



È quello che offre ai propri clienti il gruppo Univar, azienda conosciuta nella distribuzione di prodotti chimici, come spiega Silvio Scarpanti, amministratore delegato di Univar S.p.a. Italia, la local entity che rappresenta nel nostro Paese la multinazionale presente anche negli Stati Uniti, in Canada e in tutta Europa e Medio Oriente



Materie prime di qualità, ma non solo

Nata nel 1960 come Unione Chimica Europea, l'azienda, da società a carattere familiare è entrata a far parte di Univar, Gruppo multinazionale nel campo della distribuzione di prodotti chimici. Il Gruppo Univar è presente negli Stati Uniti, in Canada e in tutta Europa, ma anche in Cina, India e Nord Africa. Univar s.p.a. in Italia è attiva in 12 differenti settori industriali, di cui cinque, (pitture & vernici, alimentare, personal care, farmaceutico e oil & gas) rappresentano il core-business dell'azienda che accanto alla distribuzione delle materie prime offre anche assistenza tecnica qualificata, con laboratori dedicati ai diversi comparti e un forte supporto logistico. Uno dei settori di maggiore interesse per Univar è quello cosmetico che oggi sta trainando il trend di crescita del gruppo, come spiega Silvio Scarpanti, amministratore delegato di Univar S.p.a. Italia, la local entity della multinazionale.

Dottor Scarpanti, qual è la strategia del gruppo?

Mantenere la nostra posizione di primo piano nel mondo della distribuzione di materie pri-

me, attraverso l'offerta qualificata del nostro servizio, prodotti e assistenza tecnica alla nostra clientela implementando tutti gli aspetti relativi alla sostenibilità del business attuale e della sua crescita nel tempo. Attualmente, è in atto una strategia di espansione del Gruppo in particolare nel Medio Oriente e Nord Africa, America latina e l'area Asiatico pacifica e laddove siamo presenti, Univar sta cercando di espandere il proprio mercato e sviluppare maggiormente il nostro approccio focalizzato sulle industrie a livello globale e locale.

Come si inserisce il settore cosmetico in questo disegno?

Il personal care è uno dei cinque settori strategici del gruppo con un team centralizzato responsabile della definizione delle strategie di vendita, della relazione con i nostri fornitori chiave, dell'estensione del nostro portfolio e del supporto tecnico che offriamo ai nostri clienti così come i training organizzati dai nostri dedicati in tutta l'area EMEA (Europa, Medio Oriente Africa). Il nostro Sales & Marketing team locale completamente dedicato al settore e tecnicamente preparato, applica le strategie del Gruppo e sviluppa una for-

te relazione con i clienti. In questi anni gli investimenti, gli adeguamenti tecnologici e logistici di Univar stanno evidenziando interessanti risultati, in termini di crescita in un settore di grande vitalità sul quale c'è grande attenzione anche per il futuro. La cura della persona è un elemento sempre più importante e riguarda i destinatari dei prodotti cosmetici, non più un pubblico soltanto femminile, ma molto articolato e trasversale alla società.

C'è un aspetto che accomuna tutti questi segmenti di mercato?

Sì, credo sia l'interesse verso i prodotti naturali. È questo l'elemento unificante su cui c'è grande attenzione e interesse da parte dei consumatori e dunque delle aziende cosmetiche. Abbiamo sviluppato una grande sensibilità in questa direzione offrendo al mercato prodotti che soddisfano queste caratteristiche. Quest'anno in Europa Univar ha lanciato l'"U+stainability", un programma completo e di vasta portata che testimonia l'impegno della società nel campo della sostenibilità. U+stainability prevede una serie di iniziative pensate per ridurre l'impatto ambientale e l'impronta di carbonio del gruppo, garantire

la sicurezza e la salute dei propri dipendenti e le comunità in cui Univar lavora, sostenere la crescita dei propri fornitori e delle attività dei propri clienti, fornendo loro soluzioni sostenibili e garantendo una gestione responsabile dei prodotti.

Su cosa è basato il programma?

Si fonda sugli esistenti programmi pionieristici SHE (Safety Health Environment) Univar, come U+, ampiamente riconosciuto, integrandoli in un programma di sostenibilità Univar più vasto, in grado di coprire l'intera catena di valore dai nostri fornitori ai nostri clienti. U+stainability dimostra l'impegno di Univar nel mettere a disposizione di fornitori e clienti un partner di distribuzione su cui poter contare per continuare i loro sforzi legati alla gestione di un'attività sostenibile.

Quali sono i prodotti su cui è concentrata maggiormente l'attenzione del mercato?

I nostri clienti cercano prevalentemente prodotti che forniscano un notevole valore aggiunto alle loro formulazioni. All'interno del nostro portfolio ce ne sono molti che rispondono a questa esigenza per il mercato dell'hair care, skin care e coloranti per cosmetici. Univar prevede di espandere l'offerta di prodotti lanciando nuove gamme di prodotti per il personal care che includono prodotti di origine vegetale e attivi botanici. Ha notevole successo anche la nostra gamma di siliconi, che offrono avanzate soluzioni tecniche per i nostri clienti e possono essere combinati con prodotti naturali, come dimostrano le nostre ultime campagne tecniche.

