

Saeco Vending&Professional rinnova la sua sfida nel caffè professionale

Il management è stato interessato da importanti cambiamenti. Tre nuovi modelli per coprire tutti i segmenti del fuori casa

A sei anni dalla creazione in Saeco della **Divisione dedicata al Vending&Professional**, ecco concretizzarsi un secondo importante cambiamento nella sua struttura organizzativa, con il chiaro scopo di portare il caffè B2B ad una posizione ancor più prestigiosa nel panorama internazionale.

NUOVO RESPONSABILE VENDING&PROFESSIONAL

La Divisione passa infatti sotto la guida esperta di Iwald Mons, che succede nel ruolo a Stefano Fol-

li, assegnato a nuove responsabilità all'interno del mondo Philips.

Saeco, infatti, fa parte, da luglio 2009, della nota multinazionale olandese, operante in vari business molto differenti tra loro (Consumer Lifestyle, Lighting, Healthcare) e con un **giro d'affari di oltre 22 miliardi di Euro**. *“L'acquisizione del Gruppo Saeco da parte di Philips e la creazione, nel gennaio 2011, di una unità di business dedicata alle macchine per il caffè – includendo sia il settore domestico che quello professionale – rappresentano gli step di un percorso grazie al quale ha preso*



Iwald Mons

*forma uno dei più grandi player a livello mondiale nel settore – afferma Mons – . Il processo di merging fra le due realtà si è recentemente concluso con la piena integrazione di ben **50 Paesi**, che ora possono esprimere al massimo il potenziale derivante da due mondi che si completano a vicenda in termini di know-how, posizionamento e offerta”.*

Figura di rilievo in questa fase di transizione è stata per l'appunto quella di Iwald Mons, che - a capo del team “Post Merger Integration” - ha guidato l'integrazione di Saeco in Philips e che, da aprile 2012, ha assunto l'incarico di CEO Saeco Vending SpA e Business Leader della Divisione Coffee B2B. **Mons vanta un'esperienza di oltre 25 anni in Philips**, con differenti ruoli in diverse aree del mondo (fra cui Olanda, Korea, Hong Kong, Singapore e



Daniele Agosto

Italia), tutti volti a massimizzare i risultati del business. Quest'ultima è una chiave di lettura cruciale per la Divisione Vending&Professional, riconfermando ulteriormente quanto il prodotto professionale sia strategico per gli obiettivi di crescita del Gruppo.

“La crescita del B2B – continua il nuovo CEO – **è di assoluta importanza in Philips**, con chiari action points nelle agende del management a tutti i livelli dell'organizzazione. Già oggi il prodotto professionale rappresenta per il gruppo olandese oltre la metà del fatturato, ma questo non significa che non possa e debba essere ulteriormente sviluppato. Il caffè non è escluso da questa logica, e per taluni versi ha ancor più potenziale di altri business, essendo in forte crescita in tutto il mondo e specialmente nei paesi emergenti. Ecco il motivo per il quale mi sento particolarmente orgoglioso di poter prendere parte a questa sfida”.

RINNOVATA L'AREA MARKETING

I rinnovamenti toccano anche altre aree funzionali, fra cui **l'area Marketing, la cui direzione è stata affidata nuovamente a Daniele Agosto**. Dopo una parentesi di 4 anni nel settore macchine da caffè consumer, Agosto rientra nel settore B2B, nel quale aveva già avuto modo di operare in precedenza assieme a Stefano Folli. **“Una scelta importante** – dice il nuovo Direttore Marketing – **con il preciso scopo di portare in ambito professionale tutte quelle eccellenze di Philips che ho vissuto intensamente nella mia esperienza nel domestico, al fine di unire il meglio delle due realtà. Mi riferisco a sviluppo e lancio prodotto strutturati, consumer/customer centricity, spinta all'innovazione capace di fare la differenza”.**

La prossima fase di Saeco nel Vending&Professional poggerà su tre pilastri principali. **“Innanzitutto, il completamento dell'offerta in area vending, con una proposta a due livelli tale da soddisfare sia il piccolo che il grande operatore – puntualizza Agosto –. Inoltre, procederemo al rinnovo della gamma office e small businesses, sempre più importante specialmente nei paesi emergenti, ed implementeremo una**



reddot design award winner 2012

rinnovata immagine corporate che faccia capire cosa rappresenta la Saeco in questa fase aziendale. Non dimentichiamo infatti che, in momenti di incertezza economica globale come quelli che stiamo vivendo, l'essere parte di un grande gruppo come Philips può rappresentare un sostanziale valore aggiunto sia per l'operatore che per il costruttore”.

Ma non solo: un grande asset di Saeco e Philips è la possibilità di **integrare sinergicamente diverse tecnologie appartenenti a differenti business**. **“Le opportunità sono praticamente infinite** – conclude Agosto – **. Si può spaziare dalle applicazioni LED ai campi magnetici, dai sistemi di riscaldamento alla movimentazione, dai materiali alla connettività. I centri di ricerca Philips con cui collaboriamo sono fra i più fertili al mondo, con diverse migliaia di persone impegnate in ricerca pura. Certo, la migrazione di tecnologie da un business all'altro necessita di giusti tempi e verifiche, ma questo non rappresenterà un ostacolo. Con queste premesse non c'è che da attendere il risultato di questa nuova sfida di Saeco, che siamo certi non mancherà di stupire”.**

CARTHEGO, AULIKA E NEXTAGE: IL FUTURO È GIÀ NEL NOME

Tre nuovi prodotti per le 3 principali aree di business in cui Saeco si muove in ambito B2B: Carthego per il Vending, Aulika per l'OCS, Nextage per la ristorazione e l'hotellerie.

In un mondo sempre più proiettato verso la condivisione di contenuti online, la sfida che **Carthego** vuole raccogliere è quella di indirizzare anche il Vending in questa direzione. Interfaccia evoluta e connettività avanzata saranno la chiave che porterà non solo l'operatore a gesti-



Carthego Table Top + Mini Snack



Nextage



Aulika

re le macchine da remoto, ma anche l'utilizzatore finale ad aver accesso a informazioni specifiche, con la prospettiva a breve termine di riuscire a navigare in rete utilizzando la macchina. E strizzando l'occhio alle ultime tendenze in fatto di design: **l'appeal estetico di Carthago è stato recentemente premiato con il prestigioso "Red Dot Design Award 2012"** a riprova dell'apprezzamento della comunità internazionale verso questa scelta.

Le consumazioni out-of-home non sono solo legate a locazioni medio-grandi, ma anche all'ufficio o al piccolo business. In questo segmento, in cui Saeco ha sempre giocato un ruolo primario con le automatiche Royal e Vienna, la gamma si rinnova con **Aulika**: autonomia e prestazioni perfette per piccole community, pos-

sibilità di connessione a rete idrica e, specialmente, nuova tecnologia per l'utilizzo del latte fresco. Il cappuccinatore integrato nel blocco erogatore della macchina permette di ottenere cappuccini e latte macchiati semplicemente premendo un tasto, con una temperatura del latte dai 4 agli 8°C, assicurando quindi un perfetto risultato in tazza.

Ultima, ma solo in ordine di citazione, è **Nextage**, che completa l'offerta professionale **full automatic**. Il design minimalista e l'intuitiva interfaccia touch, unite alle prestazioni al top della categoria e al concetto di componibilità modulare, fanno di Nextage la macchina ideale sia per la ristorazione servita che in self-service, fornendo un pacchetto di features normalmente presente in macchine di fascia superiore.