chimico per l'analisi dei rifiuti.
- nel 1988 viene acquistata **Ipem Spa** specializzata nella produzione di prefabbricati pesanti.
- nel 2001 nasce il **LOD** – Laboratorio Olfattometria Dinamica, che si occupa della misura degli odori. Dapprima insediata nel parco scientifico e tecnologico L. Danieli, nel 2007 diventa uno spin-off con l'Università di Udine.
- Nel 2003 viene costituita **GMA** – Gruppo Minerario Albanese, un impianto di estrazione e lavorazione del basalto.



Oggi il **Gruppo Luci** occupa 138 addetti fra dipendenti e collaboratori e le aziende svolgono attività molto più complesse e specifiche rispetto alla loro origine adeguandosi alle richieste di un mercato in continua evoluzione movimentando più di 1.000 clienti all'anno.



In passato la certezza del lavoro era una garanzia.

Oggi l'unica certezza è che il lavoro non è garantito.

Mercato globale è un'unica parola.





Il cambiamento

Analizzando il mercato di riferimento abbiamo riscontrato il seguente cambiamento:

- Riduzione dei rifiuti
- Restrizione della normativa vigente
- Modifica dello scenario socio-culturale.
- Accorpamento delle attività ambientali
- Ingresso di competitors internazionali
- Strategia del riutilizzo



La nostra risposta al cambiamento è stata:

- ✓ Elevato il livello culturale dei dipendenti e collaboratori.
- ✓ Ammodernamento ed adeguamento delle attrezzature e della strumentazione.
 - *aumentata la precisione delle risposte analitiche;*
 - *accreditato il laboratorio di analisi;*
- ✓ Incrementato le sinergie tra le aziende del Gruppo
 - *condiviso in rete le informazioni di tutti i clienti*
 - *condiviso le richieste di tutti i clienti*



La nostra risposta al cambiamento è stata:

- ✓ Ampliato i servizi offerti
 - *Dato seguito alle richieste ricevute*
 - *Fidelizzazione atta a diventare interlocutori privilegiati*

- ✓ Ricerca & sviluppo
 - *Investimenti costanti e significativi programmati*
 - *Condivisione strategica degli obiettivi con Enti di ricerca*



La nostra risposta al cambiamento è stata:

- ✓ Brevetti industriali
 - *Consapevolezza della necessità di innovarsi*
 - *Innovazione senza compromessi o paura di osare*
 - *Non cadere nella politica del prezzo basso*

- ✓ Internazionalizzazione
 - *Accurata analisi del mercato di riferimento*
 - *Scelta di partner locali*
 - *Determinazione nelle scelte fatte*

Ipem si è evoluta ed ha puntato ad un'alta specializzazione che l'hanno portata a stringere nuove collaborazioni ed a differenziare la propria produzione. Ne è prova la produzione del cemento trasparente utilizzato per la costruzione del Padiglione Italia all'Expo di Shanghai nel 2010.



Oggi **Ipem** è sinonimo di:



Qualità



Unicità



Innovazione

120 INSEDIAMENTI ARTIGIANALI
E INDUSTRIALI REALIZZATI
6mln € INVESTITI IN NUOVI IMPIANTI
E STRUTTURE
2% DEI RICAVI INVESTITO IN RICERCA

Labiotech ha innovato le proprie soluzioni ed ha diversificato i propri mercati di riferimento.

Ciò ha portato a creare un nuovo brand rivolto ad un mercato diverso, più capillare e anche più ricco.



METODO LABIOTEST: rigore e risultati




756 IMPIANTI VENDUTI NEL MONDO
11% DEI RICAVI INVESTITO IN RICERCA
1612 CLIENTI NEL MONDO
21 STATI IN CUI LABIOTEST OPERA



QUANDO LA SCIENZA SI FA NATURA

Un sistema intelligente per la gestione dei problemi di odore negli ambienti chiusi. Questo sistema si rivolge ad una clientela completamente diversa da quella solitamente servita da **Labiotest** e di grande diffusione.



Gesteco ha accorpato le proprie competenze fino a diventare un interlocutore unico per i propri clienti e contribuendo a diffondere la cultura dell'ambiente sul territorio.

AMBIENTE

Raccolta, recupero e smaltimento rifiuti, bonifiche e riqualificazioni ambientali

LABORATORI

La divisione Laboratori è il centro di ricerca e sviluppo dell'attività Gesteco: non solo offre un supporto fondamentale nell'operatività di ogni giorno ma, al tempo stesso, sviluppa gli aspetti più innovativi di Gesteco. La divisione promuove progetti di ricerca applicata nell'ambito ambientale.

INERTI-DEMOLIZIONI

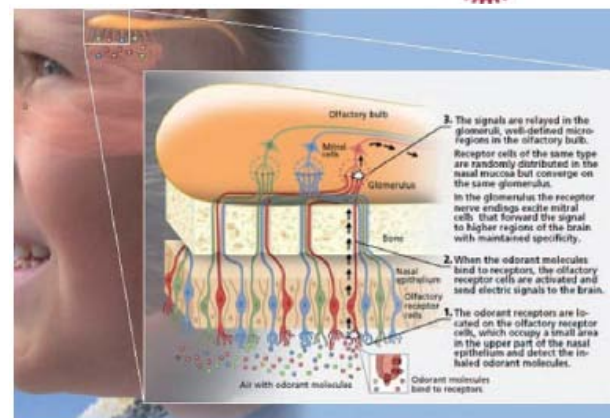
Gesteco è specializzata nel settore dell'estrazione, lavorazione inerti e movimento terra.

PRECONFEZIONATI ùniko



6% DEI RICAVI INVESTITO IN RICERCA
4000 CLIENTI FIDELIZZATI
5mln TONNELLATE DI MATERIALE GESTITO

LOD è la più giovane società del Gruppo e rappresenta la conseguenza dell'intensa collaborazione del Gruppo con l'Università e l'esempio di come si possa diffondere la cultura dell'innovazione.



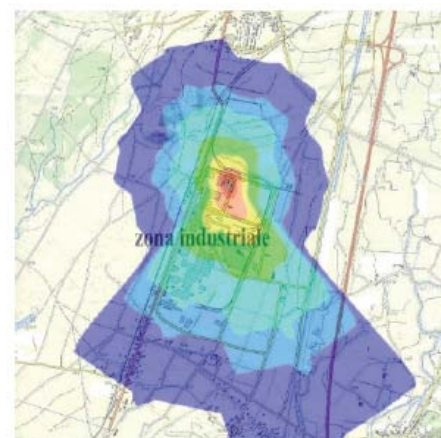
✕ OLFATTOMETRIA DINAMICA

➤ MODELLI DI DISPERSIONE

➤ MONITORAGGIO CON NASI ELETTRONICI

◼ PROTOCOLLO ODORE

✕ EDONICITÀ: alchimia olfattiva





Conclusioni

Nulla è scontato !

In questo particolare momento socio-economico, il mercato è veloce ed imprevedibile:

- ✓ i programmi sono a breve/brevissimo termine pertanto le risposte devono essere immediate.
- ✓ il mercato è globale.
- ✓ la conoscenza del contesto geografico in cui si opera è determinante.
- ✓ ottimizzazione delle risorse ifra-gruppo sono una significativa voce di risparmio.
- ✓ la Ricerca è la prima arma per innovarsi e distinguersi sul mercato.
- ✓ le partnership possono garantire l'acquisizione di mercati inaspettati, perché l'unione fa la forza.



« ... nessuno gli aveva detto che fare quella cosa era impossibile e quindi lui la fece... »

