

CONRAD FESTEggia I SUOI PRIMI DIECI ANNI IN ITALIA



Negli ultimi 10 anni, Conrad Italia ha ampliato la presenza nel mercato B2B, crescendo del 25% nel triennio 2020-2023. L'obiettivo dell'azienda è quello di consolidare il ruolo di partner strategico per un numero crescente di clienti, aumentando il valore dei servizi offerti e delle collaborazioni

A cura della Redazione

Da 100 anni Conrad è un partner di livello internazionale nel campo dell'elettronica e dell'innovazione tecnologica. In occasione dell'anniversario "Conrad10", Conrad Italia ha organizzato diverse iniziative e eventi per festeggiare con i propri clienti, partner e fornitori. Affrontando i temi della crescita,

della digitalizzazione, della formazione e delle partnership abbiamo incontrato Filippo Mattioli, Marketing&Sales Manager di Conrad Electronic Italia.

AT: Il 2023 per Conrad Electronic rappresenta un anno particolare: è il centenario dalla



Filippo Mattioli, Marketing & Sales Manager di Conrad Electronic Italia

fondazione della casa madre in Germania e il decimo anno della sua presenza in Italia. Quali sono state le principali tappe di questa storia?

FM: Il 2023 è per noi un anno importante. Segna infatti il centenario del Gruppo Conrad ed il decimo anno di attività in Italia. In questo primo decennio abbiamo messo le basi creando una struttura snella e professionale che è ormai entrata in contatto con le principali realtà B2B Italia. Ci siamo concentrati sul processo di acquisto, provando a dare un nuovo strumento agli uffici acquisti italiani. Siamo ora in un momento di grandi cambiamenti e come azienda abbiamo il dovere di cogliere le sfide per trasformarle in opportunità per i nostri Clienti. Se in Germania, dove risiede l'headquarter del gruppo, Conrad era già affermato da cento anni, la crescita in Italia nel triennio 2020-2023 è prevista intorno al +25% sul triennio precedente. Percentuale di crescita sicuramente aiutata dalle condizioni di shortage del mercato, che come spesso accade favorisce i distributori. Ma è una crescita che poggia le proprie basi su una crescente ed organica introduzione nel comparto industriale italiano. Come obiettivo ci siamo infatti dati quello di, dopo il consolidamento nel tessuto PMI, quello di diventare un player importante anche per i grossi gruppi italiani. I prossimi anni ci vedranno impegnati nell'implementazione della Sourcing Platform a livello EMEA, con l'Italia tra i paesi in prima linea, il cui passaggio cruciale sarà quello di trasformarsi da distributore a piattaforma di approvvigionamento per un'esperienza

semplice, rapida e completa allineando ancor di più il nostro obiettivo al B2B. Una sfida decisamente coinvolgente ed entusiasmante sotto tutti i punti di vista, una vision e una mission che ho condiviso fin da subito nel mio nuovo ruolo.

AT: Quali sono le principali iniziative e gli eventi legati a questo anniversario?

FM: In questi primi 10 anni sono stati molti i partner ed i clienti con i quali ci siamo interfacciati e con cui abbiamo scritto delle belle storie di collaborazione. Siamo fornitori di soluzioni di acquisto nei settori della ricerca e sviluppo, della manutenzione e riparazione, degli acquisti e dell'istruzione e formazione. Proprio per l'eterogeneità della nostra clientela, è importante per noi coinvolgere nei festeggiamenti il più ampio parco clienti. Per questo vogliamo festeggiare insieme ai nostri clienti, partners, e fornitori durante tutto questo anno. In ogni visita cliente, in ogni video call, in ogni nostra campagna marketing non manca un grazie per la fiducia che tutti i giorni il mercato ci riconosce.

AT: Lo scorso ottobre si è tenuto, presso il Museo Alfa Romeo di Arese, l'evento Conrad 10. Come è stata organizzata questa giornata e quali sono stati i momenti più importanti?

È stata una giornata all'insegna della distribuzione elettronica e dell'innovazione del nostro settore. Il 5 di Ottobre al Museo dell'Alfa Romeo di Arese si è tenuto "Conrad10", il primo evento tutto Conrad in presenza. Una giornata che oltre a celebrare il nostro decennale, ha posto l'accento sul concetto di piattaforma. Produttori, aziende utilizzatrici, università e partner insieme per affrontare tematiche dedicate al mercato italiano. I principali produttori nelle aree connettori, l'elettromeccanica, cavi, tecnologia di misurazione, automazione ed utensileria si sono messi a disposizione esclusiva dei clienti Conrad.

