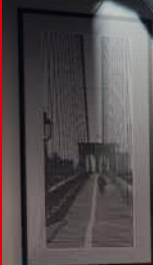


Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

ePaper

02/2017



Scoprite tutte le possibilità dell'ePaper interattivo di Wirtschaftsforum

LA VS AZIENDA O LE VS
PRESTAZIONI NELL'EPAPER!

Contattateci!
0049 5971 92164-0



Wirtschaftsforum ePaper

L'edizione digitale di Wirtschaftsforum- contenuti esclusivi sempre disponibili, indipendentemente che sia l'edizione regolare o lo speciale. Utilizzate le funzioni dell'edizione digitale, ad esempio il link diretto alle aziende oppure la funzione E-mail integrata.

NAVIGAZIONE

In fondo alla pagina trovate la barra di navigazione. Ogni simbolo Vi rende la gestione più facile e comoda.

- ◀ -> Prima pagina
- ◀ -> Pagina precedente
- ✉ -> Inoltrare
- 🔍 -> Cerca
- 🔍 -> Zoom
- ▶ -> Pagina seguente
- ▶▶ -> Ultima pagina



Un clic per sfogliare



Il nostro ePaper interattivo al link:
www.wirtschaftsforum.de/epaper

Per vedere i video, cliccare sul tasto Play.

ARREDAMENTO INTERNO, MOBILI

Gruppo Ceramiche Ricchetti S.p.A.

Creatività nella ceramica

Servetto Srl

Il servetto sempre pronto

Le Fablier S.P.A.

Mobili per vivere e sognare

INDUSTRIA ALIMENTARE

Batasiolo SpA

Nel regno del Barolo

Nostromo SpA

Una favola a tavola

FORNITORI INDUSTRIALI, SERVIZI

Corrada S.p.A.

La passione per la precisione

COSTRUZIONE MACCHINE, APPARATI E IMPIANTI

Comet S.p.A.

4 In movimento in tutto il mondo 16

IMF ENGINEERING S.r.l.

7 Gli impianti di verniciatura con un'impronta forte e particolare 18

8

TELECOMUNICAZIONI E IT

TREBI Generalconsult Srl

10 Non è sufficiente essere solo dei buoni programmatori 20

INDUSTRIA AUTOMOBILISTICA

12

Somaschini S.p.A.

Ingranare bene 22

14

IMPRESSUM

Editore:

Wirtschaftsforum Verlag GmbH

Redazione:

Sassestraße 14, 48431 Rheine

Germania

Tel.: +49 5971 92164-0, Fax: +49 5971 92164-838

info@wirtschaftsforum.de, www.wirtschaftsforum.de

Caporedattore:

M. Brinkmann, Dipl.-Kaufmann

Creatività nella ceramica

L'area intorno a Sassuolo, in provincia di Reggio Emilia, è il centro dell'industria italiana della ceramica ed è un punto di riferimento a livello mondiale per le piastrelle in ceramica. Qui si trova anche la sede del Gruppo Ceramiche Ricchetti S.p.A., una società internazionale conosciuta per la produzione di piastrelle di altissima qualità in diverse forme con molti colori e superfici, ritenuta leader di mercato nel proprio settore.



Particolarmente apprezzata in Francia: Cerdisa Network con un design in cemento e in stoffa



Il Gruppo Ceramiche Ricchetti è in grado di proporre soluzioni per qualsiasi fabbisogno: piastrelle per pavimenti, pareti, soffitti, per interni ed esterni, per scopi commerciali o privati con piastrelle decorative oppure robuste e altamente resistenti. Questa azienda italiana convince, oltre che per la qualità, anche per il vasto assortimento, un fattore molto importante per la storia del Gruppo.

NUOVI ORIZZONTI

„Tutto cominciò negli anni 70 con una semplice idea“, dice il direttore Andrea Lodetti. „Negli anni 50 e 60 nascevano a Sassuolo molte piccole aziende di ceramica. Oscar Zannoni era socio di una di queste ditte e voleva sfruttare la congiuntura tramite fusioni

e acquisti di altre società per creare un gruppo competitivo a livello nazionale e internazionale. Nel 1996 nacque il Gruppo Ricchetti e nello stesso anno fu la prima impresa di piastrelle quotata in borsa a Milano. Tramite l'acquisizione di aziende dedite alla produzione e società commerciali in Portogallo, Francia, Inghilterra e Svezia, il

Gruppo si espanse velocemente all'estero.“ 170 milioni di Euro, di cui l'80% all'estero. Il Gruppo non si è mai accontentato degli obiettivi raggiunti e questo, secondo Andrea Lodetti, è il motivo di tale successo. „Siamo fortemente radicati nell'arte italiana di produrre ceramica e abbiamo sempre investito nell'innovazione dei prodotti e nelle tecniche più moderne per soddisfare le più alte

„ Wir sind besonders stark bei Holzoberflächen mit einer großen Auswahl an Kollektionen “

Gruppo si espanse velocemente all'estero.“

MARCHI FORTI

Della Holding, ovvero del Gruppo Ceramiche Ricchetti, fanno oggi parte società di produzione in Italia, Portogallo, Svezia, Finlandia e Germania, ma anche aziende specializzate nel settore in Francia, Inghilterra, Danimarca e a Hong Kong. Con più di 1000 dipendenti il gruppo realizza un fatturato di

esigenze ed essere in linea con i nuovi trend. Oggi proponiamo un assortimento con diversi marchi e ognuno di questi è caratterizzato da un proprio profilo e da una propria clientela.“ Affiancati ai marchi stranieri come Cinco in Portogallo, Klingenberg Keramik in Germania, il marchio Höganäs in Svezia oppure Pukkila in Finlandia, troviamo i marchi tradizionali italiani degli anni 50: Cisa, Cerdisa e Ricchetti, che sono anche i più importanti per il Gruppo. Cisa è un marchio di

Cisa: idee nuove per le abitazioni della nuova generazione, tra cui Pierwood (sopra, a destra) e Craft, una creazione di von losa Ghini (sotto, a destra)



prodotti nuovi per gli interni adatto un cliente giovane o giovanile che dir si voglia. Cerdisa è il marchio per gli architetti e studi di design all'insegna della funzionalità e per interni moderni adibiti ad abitazioni, ma anche per ambienti di carattere commerciale. Ricchetti, invece, è il marchio per uno stile più ambizioso ed elegante.

UNA QUESTIONE PERSONALE

Il successo è anche una questione personale del CEO, chiamato in azienda dopo la crisi del 2015, per riportare il Gruppo verso il successo. In qualità di ingegnere aeronautico e MBA e grazie alle sue pluriennali esperienze presso diverse compagnie aeree, aziende internazionali di consulenza e di direttore di una società italiana di mobili, Andrea Lodetti era il candidato ideale. „Come prima cosa abbiamo ristabilito la profittabilità“, spiega Andrea Lodetti. „Ora vogliamo aumentare il fatturato con una maggiore flessibilità e

nuovi investimenti nelle tecniche moderne per migliorare le sinergie del Gruppo a tutti i livelli e quindi

„

Wir haben starke Marken, jede mit eigenem Profil und eigener Zielgruppe.

“

diversificare in modo chiaro i diversi marchi e rafforzarli.“

MODA E QUALCOSA IN PIÙ

La collaborazione con il grande e famoso stilista di moda Roberto Cavalli è stato un passo importante per rafforzare i marchi e l'immagine del Gruppo. „Nel mondo della moda, l'estetica è la vera protagonista e Cavalli ha saputo trasportarla perfettamente sulle piastrelle in ceramica con la grafica, una decorazione davvero molto fine ed elegante“, ci fa notare Andrea Lodetti. „Questa collaborazione è stata per noi una sfida che ci ha particolarmente motivati. Il marchio Cavalli si può solo tradurre con un prodotto di lusso.

Con il famoso architetto Massimo Iosa Ghini ci siamo avvicinati al mondo dell'architettura, al mondo

di progetti internazionali e altre famose creazioni per le piastrelle in ceramica.“ In seguito alla collaborazione con queste importanti personalità, Andrea Lodetti vuole ampliare i contatti e il network con stilisti di moda e architetti di tutto il mondo. Loro sono il nostro target più importante.

