

INVESTISSEMENTS

# AirTac avance ses pions en Europe

ATC, filiale italienne et européenne du groupe taïwanais AirTAC, a mis en place en 2019 **une nouvelle structure organisationnelle et une nouvelle politique, plus conforme aux directives de la société mère**. Cette approche a été rendue possible grâce au potentiel d'investissement du groupe, parmi les cinq premiers fabricants d'automatismes pneumatiques dans le monde.



**Pour accompagner sa montée en puissance en Europe, le groupe AirTac s'appuiera sur sa division R&D, forte de plus de 400 ingénieurs, dont une partie est dédiée à la demande européenne et aux États-Unis.**

**L**e groupe prévoit d'autres investissements calqués sur le modèle de croissance italienne, en France, Angleterre ou en Allemagne.

Mirko Pisciotano, directeur des ventes Europe depuis janvier dernier, est à la manœuvre. Le siège de Magnago a également été récemment rénové et agrandi dans les zones de production et de stockage. Mirko Pisciotano est en effet présent dans l'entreprise depuis ses débuts, en 2009, et a suivi l'évolution de ces dix années d'activité. Les opérations commerciales sur le marché européen ont démarré en 2010.

Selon lui, « les premiers résultats ont été encourageants. Nous avons créé une structure mieux organisée, de 2012 à 2018, qui a permis des avancées importantes, en particulier sur le marché Lister, qui contribue désormais à 50 % du chiffre d'affaires européen. »

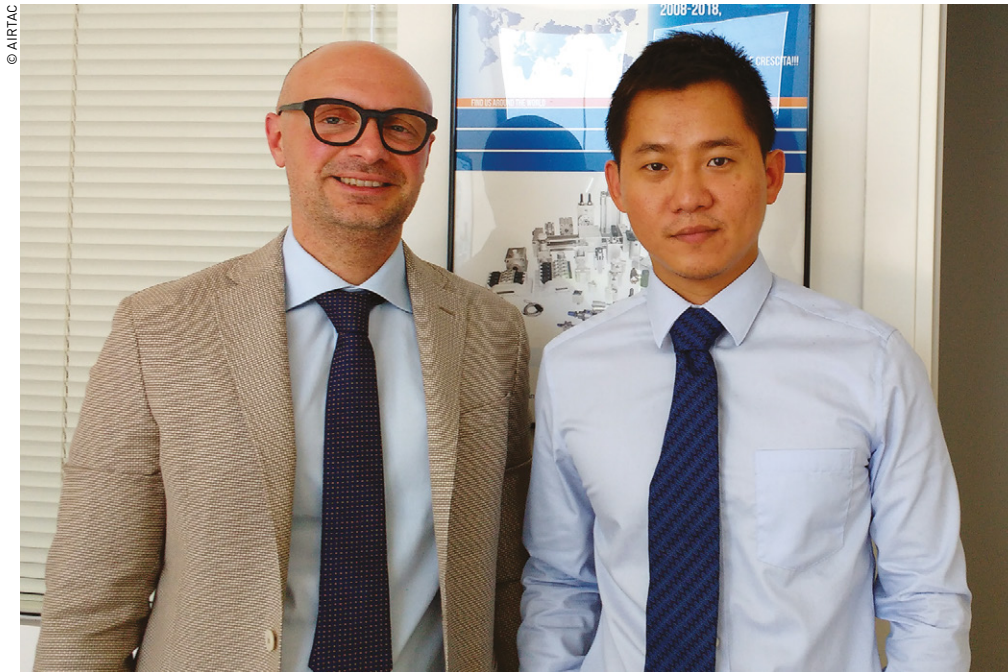
Mirko Pisciotano poursuit : « Ma nomination en tant que directeur commercial Europe a coïncidé avec des investissements importants de la société mère. Mon travail consiste à réorganiser et à étendre notre

présence commerciale européenne pour reproduire les résultats positifs déjà obtenus en Italie dans d'autres pays et, bien sûr, poursuivre le processus de croissance dans le marché intérieur, où le potentiel est particulièrement élevé. »

## Doubler les forces de vente

Une grande partie des investissements est consacrée au développement de la force de vente, pour mieux servir le marché intérieur. « L'objectif est de doubler le personnel d'ATC Italia, passant de 20 personnes actuellement à 40, voire 50, d'ici la fin de l'année. Plusieurs commerciaux ont déjà été embauchés. Les zones de vente ont été redécoupées : deux grandes zones ont été définies, l'Europe de l'Est et l'Europe de l'Ouest, chacune pilotée par un manager en charge du développement des marchés. C'est un travail énorme, qui sera effectué étape par étape. Selon toute vraisemblance, l'Espagne sera le premier pays à accueillir une nouvelle succursale, suivie par les autres grands marchés comme la France, l'Angleterre ou l'Allemagne. »

La mission d'ATC Italie consiste à faire en sorte que le groupe couvre, à court terme, une part de marché plus importante dans le monde. Actuellement, le groupe figure parmi les cinq premiers fabricants mondiaux de composants d'automatisation pneumatique. Son objectif est de se situer parmi les trois premiers. « Pour ce faire, poursuit Mirko Pisciotano, il est nécessaire que la structure soit



Mirko Pisciotano, directeur des ventes Europe, et Ben Chen (à droite), sur le site italien d'AirTac.

prête à supporter le travail de promotion de la marque que le service commercial, déjà renforcé, met en pratique. La surface de la structure a été doublée pour atteindre 6 000 m<sup>2</sup>, dans le but de doubler le stock actuel des entrepôts d'ici à la fin de l'année, ce qui, comme par le passé, sera soutenu par une production plus organisée et plus efficace, concentrée sur les groupes spéciaux et assemblés. »

Cette phase d'expansion doit permettre une plus grande flexibilité pour répondre aux demandes des clients. Il s'agit là d'une première étape. D'autres investissements devraient suivre pour répondre aux nouvelles exigences du marché. La société mère envisage par exemple d'investir aux États-Unis. En 2018, une filiale a ouvert dans la région de Houston. Les progrès réalisés en Europe avec ATC Italia pourront y être dupliqués.

### Une offre personnalisée

Les marchés européen et nord-américain ont des besoins différents des besoins asiatiques. Le catalogue actuel de produits, focalisés sur les systèmes pneumatiques traditionnels et issu de l'expérience acquise sur le marché asiatique, peut satisfaire une large part des demandes et s'applique aux différents secteurs d'application du produit. Cependant, la tendance est au développement de produits de plus en plus avancés, en phase avec le niveau technologique élevé des fabricants européens. Le groupe AirTac entend répondre à ces besoins, grâce à sa division R & D, composée de plus de 400 ingénieurs, dont une partie est dédiée à la demande européenne et aux États-Unis.

« La personnalisation de la production reste un sujet très important, estime Mirko Pisciotano. À la fin de l'année 2018, les demandes spécifiques représentaient 26 % de notre chiffre d'affaires en Europe. Aujourd'hui, la branche italienne produit 4 000 cylindres par mois. Pour nous faire connaître, nous devons faire preuve de souplesse pour satisfaire ces demandes. Au siège italien, nous nous sommes organisés avec la production et la conception pour garantir des réponses rapides aux demandes simples. Pour les demandes plus complexes, nous nous tournons vers le

département de recherche et développement asiatique. »

### L'importance du marché chinois

La Chine est le premier débouché des produits AirTAC, ce qui a permis au groupe d'enregistrer un chiffre d'affaires en hausse de 50 %, passant de 360 millions en 2016 à 590 millions en 2018. Et les prévisions pour l'année en cours sont encourageantes... Les objectifs d'AirTAC en Europe de l'Ouest, très ambitieux, sont étayés par un plan d'investissement adéquat qui devrait permettre d'atteindre une part de marché proportionnée à l'importance que la marque possède déjà sur le marché asiatique.

Sous la direction de Ben Chen, ATC Italia possède un lien direct avec la société mère. Parlant la même langue, avec la même mentalité et connaissant bien la réalité d'AirTAC, Ben Chen favorise le dialogue clair entre la filiale italienne et son siège, et permet d'obtenir des réponses rapides, en particulier en termes d'organisation de la production.

### Une connexion entre Asie et Europe

Ben Chen estime que son "rôle est de faire connaître et de reproduire les directives de la société mère dans les différentes branches. Maintenant, je le fais à la succursale italienne, où je joue un double rôle, commercial et technique. En d'autres termes, je joue un rôle de "connexion" entre l'Asie et l'Europe. » ■



Le site de production d'AirTac à Taïwan.