

The customer's demand, the supplier's answer

In the strategy of Copreci, one of the biggest producers of components for household appliances on a world scale, the customer service is realized through a confidence relationship built staking on the reliability of relationships and on the product quality.

In a market situation that shows several elements of criticality, today the suppliers of components for the household appliance industry are requested to face more difficult competitive conditions than in the past. The product quality and price, in fact, even if they are important elements to which it is always necessary to pay great attention, have become a pre-requisite for the supply, while it is growing the importance of the service level and of the partnership characteristics established between customer and supplier.

In that context, are favoured the enterprises of the supply chain that have been able to build a long-term confidence relationship with their customers. The supplier, for this reason, must not focus only on the price and on the quality of products, as well as on the supply reliability, but it is expected to understand what are the customer's problems and needs, according to the time and corresponding to each specific industrial strategy,

Fiorella Cometti, Sales and Marketing manager of Copreci Italia.



La domanda del cliente, la risposta del fornitore

Nella strategia di Copreci, uno dei maggiori produttori a livello mondiale di componenti per elettrodomestici, il servizio al cliente si realizza attraverso un rapporto di fiducia costruito puntando sull'affidabilità delle relazioni e sulla qualità del prodotto.

In una situazione di mercato che presenta numerosi elementi di criticità, i fornitori di componenti per l'industria degli elettrodomestici sono tenuti oggi ad affrontare condizioni competitive più difficili rispetto al passato. La qualità e il prezzo del prodotto, infatti, pur essendo elementi importanti cui occorre dedicare sempre grande attenzione, sono diventati un prerequisito per la fornitura, mentre aumenta l'importanza del livello di servizio e delle caratteristiche di partnership che s'instaurano tra cliente e fornitore.

In tale contesto, sono avvantaggiate le imprese della filiera di fornitura che sono state capaci di costruire con il proprio cliente un rapporto di fiducia di lungo periodo. Il fornitore, per questo, non deve puntare soltanto sul prezzo e sulla qualità dei prodotti, oltre che sull'affidabilità della fornitura, ma

deve saper comprendere quali siano le problematiche e le esigenze del cliente, in funzione del momento e corrispondenti a ciascuna specifica strategia industriale, così da essere in grado di anticipare il mercato e offrire soluzioni adeguate in termini economici e funzionali.

La semplice fornitura di componenti, infatti, non è più sufficiente oggi per assicurare il successo a un'impresa se non è accompagnata da un valore aggiunto costituito da un insieme di competenze tali da configurare il fornitore come un consulente di alto profilo, capace di proporre soluzioni efficaci. Anche se è vero che esiste un mercato dei componenti per elettrodomestici di bassa gamma, in cui le scelte di fornitura sono basate principalmente sul prezzo, nel medio-lungo periodo soltanto le





in order to be able to anticipate the market and to offer adequate solutions in economic and functional terms.

Nowadays the simple supply of components, in fact, is no more sufficient to grant the success to an enterprise if it is not accompanied by an added value consisting of a whole of such competences as to configure the supplier as a high-profile consultant, able to propose effective solutions. Even if it is true that there is a market of components for low-end household appliances, where supply choices are mainly based on the price, in the medium-long term only the enterprises able to produce added value in terms of innovation and product quality, as well as of service level, organizational structure and partnership capability, will be able to compete and to be successful on a world scale. The contribution of the component supplier to the development of household appliances has in fact grown by importance in time, also due to the increase of performances and to the rising complexity of the component itself, and also thanks to the stricter and stricter integration of the different parts that help in forming the finished

product. Under these conditions, today the producer of household appliances asks its supplier the willingness and the capability of operating, in collaboration with its own technical offices, in the definition of the product since its conception, contributing in the project success with innovative ideas that spring from its experience and from its skills.

The Copreci Group case

In terms of customer-supplier relationship, it is particularly significant the case of Copreci S.Coop, a historical enterprise established in 1963 as Cooperative Company, which operates on a world scale in the sector of the production of components for the industry of household appliances and home comfort. In this market Copreci Group has stood out not only for the quality and the level of innovation of its products but also for the collaboration and the contribution of ideas that it could provide to its customers, to the extent of deserving numerous awards for this reason. Copreci Group is present on the world market with an extensive range of components and systems for household appliances that cover numerous applications, with the contribution of the most different mechanical, electrical

imprese capaci di produrre valore aggiunto in termini di innovazione e qualità del prodotto, oltre che di livello di servizio, struttura organizzativa e capacità di partnership, saranno in grado di competere e affermarsi a livello mondiale.

