

Crescere a 360°

Michele Ampezzan, direttore commerciale & marketing di SEST, leader europeo nella produzione di elementi di scambio termico ha risposto alle nostre domande sulla storia dell'azienda e sull'andamento del settore

a cura di **Daniele Carcelli**

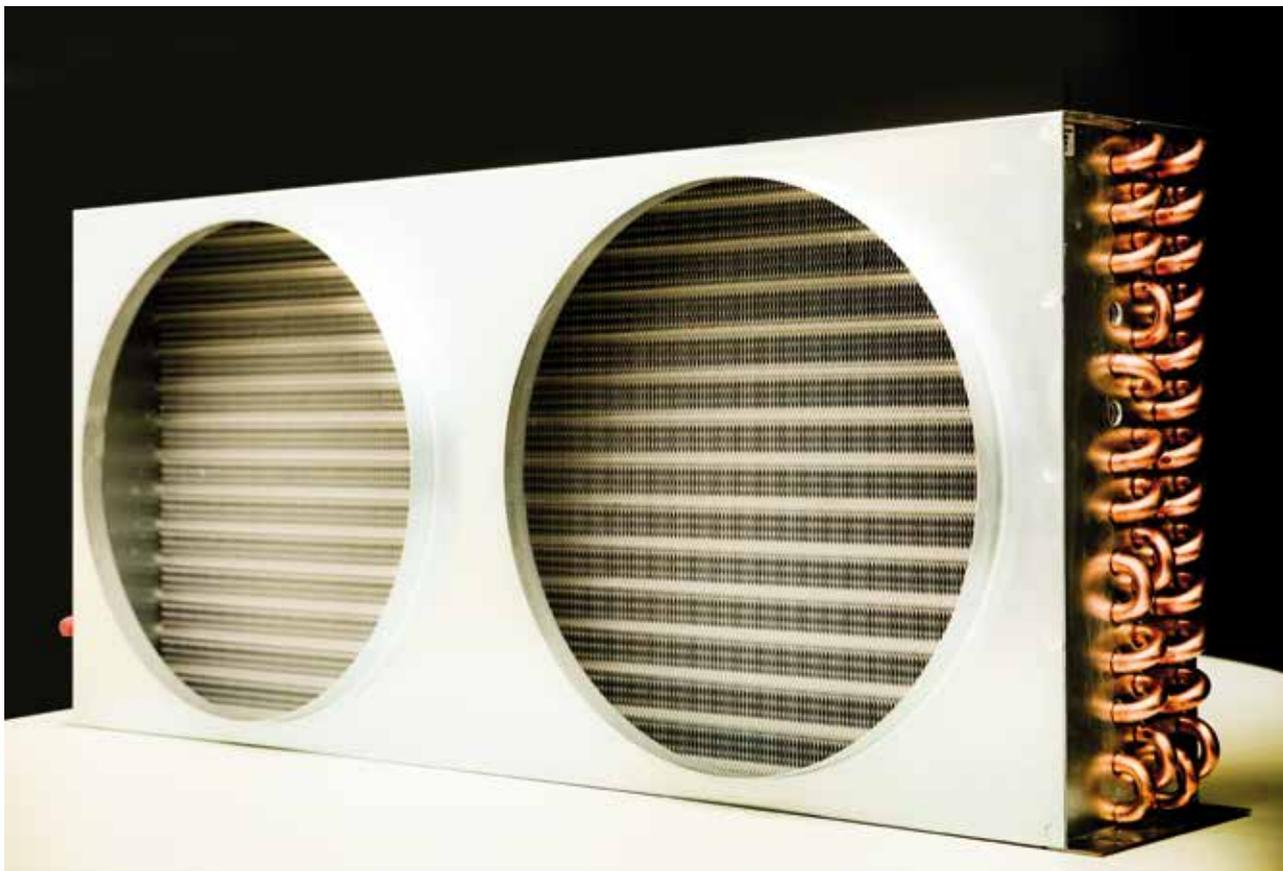
Nel 2014 SEST compie 40 anni. Volete parlarci di come è nata ed è evoluta nel tempo la vostra società?

