

Composants pneumatiques

AirTac part à la conquête de l'Europe

Récemment nommé à la tête d'ATC Italia, première implantation européenne du spécialiste taïwanais des transmissions pneumatiques AirTac, Marco Biraghi a de grandes ambitions pour son entreprise qu'il entend mener à la conquête de l'Europe à partir de sa base italienne. Avec un objectif clair : devenir le troisième groupe pneumatique à l'horizon 2020.

► « La qualité européenne aux prix chinois ! » C'est sur cette base que Marco Biraghi, nommé en avril dernier CEO Europe d'ATC Italia, première succursale européenne du fabricant taïwanais de composants pneumatiques AirTac, entend développer son entreprise, d'abord en Italie, puis sur l'ensemble du marché européen. Et mettre ce développement au service de sa maison-mère qui ambitionne de monter sur le podium des plus importants spécialistes des transmissions pneumatiques d'ici 2020.

La nomination de Marco Biraghi en remplacement de l'équipe chinoise et taïwanaise qui assurait jusqu'à présent la direction d'ATC Italia, témoigne du changement de stratégie opéré par le groupe AirTac afin de développer la notoriété de sa marque à l'échelle de la planète. « Nous souhaitons proposer au marché des produits de haute qualité à des prix très compétitifs, explique le nouveau CEO. Notamment sur le segment des vérins et des distributeurs standard qui représentent toujours la majorité des ventes de composants pneumatiques en Europe ».

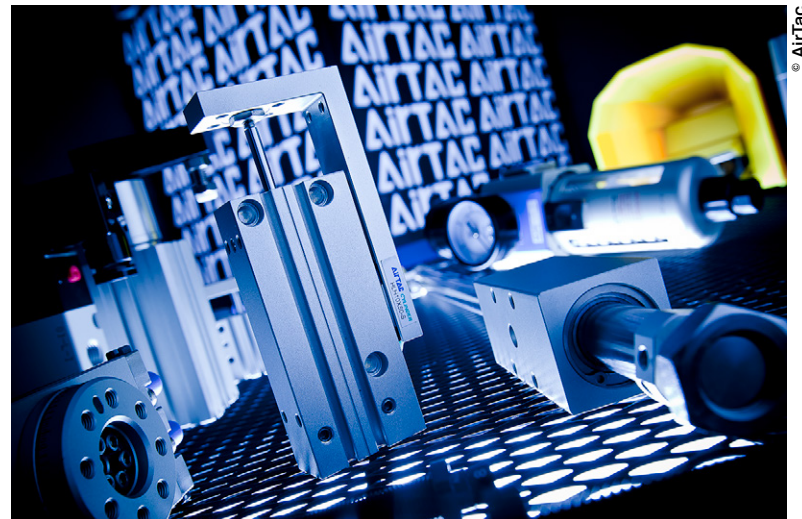
Intégration verticale

ATC Italia a démarré ses activités en 2008 à Magnago, près de Milan. Ce n'est pas un hasard si le groupe taïwanais a choisi l'Italie comme première étape de son expansion européenne. « Le marché italien des composants pneumatiques se situe à la deuxième place en Europe et, du fait de leurs caractéristiques, nos produits y ont trouvé un accueil favorable », analyse Marco Biraghi.

Rien d'étonnant alors que, depuis cette date, ATC Italia se soit développée sur toute l'Europe tant comme bureau commercial pour les produits AirTac que comme site de fabrication de vérins à une cadence moyenne de 4.500 unités par mois.

AirTac est une entreprise complètement intégrée qui maîtrise ses processus en interne : étanchéité, fabrication de pièces en fonte, moulages de polymères techniques, rodages, chromage de tiges, cylindres en aluminium pour les différentes tailles de vérins... « La décision de fabriquer des vérins en Italie a été prise afin de répondre aux besoins diversifiés du marché européen,

La décision de fabriquer des vérins en Italie a été prise afin de répondre aux besoins diversifiés du marché européen.



ATC Italia souhaite proposer au marché des produits de haute qualité à des prix très compétitifs. Notamment sur le segment des vérins et des distributeurs standard.

explique encore le CEO. Certaines pièces sont fabriquées au sein d'une de nos quatre usines en Chine ou à Taiwan, puis expédiées en Italie en vue d'y être assemblées, modifiées ou stockées en fonction des souhaits de nos clients ». Le stock de l'unité italienne est approvisionné régulièrement par voie maritime ou aérienne. Des livraisons express sont mises en place pour les besoins urgents. Les vérins fabriqués en Italie, quant à eux, peuvent être livrés aux clients en trois jours ouvrables. Ce délai peut même être ramené à deux jours si les pièces sont disponibles en stock.

