



21/12/2021

Alberto Boer di TotalEnergies Marketing Italia

Alla 19esima edizione di **Mecspe**, la principale manifestazione in Italia sulle tecnologie innovative per le imprese del manifatturiero che si è tenuta dal 23 al 25 novembre scorsi al polo fieristico di Bologna, **TotalEnergies Marketing Italia** era presente per una "prima assoluta" ad una fiera di settore nel nostro Paese dopo il recente cambio di nome.

Una decisione presa per confermare e affermare con forza la grande attenzione che la Compagnia riserva al tema dell'inquinamento globale e del cambiamento climatico, con l'obiettivo - ormai diventato un "marchio" della società francese - di produrre e immettere sul mercato novità che si dimostrino all'altezza di quello che il nostro pianeta ha assoluto bisogno: produrre energie sempre più affidabili e pulite, accessibili alla platea dei clienti e dei fruitori del "prodotto finale" (cioè tutti noi), un insieme di soggetti sempre più giocoforza attentissimi alla complessa problematica.

Un aspetto della nostra qualità della vita che se non viene affrontato "di petto" - a partire da chi produce - rischia di stravolgere il quadro complessivo dell'esistenza stessa del nostro pianeta nei prossimi (nemmeno tanti) anni a venire.

È opportuno ricordare che **TotalEnergies è una compagnia multi-energetica**

di proprietà francese che produce e commercializza energie su scala globale: petrolio e biocarburanti, gas naturale e green, energie rinnovabili ed energia elettrica. Attualmente conta un totale di circa **105mila dipendenti** ed è presente in **130 Paesi nel mondo** e "pone lo sviluppo sostenibile, in tutte le sue dimensioni, al centro dei suoi progetti e operazioni per contribuire al benessere delle popolazioni".

Del resto, è evidente come l'azienda abbia saputo cogliere al balzo e con grande anticipo l'importanza delle complesse problematiche connesse al dovere di un "cambio di rotta" in campo energetico, per questo anche cambiando il suo nome e quindi stabilendosi immediatamente nel ristretto novero dei principali player mondiali del settore, complesso di professionalità al servizio delle nuove esigenze in grado di offrire una gamma di prodotti diversificati e studiati ad hoc per rispondere alle problematiche dei più disparati settori dell'industria grazie ad una esperienza pluridecennale.

Ambiti che vanno dal settore agroalimentare a quello della trasformazione del legno, della carta e cartone, toccando anche il settore chimico, dei prefabbricati, dell'energia, del cemento, del vetro, della gomma, del tessile fino alla lavorazione metalli, della laminazione alluminio facendosi conoscere anche (solo per citarne alcuni) per la qualità dei suoi lubrificanti sia oli che grassi, emulsionabili e solubili, fluidi speciali industriali, soluzioni di lubrificazione complete ad alte prestazioni.

Balza ovviamente agli occhi **quanto possa rivelarsi fondamentale il rapporto con gli attori e gli operatori della logistica:** un connubio che, se correttamente funzionante, può garantire professionalità e certezza nei vari aspetti di quella che si deve rivelare una filiera collaborativa soddisfacente per

entrambe le parti.

Image: Logo_lowres.png

Per TotalEnergies la sostenibilità è diventata un must in grado di servire i diversi settori dell'industria con una gamma completa di prodotti certificati come non pericolosi - certificazione ISO 9001 - nel pieno rispetto dell'ambiente che, grazie alla loro composizione, garantiscono anche un risparmio in termini di TCO (Total Cost of Ownership) e una riduzione delle emissioni di CO2. Come ci spiega **Alberto Boer, Key Account Manager di TotalEnergies Marketing Italia**, "in questa direzione va intesa la nuova gamma di lubrificanti spray che abbiamo messo a punto alcune utili per le applicazioni più complesse in campo industriale e dedicati alle usuali attività di manutenzione. Si tratta di una linea di lubrificanti industriali conformi ai più rigorosi standard di qualità internazionali. Nel particolare mi riferisco alla gamma Lubrilog, anch'essa tra i prodotti in esposizione, per la migliore soluzione tribologica, nata dalla recente acquisizione del marchio Lubrilog, che ha rafforzato la nostra posizione nel settore dei lubrificanti speciali, in grado di soddisfare un ampio spettro di applicazioni in differenti campi dell'industria. In pratica si tratta di una serie di prodotti certificati come GWP, cioè quelli considerati a rischio "Impatto 1", il più basso in assoluto per quanto riguarda l'emissione di anidride carbonica, quindi da considerare a difesa assoluta per l'ambiente in generale".

