

a cura della Publikompass

GRUPPO PETROSINO

# Consulenza globale per il settore edile

Pianificare il presente significa adattare l'impresa per soddisfare oggi nel modo migliore le necessità dei clienti. E' in quest'ottica che il Gruppo Petrosino si propone come consulente globale nel settore edilizio dotandolo di opportuni strumenti ad alto valore aggiunto.

Ed è nell'ambito di questa vision che la corporate, grazie al mix di prodotti offerti e alla sua continua implementazione, è riuscita a conquistare la quota primaria del mercato nazionale e, attualmente, punta a diventare un player di riferimento del mercato globale. I numeri parlano chiaro, confermando la radiografia di un gruppo che ha dato prova di reggere le sfide della competitività.

Il profilo è quello della squadra motivata, di un gruppo giovane e dinamico che ha saputo fare del capitale umano e della competenza professionale irrinunciabili leve di sviluppo.

Ed è grazie a queste caratteristiche che è stato possibile conquistare il mercato in pochi anni e imporre scelte in cui la centralità è data alla qualità e al cliente, assunto a partner fonda-



Nunzia Petrosino

Nell'ambito dei piani di espansione sono previste la presenza diretta in Germania e partnership in Francia e Spagna

mentale all'interno della catena del valore aziendale. "Customer care, trasparenza comunicativa sia interna che esterna, innovazione come valore culturale racchiudono il senso della mission del nostro gruppo - sottolinea Nunzia Petrosino.

uno dei dirigenti del Gruppo - gli stessi valori che a livello organizzativo ci hanno permesso di orchestrare armonicamente diverse entità, superando le differenze di identità tra le imprese che lo compongono quali Edilcomec, Redaelli, Condor, Obim e Sky.

Queste aziende, pur operando in realtà e spesso in aree strategiche completamente diverse, hanno lavorato in sinergia consentendo al gruppo di allargare, differenziare e consolidare l'orizzonte del business".

Marchi storici dell'industria del ponteggio italiano, infatti, si sono aggiunti al portfolio del Gruppo per puntare al posizionamento nella fascia alta del diagramma settoristico.

E i risultati non si sono fatti attendere.

Oggi la holding, oltre ad essere la prima produttrice di ponteggi in Italia, gode di un'ottima visibilità sul mercato internazionale.

Dopo lo sbarco di successo in sei paesi dell'Unione europea, il Gruppo ora annuncia una presenza diretta in Germania e accordi di partnership in Francia e Spagna.

"Lo spazio internazio-

nale, e soprattutto europeo, per il contingente, è ormai diventato il nostro naturale contesto competitivo.- continua Nunzia Petrosino - Ciascuna strategia è immersa in ambiente internazionale. Ben delineati i programmi per l'Europa, ci accingiamo a una pianificazione di medio-lungo termine che guarda, chiaramente, all'Asia. Sappia-

Marchi storici nel ramo ponteggi si sono aggiunti al portafoglio, consentendo il posizionamento nella fascia alta del settore

mo che questo avrà ripercussioni importanti anche a livello di governance, ma tutto ciò non ci spaventa. La flessibilità è sempre stata una nostra capacità distintiva e, come tale, uno dei nostri maggiori vantaggi competitivi".

Una consolidata flessibilità ha consentito, inoltre, di cambiare e diversificare non solo i processi ma anche prodotti, adattando progressivamente le aziende alle richieste del mercato e passando dalla monocultura del ponteggio alla attrezzatura da cantiere e, ora, ai palchi e tribune per lo spettacolo e lo sport.

Il volano di tale diversificazione prende il nome di Multicom, ponteggio modulare multidirezionale, che in quanto tale sfaccetta il suo impiego nei settori più disparati e, a meno di un anno dal suo lancio, traghetta con successo il Gruppo verso orizzonti nuovi di business.

Ultimo colpo messo a segno dall'ufficio commerciale della divisione multidirezionale della Nuova Edilcomec di Torino è la fornitura di attrezzature per le Olimpiadi della neve organizzate a Torino per il prossimo 2006.

"Il piano triennale 2006/2008 è fortemente improntato all'innovazione - conclude la manager - Raddoppiate le quote riservate agli investimenti in R&S (ricerca e sperimentazione), si punta alla spinta promozio-

nale del marchio, che si tradurrà in forti investimenti in comunicazione. Congruo anche le quote di bilancio destinate alla formazione, settore verso il quale il Gruppo ha deciso di investire già da tempo".

Il grande interesse per il mondo della formazione e della ricerca è testimoniato da collaborazioni con rinomati Centri di

Grande importanza viene attribuita alle risorse umane. In quest'ottica si organizzano frequentemente corsi formativi e di aggiornamento

studio, quali l'Università di Cassino e il Politecnico di Torino.

Corsi di formazione vengono organizzati periodicamente per proporre il novero di approfondimenti più ampio possibile sulle più recenti novità del settore.