

L'EVOLUZIONE DELLE IMPRESE DI FAMIGLIA... VERSO UN'ECONOMIA PIU' SOSTENIBILE

Lombardia & Triveneto

A CURA DI COMMUNICATION PLANET

Piccole ma sempre più tecnologiche e "green". Le aziende familiari sono il motore portante della nostra economia. Contribuiscono a più di un quarto del PIL italiano e sono spesso al centro di studi e ricerche di settore, volti a capire le profonde dinamiche che regolano questo settore così importante della nostra economia. Ne sono un chiaro esempio le numerosissime imprese di carattere familiare che, negli

anni della maggiore crisi, invece di subire la situazione hanno deciso di investire, dimostrando un'autentica propensione all'innovazione. Sono eccellenze, spesso maggiormente conosciute all'estero, vero paradigma di un management moderno, oggi sempre più indispensabile alle aziende familiari e alle PMI per confrontarsi con un mercato in continuo mutamento, dove i "distretti" si sono internazionalizza-

TMB, tecnologia avanzata e qualità al servizio dell'automotive

"Abbiamo sempre creduto nella qualità, nell'attività di ricerca e sviluppo, nel miglioramento dei processi produttivi con l'adozione delle tecnologie più avanzate in anticipo rispetto ai competitor. Crediamo nella formazione e nel coinvolgimento del personale. I tempi di consegna puntuali e una profonda correttezza nei confronti dei nostri clienti e fornitori completano il quadro della nostra filosofia azien-

dale, che finora ci ha ripagati con ritmi di crescita a due cifre". Le parole sono di Massimo Betto, che coi fratelli Stefano, Pietro e Stefania ha raccolto l'eredità del padre Antonio che nel 1961 diede vita all'azienda il cui sviluppo colloca oggi TMB tra le aziende leader per la produzione di componenti in alluminio con particolare riferimento al settore automotive, dei motori e delle motociclette. Una storia che parte da lontano ma che ad eccezione dell'annus horribilis 2009 ha visto l'azienda con sede a Monselece protagonista di una crescita costante. I "criteri del lavorare bene" iniziano ben presto a entrare nel dna aziendale, fin da quando, agli inizi, l'azienda produce termovalvole per caldaie per un committente che richiede espressamente processi produttivi ottimali per garantire la qualità e la sicurezza dei componenti. "E' grazie a questa nostra particolare attenzione a



questo aspetto che ci siamo fatti trovare preparati e in vantaggio rispetto ai concorrenti sulla filosofia

dello "zero difetti" - spiega Betto - Basti pensare che in un'auto coesistono 15 mila componenti. Basta che uno solo di questi risulti difettoso per guastare tutto. Noi siamo riusciti a soddisfare questa richiesta del mercato attraverso processi sicuri e affidabili con controlli al 100% sulle caratteristiche critiche". Un punto di forza decisivo di TMB è poter disporre internamente dell'intera filiera produttiva: un puzzle la cui ultima tessera è stata composta nel 2011 con l'acquisizione di Grimeca, importante azienda di produzione di componenti per motociclette, che ha permesso non solo di ampliare le capacità produttive accedendo così alle numerose e importanti commesse proposte, ma anche di disporre finalmente di una fonderia propria. "Automotive, motori e motociclismo rappresentano il nostro core business - dice Betto - Gran parte della nostra produzione va all'estero dove abbiamo acquisito nuovi importantissimi clienti. Questo rende ottimistiche le prospettive di crescita sicura per il prossimo futuro".

Una storia di investimenti e coraggio. Con un museo per raccontarla

Nasce nel 1961 la piccola azienda artigiana di Antonio Betto, affiancato da una moglie straordinariamente attiva in azienda. A soli 18 anni è il turno del figlio maggiore Massimo entrare in scena, trovandosi ben presto a imparare velocemente il mestiere di imprenditore per la prematura scomparsa della madre. Al ritorno dal servizio militare Antonio decide di lasciare spazio ai figli, Massimo, Stefano, Pietro che nel 1975 danno inizio a una rapida crescita, frenata ai primi anni '80 per una generale crisi del settore. Una crisi superata brillantemente grazie al trasferimento in stabilimenti più consoni a Monselece e soprattutto alla scelta di investire in tecnologia avanzata (l'azienda acquista la prima macchina a controllo numerico), un'attitudine che rimarrà nel dna di TMB. Qualità, automazione, tecnologia e buone pratiche risultano vincenti sul mercato registrando una crescita esponenziale. Negli anni '90 l'azienda è matura per trasformarsi da azienda familiare a società di capitali, vede l'inserimento della sorella Stefania, gli affari si allargano all'estero; oltre alla sede iniziale, oggetto di vari ampliamenti, si allarga la capacità produttiva in altri due stabilimenti limitrofi, orientati a produzioni specifiche per basamenti motore e per componenti automobilistici. Nel 2011 l'ulteriore svolta: con un investimento coraggioso TMB acquisisce Grimeca e con essa la fonderia che completa la filiera produttiva interna. Oggi TMB è una realtà di oltre 100 milioni di fatturato con alto valore aggiunto, 840 dipendenti e acquisizioni in altre aziende strategiche nella filiera. Una storia importante che nel settembre 2018 è scaturita nell'inaugurazione del Museo TMB, che propone un piccolo viaggio tra pezzi attuali e storici, lavorazioni passate e tecnologiche, registrando un incredibile successo di pubblico.



