



INDUSTRIA METALLURGICA L'ORO DEL MADE IN ITALY

A CURA DI COMMUNICATION PLANET



Dallo stampaggio a caldo dell'ottone, passando per alluminio e acciaio: la visione di Mecolpress

Dalla passione di un uomo nasce Mecolpress, realtà leader nella produzione di macchine e impianti per lo stampaggio a caldo. Verso la fine degli anni sessanta, Pietro Molinari, insieme ai soci Pietro Caggioli e Giulio Barbisoni crea un'azienda che in cinquant'anni ha saputo scrivere una pagina importante dell'industria italiana. A raccontarlo è Emanuela Molinari, CEO e figlia del fondatore: "Io rappresento la seconda generazione, ma le mie figlie Anna e Giada sono già in azienda a rappresentare la terza. Mio padre progettava al tecnigrafo, aveva una grande passione per il disegno e la pittura. Da dipendente decise di mettersi in proprio, grazie alla sua esperienza nel settore delle macchine per lo stampag-

gio a caldo dell'ottone, all'epoca non ancora diffuse come oggi". Il resto della storia la possono raccontare i numeri di successo: oltre 60 paesi forniti, 2000 macchinari prodotti, 60 dipendenti, un fatturato che per il 70% deriva dall'export, con la Germania in testa, e per il restante dal nostro paese. Una filosofia di vita che è diventata visione aziendale: non arrendersi mai di fronte alle difficoltà, cercare sempre una soluzione puntando sulla qualità. Come sottolinea Danilo Fagnani, direttore commerciale, "oggi ci sono strumenti e risorse che collaborano per lo sviluppo di nuove soluzioni. Il nostro obiettivo non è raggiungere nuovi mercati, ma migliorare ogni giorno la qualità di quello che proponiamo. Per questo, da leader indiscussi nella produzione di presse per lo stampaggio a caldo di particolari in ottone ci stiamo impegnando in questi



ultimi anni nella realizzazione di macchine per lo stampaggio a caldo di acciaio e alluminio. E' la nostra sfida attuale e proprio per questo, negli ultimi anni, abbiamo impiegato e dedicato risorse particolarmente specializzate e qualificate esclusivamente nel settore acciaio". Mecolpress ha pronta dunque una risposta chiara alle nuove esigenze di un mercato che sta mutando, con la richiesta di lotti sempre minori in volumi. Dunque, aumentare le performance abbassando i costi e riducendo i consumi: non solo una questione meramente commerciale ma anche un fattore etico. Dalla visione pionieristica del fondatore - che per primo viaggia in paesi come Sud America e Sud Est Asiatico - Mecolpress trae la sua forza innovativa e propulsiva verso costanti innovazioni tecnologiche, dall'industria 4.0 all'automazione dei mac-



chinari con bracci antropomorfi, dalle ultime tecnologie informatiche alla riduzione dei consumi in ottica green ed ecosostenibile, fino ad arrivare a un Service completo e ramificato a livello globale, vero fiore all'occhiello dell'azienda: "Se il cliente torna da noi non lo fa solo per la soddisfazione di macchine di prima qualità ma anche per il Service offerto. Siamo in grado, grazie al nostro magazzino, di fare manutenzione ordinaria e straordinaria perfino su macchinari di 40 anni fa. Allo stesso tempo possiamo anche permetterci di mettere in produzione macchine prima ancora dell'ordine del cliente, in modo che le tempistiche di attesa si accorcino notevolmente", sottolinea Emanuela Molinari. Tenace e forte come suo padre, che non a caso scelse un rinoceronte (da lui stesso disegnato) come logo aziendale.

METALLURGIA - Un settore maturo ma strategico che deve essere aiutato a crescere anche con misure ad hoc.

Nell'epoca in cui le nuove imprese digitali fanno utili da capogiro e raggiungono quotazione esorbitanti nelle borse di tutto il mondo, fanno sorridere i bilanci delle imprese di trasformazione metallurgica dove per individuare gli utili bisogna indossare gli occhiali per leggere numeri piccolissimi.