Per Boer "non è assolutamente in nessun modo da considerare etica la proposizione di prodotti che non si dimostrino 'funzionali' alla sostenibilità. Se ne

sono convinti anche i nostri clienti, e questo rappresenta un gigantesco passo in avanti. Ormai veniamo considerati una sorta di 'tuttologi', in grado di risolvere tutte le problematiche che ci sono poste. Può essere un problema, ma se siamo capaci di rispondere alle attese, per i nostri interlocutori diventiamo punti di riferimento assoluto, e questo è importantissimo in termini fidelizzazione. Una conquista faticosa da assolvere in pieno, ma che premia la serietà del nostro lavoro".

Un ruolo che, nella proposizione alla vendita la pandemia può aver in qualche modo frenato, "ma l'azienda - prosegue Boer - ci ha permesso di superare l'ostacolo grazie a un costante rapporto con i clienti anche da remoto. Puntuale e molto efficace, anche se il rapporto diretto è sempre stato considerato un elemento essenziale. Abbiamo dovuto mantenerci attrattivi anche da lontano: non è stato facile, ma ci siamo riusciti, e i riscontri che finora abbiamo potuto verificare dimostrano che l'obiettivo è stato raggiunto".

Image: Alberto%20Boer%20_%20Key%20Account%20Manager%20Nazionale%281%29.JPG

Alberto Boer, Key Account Manager di TotalEnergies Marketing Italia

Stessa affermazione ribadita da **Cristiano Uslenghi, Market Manager MWF & Hot-Cold Aluminium**, secondo il quale "questo periodo è stato indubbiamente particolare, ma almeno ci ha permesso di viaggiare meno in lungo e in largo per l'Italia: in fondo abbiamo così risparmiato in termini energetici in tema di inquinamento" e sorride, per poi aggiungere che "ciò è potuto avvenire anche grazie a Interactive Fluid Control, il controllo fluidi 4.0, il nuovo sistema di

monitoraggio da remoto di TotalEnergies per la raccolta dati e per il controllo dei parametri chimico-fisici in forma digitale delle vasche dove vi sono in uso i fluidi solubili utilizzati in tutte le operazioni di asportazione truciolo. In più, con il nostro innovativo Folia Cleaner ora siamo in grado di garantire una perfetta manutenzione del lubrorefrigerante. Attualmente l'uso di un separatore olio è visto come la soluzione migliore, anche se alcuni problemi persistono. Parliamo di un nuovo separatore olio che lavora più velocemente, è di facile manutenzione e può essere spostato, che si collega rapidamente a qualsiasi vasca di lubrorefrigerante e garantisce un'aspirazione costante e si adatta automaticamente al livello del fluido”.

Per Uslenghi è anche importante sottolineare come “per quanto ci riguarda le sperimentazioni alla ricerca di prodotti innovativi sono iniziate ben prima della pandemia, e così ora ci possiamo collocare sul mercato nella veste di precursori in termini di offerta complessiva. Abbiamo guardato avanti con largo anticipo, e questo ha pagato in termini di credibilità nei confronti della nostra vastissima gamma di clienti, capaci come siamo di coprire gran parte delle esigenze che ci vengono poste. Flessibili e veloci, come deve essere un'azienda al passo con i tempi, particolarmente attenta all'ambiente e al rispetto che dobbiamo d'ora in poi sempre conferirgli, prima che sia troppo tardi”.

Image: Cristiano%20Uslenghi.JPG

Cristiano Uslenghi, Market Manager MWF & Hot-Cold Aluminium,

Intervista di Tiziano Marelli