

Più forte dopo la crisi



Daniele Marconi,
direttore commerciale di Metal Work.

Metal Work ha attraversato il momento congiunturale difficile mettendo in atto strategie di pronto intervento, investito sulla formazione e non ha rinunciato all'innovazione.

Così ora guarda con ottimismo al futuro.

Con Daniele Marconi, direttore commerciale dell'azienda bresciana, il punto sull'azienda

e alcune considerazioni sul Fluidtrans Compomac

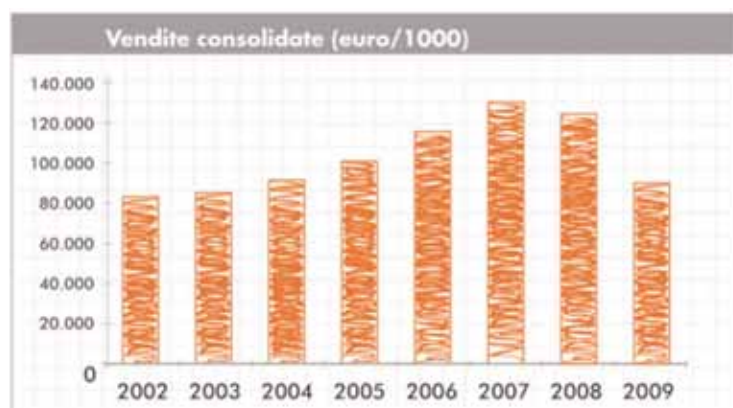
Guardare indietro, adesso che si incominciano a cogliere i primi segnali di ripresa dell'economia, non solo si può, ma si deve se di una così profonda crisi si vuole cercare di capire le ragioni, definire i confini, valutare i rimedi, misurare le conseguenze.

Noi abbiamo chiesto a Daniele Marconi, direttore commerciale di Metal Work, di farlo con noi e per noi senza remore e con la massima trasparenza.

Fluidotecnica Signor Marconi, per incominciare può ricordare quando e come si è manifestata la crisi?

Marconi: Ricordo l'estate del 2008 come un periodo molto positivo per Metal Work: in luglio e settembre abbiamo realizzato vendite record. A ottobre, improvvisamente e senza alcuna ragione, tutto cambia: la raccolta ordini crolla del 35% e dalle aziende che compongono il nostro parco clienti, che noi abbiamo la possibilità di tenere monitorato in tempo reale, arrivano solo conferme di un trend, se possibile, ancora più negativo.

Per una realtà come quella di Metal Work che ha fatto delle società commerciali di proprietà uno dei punti qualificanti, la crisi rischia di avere effetti pesanti. Occorre intervenire con prontezza e determinazione per garantire il futuro all'azienda e al personale. La capacità



L'andamento delle vendite
consolidate di Metal Work.

produttiva viene dimensionata ai volumi ridotti della domanda anche facendo ricorso agli ammortizzatori sociali per le attività di Concesio.

Fluidotecnica La decisione ha suscitato qualche critica?

Marconi: Non avevamo scelta perché in caso contrario avremmo continuato a produrre con il risultato di riempire i magazzini e gravato l'azienda di costi che si sarebbero fatti sentire sul suo bilancio. Così non è stato e ciò è dovuto alla capacità della proprietà e di un top management particolarmente snello di affrontare i problemi e individuare le giuste soluzioni.

Contestualmente si è proceduto a un profondo lavoro di contenimento dei costi e miglioramento dell'efficienza in tutti gli ambiti che hanno permesso il raggiungimento di brillanti risultati.

Fluidotecnica A questo proposito, come si è chiuso il 2009 per Metal Work?

Marconi: Il giro d'affari è sceso del 28,5% rispetto all'anno precedente, attestandosi sui 90 milioni di euro, quindi un risultato negativo per l'azienda, ma relativamente positivo se paragonato ai dati registrati dal comparto.

Ma ciò che merita di essere sottolineato è che, pur in un contesto così difficile, l'azienda è riuscita a creare del cash flow, non ha rinunciato a investire, tutte le nostre aziende hanno continuato e continuano a operare e la riduzione del numero dei dipendenti è stata contenuta al massimo e non ha interessato l'Italia.

Fluidotecnica Lo scenario internazionale nel quale Metal work si trova a operare è cambiato per effetto della crisi?

Marconi: La crisi ha accelerato un processo già in atto e che vede in particolare per le aziende manifatturiere europee, ma non solo, da una parte la riduzione dei tavoli delle trattative perché acquisite da altre o costrette a chiudere, dall'altra parte lo spostamento delle attività produttive in aree geografiche caratterizzate da elevati tassi di crescita.