Il contributo del fornitore di componenti allo sviluppo degli elettrodomestici è infatti cresciuto di importanza nel tempo, anche per via dell'aumento delle prestazioni e della crescente complessità dello stesso componente, oltre che di una sempre più stretta integrazione delle diverse parti che concorrono a formare il prodotto finito. In queste condizioni, il produttore di elettrodomestici chiede oggi al proprio fornitore la disponibilità e la capacità a operare, in collaborazione con i propri uffici tecnici, nella definizione del prodotto sin dalla sua concezione, contribuendo alla riuscita del progetto con idee innovative che nascono dalla propria esperienza e dalle proprie competenze.

Il caso Gruppo Copreci

In termini di relazione cliente-fornitore è particolarmente significativo il caso Copreci S.Coop un'impresa storica nata nel 1963 come Cooperative Company, che opera a livello mondiale nel settore della produzione di componenti per

l'industria degli elettrodomestici e del comfort domestico. In questo mercato il Gruppo Copreci si è distinto, non soltanto per la qualità e il livello di innovazione dei propri prodotti, ma anche per la collaborazione e il contributo delle idee che ha saputo fornire ai propri clienti, tanto da meritarsi per questo numerosi riconoscimenti. Il Gruppo Copreci è presente sul mercato mondiale con una gamma estesa di componenti e sistemi per elettrodomestici che coprono numerose applicazioni, con il concorso delle più diverse tecnologie meccaniche, elettriche ed elettroniche. Tra queste applicazioni le più importanti sono:

- Domestic Gas Cooking
 - Professional Gas Cooking
 - Electronic Gas Systems
 - Induction Cooking
 - Home Comfort
 - Washing and Dishwashing
- Una tale diversificazione costituisce per Copreci S.Coop un elemento di forza, grazie alle numerose sinergie che esistono tra le diverse applicazioni, alle tecnologie impiegate e alla trasversalità delle esperienze che si compiono in ambiente domestico e professionale, da cui nascono idee innovative per nuove soluzioni. A questo proposito e solo a titolo di esempio, si può ricordare un recente e originale sistema, sviluppato da*

building relationships

and electronic technologies. Among these applications, the most important are:

- Domestic Gas Cooking
- Professional Gas Cooking
- Electronic Gas Systems
- Induction Cooking
- Home Comfort
- Washing and Dishwashing

Such a diversification constitutes a strong point for Copreci S.Coop, thanks to the numerous synergies that exist among the various applications, the technologies used and the transversal character of the experiences made in domestic and professional environment, from which spring innovative ideas for new solutions. Concerning this and just to make an example, we can remind a recent and original system, developed by Copreci S.Coop, for the interlocking of the controls of the suction hood with those of the cooking hob that has made its use simpler.

As states Fiorella Cometti, Sales and Marketing manager of Copreci Italia, more and more often, in fact, "the supplier of components should be also a supplier of ideas and it is requested to be able to transform the ideas of its customer into products or systems. To be curious, to understand, to look at how the household appliance is used, to guess what the market asks and to ask one's own customers what they see in the future of the product are important ideas to anticipate future developments". Such an attention to customers, further adds Fiorella Cometti,

"allows identifying its needs in time, in order to orient the resources towards opportune developments, sharing targets and fulfilling a strict collaboration, also concerning design, where the customer's and the supplier's teams merge in the name of common goals and operate in coordinate manner in compliance with the commitments undertaken. It is from these preliminary conditions that stems, and then strengthens in time, the mutual trust between customer and supplier, through the dialogue that nourishes the ideas exchanged about a common project".

The bases of the success

If the orientation towards customers constitutes the main modality with which the enterprise's choices are made and are accomplished the activities that Copreci carries out together with its customers, equally important for the company's success are the organizational and technological elements that characterize this company and that derive from a precise industrial strategy. Starting from the territorial coverage of markets, with factories distributed all over the world, referring in particular to the Countries where today the production of household appliances is concentrated, from Spain to Italy, to the Czech Republic to Turkey, Mexico, Brazil and China.