“SEST è nata a Limana (Belluno) nel 1974 e la sua storia è legata a quella di un'azienda produttrice di banchi frigoriferi per supermercati. Nel 1991, LU-VE Group entrò nel capitale sociale. Sullo slancio, cambiammo pelle. Da produttori di semilavorati, diventammo fornitori di un servizio, il cui fulcro non era più il solo prodotto, ma il cliente e le sue esigenze: qualità elevata, tempi di consegna rapidi, flessibilità sui lotti di produzione e prezzi competitivi. Oggi SEST è la maggiore azienda europea specializzata nella produzione di evaporatori e

condensatori per banchi frigoriferi. Siamo il più grande produttore continentale di batterie alettate di scambio termico per i settori della refrigerazione commerciale e del condizionamento dell'aria. Abbiamo stabilimenti produttivi a Limana (Italia), Gliwice (Polonia), Lipestk (Russia) e Changshu (Cina); sono forti di 670 collaboratori, con una superficie coperta di 46.000 m², 35 linee produttive e una capacità di oltre 1,2 milioni di batterie/anno”.

Al contrario di altre aziende del settore HVAC/R non sembra che, per ora, abbiate promosso particolari attività per divulgare la ricorrenza. Come intendete operare a questo scopo?

“Festeggiamo i nostri 40 anni da leader. Dal 1974 a oggi, SEST ha registrato una crescita costante



Condensatore in Cu/Al sviluppato per il mercato russo

e, nei soli ultimi venti anni, è passata dai 5 milioni di euro di fatturato del 1993, ai 28 del 2003 e fino ai 72 del 2013 (con un aumento a due cifre sull'anno precedente). Il successo commerciale si è sviluppato, oltre che in Italia, in tutta l'Europa Centrale, in Russia, Nord Africa e Sud America, portandoci a diventare uno dei protagonisti a livello globale. Entro la fine dell'anno saremo in grado di operare anche sul mercato asiatico in generale e cinese in particolare. Siamo internazionali, ma SEST ha un fortissimo legame con il suo territorio, con la sua gente. Le nostre radici sono a Limana. La passione, il coraggio e la dedizione sono nati qui. In occasione del nostro 40° anniversario, festeggeremo con clienti, fornitori e partner a Chillventa, il 15 ottobre. Ma la vera

fiesta sarà nel nostro territorio. Qui, celebreremo la nostra origine, la nostra terra, la nostra gente".

Quest'anno avete partecipato a Climate World di Mosca, China Refrigeration a Pechino e Euroshop a Düsseldorf. Che impressioni avete riportato da questi eventi?

"Molto buone. Sono stato positivamente impressionato da Climate World e dalla Russia in generale. Il mercato si sta sviluppando rapidamente nel settore dell'A/C e del trattamento aria. Tra il 2007 e il 2011 il LU-VE Group ha investito molto nello stabilimento di Lipetsk e oggi stiamo raddoppiandone nuovamente la superficie produttiva. China Refrigeration è lo specchio della Cina: un mercato 'esplosivo'. Ci stiamo concentrando su alcune nic-



Michele Ampezzan, direttore commerciale & marketing, Pierluigi Faggioli, presidente e Michele Faggioli, direttore generale di SEST

I NUMERI DEL LU-VE GROUP:

- Oltre 1.450 collaboratori;
- Oltre € 220 milioni di fatturato consolidato (240 aggregato);
- 10 stabilimenti produttivi in 6 diversi Paesi
 - AIA (Asarum, Svezia)
 - HTS (Novosedly, Rep. Ceca)
 - LU-VE Heat Exchangers (Changshu, Cina)
 - LU-VE Exchangers (Uboldo, VA, Italia)
 - METALLUVE (Uboldo, VA, Italia)
 - SEST (Limana, BL, Italia)
 - SEST LU-VE Polska (Gliwice, Polonia)
 - "OOO" SEST LU-VE (Lipestk, Russia)
 - TECNAIR LV ((Uboldo, VA, Italia)
 - TGD (Travacò Siccomario, PV, Italia);
- 13 aziende commerciali in Australia, Austria, China/HK, Francia, Germania, India, Polonia (Gliwice e Varsavia), Regno Unito, Russia, Singapore, Spagna, UAE;
- 340.000 m² di superficie totale (di cui 140.000 coperti);
- 2.350 m² di laboratori R & S;
- Oltre 70% della produzione venduta in 90 Paesi.

chie in particolare, portando nel Paese la nostra esperienza nel campo delle grandi catene di supermercati e ipermercati (molti grandi operatori sono già attivi qui), dedicandoci in particolare alle applicazioni a CO₂. Il nostro obiettivo è diventare un fornitore di riferimento in questo segmento e quello legato all'utilizzo dei gas naturali in genere, come già lo siamo in Europa. A breve entreranno in funzione le nuove linee produttive nello stabilimento del LU-VE Group a Changshu, in Cina. Da qui serviremo il mercato locale e dell'Asia/Pacifico. Euroshop mi ha colpito perché finalmente ho visto concretizzarsi progetti di cui si è parlato per anni, senza arrivare a prodotti concreti: penso soprattutto all'impiego dei nuovi fluidi naturali (CO₂, propano, ecc.). Ma la novità vera per noi è stata la sinergia con TGD - Thermo Glass Door S.p.A. (Travacò Siccomario, Pavia), entrata a far parte del LU-VE Group. TGD è un'azienda specializzata nella produzione di porte e sistemi di chiusura in vetro per apparecchi di refrigerazione, professionale, industriale e domestica".

