



Nel 2005 sono stati presentati i primi modelli dei centri di lavoro Serrtech a montante mobile a CNC della serie M.

Un altro passo verso il futuro

A quattro anni dalla nascita, Serrtech, marchio della friulana Serrmac, vara un nuovo stabilimento di 2.000 m² che ospita la produzione dei centri di lavoro CNC. “Si tratta di un’altra appassionante sfida”, ci ha detto l’amministratore delegato Michele Di Iorio, “che si inserisce strategicamente nella politica espansiva che abbiamo in mente”.

Il tessuto produttivo italiano continua a dare segni di vitalità nonostante la situazione economica non esaltante e le annose carenze di un sistema Paese che stenta a trovare il colpo d’ala che potrebbe affrancarlo dal continuo pericolo della stagnazione.

In particolare, il settore delle macchine utensili, pur non essendo immune dai mali che affliggono la nostra economia, continua a dare continue dimostrazioni di dinamismo e di volontà espansiva. L’ennesima conferma di ciò ci viene colloquiando con Michele Di Iorio, dal

2004 amministratore delegato della friulana Serrtech, marchio che rappresenta una emanazione della Serrmac, azienda che quest’anno festeggia i suoi primi trentacinque anni di attività. “Eh sì – dice Di Iorio – era il 1973 quando dalla esperienza della Fabbrica Macchine Utensili Pordenone nacque

Michele Di Iorio, dal 2004 amministratore delegato della friulana Serrtech, marchio che rappresenta una emanazione della Serrmac.





Nel 1973 dall'esperienza della Fabbrica Macchine Utensili Pordenone nacque la Serrmac per produrre trapani a colonna e maschiatrici: oggi l'azienda sforna circa 2.800 macchine all'anno e festeggia il suo trentacinquesimo.

la Serrmac con il compito di produrre trapani a colonna e maschiatrici: e sono stati anni di continui successi; tuttora, pur trattandosi di un settore maturo, lo stabilimento sforna circa 2.800 macchine all'anno con una quota di mercato di tutto rispetto che ci vede posizionati al primo posto in Italia e nei primissimi in Europa”.

Ci parli della nascita della Serrtech...

“Il marchio Serrtech viene dalle parole Serrmac e tecnologia; quattro anni fa, insieme con il presidente, Danilo Ruffati, abbiamo pensato di affiancare alla tradizionale linea di trapani anche quella di centri di lavoro verticali a montante mobile e abbiamo varato il nuovo brand, con l'intento di mettere a frutto in un altro segmento di mercato decenni di profonda conoscenza delle macchine a controllo numerico”.

E poi è partita la produzione...

“Nel 2005, in occasione della EMO di Hannover, abbiamo presentato i primi due modelli: M1 e M2; l'M1 è una macchina a tre assi e l'M2 è un rotopallet. A oggi la gamma arriva fino a M5. Si tratta di cinque centri di lavoro a montante mobile a CNC (M1 M2 M3 M4 M5) a tre assi, a quattro assi e a cinque assi in continuo. L'anno prossimo, diciamo primavera 2009, ci sarà un M6, una macchina orizzontale”.

Con gli occhi di oggi, come vede la scelta fatta anni fa?

“È stata, allo stesso tempo, una scelta giusta e obbligata: la proprietà ha vo-



luto portare all'interno dell'azienda un prodotto di alta tecnologia che per la sua complessità implica grandi investimenti e approfondito know-how. Il nostro core business, il trapano a colonna, è un prodotto maturo, la concorrenza dei Paesi emergenti si fa sentire sempre di più: noi ci siamo sempre opposti più che bene, sfruttando la nostra capacità di fare prodotti di alta qualità, ma era giunto il momento di pensare al futuro e di scendere su un terreno più avanzato, in grado anche di garantire un avvenire più ricco di prospettive”.

Lo sforzo organizzativo non deve essere stato indifferente...

“Senza dubbio, ma lo abbiamo affrontato con grande entusiasmo e oggi siamo nel nuovo stabilimento di 2.000 m² situato proprio di fronte alla casa madre... non le nascondo che è con una certa emozione che in questi giorni festeggiamo il nostro trentacinquesimo anno di attività insieme con l'inaugurazione del nuovo sito produttivo”.

