

GUIDO CELADA SPIEGA PERCHÉ IL GRUPPO CHE DIRIGE HA SCELTO DI ESPORRE NUOVE VIE PER COMUNICARE

«Vogliamo farci conoscere per ciò che siamo»

Eventi, Open House, viaggi presso le aziende produttrici sono le modalità adottate per mostrare le macchine distribuite, ma soprattutto raccontare la filosofia che caratterizza il Gruppo

Quanto è importante la comunicazione per un'azienda? Molto, moltissimo. Se si pensa, poi, al contesto attuale, che potremmo chiamare «era digitale», si potrebbe dire che è vitale, uno dei pilastri fondamentale per qualsiasi organizzazione che miri al successo e all'eccellenza. Ma per essere efficace, la comunicazione deve riuscire a far comprendere in modo esauriente il proprio messaggio e per farlo oggi può essere utile esplorare nuove formule, come ha deciso di fare R.F. Celada.

«I tempi stanno cambiando in modo così rapido e radicale - racconta Guido Celada Presidente e Ceo di Gruppo Celada - che ci siamo chiesti se non fosse il caso di iniziare a percorrere nuove strade per comunicare, cercando di costruire con i nostri clienti un rapporto più immediato e diretto, così da trasmettere maggiori informazioni, ma soprattutto far meglio percepire chi siamo veramente. Per questo motivo abbiamo deciso di ridurre la nostra partecipazione alle fiere di settore e promuovere la nostra azienda attraverso eventi, Open House e viaggi presso le aziende che producono le nostre macchine, per far conoscere come sono realizzate e come si possono impiegare al meglio. Qualcosa che non è semplice mostrare nelle rassegne, dove per lo più si espongono i prodotti. Noi, invece, vorremmo che i clienti conoscessero quello che siamo veramente». Da questa decisione è nata una serie di eventi, le «Open House Celada», l'ultima delle quali si è tenuta a settembre, mentre la prossima sarà a Roma subito dopo Pasqua, momenti immersivi in cui sono presentate le ultime novità nel campo delle macchine utensili, della manifattura

e dell'industry 4.0. A fianco di questi momenti, inoltre, è stato sviluppato un Virtual Showroom dove scoprire, attraverso un viaggio interattivo, tutte le funzionalità, i dettagli e le novità delle macchine utensili presentate.

Nei prossimi giorni, in ogni caso, Gruppo Celada parteciperà a «Fornitore Offresi, il Salone Internazionale della subfornitura meccanica» a Erba dal 15 al 17 febbraio.

«Abbandonare una prassi consolidata e che per oltre 50 anni ha dato ottimi risultati - continua Guido Celada - non è facile e non rappresenta un risparmio, perché il budget destinato a queste iniziative è identico se non superiore. Ma riteniamo sia fondamentale oggi instaurare un rapporto più immediato e collaborativo con i clienti».

Del resto, il motto del Gruppo Celada è il «nostro prodotto siamo noi», una frase che sottolinea come le persone e la loro competenza siano importanti quanto la qualità delle macchine in catalogo.

«Distribuiamo - racconta Celada - alcuni dei prodotti e delle macchine più importanti per il settore manifatturiero, tra cui le giapponesi Okuma, Yasda, Sodick e Star, quelle taiwanesi Hartford e più di recente anche di brand cinesi come

“
Ci siamo chiesti
in che modo
potevamo costruire
un rapporto
più diretto con
i clienti e abbiamo
deciso di incontrarli
a casa nostra
”



La sede del Gruppo Celada a Cologno Monzese



Il Centro Dimostrazione e Formazione Celada dove si tengono eventi e Open House

Neway. Ma le macchine non sono tutto perché accanto a loro è indispensabile il know-how per farle funzionare al meglio. E questo richiede una formazione continua e costante e un servizio a 360°. Qualcosa che può essere fatto conoscere solo con un contatto diretto».

CELADATECH PER OFFRIRE CONSULENZA OPERATIVA

Non solo prodotti, dunque, ma soprattutto servizi, come quelli offerti da CeladaTech, la nuova unità del Gruppo Celada in grado di fornire consulenza operativa ai clienti, spaziando dalla programma-

zione delle macchine all'ottimizzazione dei cicli produttivi e dei setup macchina, fino alla manutenzione avanzata. Ma anche le procedure e gli strumenti affinché il loro funzionamento sia il più sicuro possibile.

«Le macchine a controllo numerico computerizzato - spiega ancora Guido Celada - sono ormai una colonna portante delle fabbriche e l'Industry 4.0 le ha rese sempre più connesse, ma proprio per questo anche più esposte a nuove minacce. Oggi, infatti, tutte sono in rete e anche il controllo delle operazioni è appannaggio della rete,

“
L'Industry 4.0
ha reso
le macchine
più connesse,
ma anche
più esposte
a rischi e minacce,
per questo
è fondamentale
la cybersecurity
”

con il risultato che ogni fase di produzione è a rischio di potenziali attacchi da parte degli hacker. Per questo uno degli aspetti di cui si occupa CeladaTech è la cybersecurity. Si tratta della prima realtà in grado di offrire un supporto diretto nella prevenzione di attacchi informatici a sistemi di produzione e, grazie a un team specializzato, può affiancare i clienti per contrastare questo fenomeno in costante aumento».

Celadatech, infatti, può strutturare al meglio la rete in essere, fornendo supporto nella riconfigurazione dei dispositivi esistenti, inoltre, può introdurre tecnologie di identificazione e blocco delle minacce e può fornire ai clienti supporto nella valutazione degli impatti di possibili attacchi e realizzazione di piani di ripristino e ripartenza dei macchinari.

LO SPIRITO E L'IMPEGNO DI UN «SANTO GUERRIERO»
Il servizio offerto dal Gruppo Celada non vuole trascurare nessun aspetto, grazie a un'attenzione anche ai particolari

che ricorda la dedizione di un bravo artigiano.

«Lo scorso settembre - racconta Guido Celada - abbiamo celebrato l'anniversario per gli 85 anni dalla fondazione di R.F. Celada con un concerto all'interno del Duomo di Milano. Inoltre, abbiamo aderito al progetto 'Adotta una guglia', che sostiene i restauri della cattedrale milanese, con una donazione importante. In quell'occasione ho potuto visitare la Veneranda Fabbrica del Duomo insieme al suo Presidente Fedele Confalonieri e mi ha colpito molto scoprire come i lavori per la cattedrale veramente non finiscono mai e che i restauri, come riprodurre una delle innumerevoli statue, siano finalizzati al 'ben fatto' e non al 'tutto subito'. Ecco mi piace pensare che il nostro lavoro sia mosso dal medesimo spirito».

Un approccio originale che trova riscontro nella filosofia che il Gruppo Celada ha abbracciato già da qualche tempo: il metodo Kaizen; che, tra l'altro, è stato indicato come una delle ragioni del successo economico e industriale giapponese e che si fonda sul principio che «ogni cosa può essere perfezionata», attraverso piccoli miglioramenti costanti che partono dal basso. Non è un caso, allora, che la guglia del Duomo di Milano adottata da Guido Celada insieme alla moglie Mila sia stata quella del «Santo Guerriero».

«Si tratta di una figura - conclude Guido Celada che in qualche misura incarna quello che vogliamo essere noi. Non c'è dubbio che per fare impresa si debba essere agguerriti, ma si può esserlo anche senza dimenticare i principi dell'etica e della correttezza».

www.celadagroup.com



Guido Celada Presidente e Ceo di R.F. Celada