



## Lo stile italiano mette radici negli USA

Renzo Kerkoc, CEO di Tecnoform, ci parla dei cambiamenti in atto nell'azienda, tesi ad assecondare il dinamismo di una società in rapida trasformazione, non solo in Europa ma anche in America

Testo di Renato Antonini, foto Enrico Bona

In un periodo complesso e pieno di sfide, Tecnoform si sta muovendo a più livelli per creare un rapporto sempre più stretto e proficuo con i clienti. Renzo Kerkoc, CEO di Tecnoform, ci spiega in che modo l'azienda cerca di interpretare al meglio le esigenze di nuove tipologie d'utenza in un mondo in rapida trasformazione.

**Camper Professional: In un mondo sempre più globalizzato, Tecnoform continua ad avere l'Europa come mercato di riferimento?**

**Renzo Kerkoc:** Ormai da alcuni anni Tecnoform ha recepito la sfida di un mercato globale, pur consapevole delle differenze

che ancora permangono tra le diverse macro aree. Siamo un'azienda italiana con un forte radicamento sul territorio europeo, ma stiamo investendo molto in America. I nostri rapporti con le aziende americane sono iniziati nel 2005 con le forniture a Winnebago, ma c'è stata una forte crescita a partire dal 2017, quando abbiamo intensificato la nostra presenza sul mercato arrivando nel 2019 alla creazione di Tecnoform Inc., la filiale US di Tecnoform. In questi anni abbiamo ottenuto una forte crescita sul mercato americano: il nostro volume d'affari è passato da 2.7 a quasi 11 milioni di dollari.

**Camper Professional: Come è struttura-**

**ta la vostra filiale americana?**

**Renzo Kerkoc:** Abbiamo iniziato la ricerca del miglior sito produttivo due anni fa e in questi giorni stiamo completando l'installazione dei macchinari. Abbiamo individuato una location strategica a Grand Rapids, nel West Michigan. La zona ha una consolidata presenza di aziende del settore del mobile, quindi possiamo contare su manodopera qualificata e su una ben strutturata catena di fornitori. Siamo vicini allo stato dell'Indiana, dove hanno sede i maggiori costruttori di RV. Inizialmente Tecnoform Inc. si occuperà della fornitura di elementi d'arredo al settore RV, ma non escludiamo di stabilire contatti anche con

il mondo della nautica e del mobile da ufficio.

**Camper Professional: Quali sono le differenze che avete riscontrato tra i mercati europeo e americano?**

**Renzo Kerkoc:** Negli Stati Uniti abbiamo visto un mondo produttivo che corre veloce verso l'automazione, un mondo preparato alla competizione sui mercati globali. Questo stimola anche noi al cambiamento: puntiamo ad una capacità produttiva maggiore e vogliamo interfacciarci con altre realtà produttive, anche utilizzando materiali non convenzionali. A un primo sguardo, sembra che alcuni costruttori di RV americani mostrino una certa resistenza al cambiamento e all'innovazione, ad esempio per loro non sembra semplice passare dalle ante sporgenti alle ante a filo. Però i progetti d'arredo portati a termine fino ad ora negli US hanno rappresentato un'esperienza positiva per i nostri clienti, Tecnoform ha creato una traccia ben marcata nel design e nel modo di costruire. Lo scorso anno abbiamo sviluppato un importante progetto d'arredo con Jayco: il modello Terrain/Launch 4x4 ha ottenuto l'ambito riconoscimento di RV News 2022 Type B of the Year e di RV Business 2022 Top RV Debut.

**Camper Professional: Che cosa propone Tecnoform ai costruttori americani?**

**Renzo Kerkoc:** Possiamo contare su macchinari innovativi e vogliamo riproporre anche negli Stati Uniti l'esperienza del co-design e co-engineering che abbiamo sperimentato in Europa. Inizialmente dall'US Plant usciranno ante piane, in seguito verranno affiancati altri componenti. Il nostro obiettivo è approcciare il mercato dei towables RV e delle fifth-wheels, senza tralasciare gli RV motorizzati; per esempio lavoriamo già a grandi progetti con Winnebago, Forest River e Thor. Insieme ai nostri clienti vogliamo dare nuovo impulso al settore RV negli US, con l'utilizzo di materiali innovativi, nuovi decorativi e sistemi costruttivi diversi rispetto a quelli tradizionali per garantire benefici sia ai clienti che agli utilizzatori finali.

**Camper Professional: Europa e America: quali sono i punti di contatto di questi due mercati?**

**Renzo Kerkoc:** Credo che i temi della leggerezza e della sostenibilità saranno i binari su cui si muoverà la ricerca sulle due sponde dell'Atlantico. Dovremo sempre più orientare la nostra produzione a materiali leggeri e sostenibili. I veicoli più leggeri consumano meno e lasciano più margine per l'installazione di gruppi di batterie. Anche negli Stati Uniti si pensa al tema della leggerezza, soprattutto riguardo ai towables trainati da veicoli elettrici.

