

con **Eugenio Barone**

amministratore delegato di Fidia

A portrait of Eugenio Barone, a man with short brown hair and glasses, wearing a dark suit, a light blue shirt, and a dark red tie. He is looking directly at the camera with a neutral expression.

Barra dritta verso la ripresa

di *Daniele Pascucci*

Fidia è un'azienda a forte caratterizzazione internazionale che ha nella sua presenza all'estero uno dei cardini del proprio sviluppo: Eugenio Barone, l'amministratore delegato, conferma le strategie dell'impresa che puntano fortemente sulla qualità dei prodotti e sulla partnership coi clienti

Fidia S.p.A. è specializzata in soluzioni di nicchia a elevato contenuto tecnologico: una vocazione che la porta a proporsi in maniera naturale come partner agli utilizzatori. Inoltre l'impresa di San Mauro Torinese si caratterizza per la grandissima percentuale di macchine vendute all'estero che si aggira intorno all'85% di quelle consegnate. In questa intervista il suo amministratore delegato, Eugenio Barone, ci parla di come sia stata affrontata la crisi e dei vantaggi che il posizionamento di

mercato dell'azienda ha saputo garantire a fronte di una realtà italiana che continua a essere stagnante.

Dal suo punto di osservazione come vede il mercato di riferimento? Il 2010 secondo tutti gli analisti è l'anno cruciale...

"Il 2010 sarà sicuramente un anno ancora difficile per il nostro settore, anche perché il barlume di ripresa che si intravede all'orizzonte dovrà prima avere effetto sulla propensione al

consumo e solo in un secondo tempo influirà sulle scelte di investimento delle imprese. In sostanza riteniamo che gli investimenti in impianti e macchinari ripartiranno solo dopo che la ripresa della domanda di beni di consumo si sarà consolidata, il che difficilmente avverrà nel 2010, nei mercati europei e nord americani“.

Gli effetti della crisi stanno avendo pesanti ripercussioni sul settore delle macchine utensili; in questo scenario difficile, Fidia come si propone ai possibili clienti?

“Fidia è specializzata in applicazioni di nicchia a elevato contenuto tecnologico. Ciò ci permette di sviluppare soluzioni adattate alle specifiche esigenze del cliente. Questa flessibilità ci consente di cogliere opportunità su segmenti meno concorrenziali in quanto non standardizzati. Tali investimenti sono anche meno sensibili alle cicliche fluttuazioni dei mercati”.

In generale la situazione è del tutto negativa o ci sono settori, aree di mercato ecc. che si muovono in controtendenza?

“La situazione appare negativa in maniera abbastanza generalizzata, tant’è che anche Fidia, che dispone di una gamma completa di macchine per la fresatura ad alta velocità e opera anche nel settore dei CN, ne sta risentendo. Stesse considera-

zioni a livello di mercati, dove si riscontrano cali della domanda abbastanza uniformi. L’unica eccezione è rappresentata dalla Cina che nel 2009 ha rappresentato il primo mercato per Fidia in termini di raccolta ordini e che sembra non aver risentito della battuta di arresto che ha caratterizzato invece tutte le altre economie. In questo senso Fidia, che già da tempo è presente in Cina e che ha già conquistato una buona quota di mercato, è senz’altro avvantaggiata rispetto ai concorrenti che in passato hanno sottovalutato le opportunità offerte da questo Paese. La presenza consolidata in quest’area è pertanto un elemento di ottimismo soprattutto alla luce degli obiettivi di crescita recentemente dichiarati dal governo cinese”.

Com’è l’andamento dei vostri prodotti? Ci sono delle linee di prodotto che hanno risentito di più o di meno dell’avversa congiuntura?

“Il settore elettronico è stato maggiormente colpito dalla crisi, soprattutto perché una buona parte del business Fidia in questo settore è indirizzato verso altri costruttori di macchine utensili, i quali hanno risentito come Fidia (o anche di più stando ai dati raccolti dall’Ucimu) della crisi in atto. Un notevole calo è stato registrato anche nella vendita dei piccoli centri di lavoro,



Uno dei nuovi controlli numerici nC di Fidia.

La Y2G fa parte della linea di macchine fresatrici gantry modulare di Fidia.

segmento che risente anche della vastissima offerta di prodotti usati”.

State pensando a qualche nuova soluzione per affrontare il prossimo futuro? Come procede il progetto Y2G?

“Fidia, anche nel 2009, ha investito più di 3 milioni di euro in attività di ricerca e sviluppo, al fine di mantenere la leadership tecnologica che la contraddistingue da sempre. Sono stati portati a termine gli sviluppi della linea di macchine fresatrici gantry modulare, della quale fa parte la Y2G, e dei nuovi controlli numerici nC”.

Quali sono le linee guida della vostra politica di risparmio energetico e di attenzione all'ambiente?