È certo il destino delle imprese definite mature ma se poi questi settori sono necessari ad attivare tanti altri comparti, maturi o meno, allora il problema diventa di più difficile risoluzione rispetto ad archiviare le carrozze a cavallo "colpite" dall'arrivo delle automobili. E quindi sarebbero necessari interventi anche ad personam per proteggere, e sviluppare, un settore che nel Paese è uno snodo fondamentale per la nostra industria, un settore che in molti casi è riuscito anche a crearsi una clientela straniera spesso formata da grandi multinazionali che, anche in questo caso, scelgono il Made in Italy e che sono attive, non per caso, nei settori più importanti a livello globale come oil&gas, energetico, nucleare, automotive tanto per citarne qualcuno. Disperdere questo settore sarebbe un errore ancora più imperdonabile di aver quasi perso la produzione siderurgica e metallurgica nazionale e quindi è necessario "spingere" le imprese attive nel settore a modernizzarsi e a strutturarsi secondo le logiche dell'industria 4.0 e della sostenibilità. Molte hanno già iniziato questi processi, altre sono in ritardo ma tutte meriterebbero interventi specifici ulteriori per consentire che tutto insieme il comparto possa arrivare ad un'effettiva conversione verso una produzione moderna in linea con le direttive del Pnrr. Trattare il settore metallurgico come altri comparti industriali di minore complessità e meno sinergici all'industria manifatturiera costituisce un errore grave e quindi vale segnalare, per esempio, la natura fortemente energivora di queste attività, il forte sbalzo del costo delle materie prime e, non ultimo, la difficoltà di questo comparto, che soffre di un'immagine negativa tra i giovani, di reperire risorse umane a vari livelli, non ultimi quelli dirigenziali per arrivare anche qui ad una effettiva managerializzazione che tanto ha contribuito al successo negli ultimi anni delle Pmi italiane.

Motori avanti tutta per la Fabrizio Carlotto, azienda specializzata nello stampaggio di metalli a caldo, che si appresta a chiudere l'anno con un incremento del 40% del fatturato e impegnata come non mai ad aumentare la propria capacità produttiva per far fronte alle richieste della clientela. "Le prospettive per il 2022 sono molto positive - spiega Tiziano Carlotto, che dal 1993 insieme al fratello Claudio guida l'azienda fondata sessant'anni fa dal padre Fabrizio - A dare ulteriore impulso al mercato sarà anche il Recovery Plan che prevede ingenti risorse per i lavori pubblici: per noi, che siamo nel mercato delle macchine industriali per asfalto, ponti



Fabrizio Carlotto, scalata ai mercati esteri

e quant'altro, si tratta di un importante vantaggio". Un trend fortemente positivo iniziato in particolare dal 2014, quando la strategia aziendale ha abbandonato il tentativo di penetrare nel mercato oil&gas per tornare alla produzione originaria. "Un tentativo che si è scontrato contro le resistenze dei colossi del settore - dice Carlotto - Così abbiamo scelto di tornare allo stampaggio dei metalli a caldo sviluppando però la penetrazione sui mercati esteri. Un approccio che ha funzionato molto bene: siamo presenti in tutta Europa, in particolare Germania, Francia, Polonia e Repubblica Ceca, ma anche, per alcuni codici, in Cina, Stati Uniti e Brasile. Bisogna considerare che molti dei nostri competitor italiani si rivolgono quasi esclusivamente al mercato interno e, nel mondo, stiamo trovando ampi spazi di mercato. A livello internazionale puntiamo soprattutto sui codici più difficili, in particolare quelli legati alla sicurezza: prodotti sui quali i Paesi emergenti non sono presenti o competitivi per qualità". E la qualità è uno dei punti di forza della Carlotto, una qualità che oltre al prodotto investe anche il servizio. "La velocità è fondamentale oggi sul mercato e noi possiamo rispondere in tempi molto rapidi alle richieste dei clienti. Un esempio è la nostra disponibilità di materiale pronto in magaz-

zino anche in assenza di ordini: un aspetto molto apprezzato da clienti importanti come le multinazionali". Unico rammarico per Tiziano e Claudio Carlotto è la difficoltà a reperire manodopera, quanto mai necessaria adesso per un forte aumento della capacità produttiva. "Una difficoltà che condividiamo con molte altre aziende e che meriterebbe un qualche intervento da parte dello Stato".