DAL LEGNO AL CEMENTO

A fiere internazionali come la Cersaie a Bologna, la Coverings di Orlando in America, la Batimat a Mosca oppure la Surface Design a Londra e a molte altre fiere più piccole nel Medio Oriente e nell'Estremo Oriente la Ricchetti presenta regolarmente il suo assortimento e le novità. Da alcuni

RICCHETTI
GROUP



Gruppo Ceramiche Ricchetti S.p.A.

Via Statale 118/M
42013 S. Antonino di
Casalgrande (RE)
Italia

☎ +39 0536 992511

☎ +39 0536 992515

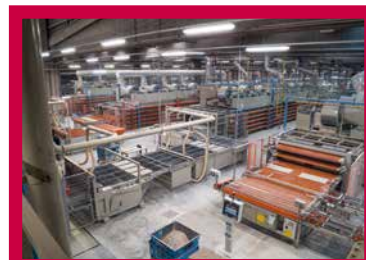
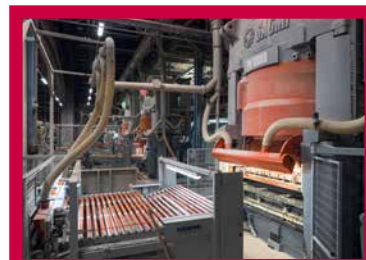
🌐 www.ricchetti-group.com

anni a questa parte un trend molto importante richiede un misto di materiali e anche in questo caso il Gruppo propone una vasta scelta di piastrelle in ceramica che a vederle sembrano essere di legno, di marmo, di cemento o addirittura con una superficie che ricorda un tessuto. „La nostra forza è in particolare il legno.“, accentua Andrea Lodetti.





Stand alla Cersaia con uno spazio dedicato ai tre marchi, Cisa, Cerdisa e Ricchetti



Interni della centrale di Ricchetti e impressioni dello stand alla fiera di Bologna

In breve
Competenza principale
Piastrille in ceramica

Numeri e fatti

- Fondata: 1950/60 Aziende, 1995 Gruppo
- Struttura: Gruppo
- Filiali: 8
- Dipendenti: oltre 1.000
- Fatturato: 170 Milioni di Euro
- Esportazioni: 80%

Gamma di prodotti

Piastrille in ceramica in molti colori, forme e disegni per pavimenti, pareti, soffitti, per interni ed esterni

Clienti

Architetti, Designer, Commercio

Fiere ed esposizioni

Cersaie Bologna, Coverings USA, Batimat Moskau

Filosofia

Tradizione, Qualità e Innovazione

„Abbiamo molte collezioni con diverse superfici che richiamano il legno. La giusta soluzione per ogni stile di arredamento e ogni ambiente di lavoro. A settembre presenteremo alla Cersaie di Bologna nuove piastrelle di ceramica di grossi formati con la superficie che ricorda il marmo: Questo tipo di formati sono molto richiesti.

IL FUTURO DIGITALE

In futuro il Gruppo vuole investire in formati più grossi e nella comunicazione digitale. I marchi Cisa, Cerdisa e Ricchetti hanno una propria pagina web e sono rispettivamente sui portali social e di architettura. “In Gran Bretagna abbiamo dato il via a uno shop online, dice Andrea Lodetti. Vogliamo esplorare questo mondo, perché crediamo che abbia un grande futuro. Uno dei nostri progetti più recenti è RGM, il Ricchetti Group Magazine, uscita per la prima volta quest’anno e che sarà pubblicata su internet due volte l’anno. Abbiamo bisogno di prodotti, ma dobbiamo anche presentarci in

modo adeguato. RGM è un mezzo adatto per trasportare il nostro sviluppo, i nostri marchi, i nostri prodotti e nostri contenuti. La rivista ci rappresenta e racconta la nostra storia.“ Il direttore commerciale è convinto che l’importanza delle piastrelle in ceramica aumenterà di anno in anno. La ceramica è fatta di cose semplici e naturali e non produce né emissioni e nemmeno vi sono residui tossici. La piastrelle in ceramica sono resistenti, hanno una lunga durata e possono essere riciclate al 100%. Con un design che ricorda il legno, il cemento, il marmo o la stoffa, sono un’ottima alternativa per molti settori. Il Gruppo Ricchetti vuole sfruttare questo potenziale esistente sul mercato e consolidare ulteriormente la posizione di leader sia in Italia e sia nel resto del mondo. Questo l’obiettivo che stimola Andrea Lodetti. „Questa la vedo come una battaglia per un’impresa, come un salvataggio in montagna oppure come una traversata dell’oceano. Ogni giorno significa per me fare un piccolo passo per raggiungere questo obiettivo.“

Cerdisa Network: Cemento con una struttura particolare a effetti in profondità.

Il servetto sempre pronto

Esportazioni in Germania, Svizzera, Gran Bretagna, Spagna, Europa dell'Est, America del Nord e del Sud e come se non bastasse una crescita importante con grandi risultati in Medio Oriente e Asia: l'impresa italiana Servetto SRL ha clienti in tutto il mondo. Non c'è da meravigliarsi, perché Servetto è sempre pronta a intervenire quando si tratta di trovare soluzioni pratiche, raffinate e semplici per la casa.

A volte sono stati proprio dei clienti a darci un'idea, che poi noi abbiamo sviluppato. „Così è successo a mio padre“, ci racconta Francesco Terragni. „Nel 1968 un cliente cercava un armadio alto con un facile accesso alla parte superiore. Mio padre creò l'ascensore per l'armadio Servetto e lo fece brevettare. Questa fu la sua scommessa e con l'invenzione nella tasca fondò la società.“

ALTA QUALITÀ E BELLEZZA NELLE FORME

Facile e semplice da montare e da usare. L'ascensore per armadio



Servetto si distingue soprattutto per il design. „La nostra filosofia si basa sul disegno e sulla qualità“, enfatizza Francesco Terragni. „Mio padre era il responsabile del design e oggi anche mia sorella,

”

Alta qualità e un design esclusivo, questo il nostro DNA

“

possono togliere dalle guide oppure muniti di Motion V, un tipo di apertura completamente nuovo.

Tanti sono i colori, le forme e le misure di Servetto, anche con l'elettronica per essere telecomandato in modo semplice. Servetto propone altresì guardaroba a muro o sciolti molto belli nelle forme e porta abiti completano la gamma di prodotti.

NUOVI MERCATI

I clienti di Servetto sono commercianti, l'industria, architetti e designer. „I nostri clienti arrivano a noi tramite annunci e soprattutto tramite il nostro sito web“, dice Francesco Terragni. „Servetto è inoltre regolarmente presente alla Interzum di Colonia e in Cina. Attualmente esportiamo tra il 60 e il 70% dei nostri prodotti. In qualità di export manager desidero rafforzare la presenza all'estero con la stessa passione che i miei genitori Ezio e Sandra e mia sorella Carlotta hanno per il prodotto, il design e l'innovazione. Questa passione è la ricetta del nostro successo. █

l'architetto Carlotta Terragni, si occupa di design e produciamo esclusivamente in Italia.“ Innovazioni e un continuo sviluppo hanno fatto di Servetto un sistema completo per l'interno degli armadi con supporti fissi oppure scorrevoli per cravatte, sciarpe, scarpe o cinture con ammortizzatori per movimenti più soft, cassetti Roomy, che si

Basta premere un bottone: l'ascensore per armadi Servetto con comando elettronico e telecomando.



Servetto 3T con movimenti ammortizzati, guida a sfera, cassetto Roomy scorrevole e removibile e porta cintura scorrevole.

Servetto Srl

Via Brughetti 32
20813 Bovisio Masciago (MB)
Italia

+39 0362 558899

+39 0362 591907

info@servetto.it

www.servetto.it

Mobili per vivere e sognare

Al Cocooning segue l'homing - dopo essersi rifugiati tra le pareti domestiche la casa diventa un nuovo fulcro della vita sociale. Cucinare insieme è un'alternativa al ristorante, il tavolo della cucina è il nuovo punto d'incontro. Appartamenti e case rispecchiano molto di più di una tendenza - sono l'espressione individuale della personalità di chi le abita. Questo è l'aspetto centrale della Le Fablier S.P.A. Per la società italiana di mobili si tratta di creare ambienti individuali - ambienti con un fattore wellness.