Such an organizational choice is the expression of the belief that,

Copreci S.Coop, per l'asservimento dei comandi della cappa aspirante con quelli del piano di cottura che ne ha reso più semplice l'utilizzo.

Come afferma Fiorella Cometti, responsabile Vendite e Marketing di Copreci Italia, sempre più spesso, infatti, "il fornitore di componenti deve essere anche un fornitore di idee, come anche deve essere capace di trasformare le idee del proprio cliente in prodotti o sistemi. Essere curiosi, capire, guardare come viene utilizzato l'elettrodomestico, intuire cosa chiede il mercato e chiedere al proprio cliente cosa vede nel futuro del prodotto, sono spunti importanti per anticipare gli sviluppi futuri". Una tale attenzione al cliente, dice ancora Fiorella Cometti, "consente di individuare per tempo le sue necessità, così da orientare le risorse verso gli opportuni sviluppi, condividendo gli obiettivi e attuando una stretta collaborazione anche progettuale, in cui i team del cliente e del fornitore si fondono con intenti comuni e operano in modo coordinato nel rispetto degli impegni assunti.

È da queste premesse che nasce e quindi si rafforza nel tempo la fiducia reciproca tra cliente e fornitore, attraverso il dialogo che alimenta le idee scambiate intorno a un progetto comune".

Le basi del successo

Se l'orientamento al cliente costituisce la principale modalità con cui sono effettuate le scelte dell'impresa e si svolgono le attività che Copreci svolge insieme ai propri clienti, ugualmente importanti per il successo dell'azienda sono gli elementi organizzativi e tecnologici che caratterizzano quest'azienda e che derivano da una precisa strategia industriale.

A partire dalla copertura territoriale dei mercati, con fabbriche distribuite ovunque nel mondo, con particolare riferimento ai paesi in cui oggi si concentra la produzione di elettrodomestici, dalla Spagna all'Italia, alla Repubblica Ceca, alla Turchia, al Messico, al Brasile e alla Cina. Una tale scelta organizzativa risponde alla convinzione che per rispondere in modo efficace alle esigenze del cliente è necessario



COPRECI REALITY

Copreci S.Coop, established in 1963 and headquartered in the Basque Regions, is a Cooperative Company subsidiary of MCC Group, present in the sectors of Finance, of Industry and of Distribution with over 210 enterprises and 90,000 employees and with a global turnover of over 15 billion Euros. Copreci's activity, which is prevalently addressed to the production of components and systems for the industry of household appliances and of the domestic comfort, can be represented through some significant data:

• Turnover:	190 million Euros
• Factories in the world:	7
• Employees :	1,697
• Gas valves installed in the world:	more than 1 billion pieces
• Average investments in R&D:	over 4.5 million Euros/year

LA REALTÀ COPRECI

Copreci S.Coop nata nel 1963 e con sede nei Paesi Baschi, è una Cooperative Company affiliata al Gruppo MCC, presente nei settori della Finanza, dell'Industria e della Distribuzione con oltre 210 imprese e 90.000 dipendenti e con un turnover complessivo di oltre 15 miliardi di euro. L'attività di Copreci, che è rivolta in modo prevalente alla produzione di componenti e sistemi per l'industria degli elettrodomestici e del comfort domestico, può essere rappresentata attraverso alcuni dati significativi:

• Fatturato :	190 milioni euro
• Fabbriche nel mondo:	7
• Dipendenti :	1.697
• Valvole gas installate nel mondo:	oltre 1 miliardo di pezzi
• Investimenti medi in R&D:	oltre 4,5 milioni euro/anno



to meet customers' expectations effectively, it is necessary to be close to them. Only in this case, in fact, it is possible to knock down the cultural barriers, to understand the customer's requirements promptly, to anticipate its requests and to collaborate in creative manner to the definition of future products. But equally important, for the supplier's choice, is the complete mastery that it must own of the various technologies that are used in the offered products and in the related production processes. For this reason, Copreci pays great attention and lavishes notable economic resources in research and development, in the context of the MCC Group, of which it is a subsidiary, inside which rotate more than one thousand researchers and technicians that operate in modern technological centres in collaboration with some of the most important universities. Research initiatives include also the use of new materials and of new production processes, together with the continuous optimization of the technological and energy aspects of the electronic systems of gas ignition, control and regulation, of energy efficiency of induction systems and of silence and reliability of drain pumps for washing machines and dishwashers. Great attention is also paid to make such systems suitable for the better and simpler use by the related users, with an approach aimed and the