Chi fa una scelta come la vostra deve per forza puntare allo sviluppo e ciò significa anche guardare a nuovi mercati...

“Infatti è così. Innanzitutto va precisato che siamo già un'azienda a carattere internazionale: Serrmac da sempre è presente su tutti i mercati europei, abbiamo una sede commerciale in Francia e con i nostri prodotti tradizionali abbracciamo Germania, Scandinavia, Spagna, Gran Bretagna, Paesi Bassi, Austria, Svizzera...”.

E per quanto riguarda l'Est Europeo?

“Abbiamo le idee chiare: con la partecipazione all'ultima edizione della fiera Metallobrabotka, a Mosca, abbiamo inaugurato una stagione che ci vedrà molto impegnati verso l'Europa Orientale, lo testimonia il fatto che abbiamo già assunto del personale russo. Sia per quanto riguarda i trapani sia per le macchine prodotte da Serrtech, vogliamo espandere il business in Russia, Polonia, Cechia, Slovacchia, Romania ecc. Sono mercati che

secondo noi hanno grosse potenzialità, soprattutto nel medio-lungo periodo”.

Il mondo però non finisce lì...

“Certo che no, per quanto riguarda altri mercati punteremo sul Sudamerica, ci sono Paesi come il Brasile e l'Argentina che stanno vivendo una crescita molto importante: questo loro rapido sviluppo significa poter avere risultati a breve-medio periodo. Per il futuro non escludiamo di aprire sedi in quelle realtà che ci interessano commercialmente, convinti, come siamo, che l'assistenza, soprattutto quella tecnica, è un fattore strategico che va gestito vicino al cliente”.

Voi siete un'azienda medio-piccola, su quale ricetta puntate per competere coi concorrenti più strutturati?

“Per chi, come noi, ha 42 dipendenti e si deve confrontare con realtà che ne hanno migliaia, la sfida non è semplice, si tratta di rimanere coi piedi per terra e presentare un prodotto di qualità che si posizioni sul mercato trasmettendo concetti di affidabilità, alto design e precisione. Tenendo ben presente che ci sono competitor che producono oltre 2.000 macchine al mese, noi partiamo oggi, come Serrtech, con le nostre 50 all'anno: l'aspettativa è quella di arrivare fra cinque anni a 200-250 esemplari all'anno. Uno dei nostri punti di forza è la possibilità di poter coprire con relativa facilità eventuali picchi di produzione e questo grazie a un tessuto produttivo, tipico del Nord Est, che permette di attingere a valide risorse in outsourcing”.

Un altro segreto?

“Una grande determinazione che ci porta a credere pienamente in quello che facciamo; un elemento che ci ha permesso di arrivare fin qui con la massima soddisfazione. A questo proposito ci conforta molto il feedback positivo che arriva dai nostri clienti, una vera e propria bussola che ci guida in tutte le scelte: finché continueremo ad avere clienti soddisfatti vorrà dire che siamo sulla strada giusta”.



L'M3 della Serrtech è un centro di lavoro verticale a montante mobile a cinque assi interpolati tramite tavola rotobasculante da 500 mm.

Poi però, alla fine di una trattativa commerciale, si arriva sempre al prezzo... “Sfortunatamente il prezzo è sempre una bestia nera con cui fare, appunto... i conti. Ma noi vediamo anche qualcosa di diverso, mi riferisco a una crescente attenzione verso prodotti innovativi e di alta qualità, e questa tendenza ha delle sue profonde ragioni...”.

Ci dica...

“La competizione delle industrie asiatiche ci ha tolto di mano lo strumento del prezzo, ormai è un'arma spuntata; per mantenere la competitività, in tutti i campi, ci vogliono macchinari tecnologicamente avanzati e personale altamente qualificato: non ci si può procurare questi elementi in modo econo-

Il centro di lavoro verticale a montante mobile M4 della Serrtech ha asse X = 1.650 mm; tramite paratia si possono configurare anche due aree di lavoro da 600 mm.