“Con una casa si ha la possibilità di mostrare chi si è veramente“, spiega Michaela Barona. „Si rispecchiano carattere e sogni. Ciò rende il nostro lavoro interessante e avvincente.“

REALIZZARE AMBIENTI E SOGNI

I sogni hanno un ruolo importante per Le Fablier - come si può espressamente capire anche dal nome che è stato scelto per l'impresa. Quando Michaela Barona e suo marito hanno fondato l'azienda nel 1981 hanno realizzato il loro sogno. „Allora eravamo giovani, volevamo vivere assieme e abitare in una casa che ci desse calore e affetto. Avevamo una visione molto romantica, volevamo creare qualcosa di particolare e non trovavamo i mobili che si sposassero con i nostri sogni. Questo il motivo per cui un giorno decidemmo di allestire nella cantina di mia suocera una sorta di ne-



Fiori di Loto – Designlinie mit klarer Attitüde

” Le case ci danno la possibilità di mostrare chi siamo veramente. “

gozio. La decisione di metterci in proprio e di creare mobili è stata molto impulsiva, legata a molte emozioni e una motivazione molto personale.“

IDEE CHE PRENDONO FORMA

La coppia ha lavorato con architetti sempre con un obiettivo ben preciso: proporre sul mercato mobili che hanno una nota del tutto propria e particolare. Il target di clientela doveva essere tra i 25

e i 35 anni. Persone che volevano realizzare i loro sogni con un arredamento del tutto individuale. Il concetto ebbe successo. „Siamo stati sempre fortunati a trovare collaboratori che lavorano con la stessa passione che abbiamo noi“, ci fa notare Michala Barona. „Non si tratta solo di creare bei mobili, con una certa estetica e funzionalità e con un proprio linguaggio delle forme, ma soprattutto le persone sono importanti. Ciò significa che non vogliamo semplicemente sod-



Le Fablier crea con i suoi arredamenti dei quadri complessivi di perfetta armonia

disfare i nostri clienti, ma miriamo nell'insieme a una soddisfazione umana. La persona come individuo è per noi al primo posto. Questo è Le Fablier.

I MOBILI SONO SINONIMO DI VALORI

Le Fablier è sinonimo anche di fatti concreti con 50 dipendenti e un fatturato di dieci milioni di Euro. Ogni anno la società propone al mercato nuove collezioni che sono presentate a diverse fiere, ad esempio a Milano, Mosca, in Marocco e in Spagna. All'inizio c'erano

solo mobili per camere da letto, oggi si possono avere arredamenti per tutta la casa, tranne che per il bagno. Gli arredamenti italiani per la casa dei sogni sono suddivisi in diverse linee: 'Contemporanea', 'Classica', 'Design' e 'Luci e Forme' che ricoprono una grande gamma, a partire da uno stile nordico-freddo fino ad arrivare al classico-elegante e trovano un ottimo riscontro sia in Italia e sia all'estero con un 25% destinato all'esportazione. Esiste già un ufficio a Innsbruck e imminente è l'apertura di una filiale a Interlaken, in Svizzera. „Lavoriamo con legni pregiati come



La stanza da letto 'Fiori di Loto' corrisponde a uno stile freddo e contemporaneo

ciliegio e acero“, ci dice Michaela Barona. „Alcuni processi sono svolti manualmente. Allo stesso tempo investiamo nella ricerca e nello sviluppo per creare sempre qualcosa di nuovo. „La società fornisce lavori su misura, punta sull'arte artigianale tradizionale e moderne tecnologie come ad es-

empio una app sviluppata apposta per i rivenditori. Questo insolito equilibrio fra la tradizione e il moderno, fra la bellezza e la necessità, fra idealismo e realtà è da molto ciò che contraddistingue la società ed è quindi la garanzia del grande successo di Le Fablier. █

”

Al primo posto ci sono sempre le persone.

“



Stanza da letto 'Le Mimose' della linea 'Classica' – la combinazione di un'armonia tra un linguaggio delle forme e materiali pregiati.



Le Fablier S.P.A.
Via del Lavoro 2
37067 Valeggio sul Mincio (VR)
Italia

+39 045 6372000

+39 045 6372001

info@lefablier.it

www.lefablier.com



Nel regno del Barolo

È il re, la superstar dei vini italiani - il Barolo, coltivato e invecchiato nel cuore delle Langhe. I corposi vini conosciuti in tutto il mondo sono fatti di uva Nebbiolo, la più antica varietà di vite autoctona della regione. Una cantina, che conosce a fondo le particolarità di questa vite davvero speciale, è la Batasiolo SpA. La società possiede dei vigneti in una delle posizioni più conosciute e produce vini che possono solo essere definiti con due attributi: eleganti e speciali.



I vini del Piemonte sono apprezzati dai conoscitori ed esperti di tutto il mondo. Barolo e Barbaresco, le grandi uve della regione, hanno sempre il marchio DOCG. Batasiolo è uno dei più grandi e importanti produttori di Barolo, Barbaresco e altri eleganti vini. La cantina sa quanto siano importanti i propri vigneti, che sono essenziali per ogni bottiglia di vino prodotto.

straordinario. “ Lo stretto legame con il territorio è una caratteristica specifica della cantina piemontese

”

Il nostro grande vantaggio è dato dalla posizione dei nostri vigneti, cinque delle quali sono definite Cru.

“



Le vecchie botti di acero hanno un ruolo chiave per l'invecchiamento del vino

VIGNETI ECCELLENTI, ELEGANTI VINI

„Il nostro grande vantaggio è l'eccezionale posizione dei vigneti“, ci dice Fiorenzo Dogliani. „I nostri poderi si trovano nella zona del Barolo, esattamente a Lalina, Boscareto, Brunate, Bussia e Cerequio - davvero

e trova l'espressione anche nel nome. Nel 1978 i fratelli Dogliani, tra cui Fiorenzo Dogliani, rilevarono la cantina e la chiamarono „Beni di Batasiolo. Tra loro c'era anche Fiorenzo Dogliani, che ancora oggi è co-responsabile della società. „Il nome deriva dalla posizione della cantina che si trova nella regione tra la Morra, Barolo e Monforte, il

centro della produzione di Nebbiolo“, ci spiega Fiorenzo Dogliani. „„Beni“ è un'antica espressione dialettale che significa proprietà oppure vigneto, „andare dei beni“ significa „passeggiare per i vigneti“.

Batasiolo è oggi uno dei più rinomati produttori di vino che vanta ben otto vigneti nelle migliori posizioni, 40 dipendenti, un fatturato di 18 milioni di Euro e il 78% di esportazioni sono dei fatti che non hanno bisogno di altri commenti.

Questi vini, premiati in diverse occasioni,



Su queste colline in una posizione del tutto esclusiva le condizioni sono ideali



I vigneti di Batasiolo si trovano nella migliore posizione delle Langhe. Il risultato sono dei vini apprezzati a livello internazionale

appassionano amanti del vino negli Stati Uniti, in Russia, in Messico, in Brasile e in Cina. Ogni anno si producono tra i 2,5 milioni e gli 2,8 milioni di bottiglie di Barolo, Barbera, Dolcetto d'Alba e Moscato d'Asti. Su 120 ettari di terreno

IL BAROLO, UN VINO DI CLASSE PARTICOLARE

„La vite Nebbiolo è molto esigente per ciò che riguarda la posizione e la direzione del terreno“, ci fa notare Fiorenzo Dogliani. „Sulla collina

„ Per noi la qualità è molto più importante della quantità. La prova sono vini esclusivi come il Barolo Brunate. “

crescono soprattutto le tradizionali uve Nebbiolo. I vini rossi coprono il 70% della produzione. Si tratta di vini come Briccolina, Boscareto, Cerequio, Brunate e Bussia Vigna Bofani, che hanno reso famosa la cantina Batasiolo, senza dimenticare i vini DOC, come il Barbera d'Alba Sovrana e il Dolcetto d'Alba, diventati ormai un punto di riferimento.

più alta rivolta a sud e a sud-ovest trova delle condizioni ottimali. Quest'uva sensibile trova qui un riparo ideale dal freddo e dal gelo. A proposito, il nome deriva dalla nebbia: le uve Nebbiolo si raccolgono relativamente tardi, dalla fine di agosto fino alla metà di ottobre, proprio quando si alzano le prime nebbie. Se piove molto, c'è un rischio, in quanto si possono verificare delle erosioni sulle colline. I vini Barolo sono il vero orgoglio di Batasiolo. Coltivare queste viti



Bussia Bofani a Monforte d'Alba – Qui si coltivano le viti per i classici vini Barolo

richiede competenze, esperienza, conoscenza e persino le etichette trasmettono una classe particolare. Il nome del produttore, della zona di produzione e il nome della vite devono apparire sull'etichetta: la

trasparenza è importantissima. Rimane però lo spazio per etichette personalizzate, che per i clienti sono sempre più importanti. Batasiolo affronta la cosa con molta flessibilità. █



B E N I D I
BATASIOLO

Batasiolo SpA

Fr. Annunziata 87
12064 La Morra (CN)
Italia

☎ +39 0173 50130

☎ +39 0173 509258

✉ info@batasiolo.com

🌐 www.batasiolo.com



Una favola a tavola

Il tonno è preferito più che mai. È tra i pesci più importanti sia per l'economia mondiale e sia per la qualità. In Giappone molti sono pronti a pagare più di 1.000 Euro al kg per questa specialità. Un'impresa che conosce meglio di ogni altro i tesori nascosti nelle profondità del mare è la Nostromo Spa di Modena.