Questo non poteva non influire sulla definizione delle strategie di Metal Work.

L'Europa, che rappresenta la quota più significativa del nostro giro d'affari, continuerà a rappresentare ancora il nostro mercato principale, non fosse altro per un market share, ancora relativamente piccolo, che ha notevoli possibilità di crescita.

Ma in nazioni caratterizzate da trend positivi di crescita come Brasile, Russia, India e Cina, stiamo procedendo alla trasformazione delle nostre consociate da prettamente commerciali a semiprodottrici per particolari linee di prodotti, così da fare fronte alle crescenti richieste locali.

Fluidotecnica Qual è stato il comportamento della concorrenza di fronte alla crisi?

Marconi: Un aspetto che voglio sottolineare è che da parte di tutti i concorrenti ho registrato un atteggiamento di apertura con colloqui franchi e trasparenti nella valutazione della realtà con la condivisione dei punti di vista e delle soluzioni.

**PneumoPower,
la soluzione
che libera
dalla schiavitù
dei cavi elettrici,
dei connettori,
dei collettori
rotanti e delle
batterie.**





La nuova serie di cilindri realizzati secondo la norma Iso 15552.

Le valvole Clever Multimach, sottosistemi autonomi e intelligenti di isole di valvole.



Il nuovo cilindro Iso 6432 Serie TP.

Fluidotecnica Signor Marconi la crisi si può dire finita?

Marconi: Sicuramente si può dire che si è incominciato a intravedere la luce alla fine del tunnel, anche se non si possa dire con precisione quanto manchi ad uscirne.

I primi mesi dell'anno stanno registrando un buon ritorno della domanda che ha portato la capacità produttiva al 100%. Le nostre previsioni ci fanno ipotizzare una crescita su base annua del 20-25%.

Fluidotecnica A questi risultati contribuisce il lancio di nuovi prodotti?

Marconi: Assolutamente sì, avendo deciso di continuare a investire, anche e soprattutto nel periodo di crisi, sul miglioramento del rapporto qualità/prezzo dei prodotti tradizionali e sullo sviluppo di nuovi progetti che abbiamo riassunto nello slogan "12 buone nuove" per sottolineare che ogni mese dell'anno vedrà presentato un pro-

dotto nuovo. Così è stato a gennaio con il Pneumo-Power, la soluzione che libera dalla schiavitù dei cavi elettrici, dei connettori, dei collettori rotanti e delle batterie, a febbraio con la nuova serie di cilindri realizzati secondo la norma Iso 15552, a marzo con le valvole Clever Multimach, dei sottosistemi autonomi e intelligenti di isole di valvole e ad aprile con il cilindro Iso 6432 Serie TP.

Fluidotecnica E guardando oltre il 2010?

Marconi: Difficile rispondere in termini generali. Mentre per quanto ci riguarda abbiamo la consapevolezza di essere riusciti ad affrontare la tempesta della crisi e di esserne usciti più forti, sono convinto che il nostro successo dipenderà dal livello di competenza e di capacità raggiunto dal nostro personale a ogni livello.

È per questo che nel corso del 2009 abbiamo programmato 5.000 ore di formazione finalizzate non tanto ad approfondire problematiche tecniche o a sviluppare tecniche di vendita quanto a creare a tutti i livelli dell'azienda la giusta apertura mentale.

Ecco allora che su queste basi l'introduzione della metodologia Kaizen è stata accolta in maniera entusiastica e ha portato alla presentazione di numerose e straordinarie proposte di miglioramento.

Fluidotecnica Un'ultima domanda. Siamo alla vigilia del Fluidtrans Compomac. Che fiera si aspetta?

Marconi: Vorrei tanto sbagliarmi, ma le premesse non sono le migliori al punto che per dare valore aggiunto alla nostra partecipazione non ci siamo limitati alla presentazione di una serie di novità, ma abbiamo organizzato alcuni eventi, il più importante dei quali è rappresentato dal meeting mondiale della forza vendita.

Il Fluidtrans Compomac, come tutte le fiere salvo poche eccezioni, risente degli effetti di un modo di fare comunicazione che è profondamente cambiato, di costi che sono lievitati nonostante la crisi, di un numero sempre inferiore di visitatori qualificati.

Ma ritenere che sia tutta colpa della crisi è sbagliato. La crisi ha solamente accelerato un processo già in atto da anni e sul quale in molti, io compreso, abbiamo chiesto di aprire un tavolo di discussione per approfondire le problematiche e individuare le possibili soluzioni per dare futuro a una fiera che va considerata un valore per l'associazione e per l'intera industria nazionale della potenza fluida.

readerservice@fieramilanoeditore.it n.253