Un evento che è stato un link tra offline e digital, un ponte che unisce realtà produttive italiane e fornitori, una piattaforma integrata dove trovare soluzioni per ottimizzare il processo di acquisto.

AT: Durante l'evento era rappresentato anche il mondo universitario. Qual è il rapporto di Conrad Italia con il settore della formazione e con i giovani? Che valore rappresenta?

FM: Il mondo universitario è l'esempio concreto del concetto di piattaforma sul quale noi in Conrad stiamo costruendo il nostro presente e futuro. È l'università, ed in particolare i progetti degli studenti, il perfetto punto di incontro tra abilità tecniche, idee e prodotti. Il nostro rapporto con le principali università italiane è quindi ovviamente ottimo e volto ad aiutare lo sviluppo di progetti innovativi.

Il mondo Edu rappresenta per Conrad anche un importante canale di vendita. Da sempre siamo infatti abilitati alla vendita tramite il portale MePa. In questo caso le amministrazioni pubbliche possono usufruire del nostro ampio catalogo utilizzando il processo di acquisto dedicato alle PA.

AT: Quali sono per Conrad le principali sfide per il futuro e quali sono le prospettive di crescita?

FM: Nonostante tutti i miglioramenti che si sono osservati e che si avranno in futuro in ambito digital, è il personale competente con livelli estremamente alti di esperienza nel settore della distribuzione a fornire il vantaggio competitivo desiderato. È chiaro, per i distributori lungimiranti come Conrad, che gli investimenti in risorse umane competenti sono essenziali per stimolare il miglioramento del servizio delle piattaforme di approvvigionamento in aree chiave quali la ricerca e sviluppo (R&D), la manutenzione e la riparazione (MRO). I sistemi intelligenti e lo staff competente possono fornire grossi benefici a qualsiasi organizzazione legata al settore della distribuzione ma, quando questi ultimi vengono combinati, essi consentono agli attori sul mercato di rivendicare un livello di differenziazione e persino di unicità che li distingue dalla propria concorrenza. In Conrad Italia crediamo fortemente che la differenza venga ancora fatta dal personale qualificato. La nostra struttura è in espansione e lo sarà ancor di più nei prossimi anni.

Keywords: Conrad Italia, Conrad10, B2B, Filippo Mattioli, Edu, MePa, R&D, MRO. Sourcing Platform

www.conrad.it



Conrad Electronic

Conrad Electronic SE è un rivenditore online europeo di prodotti elettronici con sede a Hirschau, in Baviera. La compagnia è stata fondata a Berlino nel 1923 da Max Conrad. Ultimamente, la direzione è passata a suo figlio Klaus Conrad nel 1973 e poi a suo figlio, Werner, nel 1997. Oltre alla sede centrale del gruppo Conrad in Germania, ci sono uffici locali in Francia, Slovacchia, Svezia, Svizzera, Italia, Paesi Bassi che coprono l'intera regione del Benelux e l'Austria, Regno Unito. Conrad ha il proprio centro di acquisto a Hong Kong e un magazzino centrale in Germania. Conrad ha acquisito la compagnia britannica Rapid Electronics Ltd con sede a Colchester Essex nel dicembre 2012.

Il marketplace di Conrad è un evoluto ambiente digitale nato per riunire clienti e venditori e fornire una piattaforma per tutte le più specifiche esigenze di business tecnico operativo.

CONRAD CELEBRATES HIS FIRST TEN YEARS IN ITALY

Over the last 10 years, Conrad Italia has expanded its presence in the B2B market, growing by 25% in the three-year period 2020-2023. The company's objective is to consolidate the role of strategic partner for a growing number of customers, increasing the value of the services offered and collaborations.

By Editorial Staff

For 100 years Conrad has been an international partner in the field of electronics and technological innovation. On the occasion of the "Conrad10" anniversary, Conrad Italia organized various initiatives and events to celebrate with its customers, partners and suppliers. Addressing the topics of growth, digitalisation, training and partnerships, we met Filippo Mattioli, Marketing & Sales Manager of Conrad Electronic Italia.

AT: 2023 represents a special year for Conrad Electronic: it is the centenary of the foundation of the parent company in Germany and the tenth year of its presence in Italy. What were the main stages of this story?

FM: 2023 is an important year for us. In fact, it marks the centenary of the Conrad Group and the tenth year of activity in Italy. In this first decade we have laid the foundations by creating a streamlined and professional structure that has now come into contact with the main B2B entities in Italy. We focused on the purchasing process, trying to give a new tool to Italian purchasing offices. We are now in a time of great change and as a company we have the duty to seize the challenges to transform them into opportunities for our Customers.