Caldara Plast e l'economia circolare. L'arte del riciclo a conduzione familiare



"Nulla si crea, nulla si distrugge, tutto si trasforma". Questa famosa legge fu formulata da Lavoisier nel settecento, e Innocente Caldara l'ha fatto propria negli anni sessanta, quando ha fondato Caldara Plast, azienda specializzata nel recupero di materie plastiche e loro riciclo. Una visione, un'intuizione di un'economia circolare oggi divenuta di moda ma all'epoca assolutamente rivoluzionaria. Da questa idea nasce il progetto di lavorazione, rigenerazione e commercio di compound termoplastici in granuli per i settori più diversi. Dall'automotive all'elettrico, passando per il settore arredamento. L'azienda è ancora oggi a conduzione familiare e giunge alla seconda generazione, con i tre figli del fondatore: Massimiliano, Attilio e Alessandro. "Caldara Plast ha circa 50 dipendenti e tre sedi che coprono una superficie complessiva di 17 mila mq: due a Erba, una per la gestione degli scarti, rifiuti e l'altra, più nuova, sede per il magazzino del materiale finito; una terza ad Alzate Brianza, dove si trova la sede produttiva", racconta Massimiliano Caldara. La mission indicata dal fondatore - ridurre il rifiuto plastico e promuovere la cultura dell'utilizzo di materiale rigenerato - si basa sull'idea della circolarità. "Il percorso è circolare perché i clienti si appoggiano a Caldara Plast per smaltire e riciclare, ma poi possono, in un secondo tempo, riacquistare da noi il prodotto rigenerato. E' un modello assolutamente virtuoso di produzione", prosegue Massimiliano Caldara, "che sta per ottenere la certificazione Plastica seconda vita, un marchio di qualità che permette la completa tracciabilità dello scarto". Il 70% dei clienti dell'azienda è in Italia, ma il restante 30% è in Europa, Nord Africa e Asia, dove le esigenze di smaltimento e riciclo si stanno facendo sentire con importanza. Perché scegliere Caldara Plast? "Per i nostri servizi personalizzati, l'ampio magazzino, le consegne in tempi brevi, la consulenza e supporto post vendita e soprattutto i nostri prezzi competitivi", risponde il figlio del fondatore. Questa visione produttiva circolare viene oggi raccontata anche alle scuole, spesso in visita negli stabilimenti: "abbiamo realizzato un piccolo volume colorato dove spieghiamo con parole semplici quello che possiamo fare nel concreto, nel nostro piccolo, per attuare un sano riciclo", sottolinea Massimiliano, che svela anche un progetto ambizioso, nato un paio di anni fa: una start-up in collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria Civile dell'Università di Pisa per la creazione di plastiche-bio, anche per il settore alimentare, vero responsabile dell'inquinamento da plastica. Con un fatturato annuo costantemente in crescita che si attesta sui 16 milioni, Caldara Plast è la più autentica testimonianza che riciclare fa bene, oltre che all'ambiente e all'uomo, anche ai fatturati aziendali.