Chi sono i vostri clienti?

Ci rivolgiamo sostanzialmente a tutte le aziende italiane attive nel settore cosmetico. Dalle piccole-medie aziende, tra cui alcune a conduzione familiare, che necessitano di assistenza anche dal punto di vista formulativo e legislativo, alle società di primissimo piano, leader in questo settore in Italia e a livello internazionale.

Quali prodotti e servizi offrite?

Offriamo una vasta gamma di prodotti di alta qualità: pigmenti coloranti, adesivi, agenti condizionanti, emollienti, esfolianti, filtri, cariche, fissativi per capelli, fragranze, aggiustatori di pH, preservanti, agenti umettanti, additivi di vario genere, siliconi, estratti e oli



Silvio Scarpanti.

vegetali, solo per citare i principali. I prodotti, provenienti da fornitori di primissimo piano a livello globale, vengono distribuiti attraverso un servizio di logistica efficiente che si occupa della consegna in tempi rapidi, ma anche della documentazione, dei certificati di analisi, delle brochure e di tutto quello che necessiti ai nostri clienti. Univar svolge anche un servizio di armonizzazione tra i mercati in cui opera, così da facilitare la commercializzazione dei prodotti in tutti i paesi europei laddove i nostri clienti lo necessitano. Non a caso Univar con gli anni ha abbandonato la veste di mero distributore per divenire una società specializzata nella vendita e nel marketing. Univar offre la competenza nello sviluppo di formulazioni in-house e laboratori dedicati al personal care dove vengono creati dai nostri tecnici nuovi prodotti cosmetici e shampoo, usando ingredienti del nostro portfolio come siliconi, attivi botanici e prodotti naturali. I visitatori, del prossimo InCosmetics (l'importante fiera internazionale per i prodotti del Personal Care) che sarà a Milano Rho Fiera, potranno provare campioni sviluppati all'interno del nostro laboratorio europeo (stand Univar M30).

Com'è costituita la vostra squadra?

L'organizzazione italiana conta 200 persone e cinque depositi dislocati lungo l'intera penisola. Per il settore cosmetico è attivo un team di specialisti che supportano le richieste dei nostri clienti. Univar mette a disposizione un laboratorio, dove i nostri esperti, tra cui operano chimici e cosmetologi, effettuano analisi e prove su campioni, ma anche sulle nuove formulazioni per conto dei nostri clienti.

Univar che idea si è fatta delle aziende cosmetiche italiane?

La nostra azienda svolge il ruolo di ponte tra i produttori di materie prime e i consumatori di queste sostanze. Lo scambio d'informazioni tra questi due mondi può risultare utile a entrambi per capire come si muove il mercato e quali direzioni prende. Le aziende cosmetiche italiane sono aziende molto attive e vivaci. Il settore cosmetico, nonostante gli anni di crisi che abbiamo vissuto e che ci stiamo lasciando alle spalle, è uno di quei comparti che, a differenza di altri settori industriali, dove ci sono stati crolli vertiginosi e verticali delle commesse, ha resistito bene agli scossoni del mercato. Nel 2010 il settore cosmetico è quello che sta dando i più forti segni di ripresa. I nostri clienti, tralasciando i colossi del settore, ovviamente per definizione sempre alla ricerca del nuovo, sono dinamiche e innovative: sempre attente alle tendenze, spesso esse stesse artefici delle novità più interessanti, grazie al nostro supporto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un gigante della distribuzione

Univar, multinazionale presente negli Stati Uniti, in Canada e in tutta Europa, ma anche in Cina, Medio Oriente, Nord Africa, area asiatico-pacifica. Il gruppo, che complessivamente conta complessivamente 6900 dipendenti e un volume d'affari di 7,2 miliardi di dollari realizzati attraverso la distribuzione di 11000 prodotti chimici, provenienti da oltre 2500 produttori. Univar S.p.A in Italia è attiva in 12 differenti settori industriali, di cui cinque (pitture & vernici, alimentare, personal care, farmaceutico e oil & gas) rappresentano il core-business dell'azienda. L'azienda è certificata ISO 9001 dal 1995 e aderisce al programma volontario Responsible Care, mirato alla salvaguardia dell'ambiente, della sicurezza e della salute nel settore chimico, e segue le direttive del sistema ESAD II (European Single Assessment Document), voluto dai produttori al fine di affidare i propri prodotti a distributori affidabili e garantiti. In Italia è operativa con sede principale a Milano, 200 dipendenti, 5 depositi distribuiti sull'intero territorio nazionale e un team interamente dedicato alla cosmetica.

Univar S.P.A.
V. Caldera, 21 - 20153 Milano (MI)
tel. 02 452771 - fax 02 4525810
e-mail: info.it@univareurope.com
www.univareurope.com