« Globalisation locale »

Outre une grande capacité de production, le groupe AirTac met également en œuvre une stratégie efficace d'approvisionnement

en matières premières et peut se targuer, tout à la fois, d'un bas coût de main d'œuvre et d'un haut niveau d'industrialisation. Il dispose d'un parc de machines à commandes numériques qui lui permet d'offrir à ses clients des produits de qualité à des prix compétitifs.

C'est sur la base de ces atouts que les responsables du groupe ont fixé comme objectif à Marco Biraghi d'atteindre un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros d'ici 2014. Ce montant ambitieux ne semble pas rebuter le nouveau CEO. « Les bons retours de la part de nos clients et les besoins importants du marché permettent de penser que nous pourrions même dépasser cet objectif, affirme-t-il. Ce sont les clients eux-mêmes qui demandent des rendez-vous avec nos commerciaux. C'est une situation que je n'avais pas connue depuis une trentaine d'années que



j'officie au sein des plus grands spécialistes des transmissions pneumatiques ».

Mario Biraghi n'est pas non plus troublé par le contexte actuel de crise économique. Il préfère, au contraire, pointer du doigt les difficultés qu'il éprouve pour embaucher de nouveaux collaborateurs maîtrisant parfaitement la langue anglaise, une condition sine qua non pour travailler chez ATC Italia. « Notre entreprise représente un modèle de « globalisation locale » au sein duquel les collaborateurs italiens et étrangers ont vocation à travailler ensemble. Et chacun, du magasinier à l'opérateur de machine, du technicien au commercial, se doit de maîtriser l'anglais et de parfaitement connaître les composants pneumatiques », explique-t-il.

Innovation et synergie

Le développement technologique fera également l'objet de toutes les attentions. Quelque 130 millions de dollars seront consacrés par AirTac au développement de nouveaux produits au cours des trois prochaines années. De nouvelles gammes de distributeurs et de vérins seront lancées sur le marché dès janvier 2013. En cas de besoin de produits spécifiques, les 300 personnes qui travaillent au sein du service R&D de Ningbo, en



Quelque 130 millions de dollars seront consacrés par AirTac au développement de nouveaux produits au cours des trois prochaines années.

Chine, peuvent concevoir dans les 48 heures des projets répondant aux souhaits exprimés par les clients. Marco Biraghi se dit « très impressionné par la capacité d'adaptation des services de Ningbo aux demandes européennes et la rapidité avec laquelle ils y répondent ! » Ce sera d'ailleurs une des tâches dévolues à ATC Italia que de leur fournir les données permettant de répondre aux standards européens.

La réorganisation initiée par le nouveau CEO concerne enfin la stratégie commerciale. Des accords ont été conclus avec deux distributeurs en Allemagne et au Danemark et un nouveau contrat a été signé avec un troisième en vue d'une coopération sur

les marchés bulgare, roumain, ukrainien, polonais et russe. Parallèlement, ATC Italia va promouvoir la vente directe grâce à un réseau de commerciaux reliés directement par informatique au

stock de l'entreprise. L'ensemble est soutenu par une campagne marketing lancée depuis le mois d'octobre dernier.

La prochaine étape de ce plan de développement portera sur l'implantation de bureaux de représentation, en France et en Allemagne dans un premier temps, puis en Espagne. « A l'opposé d'autres acteurs du marché qui centralisent leur stock et leur production, ces implantations locales nous permettront d'appréhender les besoins spécifiques des différents pays afin d'y répondre précisément », explique Marco Biraghi qui exprime son souhait de développement rapide. « Dès 2014, nous serons en mesure de savoir où et comment faire porter nos futurs efforts d'investissement », conclut le CEO d'ATC Italia qui garde également un œil sur toute possibilité de croissance externe... ■

Des secteurs d'application très diversifiés

Spécialisé dans la fabrication de vérins, organes de régulation, matériels de traitement de l'air comprimé et accessoires pneumatiques, AirTac a été fondé en 1988 à Taiwan.

Le groupe sert de nombreux clients dans des domaines très diversifiés : automatisation, mécanique, métallurgie, électronique, protection de l'environnement, industrie textile, céramique, médical, emballage alimentaire...

AirTac a réalisé un chiffre d'affaires de 186 millions de dollars

en 2011 et emploie quelque 3.600 collaborateurs au sein de quatre unités de production implantées respectivement à Ningbo, siège du service R&D, Shanghai, Guangdong et Taipei.

En Europe, ATC Italia a été créé en 2008 et fait collaborer des employés italiens et chinois. Une des missions de l'implantation italienne est de faire remonter au service R&D d'AirTac les données concernant les besoins spécifiques du marché européen.