Conciliare la standardizzazione del prodotto attraverso tecnologia e automazione con la capacità di personalizzarlo per rispondere al meglio alle necessità del cliente. Una strategia impegnativa ma che continua a premiare l'attività di IMF Engineering, azienda specializzata nella realizzazione di impianti di verniciatura per manufatti metallici, in particolare nei settori dell'automotive e dell'imballaggio. "Il nostro punto di forza è quello di adattare il prodotto il più possibile alle necessità del cliente, come sarti che cuciono un abito su misura - spiega l'amministratore delegato di IMF Engineering, Marco Leva - I nostri competitor, in particolare cinesi, sono particolarmente



IMF Engineering, risposte su misura ad alta tecnologia

forti sui prezzi grazie a una standardizzazione esasperata. Noi ci muoviamo quindi su un'altra nicchia di mercato, costituita da una clientela di fascia alta, capace di apprezzare quelle caratteristiche che solo noi siamo in grado di dare ai nostri prodotti, offrendoli comunque a prezzi concorrenziali grazie ai nostri investimenti costanti in tecnologia: l'innovazione è sempre stata una nostra caratteristica, anticipando anche ampiamente l'introduzione del concetto Industria 4.0". Una ricetta, quella di IMF Engineering, in grado di garantirne una crescita costante consolidando ogni passo: oggi l'azienda di Pero, alle porte di Milano, fattura oltre 15 milioni di euro e conta su 35 dipendenti estremamente specializzati. "La nostra attività di ricerca e svi-

luppo è sempre molto intensa ma costantemente guidata dagli input dei nostri clienti, sviluppando elementi strettamente funzionali alla soluzione delle loro problematiche e necessità. La nostra forza è il know how che ci consente di offrire standard qualitativi molto elevati: un fattore che ci mette almeno in parte al riparo da competitor molto aggressivi in questo settore".

I risultati danno ragione alla strategia di IMF Engineering, con una quota intorno al 90-95% della produzione destinata all'estero per via diretta o indiretta e numerose richieste e commesse da parte dei clienti. "Oltre che su automotive e imballaggi operiamo anche in altri settori, come accaduto ultimamente con le lavatrici per lattine in alluminio: macchine speciali per un mercato del "beverage" in forte espansione soprattutto in Medio Oriente. In IMF Engineering siamo pronti a sfruttare qualsiasi opportunità possa arrivare anche diversificando la nostra offerta sviluppando progetti innovativi su specifica richiesta. Entro l'anno porteremo inoltre a compimento la certificazione Iso 9001, un importante traguardo cui abbiamo dedicato molto impegno".



Eurostandard, da 50 anni con passione, qualità e innovazione

Specializzazione, qualità, sicurezza e innovazione: questa la formula vincente di Eurostandard Spa, azienda specializzata nella lavorazione delle materie plastiche, in particolare nella produzione di raccordi in polietilene per tubi a pressione per la distribuzione di acqua potabile, gas e impianti industriali. Una storia nata 50 anni fa a Tesero, in Val di Fiemme, dove Antonio Zeni ebbe l'intuizione di aprire una propria attività nel settore della lavorazione materie plastiche, forte della sua grande passione per le sfide unite alla ricerca continua di soluzioni tecniche e innovative, riuscendo con successo a diversificare la produzione in base ai cambiamenti del mercato. Oggi Eurostandard conferma più che mai il proprio impegno nell'innovazione tecnologica, nell'introduzione di nuovi macchinari, attrezzature di produzione e di controllo che forniscono il necessario vantaggio competitivo dei prodotti, per offrire al cliente raccordi di alta qualità, affidabili e garantiti. "A muoverci è ancora oggi una grande passione - spiega Marisa Zeni, che ha raccolto l'eredità del padre Antonio - L'impegno rimane quello di migliorare, studiando nuovi prodotti della gamma elettrosaldabili, con l'introduzione di isole di lavoro automatiche che utilizzano tecnologie innovative secondo il modello Industria 4.0". Oggi Eurostandard è leader in Italia e tra le protagoniste del mercato mondiale, presente sui mercati internazionali con oltre 40 agenzie-distribuzioni dotate di magazzino



per rispondere velocemente alle richieste, e con tre società consociate, in Cile, in Lettonia e l'ultima nata in Sud Africa, che hanno fatto guadagnare competitività e internazionalizzare l'impresa.

L'export rappresenta oggi oltre il 68% del valore del fatturato. "Quella con i mercati internazionali, è una sfida continua da vincere con serietà, tenacia, determinazione, con attenzione agli standard di qualità e alle certificazioni che sono richieste dai vari Paesi e soprattutto con il rispetto per le esigenze del cliente - dice Marisa Zeni - L'esplorazione di nuovi territori è continua". Da anni Eurostandard è inoltre in prima linea per la diffusione di un modello di riduzione dei consumi di energia elettrica, disponendo di due impianti fotovoltaici, un impianto di cogenerazione a biomassa, un secondo a gas metano e dall'anno scorso ha avviato un progetto di mobilità sostenibile, con l'introduzione di e-bike per il personale dipendente nel sostegno della mobilità nei percorsi casa-lavoro.