Che si tratti di fettine, di bistec-
ca, di cubetti, arrosto, alla griglia
o anche crudo, da consumare
come uno snack, sulla pizza o
nell'insalata, il tonno rimane una
leccornia con un gusto sopraffino
apprezzata in tutto il mondo. Il
tonno, oltre a essere buono, fa
anche bene. Alla salute ci pensano
gli acidi grassi omega 3. Nostromo
è da molto tempo sinonimo di un
prodotto di altissima qualità che
sia tonno in scatola oppure che si
parli di altri prodotti ittici. In Italia
l'impresa occupa il secondo posto
sul mercato e pare che la via per
migliorare la posizione sia già spi-
anata.

TONNO IN SCATOLA - UN CLAS- SICO E UN BEST SELLER

„Noi operiamo in un mercato
del tutto stabile“, dice Gianluca

Cevenini. „I clienti, cioè in prima
linea i grossisti, sanno che il pesce
acquistato da noi ha una qualità
costante e un prezzo conveniente.
Siamo in grado di offrire questa
prestazione per il semplice fatto

„ Il tonno è per noi
un classico – e lo sarà per
sempre. “

che siamo esperti in materia e che
sappiamo tutto sul mare - questo è
il nostro motto e ne adiamo fieri.“

SI TRATTA DI UN PESCE GROSSO

Nostromo fu fondata nel 1951 a
Grado da una famiglia di origine
triestina. Si tratta della famiglia Pe-
dol. Da allora il nome è diventato
sinonimo di un eccellente tonno
in scatola. Dal 1993 Nostromo fa

**Insalata di tonno messi-
cana - un piccante cam-
pione di vendite**



parte del gruppo internazionale
Calvo. „Il fatto di appartenere a
questo gruppo ci ha aperto molte
nuove possibilità“. continua Gian-
luca Cevenini. „Non per niente il
gruppo Calvo ha una flotta di navi
davvero unica nel settore. Noi, nel
corso degli anni, siamo stati in gra-
do di aumentare passo dopo passo
la gamma dei nostri prodotti e di
poter quindi integrare altre marche
del gruppo nel nostro portafoglio.
„Oggi abbiamo un sito di produzi-
one in Spagna e uno in El Salvador
nell'America Latina, mentre le
attività di vendita sono coordinate
dall'Italia. In Spagna ci concentra-
mo piuttosto sui prodotti in scatola,
invece in El Salvador ci siamo spe-
cializzati sui prodotti confezionati

nel vetro che sul mercato sono
sempre più richiesti.

INNOVAZIONI, PIUTTOSTO CHE ANDARE A PESCARE NEL TORBIDO

Anche se Nostromo è aperta a
nuovi prodotti, il tonno ricopre gran
parte della produzione con un
buon 70%. Prodotti di riferimento
sono oggi anche scatole di tonno
dalle dimensioni classiche di 80 g
x 3, x 4, x 6, x 8 e x 12.
Filetti di tonno in un vasetto di
vetro riscontrano un grande suc-
cesso. „Negli anni scorsi abbia-
mo ingrandito continuamente la
gamma dei prodotti in vetro“, ci
spiega Gianluca Cevenini. „Grazie
alla trasparenza del vetro molti
associano al vasetto una migliore
qualità.„Anche altre novità, semp-
re a base di tonno, come le diverse
insalate, trovano un riscontro



**Tonno confezionato in modo appetibile
– Bestseller di Nostromo**

È raro avere delle navi di proprietà -
è il giusto impulso



Nostromo SpA

Str Scaglia Est 5/9
41126 Modena (MO)
Italia

+39 059 2051311

+39 059 2051333

www.tonnonostromo.it



**I vasetti di vetro per prodotti ittici sono
sempre più amati dai consumatori finali**

sempre maggiore. Particolarmente richieste sono insalate messicane con tonno, piselli, mais, peperoni e cipolla. Un carpaccio di tonno, salmone - senza ingredienti oppure in olio d'oliva - sgombri in scatola

Sardelle e salmone – Nostromo sempre all'insegna di freschezza e qualità. Nostromo punta sulla freschezza eomo mit Frischequalität



o in vasetti di vetro, sardine e alici con poco sale e olio d'oliva sono molto apprezzati da consumatori che desiderano nutrirsi in modo

„**Siamo sempre alla ricerca di nuovi prodotti, che si adattino al gusto dei clienti.**

sano. „Ci sono sempre delle novità interessanti“, sottolinea Gianluca Cevenini. „Siamo sempre alla ricerca di prodotti di nicchia adatti al mercato, anche se il tonno in scatola sarà sempre il nostro punto forte. Le abitudini dei consumatori sono cambiate negli ultimi anni. Oggi c'è una consapevolezza legata a ciò che persiste e alla trasparenza e l'aspetto della salute ha un ruolo molto importante. Questo il

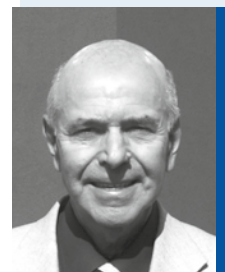
motivo per cui abbiamo introdotto anche prodotti biologici. Molti hanno il marchio MSC del Marine Stewardship Council, assegnato a

quei pescatori che lavorano e proteggono l'ambiente.

NON SI TRATTA DI PICCOLI PESCI

Il concetto di Nostromo funziona. 140 milioni di Euro è la cifra d'affari di questa società che conta 34 dipendenti. Il 90% è destinato ai grossisti e il 10% dei clienti fanno parte di Horeca. „Nei prossimi cinque anni speriamo di poter rafforzare la nostra posizione di

leader di mercato e poter lanciare nuovi prodotti, che si adattino al gusto dei clienti.“, dice Luca Cevenini. „A livello di volume siamo già al secondo posto sul mercato. Ma non è solo questo che conta. Continueremo a lavorare con grande attenzione per garantire la migliore qualità. I tonni sono un tesoro particolare delle profondità marine. La sostenibilità e l'ambiente saranno in futuro un argomento che sarà ancora più importante di oggi.“



La passione per la precisione

La tolleranza di divergenza permessa dalle norme è di appena un micron per i fori di punzonatura, ovvero le matrici di Corrada s.p.a. „Si tratta di un millesimo di millimetro“, ci spiega Giancarlo Corrada. A 84 anni è presidente onorario e consigliere di amministrazione della Corrada, impresa specializzata in utensili per la punzonatura di lamelle magnetiche per generatori di motori elettrici. Dal 1953 si impegna con passione nella società fondata da suo padre nel 1933. Una chiave del successo di questa impresa è l'assoluta precisione nei prodotti.

„Ci siamo specializzati in questo campo“, dice Giancarlo Corrada. „Lavoriamo con macchine utensili, rettificatrici e macchine coordinatrici siamo in grado di produrre utensili da 300 mm fino a 3 mm.“

CHANCE NELL'EURO GROUP

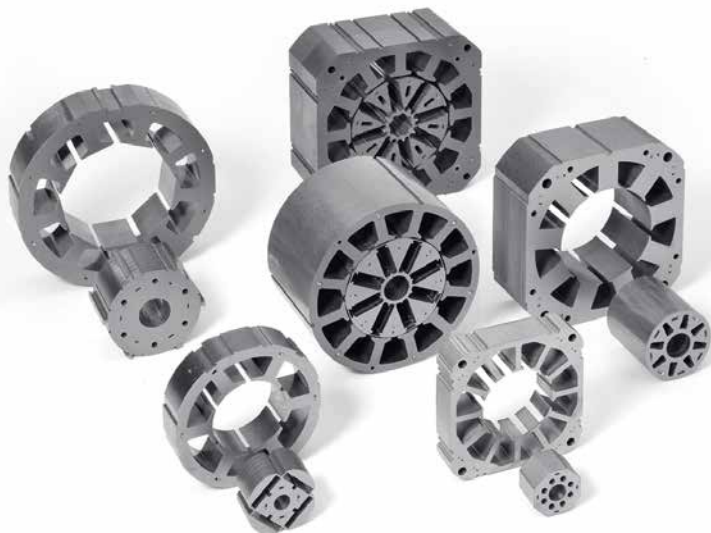
Corrada fa parte di EURO GROUP, che opera a livello mondiale e, con 70 dipendenti, registra un fatturato di circa 11 milioni di Euro. Tutto il gruppo arriva a un fatturato annuale di 290 milioni di Euro. Fino

al 1987 l'impresa di Lainate era indipendente. Entrare a far parte di EURO GROUP è stato un passo importante che ha contribuito a un ulteriore sviluppo. ci racconta Giancarlo Corrada. „Allora mi accorsi che molte aziende in questo campo volevano chiudere. Rischiavamo di perdere i nostri clienti“, ci confessa l'imprenditore. Oggi all'interno del gruppo esista una fitta collaborazione tra i partner che si aiutano a vicenda a trovare nuovi mercati. La produzione al di fuori dell'Italia serve solamente



Da Lainate Corrada fornisce clienti in circa 40 paesi. La metà dei prodotti è destinata all'esportazione.

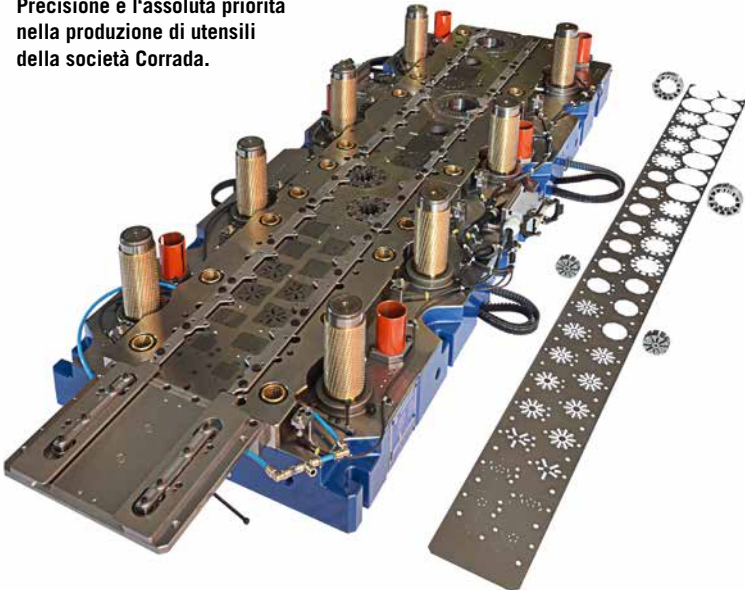
I prodotti della società italiana sono utilizzati in diversi motori elettrici.



a fornire i nuovi mercati. Circa la metà dei prodotti Corrada vanno all'estero. Corrada vanta una clientela in 40 paesi. „La Germania è un paese nel quale esportiamo molto.“, ci spiega Giancarlo Corrada. I prodotti di Corrada, oltre per la precisione, convincono anche per la longevità. „Abbiamo matrici e punzoni di metallo duro e diamo una garanzia di 200 milioni di battute, ci illustra il presidente della Corrada. Gli utensili sono applicati in diversi motori elettrici. „Non si tratta solo del settore automobilistico, ma anche di tanti altri

oggetti, che noi utilizziamo tutti i giorni, come le lavatrici, i frigoriferi e molti altri che si usano quotidianamente.“, dice Giancarlo Corrada. Lo sviluppo della mobilità elettronica è per lui una grande sfida e contemporaneamente un'enorme possibilità nello sviluppo della mobilità elettronica, che si evolve con grande rapidità. „Le prestazioni dei motori elettrici saranno sempre migliori. La sfida per noi sarà di essere chiamati a produrre degli utensili con tecnologie migliori.“, afferma Giancarlo Corrada. Anche se dopo 84 anni di lavoro non è più

Precisione è l'assoluta priorità
nella produzione di utensili
della società Corrada.



operativo, il suo cuore batte ancora per l'impresa. „Da una parte per la storia. Il solo fatto che mio padre abbia fondato l'azienda è di per sé una grande motivazione. Io provo ancora tanta passione e mi piace essere presente in officina o negli uffici.“, ci racconta l'imprenditore. E sarà così, finché la salute glielo permetterà. A Giancarlo Corrada piace guardare avanti. „Stiamo

preparando un piano di sviluppo per i prossimi tre anni.“, ci svela. Gli obiettivi? „Vogliamo rafforzare la presenza sul mercato. Investire in nuovi macchinari, ma anche nel marketing e nello sviluppo di molti altri progetti. █



Corrada S.p.A.

Via M. Buonarroti 8
20020 Lainate (MI)
Italia

☎ +39 02 35000800

☎ +39 02 93570561

✉ corrada@corrada.it

🌐 www.corrada.it



San Lorenzo
100% Italian Extra Virgin Olive Oil
Passion for Quality.



San Lorenzo



In movimento in tutto il mondo

Se si tratta di pompe efficienti e durevoli nel tempo, indipendentemente che siano per l'agricoltura o per l'industria, appare velocemente il nome di Comet. La società italiana di Reggio Emilia, grazie alla lungimirante politica aziendale, ha acquisito un'eccellente fama a livello internazionale. Una società che da sempre si è concentrata su prodotti tecnicamente avanzati e di alta qualità, la Comet S.p.A. si muove molto su tutto il mercato a livello mondiale.

“Per noi è ben chiaro che il nostro punto di forza è la qualità”, spiega Giorgio Barbareschi. “Sul mercato vi è un'enorme concorrenza: questa pressione la vediamo nel mondo delle pompe, che si basano su componenti di alta qualità che garantiscono una durabilità nel tempo, ma anche per quanto riguarda le idropultrici”. La crescita costante sia a livello nazionale che internazionale dimostra come Comet stia utilizzando la strategia corretta.

COSTANTE ATTENZIONE AL CLIENTE

L'azienda fu fondata nel 1959, anno in cui venne prodotta la prima pompa a membrana per l'agricoltura. Nel 1975 la Comet era già diventata l'azienda numero uno del settore, non solo in Italia ma anche nel mondo. “Reggio Emilia è la patria della maggior parte dei produttori di questo tipo di pompe” prosegue Giorgio Barbareschi. “Qui si trovano i 5 maggiori produttori del

” I clienti da tutto il mondo associano al marchio Comet un 'Made in Italy' di qualità. “

mondo, i quali coprono circa il 90% della produzione del settore. Un ambiente quindi molto competitivo, in cui il fatto di esserne leader rappresenta per noi un grande motivo di orgoglio”. Partita quindi dal mondo dell'agricoltura, Comet nel corso degli anni ha ampliato continuamente la sua gamma di prodotti, fissando regolarmente dei nuovi standard produttivi. Vennero adottate le più moderne tecnologie e nacquero nuovi settori di applicazione. “La soddisfazione del cliente

è per noi una priorità” sottolinea Giorgio Barbareschi. “Per poter conseguire tale obiettivo ci siamo ampliati sempre di più, ma sempre senza compromettere la qualità dei nostri prodotti.” La qualità e il Made in Italy sono i valori che i clienti a livello mondiale associano al marchio Comet.

UNA FILOSOFIA PER TRE SETTORI

Oggi Comet fornisce i clienti di pompe e idropultrici per i tre settori distinti: agricoltura, industria e



Comet S.p.A.

Via G. Dorso 4
42124 Reggio Emilia (RE)
Italia

+39 0522 386111

+39 0522 386286

info@comet.re.it

www.comet-spa.com



L'EIMA è una delle fiere più grandi al mondo, dove Comet si è presentata con tutte le sue divisioni



A Reggio Emilia si trova la sede centrale di Comet; questa zona è conosciuta come la patria mondiale dei produttori di pompe con tecnologie innovative

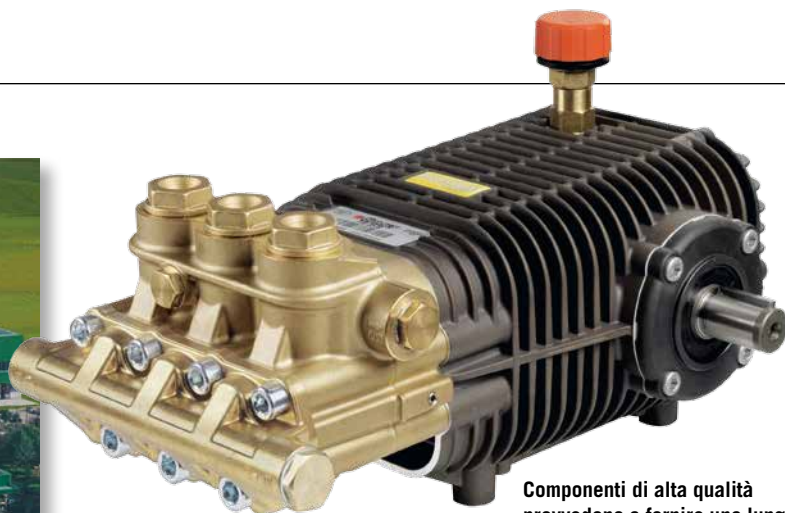
pulizia. Oltre alle "storiche" pompe a membrana (in particolare le serie APS e IDS) per l'irrorazione e il diserbo, la produzione comprende un'ampia gamma di pompe a pistoni per l'industria e di idropulitrici per l'utilizzo professionale e privato.

"Tradizionalmente veniamo dall'industria agricola, che per noi è sempre un settore molto solido" spiega Giorgio Barbareschi. "Le applicazioni industriali e il settore del cleaning ci offrono tuttavia più possibilità di sviluppo. Abbiamo grandi aspettative per esempio per il marchio Hpp, soprattutto

con le pompe a 2.800 bar della nuova Serie H, che hanno riscosso entusiasmo in diversi settori industriali tra cui il mercato petrolifero e l'oil&gas."

UN GRUPPO CON UN GRANDE POTENZIALE

Hpp non è stata l'unica azienda acquisita da Comet nel percorso che l'ha portata ad essere quell'importante gruppo internazionale che è oggi. Nel 1996 Comet creò una filiale americana a Minneapolis, nel 2001 ne seguì una francese a Strasburgo. In seguito



Componenti di alta qualità provvedono a fornire una lunga durata delle pompe Comet

vennero acquisite altre realtà nazionali e internazionali: Valley Industries (USA), PTC (Italia), Master Fluid (Italia), Siagro (Messico), Acquatecnica (Italia) e Lemasa (Brasile). Questo percorso di sviluppo ha

quistare nuovi mercati, l'azienda partecipa a fiere in tutto il mondo e non smette di guardare avanti. "Africa, Estremo Oriente e Sud-america saranno i nostri obiettivi per un'ulteriore internazionaliz-

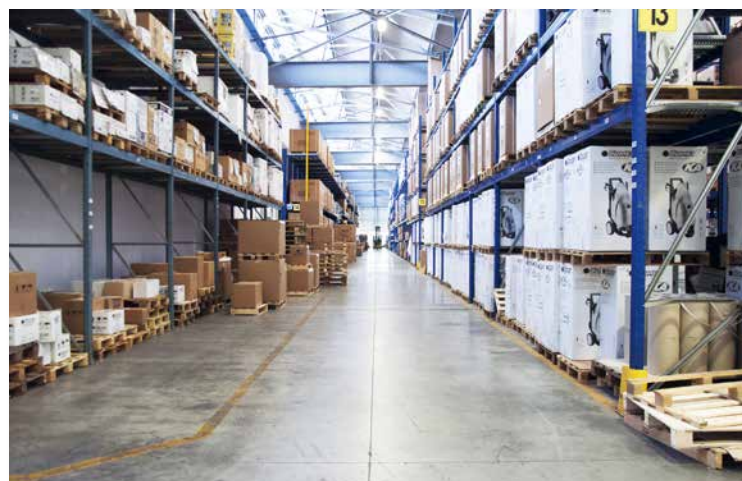
“ È stimolante e d'ispirazione lavorare nel gruppo con una varietà di persone provenienti da culture diverse. ”

reso Comet un gruppo che conta quasi 400 dipendenti e il cui fatturato globale supera i 100 milioni di Euro, di cui circa l'80% viene realizzato fuori dall'Italia e in particolare in Francia, Russia, USA, Mexico e Germania. Per poter con-

zazione. Ma sono e saranno soprattutto i dipendenti di Comet il vero pilastro centrale per il nostro futuro".



Attività di base tradizionale: pompe per l'agricoltura, per esempio per il settore fitosanitario



Un grande servizio è un marchio di fabbrica di Comet; l'ampia capacità di magazzino permette per esempio una consegna affidabile e rapida



Gli impianti di verniciatura con un'impronta forte e particolare

L'ingegnere Marco Leva lavora da quando ha 15 anni presso l'azienda fondata da suo padre nel lontano 1977: "Ho iniziato facendo i lavori più semplici. Oggi mio padre è tuttora in azienda con diverse mansioni, ma possiamo dire che sono io a dirigerla." La IMF ENGINEERING srl di Pero, leader mondiale nel proprio settore, si è specializzata nello sviluppo e finitura di macchinari high-tech per l'industria della verniciatura.

Mit Con gli impianti della IMF ENGINEERING srl si verniciano componenti per l'industria automobilistica. Altri impieghi sono tubi e bombolette spray in alluminio per l'industria farmaceutica, cosmetica e alimentare così come manufatti metallici. Le tecnologie più moderne in combinazione agli standard più alti per il rispetto dell'ambiente permettono alla verniciatura a polvere un recupero e un cambio di colore. I sistemi per la verniciatura a liquido permettono l'applicazione priva di solventi su una base acquosa tramite un processo elettrostatico, Airless e Airmix. La IMF è anche specializzata nella verniciatura di componenti e in impianti

completi. Per esempio cabine a velo d'acqua, per un rivestimento in polvere e forni a convenzione, a infrarossi, elettrici e a gas. Forniamo anche la robotica, componenti automatici elettronici e pneumatici per il trasporto degli elementi da verniciare. La gamma

”

oi non forniamo macchinari standard: ogni commessa è diversa.

è inoltre ampliata anche da sistemi di trattamento delle emissioni gassose e delle acque di processo, che rispettano le normative correnti nazionali ed internazionali di riferimento.

SUCCESSO IN UN SETTORE DI NICCHIA

Uno dei punti di forza della IMF ENGINEERING consiste nella costruzione di impianti per la verniciatura di cerchi in lega leggera di macchine e di camion. "Noi siamo

polvere per le pastiglie dei freni. Un ulteriore segmento produttivo interessante sono gli impianti di verniciatura per contenitori in alluminio, per esempio bombolette spray o contenitori per le bibite.

PIONIERI IN ITALIA

“Noi non forniamo macchinari standard: ogni commessa è diversa”, puntualizza l'amministratore.

Il padre dell'ingegnere Leva fu il primo in Italia ad avviare questo tipo di attività con macchinari per la pulizia e forni per contenitori in alluminio. Più tardi furono inseriti anche gli impianti di verniciatura per i cerchi in lega

“

una delle quattro aziende in tutto il mondo in grado di produrre questi impianti” spiega l'Ing. Marco Leva. La IMF ENGINEERING produce per l'industria automobilistica anche impianti di verniciatura a



Pulizia per la verniciatura: qui vengono puliti i contenitori di alluminio



Importante area d'attività: verniciatura in polvere di cerchi in lega leggera



Soluzione completa: Impianto di pulizia Aerosol

IMF ENGINEERING S.r.l.

Via G. di Vittorio 9
20016 Pero (MI)
Italia

+39 0233910880

+39 0233910677

info@imfeng.eu

www.imfeng.eu

leggera e le pastiglie dei freni. “Oggi siamo operativi in quattro o cinque mercati di nicchia, grazie all’esperienza accumulata in tutti questi anni.” Commenta soddisfatto l’Ing. Marco Leva. “Ci prendiamo cura del design, del progetto e della costruzione di un impianto e realizziamo ciò con le competenze dei nostri fornitori.”