If in Germany, where the group's headquarters are located, Conrad had already been established for a hundred years, growth in Italy in the three-year period 2020-2023 is expected to be around +25% on the previous three years. Growth percentage certainly aided by the shortage conditions of the market, which as often happens favors distributors. But it is a growth that is based on a growing and organic introduction into the Italian industrial sector. In fact, we have set ourselves the objective of,

after consolidation in the SME fabric, to become an important player also for large Italian groups. The next few years will see us engaged in the implementation of the Sourcing Platform at EMEA level, with Italy among the frontline countries, whose crucial step will be to transform from distributor to procurement platform for a simple, rapid and complete experience aligning our objective even more with B2B. A decidedly engaging and exciting challenge from all points of view, a vision and a mission that I shared right from the start in my new role.

AT: What are the main initiatives and events related to this anniversary?

FM: In these first 10 years there have been many partners and customers with whom we have interfaced and with whom we have written beautiful stories of collaboration. We are a purchasing solution provider in the areas of research and development, maintenance and repair, purchasing and education and training. Precisely due to the heterogeneity of our customers, it is important for us to involve the widest customer base in the celebrations.

This is why we want to celebrate together with our customers, partners, and suppliers throughout this year. In every customer visit, in every video call, in every one of our marketing campaigns, there is no shortage of thanks for the trust that the market recognizes in us every day.

AT: Last October the Conrad 10 event was held at the Alfa Romeo Museum in Arese. How was this day organized and what were the most important moments?

It was a day dedicated to electronic distribution and innovation in our sector. On October 5th, "Conrad10" was held at the Alfa Romeo Museum in Arese, the first all-Conrad event in person. A day which, in addition to celebrating our tenth anniversary, placed emphasis on the concept of platform. Producers, user companies, universities and partners together to address issues dedicated to the Italian market. Leading manufacturers in the areas of connectors, electromechanics, cables, measurement technology, automation and tooling have made themselves exclusively available to Conrad customers.

An event that was a link between offline and digital, a bridge that unites Italian production companies and suppliers, an integrated platform where solutions can be found to optimize the

purchasing process.

AT: The university world was also represented during the event. What is Conrad Italia's relationship with the training sector and young people? What value does it represent?

FM: The university world is the concrete example of the concept of platform on which we at Conrad are building our present and future. University, and in particular student projects, is the perfect meeting point between technical skills, ideas and products. Our relationship with the main Italian universities is therefore obviously excellent and aimed at helping the development of innovative projects.

The Edu world also represents an important sales channel for Conrad. In fact, we have always been authorized to sell via the MePa portal. In this case, public administrations can take advantage of our extensive catalog using the purchasing process dedicated to PAs.

AT: What are the main challenges for Conrad for the future and what are the growth prospects?

FM: Despite all the improvements that have been observed and will be seen in the future in the digital sector, it is competent staff with extremely high levels of experience in the distribution sector that provide the desired competitive advantage. It is clear to forward-thinking distributors like Conrad that investments in competent human resources are essential to drive service improvements of procurement platforms in key areas such as research and development (R&D), maintenance and repair (MRO). Intelligent systems and knowledgeable staff can provide great benefits to any retail organization, but when combined, they allow market players to claim a level of differentiation and even uniqueness that sets them apart from their competition. At Conrad Italia we strongly believe that the difference is still made by qualified personnel. Our structure is expanding and will be even more so in the coming years.

Keywords: Conrad Italia, Conrad10, B2B, Filippo Mattioli, Edu, MePa, R&D, MRO. Sourcing Platform

www.conrad.it



Conrad Electronic

Conrad Electronic SE is a European online retailer of electronic products based in Hirschau, Bavaria. The company was founded in Berlin in 1923 by Max Conrad. Lately, the management passed to his son Klaus Conrad in 1973 and then to his son, Werner, in 1997. In addition to the Conrad Group headquarters in Germany, there are local offices in France, Slovakia, Sweden, Switzerland, Italy, Bases covering the entire Benelux region and Austria, UK. Conrad has its own purchasing center in Hong Kong and a central warehouse in Germany. Conrad acquired the British company Rapid Electronics Ltd based in Colchester Essex in December 2012.

The Conrad marketplace is an advanced digital environment created to bring together customers and sellers and provide a platform for all the most specific technical and operational business needs.