

di Antonella Pellegrini

Un viaggio lungo sessant'anni

In questo 2012, ancora di grande sofferenza per la produzione interna, vi sono aziende che vanno controcorrente e che continuano a crescere. Inutile dire che si tratta di imprese molto attive all'estero. Marposs è tra queste: "Più del 90% della nostra produzione è dedicata all'esportazione - dice Giuseppe Sceusi, presidente e CEO di Marposs Italia -. Per noi anche il 2012 è stato un anno positivo, so-

prattutto perché il mercato italiano ha un peso abbastanza insignificante sul totale dei nostri ricavi". Marposs è infatti presente in oltre 20 Paesi con la propria organizzazione di vendita e di assistenza; in un'altra decina di Paesi, invece, l'azienda possiede un'efficace rete di agenti e distributori. "Siamo presenti un po' ovunque nel mondo, la nostra propensione all'export è testimoniata in primo

Partita sessant'anni fa da Bentivoglio (BO), Marposs ha toccato pressoché tutti i mercati esteri, arrivando a esportare oltre il 90% della sua produzione. Internazionalizzazione, innovazione e ricerca, vicinanza al cliente sono le leve che le hanno permesso di crescere anche in tempi di congiuntura negativa. Ne parliamo con Giuseppe Sceusi, presidente e CEO di Marposs Italia





La politica di acquisizioni

Dal 2000, Marposs ha dato il via a un ricco programma di acquisizioni, l'ultima delle quali risale allo scorso luglio. La società ha infatti acquisito il 100% di Dittel Messtechnik, azienda tedesca situata a Landsberg am Lech, nei pressi di Monaco di Baviera che sviluppa, produce e fornisce soluzioni per il monitoraggio del processo di lavorazione su macchina utensile, con particolare focus sulle rettificatrici.

Fondata nel 1959, Dittel iniziò la propria attività come fornitore di strumentazione per l'industria aeronautica ed è omologata presso l'Autorità Aeronautica Tedesca (LBA) come fornitore certificato. Attualmente le competenze principali dell'azienda risiedono nello sviluppo e produzione di sistemi intelligenti di controllo e correzione dei cicli di lavorazione su macchine rettificatrici. Da oltre 50 anni il nome Dittel è conosciuto nell'industria manifatturiera tedesca come sinonimo di precisione qualità e affidabilità.

luogo da un dato preciso: sul totale di 2.600 persone solo un migliaio sono in Italia. Il personale al di fuori del nostro Paese è occupato soprattutto nella vendita e assistenza. È poi presente un sito produttivo in Cina, dedicato al mercato cinese, e alcune strutture produttive in Germania e in Francia, grazie ad alcune acquisizioni che abbiamo concluso negli ultimi anni”.

La crisi dell'auto non ha colpito questa società, pur essendo l'automotive uno dei suoi principali mercati di sbocco. “Per noi il mercato è il mondo - dice il presidente - e nel mondo si sta ancora investendo nell'automotive. Se è vero che si vendono meno automobili in Europa, è pur vero che questo non succede in Cina, in America, in India e in Brasile, tanto per fare qualche esempio. In questi Paesi si investe ancora per realizzare motori che siano più economici, trasmissioni più performanti e allo stesso tempo più silenziose. E in tutti questi mercati noi siamo presenti”.

60 di questi anni. Raggiungere i sessanta anni di attività non è impresa di tutti i giorni, in particolare in tempi di congiuntura economica negativa. È però il caso di Marposs che ha raggiunto questo ambito traguardo quest'anno. Festeggiamenti? Sarà forse per quell'anima tutta emiliana, pragmatica e concreta, che non consente di sedersi sugli allori, ma l'anniversario non è stato troppo pubblicizzato: “Non abbiamo celebrato l'evento, pur essendone ovviamente orgogliosi - dice Giuseppe Sceusi - ab-

biamo però festeggiato con tutti i nostri dipendenti e con le loro famiglie. Di sicuro, siamo arrivati a questo traguardo grazie ad alcune leve per noi fondamentali: innovazione continua, ricerca della qualità in maniera spasmodica, assistenza al cliente al momento della vendita e nella successiva fase di assistenza. Questo significa presenza capillare all'estero, ma anche dialogo continuo con i nostri interlocutori per capire quali siano le loro reali esigenze. Significa anche investire il 10 % del fatturato ogni anno per essere sempre al passo con la tecnologia. Perché il nostro prodotto è un prodotto tecnologico, che va a migliorare le performance delle macchine utensili e la qualità della produzione in genere. E questo, in Marposs lo facciamo da sessant'anni”.