“humanization of technology”. The efforts that Copreci dedicates to research have produced in time 223 patents and result in the development of new products every year, according to an industrial strategy aimed at the constant creation of innovation and at the better use of technology for the creation of value. As far as the research targets are concerned, the attention of Copreci researchers is constantly paid not only to the functional aspects of applications but also to the cost reduction, to safety, to user friendliness, to energy saving and to the environment protection. In particular, huge resources are dedicated to energy saving problems and, more in general, to the smart use of resources, which today have assumed a strategic importance, thus meeting the requirements of what is known as Corporate Social Responsibility at international level. These same problems, on the other hand, have become important for the producers themselves of household appliances, to the extent that today the energy saving is a constant characteristic in supply demands. The household appliance market, in fact, has progressively paid growing attention to the aspects of the energy and water saving, in this boosted by the regulations that in Europe have found an effective fulfilment in the generalized application of the energy labelling on products for sale.

essere a lui vicini. Soltanto in questo caso, infatti, è possibile abbattere le barriere culturali, comprendere tempestivamente le esigenze del cliente, anticipare le sue richieste e collaborare in modo creativo alla definizione dei futuri prodotti. Ma ugualmente importante, per la scelta del fornitore, è il completo dominio che questi deve possedere delle diverse tecnologie che sono utilizzate nei prodotti offerti e nei relativi processi di produzione. Per questo, Copreci dedica una grande attenzione e consistenti risorse economiche alla ricerca e allo sviluppo, nel contesto del Gruppo MCC, alla quale è affiliata, all'interno del quale ruotano oltre mille ricercatori e tecnici che operano in moderni centri tecnologici in collaborazione con alcune tra le più importanti università. Le iniziative di ricerca comprendono tra l'altro l'impiego di nuovi materiali e di nuovi processi di produzione, insieme all'ottimizzazione continua degli aspetti tecnologici ed energetici dei sistemi elettronici di accensione, controllo e regolazione gas, di efficienza energetica dei sistemi a induzione e di silenziosità ed affidabilità delle pompe di scarico per lavatrici e lavastoviglie. Una grande attenzione è inoltre rivolta a rendere tali sistemi adatti al migliore e più facile impiego da parte dei relativi utenti, con un approccio rivolto alla “umanizzazione della tecnologia”. Gli sforzi che Copreci dedica alla

ricerca hanno prodotto nel tempo 223 brevetti e si traducono nello sviluppo di nuovi prodotti ogni anno, secondo una strategia industriale rivolta alla creazione continua di innovazione e al migliore impiego della tecnologia per la creazione di valore. Per quanto riguarda gli obiettivi della ricerca, l'attenzione dei ricercatori di Copreci è costantemente rivolta non soltanto agli aspetti funzionali delle applicazioni, ma anche alla riduzione dei costi, alla sicurezza, alla facilità d'uso, al risparmio energetico e al rispetto dell'ambiente. In particolare, ingenti risorse sono dedicate alle problematiche del risparmio energetico e più in generale dell'impiego intelligente delle risorse, che hanno assunto oggi un'importanza strategica, rispondendo in questo alle esigenze di quella che a livello internazionale si è affermata come Responsabilità Sociale dell'Impresa. Queste stesse problematiche, d'altra parte, sono diventate importanti per gli stessi produttori di elettrodomestici al punto che il risparmio energetico è oggi una caratteristica costante nelle richieste di fornitura. Il mercato degli elettrodomestici, infatti, è diventato progressivamente più attento agli aspetti del risparmio energetico e idrico, in questo stimolato dalle normative che in Europa hanno trovato un efficace riscontro nell'applicazione generalizzata dell'etichettatura energetica sui prodotti in vendita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA