



Ralph Pernizsak, Head of Stock Shapes Division di Ensinger Group.

Una straordinaria *plasticità*

Il Gruppo **Ensinger** è leader nello sviluppo, produzione, nonché distribuzione e vendita di compound, semilavorati, profili e componenti tecnici, realizzati in tecnopolimeri a elevate prestazioni impiegando molteplici processi di produzione, fra cui estrusione, lavorazione meccanica e stampaggio a iniezione.

Nell'anno del cinquantesimo anniversario dalla fondazione, TECN'È ripercorre l'evoluzione del Gruppo insieme a **Ralph Pernizsak, Head of Stock Shapes Division.**

di Anna Guida

A festeggiare il cinquantesimo compleanno del Gruppo c'è Wilfried Ensinger in persona, colui che nel 1966 nel garage di casa cominciò a estrarre semilavorati in materiale plastico.

Una forte passione per la tecnica e lo sviluppo di nuove applicazioni portarono il fondatore a essere un pioniere nella trasformazione di materiali plastici ad alte prestazioni. Oggi, mezzo secolo dopo, la sua azienda familiare è diventata uno dei maggiori player internazionali attivi nel settore delle materie plastiche con più di 2.300 dipendenti e collaboratori in tutto il mondo e un fatturato per lo scorso anno fiscale 2015/16 di 402 milioni di euro. Ma qual è la principale ragione della continua crescita dell'azienda? TECN'È lo ha chiesto a Ralph Pernizsak, Head of Stock Shapes Division di Ensinger Group.

D. Qual è stata la chiave del successo di Ensinger finora? E quali caratteristiche oggi vi distinguono dai competitor?

R. Ensinger è sempre stata in costante evoluzione. Questo peculiare approccio costituisce uno dei tratti



Dal 1966
il Gruppo Ensinger
è leader nella trasformazione
dei materiali plastici.

distintivi della società, insieme a una profonda conoscenza e vicinanza al mercato e un'offerta flessibile e variegata che prevede prodotti standard ma anche soluzioni particolari o personalizzate. Un impegno storico che, nella pratica, si è concretizzato tramite investimenti continui come quelli effettuati negli ultimi anni dalla nostra filiale italiana mirati al potenziamento delle infrastrutture - con l'acquisto di un nuovo magazzino e il conseguente potenziamento dell'organico - e la nuova partnership commerciale con la società Simona. Scelte di questo genere hanno contribuito a consolidare e rendere distintiva la posizione di Ensinger nella distribuzione di semilavorati



plastici. Va anche sottolineato però, che il mercato è cambiato parecchio poiché la concorrenza si è fatta più agguerrita e il mondo delle materie plastiche si è molto evoluto così come la conoscenza e la cultura intorno alle potenzialità e alla lavorazione dei polimeri. Questa complessità crescente ha creato ovviamente delle nuove opportunità ma ha altresì modificato il ruolo di una società come Ensinger, per cui oggi diventa centrale porsi come interlocutore affidabile e in grado di fornire supporto specifico a 360 gradi, iniziando dalla specifica del materiale più consono, proseguendo con la consulenza completa in grado di evitare errori di lavorazione e fornendo infine tutto ciò che serve per il post vendita. Una completezza di servizio che ci rende diversi dai competitor e che è molto importante anche perché il mercato dei semilavorati è costituito per la maggior parte da aziende di dimensioni medio piccole che richiedono supporto efficace e specifico a livello di consulenza tecnica, velocità di risposta e di logistica.

D. Quali sfide sta affrontando Ensinger per conservare la sua leadership?

R. Il successo è determinato da un insieme di fattori. Fondamentale è la capacità di adeguamento operativo e organizzativo alle mutevoli condizioni generate dal mercato e dall'evoluzione dei tempi. Per questo, ad esempio, ci siamo rivolti alla Porsche Consulting nell'ottica di un impegno sempre più concreto verso il miglioramento organizzativo interno e la traspa-

“La completezza di servizio è molto importante oggi anche perché il mercato dei semilavorati è costituito per la maggior parte da aziende di dimensioni medio piccole che richiedono supporto efficace e specifico a livello di consulenza tecnica, velocità di risposta e di logistica”, afferma Pernizsak.

renza. Abbiamo altresì in programma l'implementazione del sistema informatico SAP con l'obiettivo di strutturare e allineare tutte le filiali con la casa madre. Inoltre, è stata rinnovata anche l'organizzazione dell'azienda tramite uno schema a matrice secondo il quale ogni funzione si avvale di un proprio gruppo di lavoro che fa capo a figure di coordinamento interno che hanno il compito di migliorare l'organizzazione a livello trasversale creando, in questo modo, un processo più efficiente. Un sistema che contribuisce alla rapidità del flusso di informazioni e alla conseguente ricerca di soluzioni.

D. In che direzione si sta muovendo la domanda di tecnologia nel vostro settore?

R. In generale Ensinger viene considerata come uno dei maggiori esperti di materiali. Nella maggior parte dei casi la fornitura è fatta al trasformatore che, a sua volta, ha ricevuto dal committente l'indicazione del materiale da utilizzare. Il nostro supporto deve dunque essere efficiente nella fornitura diretta del materiale pronto a magazzino, ma altresì nel supporto allo sviluppo di applicazioni, nella fase più stretta-



Il TECAPEEK è un materiale sintetico termoplastico di alta qualità con caratteristiche fisiche e chimiche eccellenti.



Ensinger Italia: 25 anni nel solco dell'innovazione

Oltre al cinquantesimo anniversario dalla fondazione del Gruppo, un altro importante anniversario ricorre quest'anno, ed è la costituzione avvenuta nel 1991 della filiale italiana, oggi con sede a Olcella di Busto Garolfo (MI), nata con lo scopo di distribuire semilavorati in materiale plastico prodotti da Ensinger e di promuovere l'utilizzo di materiali polimerici sviluppando nuove applicazioni. Quarta in ordine di tempo, la consociata italiana è stata tra le prime costituite dando avvio alla fase di internazionalizzazione che ha portato il Gruppo ad essere oggi un player a livello mondiale. Nei suoi 25 anni di vita, Ensinger Italia ha conosciuto varie fasi di crescita e diversificazione, divenendo oggi un importante punto di riferimento per il mercato italiano dei semilavorati plastici ad elevate prestazioni e dei profili estrusi per il taglio termico di porte, finestre e facciate in alluminio. Con 48 dipendenti, più collaboratori e partner, un magazzino di 4.000 m² e un deposito a Piedimonte San Germano (FR), la filiale italiana offre ai suoi clienti un portafoglio prodotti pressoché completo ed è in grado di rispondere alle esigenze di numerosi settori industriali con servizi personalizzati e competenza.

“Siamo particolarmente impegnati non solo nel completamento del nostro portfolio prodotti, ma anche nel miglioramento dei nostri servizi - ad esempio quello di conversion service - e della supply-chain”.

mente progettuale e di studio dei requisiti. Per assecondare e rispondere alla tendenza trasversale che vede un incremento di utilizzo di materie plastiche in sostituzione dei materiali tradizionali, siamo particolarmente impegnati non solo nel completamento del nostro portfolio prodotti, ma anche nel miglioramento dei nostri servizi - ad esempio quello di conversion service - e della supply-chain.

D. Quali sono i settori più vivaci per il Gruppo?

R. I nostri mercati principali sono il food packaging e il beverage, ambiti nei quali le tendenze tecniche si con-

centrano sull'alleggerimento dei componenti, la loro durata, l'ottimizzazione di costi e l'ottemperanza agli standard previsti dalle normative, che sono in continua crescita ed evoluzione. Siamo inoltre presenti nel mercato del medicale anche se con volumi inferiori rispetto a quelli di altri mercati europei come ad esempio la Ger-



mania, l'Inghilterra e la Svizzera. Rimaniamo in contatto continuo con enti, università e centri di ricerca nonché ambiti speciali dell'high-tech come l'aerospaziale e il racing del settore automotive.

D. Quali sono le sue aspettative riguardo al mercato italiano?

R. Ci sembra di poter rilevare che l'attenzione alla qualità stia riportando in Italia alcune produzioni che in precedenza erano state spostate all'estero. Questo fa pensare a una maturazione del mercato che richiede non solo prodotti a basso costo ma anche di livello adeguato, un atteggiamento che premia la capacità di innovazione e si riflette nell'incremento di brevetti e nella diversificazione applicativa. Questa mutata condizione, sommata a una moderata tendenza alla ripresa, ci fanno ben sperare sia per il consolidamento degli attuali risultati, sia per altri futuri sviluppi.

Wilfried e Martha Ensinger
festeggiano insieme ai
collaboratori il cinquantenario
dell'azienda.

Nella sede centrale di
Ensinger a Nufringen, in
Germania, moderni sistemi
di trasporto collegano le varie
aree interne con il magazzino
automatizzato e con l'area di
produzione, rendendo queste
infrastrutture ancora più
veloci, efficienti e funzionali.