LO STAND ALLA METPACK

Nel 1982 eravamo solo cinque dipendenti, oggi siamo in 36. Il fatturato attuale ammonta a 15 milioni di €. Presso la sede dell’azienda a Pero, la produzione copre un’area di 1.300 m² mentre gli uffici una superficie di 600 m². Il 90% del nostro fatturato è generato dall’esportazione. “Lavoriamo nel mondo intero” dice l’amministratore. Il 70% di tutte le commissioni derivano dall’industria automobilistica. Oltre agli impianti di verniciatura per i cerchi in lega leggera e pastiglie per i freni, l’Ing. Marco Leva vorrebbe elaborare ulteriori componenti per veicoli. “Nessun elemento per la carrozze-

ria, la concorrenza sarebbe troppo forte. Ma potrei immaginarmi di lavorare su paraurti e telai per i sedili auto”. Per quanto riguarda il marketing, IMF ENGINEERING ha una sua propria strategia. “Non

” Ci prendiamo cura del design, del progetto e della costruzione di un impianto e realizziamo ciò con le competenze dei nostri fornitori. “

lavoriamo con agenti, bensì con persone che osservano il mercato per noi” spiega l’amministratore. “Per noi è importante presentarci ogni tre anni alla fiera METPACK. I nostri prodotti sono particolari e i clienti ci conoscono.”

PREZZI COMPETITIVI

L’alta qualità dei prodotti permette anche ai nostri clienti di lavorare al meglio ottenendo così una serie di notevoli vantaggi a livello econo-

non possono proporre ai loro clienti prezzi così vantaggiosi.” Dopo un periodo travagliato, come quello della crisi economica del 2009, la IMF Engineering ha saputo intraprendere la strada giusta che l’ha portata successo. L’Ing. Marco Leva aggiunge: “Il trend è buono. Stiamo vivendo al momento una fase di crescita.” Attualmente l’azienda vende dieci macchinari all’anno solo per la verniciatura in polvere delle pastiglie dei freni. L’amministratore aspira ad una moderata crescita per i prossimi cinque anni. A tal proposito l’azienda raggiungerà il numero di 40 dipendenti. █



Bestseller: Impianto per la cementazione e verniciatura delle pastiglie per freni

Non è sufficiente essere solo dei buoni programmatori

Lo sviluppo di un software non richiede solo una conoscenza specifica nel settore dell'informatica, altrettanto importante è capire come si svolge il lavoro per il quale si creano i programmi. Questa è la filosofia adottata da TREBI General Consult SRL per la creazione dei propri prodotti. L'impresa è specializzata nella programmazione di software per il mercato finanziario e soddisfa una buona metà del fabbisogno nazionale nel settore leasing. La società è nata in un modo del tutto occasionale, in seguito a un incontro fortuito nella metro milanese. Una combinazione di competenze ha fatto decollare l'azienda verso il successo.

„L'azienda è davvero nata in modo casuale“, ci assicura Nicola Bruno, proprietario e direttore di TREBI. „Un giorno a Milano, nella metro, ho incontrato dopo tanto tempo due vecchi compagni di scuola. Lo scambio di poche frasi è bastato per capire che avevamo gli stessi interessi. Ci siamo dati appuntamento e abbiamo cominciato a

parlare di idee da sviluppare e di affari. E così nel 1980 abbiamo fondato la società.“ Le competenze nel campo dell'informatica che Nicola Bruno e i suoi amici allora proponevano erano molto richieste sul mercato e di lì a poco firmarono il primo contratto con una rivista per la gestione degli abbonamenti. Dopo due anni l'impresa ha

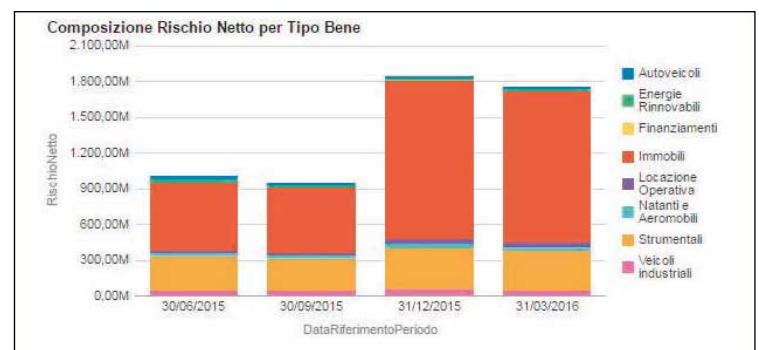
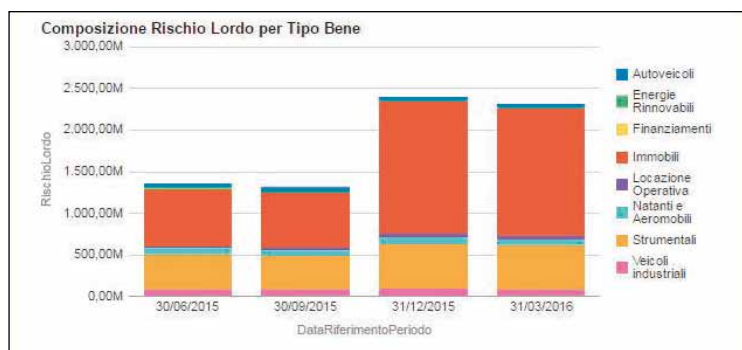
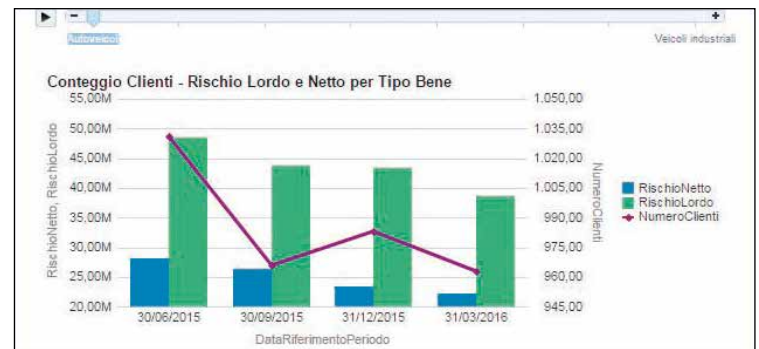
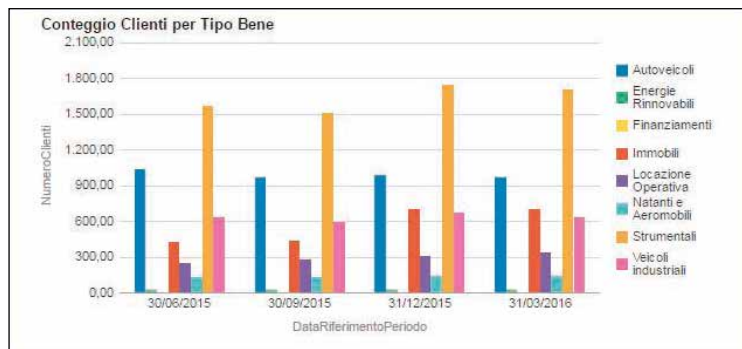
cominciato a lavorare nel settore del leasing finanziario. Oggi più del 50% di aziende operanti nel settore usano il software di TREBI.

SOLUZIONI INDIVIDUALI

TREBI propone pacchetti software per numerose applicazioni e diversi settori, tra cui spiccano finan-

ziamenti, Non-performing loans e Business Intelligence: „Per ognuna di queste linee abbiamo diverse soluzioni e offerte“, ci racconta Nicola Bruno. „Noi ci occupiamo anche della manutenzione. Con i nostri contratti noi ci impegniamo ad aiutare sempre il cliente, nel caso dovesse aver bisogno del nostro supporto. Se il cliente non

Con i grafici di Trebi le aziende hanno una precisa visione circa il loro stato e posizione attuali.



