

Più fastener "made in Italy"



Enio Fontana,
direttore commerciale del Gruppo
Fontana e presidente di Upiveb.

Già protagonista dell'industria della bulloneria in Europa, il Gruppo Fontana ha deciso di allargare gli orizzonti e guardare a est (Romania), all'estremo oriente (Cina) e alle Americhe con investimenti finalizzati a cogliere le nuove opportunità di un mercato sempre più globale e dinamico. Bilanci, prospettive, problematiche del settore direttamente da Enio Fontana, nella doppia veste di direttore commerciale del Gruppo e di presidente di Upiveb

Progettare: Dicembre è tempo di bilanci. Ragionier Fontana come giudica il risultato 2006 per il Gruppo Fontana?

Fontana: Buono, ma non ottimo; positivo, ma non brillante, con momenti buoni e altri meno legati all'andamento all'altalenante dei diversi settori di sbocco dei nostri prodotti, in particolare in Europa. Il più costante è risultato il settore automotive: in Europa la produzione si è ormai stabilizzata fra i 15 e i 16 milioni di auto all'anno, cambiano i marchi protagonisti e i modelli di auto, ma rimane costante la richiesta di continui investimenti per gli adeguamenti in termini tecnologici e di sviluppo di nuovi prodotti.

Per il gruppo Fontana l'automotive rappresenta il più importante settore in termini di volumi e questo ci ha permesso di raggiungere gli obiettivi di budget che ci siamo posti all'inizio dell'anno.

Progettare: In termini percentuali di quanto è cresciuto il fatturato del Gruppo Fontana?

Fontana: Una valutazione corretta circa l'andamento del business non può non tenere conto del pesante aumento del costo della materia prima registrato in questi anni, aumento che seppur non completamente, è stato trasferito sul costo finale del prodotto e quindi sul fatturato. Più significativo può risultare allora prendere in considerazione le tonnellate vendute. Anche sotto questo aspetto il risultato è positivo grazie all'allargamento della nostra presenza su nuovi mercati, ma soprattutto al consolidamento del rapporto di partnership con importanti clienti.

Progettare: Nel corso del 2006 quali sono state le iniziative più significative portate a termine dal Gruppo?



La sede in Romania della Fontana Fastener.



Fontana: Al primo posto metterei la creazione di una società in Cina, da tutti considerato il mercato del futuro. Al secondo posto le due nuove strutture create nell'America Latina, una in Messico e l'altra in Brasile. In Brasile in particolare abbiamo costituito una joint-venture con un'azienda produttrice locale. L'obiettivo è quello di assicurare una più ampia e articolata copertura del mercato sudamericano in forte crescita e, nello stesso tempo, far fronte in modo più efficace alle richieste del mercato nord-americano. Infine ma non ultimo, l'impegno in Europa con il raddoppio del magazzino in Francia e la creazione di una nuova società di distribuzione in Romania.

Progettare: Percentualmente quali sono le aree del mondo più importanti per il Gruppo?

Fontana: L'Europa continua a dominare il nostro business sia dal punto di vista produttivo che di fatturato. Sicuramente le iniziative che abbiamo portato avanti in questi ultimi anni, conseguenti alla globalizzazione e alla mutata dinamica dei mercati, cominciano a fare sentire i primi effetti. In particolare l'America nel suo complesso è passata in pochi anni da pochi punti percentuali a quasi il 10% del giro d'affari e presto ci aspettiamo che la presenza in Cina cominci a dare risultati significativi.

Progettare: Possiamo fare un passo indietro e chiederle quali sono le motivazioni alla base della decisione di costituire la Fontana Fastener in Romania?

Fontana: La scelta della Romania si basa su due ordini di considerazioni molto diversi tra loro, ma sinergici. Il primo è contingente: la creazione da parte di Renault di uno stabilimento per la produzione della Logan, la world car economica pensata per i paesi in via di sviluppo. E in qualità di fornitori della casa francese, la vicinanza può dare sicuramente dei vantaggi

in termini di servizi e permettere di cogliere nuove opportunità. Il secondo va letto in chiave di opportunità future: presidiare un mercato che presenta evidenti limiti di sviluppo rispetto alle nazioni confinanti, ma per contro ha il costo della manodopera più basso in Europa, segnala significative possibilità di crescita e dove operiamo in misura molto marginale. La Romania oggi conta oltre 30 milioni di abitanti, vanta già un'industria di camion in fase di modernizzazione e con l'iniziativa di Renault anche una industria automobilistica con una produzione che a regime toccherà le 300.000 vetture all'anno. Esiste anche uno stabilimento della Daewoo, che dovrebbe entrare nell'orbita della General Motors.

Sono le basi su cui pensiamo si dovrebbe creare un nuovo tessuto industriale, così come è accaduto per la Polonia.

Da parte nostra si è scelto di percorrere la strada della distribuzione. Qualora la dinamica economica del paese fosse tale da richiedere una produzione in loco, questa dovrà essere pensata anche per far fronte e servire le necessità dei paesi limitrofi.

Progettare: E per quanto riguarda l'industria della bulloneria?

Fontana: Il nostro settore in Romania si presenta fortemente arretrato, probabilmente penalizzato dall'assenza di grosse industrie utilizzatrici e per l'influenza e dipendenza dalle industrie russe. Non ci sono importati industrie locali e quelle attive continuano a evidenziare notevoli difficoltà sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo.