Come vi state preparando per Chillventa e cosa intendete presentare?

"Esporteremo il prodotto più efficiente della categoria, rispettando le logiche di contenimento dei costi imposte dal mercato. Mostreremo la nostra eccellenza nella ricerca e sviluppo e nel *know-how* per prodotti 'sartoriali', tarati sulle esigenze del cliente. Poi punteremo sui gas fluorurati e sui fluidi refrigeranti naturali. Il nostro valore aggiunto sta nel fatto di essere diventati l'azienda di riferimento in Europa, per il nostro settore: non lo siamo diventati per caso. A Chillventa esporteremo nuove geometrie e soluzioni pensate in chiave 'modulare'. Presenteremo nuovi prototipi, che nel prossimo decennio, potrebbero innovare il concetto dello scambio di calore".

A marzo dello scorso anno avete presentato la gamma dei condensatori standard per il mercato russo; quanto successo hanno riscosso?

"Partiamo dai nostri tradizionali punti di forza: prodotti con ridotti consumi energetici e minimo impatto ambientale, servizio di altissima

gamma e *customer care* d'eccellenza. Detto questo, il responso è stato talmente positivo, che a breve rivisiteremo le nostre gamme inserendo nuove taglie".

Sempre l'anno scorso ci avete parlato dell'introduzione di una nuova linea di scambiatori alettati in Al/Al. Avete poi deciso se procedere o meno con la produzione di massa di questi prodotti?

"Non ancora. Tuttavia posso preannunciarle che abbiamo trovato una soluzione innovativa, caratterizzata da costi molto contenuti, superando uno degli ostacoli principali all'introduzione sul mercato. Ma mi consenta di mantenere ancora un minimo di riservatezza sull'argomento. Posso solo aggiungere che, nell'attività di ricerca e sviluppo, ci è di grande supporto il LU-VE Group: disponiamo del più grande laboratorio di R&S del settore in Europa".

Quest'anno SEST ha acquisito l'azienda TGD – Thermo Glass Doors S.p.A. Che cosa vi ha spinti a muovervi in tal senso e che riscontri avete avuto?

"TGD è una delle realtà più giovani e dinamiche del settore: da un fatturato di 2,2 milioni di euro del 2009 è infatti passata ai 14,2 del 2013 (+12,5% sull'anno precedente). L'operazione è frutto di una sinergia con l'obiettivo di consolidare la presenza sul mercato e garantire alla nostra clientela un'offerta più completa e ulteriormente specializzata. La strategia è quella di sfruttare la complementarità tra le due società, per prodotti sempre più personalizzati, con ridotti consumi energetici e minimo impatto ambientale".

Per quanto riguarda i vostri mercati il 2013 è stato un buon anno?

"Assolutamente sì. La nostra strategia si è basata su due elementi fondamentali: *network* commerciale e sviluppo tecnico. Insieme ci hanno consentito di raggiungere nuovi clienti e nuove segmenti di mercato: siamo molto soddisfatti. Ma questo non basta, perché consideriamo questi successi come uno stimolo ulteriore. Al di là della soddisfa-



zione, infatti, abbiamo avuto la possibilità trarre spunti per migliorare sia i prodotti sia i processi produttivi. Credo che sia questa la chiave della nostra crescita: un cliente esigente è un'opportunità per migliorarsi e crescere a 360°".

Come sta andando il 2014?

"Il 2014 è iniziato molto bene. Tuttavia, in Russia stiamo registrando uno sviluppo un po' al di sotto delle nostre aspettative. Intendiamoci: siamo esigenti! I risultati nel primo semestre 2014 sono in eccellente crescita sul 2013. Chiudo guardando al futuro. Nelle presentazioni del Gruppo, usiamo spesso un verso del poeta Nazim Hikmet che dice 'I più belli dei nostri giorni non li abbiamo ancora vissuti'. Nell'anno del nostro 40° anniversario, esprime esattamente il nostro stato d'animo".

www.luvegroup.com – www.sest.it – www.tgd.it