TREBI Generalconsult Srl

Via Elia Lombardini 13
20143 Milano
Italia

+39 02 5819131

+39 02 58115059

trebigen@trebigen.it

www.trebi.it

ha altre necessità, gli possiamo anche fornire solo il software di base. Per noi va benissimo. La personalizzazione avviene poi presso il cliente. “È chiaro, che noi lavoriamo costantemente per sviluppare ulteriormente il software”. „Negli anni scorsi abbiamo rinnovato il prodotto Front-Office con Java e abbiamo fatto molto nel settore Business Intelligence”, ci spiega Nicola Bruno. „Abbiamo appena sviluppato un nuovo prodotto per crediti persi o difficili da recuperare. In fondo siamo artigiani e ogni giorno proponiamo qualcosa di nuovo.”

LA CONSULENZA È IMPORTANTE

Ciò che caratterizza particolarmente l'azienda sono le conoscenze specifiche dei 130 collaboratori. Nicola Bruno continua: „Non basta essere un buon programmatore. Noi, per certi versi, conosciamo il leasing meglio delle società stesse. Per questo siamo anche i consulenti dei nostri clienti.” L'azienda è in piena crescita e quest'anno prevede di assumere altri 15 collaboratori. “Non è semplice trovare persone capaci”, è la constatazione di Bruno Nicola. „Noi cerchiamo ingegneri e esperti in economia aziendale. Ideale sarebbe trovare

persone che abbiano entrambe le competenze. Gli ingegneri dovrebbero conoscere Java. Le persone che assumiamo sono estremamente importanti e fungono da interfaccia. Parlano la stessa lingua dei dirigenti delle aziende e riescono così a essere credibili e convincenti. Nel nostro campo non è solo la tecnica che conta.”

ESPERIENZA E CAPACITÀ

“La nostra azienda si distingue proprio per questa miscela di esperienza e capacità.” „Siamo sul mercato da 37 anni e conosciamo a fondo i settori nei quali operiamo.”, enfatizza Nicola Bruno. “Ecco qual è il nostro vantaggio sulla concorrenza.” Questo il motivo per cui la società, che oggi genera un fatturato di 15 milioni di Euro, è riuscita a superare senza difficoltà il periodo della crisi economica. Nicola Bruno vede un rialzo dell'economia italiana. „Dopo gli anni di crisi l'azienda si è sviluppata bene.”, „L'anno scorso in Italia sono stati stipulati contratti Leasing per 17 Miliardi di Euro. La crisi è passata e tutti investono.”

”

Nicola Bruno:

Guardare sempre avanti, il più lontano possibile.

“



Ingranare bene

In un meccanismo di un orologio una ruota dentata deve ingranarsi con l'altra per garantire un perfetto funzionamento. Con la stessa precisione gli ingranaggi devono essere in armonia anche nei motori delle auto e dei camion, altrimenti tutto si ferma nel vero senso della parola. Da 50 anni la famiglia Somaschini fa in modo che tutto rimanga in movimento.



Somaschini S.p.A.

Via Nazionale 37
24069 Trescore Balneario
(BG)
Italia

+39 035 4256811

+39 035 942742

info@somaschini.com

www.somaschini.com



„Somaschini è una tipica impresa italiana a conduzione familiare fondata nel 1922 e oggi guidata dalla terza generazione e la quarta è già pronta“, ci spiega il dott.

Andrea Scanavini, direttore dello sviluppo e amministratore dell'America del Nord, parlando dello sfondo tradizionale che caratterizza l'azienda specializzata nella produzione di ingranaggi. Da oltre 50 anni gli ingranaggi sono il prodotto principale della società con sede a Trescore Balneario a est di Bergamo. All'inizio degli anni 90 Somaschini si è creata una posizione sempre più importante come fornitore per camion e automobili. „Ingranaggi rettificati e cilindrici sono il 90% del nostro business. Recentemente il nostro fatturato era di circa 70 milioni di Euro“, ci svela Andrea Scanavini per darci una piccola idea sui

numeri dell'azienda. E a questi 70 milioni di Euro di fatturato, bisogna innanzitutto arrivarci, perché nel nostro settore non ci si può mai fermare.

UN MERCATO ESIGENTE

„I clienti del mercato automobilistico e i clienti nel settore camion sono sempre più esigenti. Più qualità e maggiore efficienza sono due espressioni di grande importanza nel mondo dei motori. Per ottenere questi risultati si usano, ad esem-

ma ingranaggi su misura che per Andrea Scanavini sono un punto di forza importante per la commercializzazione e per la società: „Noi siamo un tipico fornitore dei cosiddetti ‚customized gears‘. I clienti si rivolgono direttamente a noi e la collaborazione comincia con lo sviluppo del progetto e termina con l'uscita del prodotto finale. Dal momento in cui spediamo l'offerta fino al momento della vendita possono passare anche tre anni“, così Andrea Scanavini ci spiega questo complesso scenario. I clienti sono

” L'automazione è un tema che affrontiamo con grande intensità. “

pio, lubrificanti a bassa densità. Ciò si ripercuote sugli ingranaggi. La conseguenza è una certa ruvidità di superficie. Siamo già a buon punto con lo sviluppo“, ci illustra Andrea Scanavini facendoci capire quali siano le dinamiche più avanzate in Europa e negli Stati Uniti, stati che assorbono il 97% delle esportazioni di Somaschini. Non ci chiedono di presentare dei prodotti standard creati su una catena di montaggio

sempre più esigenti e per soddisfarli la direzione della società non esita a mettere sul banco di prova processi di produzione. Altrettanto importante è la trasformazione digitale concepita come IoT. In tal senso Andrea Scanavini vede che l'azienda sta prendendo la giusta direzione. „L'automazione è un tema che affrontiamo con grande intensità. Sulle linee di produzione le macchine devono comunicare

Da oltre 50 anni gli ingranaggi sono il prodotto principale dalla Somaschini



L'automazione sulla linea di produzione è un tema fondamentale...



...per migliorare la produttività e mantenere costante la qualità

tra di loro. Così siamo in grado di controllare ancora meglio la qualità del prodotto e ciò è un grande vantaggio nei confronti della concorrenza.

POSSIBILITÀ ALL'ESTERO

I concorrenti si trovano nel continente asiatico, soprattutto in India e in Cina. I prodotti provenienti da questi paesi sono molto aggressivi, specialmente per ciò che riguarda i prezzi, dice Andrea Scanavini: „Nella UE ci sono tanti e ottimi Fornitori con un alto livello di qualità. E noi dobbiamo continuamente imporci. Dal 2012 siamo presenti negli Stati Uniti e abbiamo constatato che non esiste un così alto numero di concorrenti. Negli Stati Uniti

ci sono delle buone prospettive e possibilità per la crescita della società.“ Essendo il responsabile per la filiale dell'America del Nord, Andrea Scanavini prende ogni settimana

Contatti personali e un'ottima rete di conoscenze a livello professionale hanno influenzato in maniera positiva il suo lavoro. Negli ultimi anni è riuscito proprio in America

l'alto! Per il 2017 / 2018 Andrea Scanavini vede un buon posizionamento della società. Il mercato registra uno sviluppo positivo. Si preoccupa del fatto che l'economia dipenda da temi di carattere politico che rendono veramente difficili investimenti e programmi a medio termine. Nonostante ciò Andrea Scanavini è fiducioso. Da tempo ha realizzato quali sono le tre caratteristiche importanti e necessarie per mantenere Somaschini sulla cresta dell'onda: qualità, automazione e presenza internazionale. █

” Negli Stati Uniti ci sono delle buone prospettive e possibilità per la crescita della società.

un aereo ed è in sostanza l'esempio per il cammino internazionale di Somaschini: „Ciò ci rende molto interessanti per gli OEM internazionali, invece di essere un'azienda che opera a livello regionale ed è di sicuro un ulteriore motivo del nostro successo.“ Andrea Scanavini lavora ormai da nove anni presso la Somaschini e addirittura da 40 nell'industria degli ingranaggi.

a portare avanti l'azienda. Il voler cambiare qualcosa è una tipica caratteristica del suo lavoro quotidiano, che gli piace molto: „Per me sono sempre dei momenti molto belli se attraverso le giuste decisioni riesco a far sì che un'azienda si sviluppi. Dopo tutto un'impresa non può rimanere ferma. Si va avanti, in salita o in discesa. La mia direzione di marcia è sempre una: verso





GRAN ROMA

GRAN SHOPPING

FORUM
REAL ESTATE
MANAGEMENT

INVESTMENT • DEVELOPMENT • ASSET MANAGEMENT