Nell'ambito della distribuzione operano dei concorrenti con organizzazioni di medio-piccole dimensioni soprattutto in settori diversi da quelli di nostro interesse.

Progettare: La decisione è maturata in tempi brevi?

Fontana: Nei piani di sviluppo del Gruppo era prevista una presenza

diretta nei paesi dell'Est Europa. Anzi non è da escludere che alla Romania possa aggiungersi in tempi ragionevoli qualche altro insediamento in questa area.

Dal punto di vista burocratico non ci sono stati intoppi o difficoltà particolari: anzi posso dire che le pratiche e le tempistiche alla fine sono risultate molto minori rispetto a quelle normalmente richieste in Italia.

Ho notato una buona predisposizione da parte di tutti nei confronti dell'Italia, il che facilita e incentiva a portare avanti nuove iniziative in loco.

Va sottolineato il grosso e concreto sforzo a migliorare le infrastrutture per rendere più efficiente e sicuro il trasporto su strada.

Progettare: È possibile avere qualche dato sulla nuova società?

Fontana: La sede della Fontana Romania è Braschov, nel nord-est della Romania, con un organico di 6 persone e un magazzino automatizzato, ricavato in una struttura esistente, perfettamente rispondente alle nostre esigenze.

Tutto il personale è rumeno, in parte proveniente dal settore, e assunto dopo un breve periodo trascorso nella nostra sede di Veduggio per conoscere e familiarizzare con le nostre metodologie di lavoro.

A un anno circa dalla sua costituzione la nuova società sta raggiungendo gli obiettivi prefissati sia in termini di organizzazione di vendita sia di giro d'affari e ha gettato le basi per gli step successivi che prevedono per il prossimo triennio il raddoppio del fatturato anno su anno.

Il nostro obiettivo in questa fase è di diventare un punto di riferimento nell'ambito della distribuzione.

Al termine della fase di avviamento, sulla base delle reali potenzialità del mercato valuteremo eventuali investimenti in immobili e/o in altre attività.

Progettare: Quali prodotti sono venduti in Romania?

Fontana: Al momento tutta la bulloneria speciale a catalogo destinata al settore automobilistico. Si tratta per la quasi totalità di prodotti realizzati in Italia. Se escludiamo il settore automobilistico, dove i quantitativi sono importanti, la presenza del gruppo Fontana negli altri settori è ancora marginale.

Progettare: Ragionier Fontana quali sono le previsioni per il prossimo anno?

Fontana: Il budget per il 2007 prevede risultati moderatamente in crescita, vuoi per le dimensioni ormai raggiunto dal Gruppo che rendono non facile un'ulteriore crescita, vuoi per l'andamento previsto per i nostri principali settori e mercati di sbocco. Mi riferisco in particolare al settore automotive e all'Europa.

Trend molto positivi sono attesi invece dai mercati che abbiamo cominciato a sviluppare più recentemente, in particolare quello rumeno e dei paesi dell'Est Europa, dell'Asia e delle Americhe.

Un ulteriore contributo al risultato dell'anno potrebbe arrivare dalle iniziative che abbiamo allo studio. Si tratta di un pacchetto di opportunità molto ampio che stiamo portando avanti seguendo logiche e tempistiche molto diverse tra loro.

Progettare: Lei è anche presidente di Upiveb, l'associazione italiana che riunisce i produttori di viteria e bulloneria. In generale che valutazione darebbe all'anno che sta per chiudersi per il settore?

Fontana: In generale il bilancio per l'anno 2006 si può considerare discreto, mentre per alcuni settori il giudizio diventa decisamente negativo conseguenza delle massicce importazioni dai paesi in via di sviluppo di prodotti a basso costo.

Le industrie italiane sono fortemente penalizzate non tanto dalla manodopera più conveniente o da processi produttivi più efficienti dei nostri, quanto per l'effetto combinato di due fattori esterni: il cambio euro/dollaro e il costo delle materie prime, che sono trattate in dollari. Per prodotti come il nostro dove l'incidenza delle materie prime è molto alta, diventa difficile, se non impossibile, rimanere competitivi.

Dal momento che il problema riguarda non solo l'Italia, ma l'Europa intera, è auspicabile che da parte della comunità europea vengano individuati strumenti legislativi, così come è stato fatto per altri settori, in grado di limitare se non annullare il gap economico nei confronti di questi paesi.

Progettare: Quali sono le previsioni per il 2007?

Fontana: Difficile immaginare cambiamenti significativi rispetto al 2006 senza gli interventi drastici auspicati.

Anche per quanto riguarda la domanda di materie prime, questa è ancora prevista in forte crescita e da parte dei produttori di acciai non si intravedono margini di contenimento dei costi. A inquadrare l'anno sotto una luce non positiva si aggiunge l'entrata in vigore con il 1° di luglio della direttiva europea che vieta l'uso del cloro esavalente per il trattamento superficiale dei componenti destinati al settore automobilistico. Nonostante gli sforzi di questi anni, la situazione si presenta particolarmente complessa non essendo state individuate da parte delle industrie chimiche e dei trattamenti soluzioni e realizzati investimenti in nuovi impianti in grado di assicurare il trattamento dei tonnellaggi richiesti dal mercato. Il timore è che l'operazione costerà moltissimo all'industria europea del settore e che la situazione possa normalizzarsi non prima del 2009.

readerservice.it n. 55