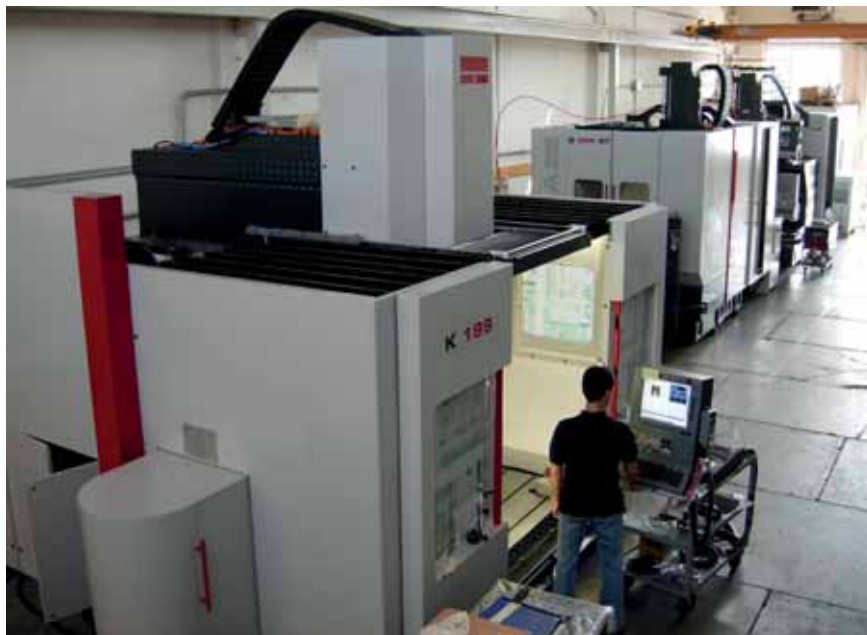
“Sul tema energetico Fidia ha un ruolo duplice. Da una parte come azienda che produce e che consuma, dall'altra come fornitore di macchinari che una volta installati dal cliente produrranno e consumeranno. Sul primo aspetto le nostre attività produttive hanno un impatto ambientale limitato, trattandosi per lo più di assemblaggio. Sul secondo aspetto c'è sicuramente grande attenzione a concepire macchine che, a parità di prestazioni, consumino di meno. In questo senso va ricordato che molti dei nostri sforzi progettuali sul controllo numerico sono atti a ridurre i tempi di lavorazione dei pezzi a parità di qualità, riducendo conseguentemente tutti i consumi energetici correlati alla lavorazione stessa. C'è poi un altro aspetto da non sottovalutare che è quello che vede Fidia impegnata in qualità di fornitore di diversi operatori della filiera 'power generation'. In questo senso abbiamo sviluppato e prodotto nel corso del 2009 un macchinario a doppia testa di fresatura che è attualmente impiegato da un nostro cliente americano per la fabbricazione delle pale eoliche per la produzione di energia elettrica”.

Quanta importanza date alla realizzazione di partnership coi vostri clienti?

“Come accennato prima, Fidia sviluppa soluzioni per problemi complessi e specifici dei suoi clienti. Questo non può che essere il frutto di uno stretto rapporto di collaborazione fra cliente e fornitore”.

La crisi economica ha ridimensionato drasticamente le aspettative oppure si riesce ancora a mantenere e a puntare su un discorso di qualità?

“Per la qualità valgono, 'mutatis mutandis', le considerazioni fatte in tema di innovazione.



Fidia è impegnata a produrre con un impatto ambientale limitato.

Anche in tempi di crisi non bisogna risparmiare risorse per affinare i prodotti esistenti e migliorarne costantemente la qualità; si tratta di un investimento che nel tempo ripaga e consente di competere su un elemento veramente tangibile e su cui i clienti, soprattutto quelli più lungimiranti, sono molto sensibili.

Fidia anche in questi mesi difficili ha rinunciato a competere 'a suon di sconti' puntando su elementi concreti quali appunto la qualità e l'innovazione tecnologica. Il tempo ci dirà se questa strategia sarà stata vincente, ma siamo decisamente sereni su questo punto; d'altra parte se non fosse così vorrebbe dire rinnegare i valori che hanno sempre ispirato la Fidia e le persone che ne fanno parte”.

Come vede collocata Fidia sul mercato italiano nel prossimo futuro?

“Fidia è un'azienda fortemente orientata all'internazionalizzazione e già da diverso tempo il fatturato sul mercato domestico non rappresenta più del 10-15% del volume d'affari complessivo. Sicuramente in Italia, così come negli altri Paesi industrializzati, le produzioni di massa avranno un peso sempre più marginale, mentre resteranno lavorazioni che implicano una maggior precisione e un maggior contenuto tecnologico. In questo senso Fidia potrà sicuramente giocare un ruolo importante e quanto meno mantenere le attuali quote di mercato”.