ALBERTO TEDESCHI

Azienda familiare giunta alla seconda generazione, OMCD rappresenta oggi un vero e proprio network che include 10 diverse realtà attive nel campo della lavorazione del metallo duro. Fondata nel 1948 da Silvio Tedeschi è oggi guidata dal figlio Alberto Tedeschi, amministratore unico di OMCD, mentre il

fratello Franco e il cugino Davide sono alla guida di altre due delle realtà del network, rispettivamente Harditalia e Scleros. "La prima società del gruppo nasce verso la fine degli anni '40 come officina meccanica per la produzione di utensili per trafilare e deformare a freddo i metalli - racconta Alberto Tedeschi - mentre dal 1955 si viene ad integrare la produzione di leghe metalliche a base di tungsteno. Da qui la scelta di lavorare il metallo duro, nome commerciale di una lega che ha caratteristiche di elevata resistenza all'usura e tenacità. Presto ci siamo

puntuale alle richieste del mercato", sottolinea Tedeschi. OMCD, con le sue 10 realtà, esporta in tutto il mondo anche se il core-business è rappresentato dall'Europa, Svizzera inclusa. A rafforzare la presenza estera altre due aziende, una in Brasile - dedicata al mercato sudamericano - e una in Bulgaria per i paesi dell'est Europa e Turchia. Con quasi 250 dipendenti e un fatturato annuo che si attesta intorno



nomia Circolare nel ciclo produttivo. "Questa idea nasce diversi anni fa - racconta Alberto Tedeschi - quando ancora non si parlava di riciclo consapevole e il tema non era ancora diffuso. Fin dai primi anni 2000 ci siamo mossi con due differenti progetti per capire come meglio porci nei confronti di un riciclo consapevole per rigenerare i rottami delle nostre leghe. L'obiettivo vero era quello di riuscirci attraverso nuove vie. Fra que-

di poter dire che il 35% del fabbisogno per le nostre materie prime deriva dal riciclo dei nostri rottami. Negli ultimi anni, presso lo stabilimento produttivo di FILMS SpA, abbiamo anche sviluppato una nuova tecnologia che permette di raggiungere un obiettivo dell'81% del riciclo, a vantaggio di tutte le aziende produttive afferenti ad OMCD. Un'altra idea vincente e avveniristica, come quella di creare sinergie con tutte quelle aziende interessate al riciclo consapevole per una produzione più green ed eco-sostenibile. Per questo è nato il brand "Green Reco-

OMCD: l'immaginazione senza limiti per una vera green-economy

resi conto di come in questo settore ci fosse bisogno di un'alta specializzazione. Così sorgono via via i nostri dieci marchi, ognuno focalizzato in un determinato settore di applicazione del metallo duro". Un'idea coraggiosa che si è con il tempo rivelata vincente: "Mentre i nostri concorrenti hanno sempre pensato a un mono-brand come risposta più semplice, noi abbiamo puntato su una diversificazione che potesse rispondere in modo più

ai 45 milioni di Euro, OMCD è pronta alle nuove sfide del futuro. Fra queste, l'integrazione dei concetti di Green-Economy ed Eco-

ste, l'impiego di acidi così detti "deboli" o tramite utilizzo di varianti fisiche basate su calore e ossigeno. Ci sono voluti 10 anni ma oggi siamo orgogliosi

very Metal", che tutte le aziende che credono in questo progetto possono utilizzare. "Più recentemente abbiamo sviluppato ulteriormente la tecnologia degli acidi deboli in ottica green-economy, utilizzando gli scarti della lavorazione di latte e formaggi per trattare le nostre polveri. Riciclare con un altro riciclo è qualcosa di semplicemente entusiasmante", conclude Tedeschi.