All'interno del nuovo stabilimento Serrtech sono stati trasferiti la produzione e il collaudo dei centri di lavoro.

mico guardando solo al prezzo, quindi diventa giocoforza dotarsi di strumenti/macchine di alto livello, le sole in grado di fare produzioni sempre più raffinate“.

In un certo senso, sentite di rappresentare un esempio positivo di imprenditorialità?

“Noi pensiamo modestamente di poter offrire una gamma di prodotti di alta qualità ‘made in Italy’ che permetta ai nostri clienti di avere successo sul mercato; devo dire che molti colleghi imprenditori, ai quali ci lega la comune appartenenza al prestigioso marchio Ucimu che rappresenta l'unione dei costruttori italiani di macchine utensili, ci hanno fatto i loro complimenti e ci hanno esortato ad andare avanti e a tenere alta la bandiera italiana dell'imprenditorialità”.

Già, perché c'è anche una situazione italiana più complessiva... come la vede lei?

“Noi abbiamo dei limiti più grossi rispetto agli imprenditori di altri Paesi, a cominciare da una pressione fiscale eccessiva che non ci permette di essere competitivi e di fare degli investimenti importanti; ad esempio in Germania e in Spagna sono previsti notevoli aiuti statali alle imprese del settore metalmeccanico che permettono alle aziende di avere quel vantaggio che gli consente di posizionarsi sul mercato in un certo modo e di investire, oltre che nei

prodotti, anche in promozione di se stessi, in immagine del marchio ecc.“.

Nessuno vi ha aiutato?

“A fronte dell'innovazione di prodotto che abbiamo fatto, i finanziamenti che ci sono arrivati sono briciole: a una azienda spagnola omologa alla nostra vengono riconosciuti aiuti superiori al 50% dell'investimento, qui in Italia si parla di sovvenzioni dell'ordine del 15%, 20% quando va bene. Anche i tempi delle erogazioni nel nostro Paese sono inaccettabili: io prima devo fare il mio investimento, poi, dopo tre o quattro anni, se tutto va bene, ricevo i finanziamenti. Quindi devo basarmi interamente sulle mie forze”.

È un po' il destino di noi italiani...

“Il sistema Paese non esiste, siamo dei ‘Don Chisciotte’ collocati in un mercato globale dove ci sono delle potenze che possono schiacciare in ogni momento. E poi antropologicamente siamo dei solitari: tante volte, piuttosto che creare delle sinergie, preferiamo fare per conto nostro. Anche perché siamo stati abituati a fare così da sempre: se ci fosse stato un sistema Paese già 30 o 40 anni fa, oggi le nuove generazioni avrebbero una mentalità diversa da quella dei padri”.

Come se ne esce secondo lei?

“Bisogna ritrovare l'orgoglio di essere italiani, creare un sistema Paese: quando sono all'estero, vedo che nel-

le aziende c'è un forte spirito di appartenenza; sentirsi parte di una comunità che funziona, prima imprenditoriale e poi anche nazionale, porta valore aggiunto.

Io sono fortemente convinto che l'immagine della nostra nazione che si è creata nei decenni passati trasmetta una certa negatività; se un cliente sceglie un prodotto tedesco anziché uno italiano non è escluso che un certo peso sulla decisione possa averlo avuto anche questa immagine negativa. E questo è un vero peccato, perché nella Penisola esistono anche enormi energie e incredibili capacità imprenditoriali; lo dimostrano, nonostante tutto, i tanti successi che hanno nel mondo molti nostri prodotti”.

Come si immagina il futuro della sua azienda?

“Vedo un'impresa con caratteristiche sempre più internazionali, che supera i mercati europei ormai maturi; una realtà orientata verso tutti quegli scenari che hanno un forte potenziale di crescita. Vedo il realizzarsi di quel sogno basato sui concetti fondamentali della nostra ‘mission’ che sono l'innovazione, l'internazionalizzazione, il servizio e la comunicazione. E poi ho, come tutti gli imprenditori italiani, un sogno nel cassetto: arrivare a essere leader in Italia nei centri di lavoro verticali a montante mobile della mia categoria“.

readerservice.it n.44