**Camper Professional: Ma come conciliare i costi di produzione con la leggerezza e la sostenibilità?**



## Tecnoform USA

Tecnoform si sta espandendo negli Stati Uniti con una nuova unità di produzione, assistenza e vendita nell'area di Grand Rapids (Michigan). Questa nuova struttura fungerà da quartier generale del Nord America e ospita le linee per la produzione di mobili di alta qualità per veicoli ricreazionali dal design "Made in USA". Dal 1965 Tecnoform segue l'evoluzione dell'industria dei camper e delle caravan, come pioniere nella produzione di componenti d'arredo e contribuendo attivamente ad alcune delle più importanti innovazioni del settore.

## NowoCore

Si chiama NowoCore il nuovo materiale lanciato da Tecnoform al Caravan Salon 2022. E' pensato per costruire ante super leggere e resistenti all'acqua. Realizzato con materiali riciclati, è facilmente adattabile alle forme più diverse. Il tema della leggerezza è stato spinto al massimo, in vista di future applicazioni su veicoli a propulsione elettrica. Questo nuovo prodotto è concepito per resistere all'acqua, e questo non solo per l'utilizzo nei bagni, nelle cucine e sui tavoli, ma anche perché alcuni arredi potranno essere portati fuori dal veicolo.



**Renzo Kerkoc:** Sono convinto che occorra effettuare un bilancio finale dei costi, prendendo in considerazione anche ciò che avviene dopo l'uscita del nostro prodotto dalla fabbrica. Il maggiore costo di produzione può essere compensato da un minore costo del processo a valle. Pensiamo ad esempio ad una riduzione dei costi di trasporto e movimentazione. Dobbiamo iniziare a ragionare in termini di costo globale e pensare ai temi del Life Cycle e della circolarità.

**Camper Professional: Il tema della sostenibilità, naturalmente, riguarda Tecnoform anche nella sua struttura e nel suo modo di operare.**

**Renzo Kerkoc:** Certo, ormai da anni il tema dell'ambiente fa parte del DNA di Tecnoform. Stiamo agendo su due fronti: riduzione dei consumi e riciclo. Già nel 2014 abbiamo avviato un programma di riduzione dei consumi energetici, come testimoniato da un Energy Audit Report (UNI CEI/TR 11428): Tecnoform è stata la prima azienda nel territorio di Bologna ad applicare questi provvedimenti. Per ridurre i consumi abbiamo ricoperto il tetto dei nostri capannoni con moduli fotovoltaici. Oggi abbiamo iniziato la seconda parte del piano di riduzione energetica, che comprende l'attivazione di una caldaia alimentata con scarti di lavorazione del legno.

**Camper Professional: Ci sono stati investimenti sulle risorse umane?**

**Renzo Kerkoc:** In azienda stiamo assistendo ad un cambio generazionale: Tecnoform si sta evolvendo assumendo sempre più giovani. In breve tempo sono andati in pensione diversi storici dipendenti e il ciclo di sostituzione ha visto l'ingresso di personale giovane, che per formazione culturale ha una forte spinta all'innovazione e alla sostenibilità ambientale. Tecnoform è sempre più permeata di valori giovani, con uno sguardo proiettato al futuro. Abbiamo attivato diversi stage con le università e stiamo lavorando attivamente con le scuole di formazione professionale, che ritengo di fondamentale importanza. Ma un modo di pensare "giovane" è anche alla base del nuovo modo di comunicare di Tecnoform.

**Camper Professional: Come si concretizza questo nuovo modo di comunicazione?**

**Renzo Kerkoc:** Stiamo attuando un grande cambiamento dal punto di vista della comunicazione con il cliente. Tutto è iniziato nella fase più difficile della pandemia, quando bisognava reagire all'impossibilità di muoversi e incontrarsi di persona. Occorreva trovare nuovi modi di comunicare, così nel 2020 abbiamo inaugurato il Digital Event, che ha consentito una forte interscambio di informazioni tra l'azienda e i clienti. Gli eventi digitali, di altis-



sima qualità, sono realizzati grazie al supporto di specialisti della comunicazione digitale attrezzati con videocamere ad alta definizione e altre apparecchiature professionali. Abbiamo allestito uno spazio apposito in azienda e una volta all'anno effettuiamo questa conferenza on line, in diretta e in cinque lingue, a cui sono invitati tutti i nostri clienti. I nostri manager presentano le novità e rispondono alle domande. Ogni prodotto è mostrato ai clienti, fin nel minimo dettaglio. Prima dell'evento, ai clienti viene spedito il Decor Box con i campioni dei materiali e dei decori. Viene dedicato un tempo specifico ad ogni singolo cliente, per interagire direttamente con ciascuno. Siamo alla terza edizione del Digital Event e ci sono stati diversi upgrade. Inoltre il linguaggio di comunicazione si è evoluto, i video sono più interattivi, mostrano più particolari, più informazioni simultaneamente abbinate alle immagini ad alta qualità.

**Camper Professional: La vostra comunicazione ora è tutta digitale, dunque?**

**Renzo Kerkoc:** No, non solo. Oltre al Digital Event, l'azienda ritiene basilare la partecipazione al Caravan Salon di Düsseldorf. Inoltre c'è un terzo fondamentale appuntamento annuale, che abbiamo denominato Strategic Supplier Day: vengono riuniti in azienda tutti i nostri principali fornitori per fare il punto della situazione e discutere di programmi futuri. Quest'anno lo Strategic Supplier Day di novembre è stato dedicato al tema della sostenibilità.



Strategic Supplier Day 2022