Marposs è di fatto un'azienda in grado di dare una risposta globale alle esigenze dei clienti, fornendo sistemi di misura e di controllo non distruttivo e un'ampia varietà di sensori e di sistemi di controllo della macchina utensile. Tali sistemi sono progettati e costruiti per una gamma di applicazioni in-process e post-process e per garantire ottime prestazioni anche nelle più proibitive condizioni d'officina.

Shopping all'estero. Dopo il 2000 Marposs cominciò un programma di acquisizioni di aziende solide e ben strutturate, ognuna delle quali capace di fornire prodotti di altissimo livello nel proprio campo. Nel complesso le aziende del Gruppo sono oggi in



Marposs fornisce sistemi di misura e di controllo non distruttivo e un'ampia varietà di sensori e di sistemi di controllo della macchina utensile.

grado di offrire un'ampia gamma di sistemi per il controllo della qualità nell'ambiente di produzione. "Siamo riusciti a fare innovazione - aggiunge il manager - non solo con la ricerca generata al nostro interno da parte dei nostri validissimi ricercatori, ma anche attraverso una politica di acquisizioni mirate, e questo ci ha permesso di entrare in settori a noi vicini, ma nei quali non eravamo presenti", spiega Giuseppe Sceusi. E aggiunge: "Siamo sempre stati molto attenti ad acquisire aziende solide, leader nei rispettivi settori. In Germania, per esempio, ne abbiamo acquisite tre, nel campo della sensoristica per macchine utensili. Più precisamente, negli ultimi cinque anni si sono aggiunte aziende quali Artis, Brankamp e Dittel, tutte primarie realtà nell'ambito della sensoristica".

La domanda, a questo punto, sorge spontanea. Questo 'shopping mirato' potrebbe proseguire? "Direi che la politica di acquisizione di aziende eccellenti debba andare avanti. Noi non acquistiamo aziende da risanare: non ci interessa. Cerchiamo aziende che abbiano un prodotto che va ad arricchire il nostro catalogo, oppure che siano attive in mercati dove non siamo presenti".

Avere una visione internazionale significa poter offrire lo stesso servizio in ogni luogo del globo: "Vendiamo prodotti che servono a realizzare altri prodotti. Per questo, ancora prima di creare una nostra struttura commerciale, ci preoccupiamo di dare vita a un'adeguata organizzazione tecnica. Questo è fondamentale".

L'Italia e i suoi problemi. L'azienda ha allargato la propria gamma di prodotto per essere più presente nell'ambito delle macchine utensili, dal tornio al

centro di lavoro, alla rettifica, alla fresa. E i risultati non sono mancati "Il 2012 sta andando abbastanza bene - prosegue Sceusi - grazie al fatto che abbiamo innovato molto, abbiamo aggiunto una gamma di prodotto e siamo presenti in Paesi dove il mercato continua a registrare una crescita".

Il nostro Paese, però, è ancora in sofferenza: "Purtroppo, in Italia le imprese fanno fatica a trovare i finanziamenti. Chi investe lo fa all'ultimo momento, quando vi è l'assoluta certezza che una commessa sia effettivamente andata in porto. Di conseguenza si dilatano i termini di pagamento dei fornitori.

È un circolo vizioso, che sicuramente non permette di crescere. Guardando a Marposs, su tutto il fatturato realizzato in Italia, una metà è destinato a clienti di macchine utensili che esportano a loro volta: i primi Paesi destinatari sono Germania, Cina, Stati Uniti e Giappone".

Alcune aziende accusano un rallentamento del mercato cinese. Anche Marposs ne ha risentito? "Non direi proprio - afferma Sceusi -, nel nostro settore non si è avvertito alcun calo. Come accennavo prima, l'automotive sarà sempre meno forte in Europa, ma non nel mondo. E il nostro mercato è tutto il mondo".

La macchina utensile e l'automotive sono infatti i settori più importanti, seguiti dall'industria del bianco, il settore energetico, e una parte dell'aeronautica. "Sono settori dai volumi più bassi rispetto ai primi due - aggiunge - ma stiamo investendo e le prospettive sono buone". L'obiettivo finale è quello di continuare a crescere non solo nel mercato tradizionale ma anche in altri settori. Magari per altri sessant'anni".