

ATTUALITÀ

PARTNERSHIP STRATEGICA

CS Metal Europe prosegue verso la leadership nel settore della pressocolata con l'acciaio speciale Hitachi Metals, grazie all'eccellenza del prodotto e del servizio, che soddisfa le esigenze di business dei suoi clienti.

di Eva De Vecchis

CS Metal Europe è l'azienda di Bedizzole (BS) operante nel campo degli acciai speciali e della pressocolata distributore esclusivo in Italia della multinazionale nipponica Hitachi Metals. L'acciaio per lavorazioni a caldo proposto da CS Metal Europe arriva direttamente dagli stabilimenti di Yasugi, a sud ovest di Osaka. La partnership tra l'azienda italiana e il colosso giapponese è più di un patto commerciale: a legare le due realtà è la mission della qualità totale, di prodotto, di servizio e di relazione tra organizzazioni. Un accordo che si è evoluto grazie anche al ruolo di Corrado Patriar-



Corrado Patriarchi,
General Manager
di CS Metal
Europe

La cultura della crescita



chi, General Manager di CS Metal Europe, che ci racconta di come, alla base del successo, ci siano prima di tutto la cultura industriale e la conoscenza dei bisogni dei propri clienti.

Corrado Patriarchi, cosa contraddistingue l'offerta di CS Metal Europe nella meccanica speciale? Quali sono i vostri punti di forza?

Uno dei punti focali della nostra incidenza sul mercato è il fatto di essere l'interfaccia italiana di un gruppo giapponese come la Hitachi Metals di cui condividiamo la cultura industriale e i valori etici. Tra questi, rientra la volontà di proporci sul mercato con la mission di aiutare i nostri clienti nel loro modello di business con i giusti prodotti innovativi e dalle performance elevate e con un servizio sullo stesso livello. I nostri clienti sono i costruttori di stampi che poi devono servire bene le fonderie che operano nel settore HPDC e LPDC che prendono le commesse dall'utente finale. Il

nostro obiettivo non è vendere e basta, ma risolvere ogni possibile problema che a cascata potrebbe verificarsi all'interno di tutta la filiera, a partire dai tool makers, assicurando loro di poter fidelizzare il proprio mercato. Nella meccanica speciale, intesa come produzione di stampi per pressocolata, il fatto di promuovere un prodotto con alto valore aggiunto in termini di qualità e prestazioni, tanto da far risparmiare minimo il 30% dei costi totali dell'intera filiera, può essere determinante tanto quanto avere sempre la disponibilità del prodotto richiesto, consegnarlo nei tempi previsti, con tutta l'assistenza necessaria. Penso in particolare a quando il prodotto finale richiede uno stampo esclusivo, da realizzare in poco tempo e getti senza difetti. Scegliere l'acciaio speciale Hitachi Metals per i nostri clienti non è una questione di prezzo, ma di poter poi fare il proprio lavoro con serenità, puntualità e piena soddisfazione di fonderie e committenti.

Questo nostro approccio è in controtendenza rispetto a chi cerca di mettere sul mercato un materiale con qualità non controllata e più economico rispetto al reale valore del prodotto con il solo obiettivo di vendere per vendere.

Come avete reagito alla crisi pandemica di questi anni e ora alle difficoltà che colpiscono le catene di approvvigionamento?

Questa è stata una situazione condivisa con i nostri partners e clienti. È stato senz'altro un anno ad alta complessità e incertezza dove anche la speculazione sembra non avere confini; noi siamo una realtà giovane perché abbiamo iniziato il nostro cammino nel 2018. Tuttavia, poiché CS Metal Europe è la sede commerciale diretta di Hitachi Metals in Italia, non ci siamo ridotti a sopravvivere, ma abbiamo potuto da subito sviluppare e portare avanti un solido piano di sviluppo. La crisi pandemica ha colpito infatti anche il Giappone ma, al contrario dell'Italia e di altre nazioni, questo è un Paese culturalmente e industrialmente più indipendente di altri, fattore che gli ha consentito di sostenerci assicurando sempre le forniture e la qualità costante.

L'aumento del costo dei metalli è un altro punto dolente. Anche a causa della guerra in corso il prezzo dell'acciaio è aumentato. Come si ripercuote su di voi questa situazione e quali sono le prospettive per il futuro?

Il conflitto ucraino ha sicuramente influito sul nostro lavoro. Devo aggiungere però una riflessione: ne hanno sofferto e ne soffrono di più le aziende che utilizzano approcci legati al mercato low cost level. Tale fenomeno ha messo in luce certi rischi della globalizzazione di produzioni strategiche. Lo stesso conflitto – che ovviamente per motivi umanitari ci auguriamo si risolva presto – dovrebbe essere

"Ho trascorso molto tempo in Giappone per conoscere le acciaierie, i prodotti e soprattutto la cultura giapponese: perché dietro ogni industria e ogni manufatto c'è sempre prima la cultura locale"

spunto per riassetare tutta l'economia occidentale.

Per quanto riguarda i costi, chiaramente i prodotti che hanno subito maggiore pressione economica sono gli standard grades, dove la qualità è meno considerata, mentre i materiali definiti come eccellenze della meccanica subiscono, in modo più marcato, l'aumento dei costi dell'energia causato anche dal conflitto russo-ucraino in corso. Noi di CS Metal Europe abbiamo, anche in questo caso, la fortuna ma anche l'opportunità di essere l'altra faccia di una realtà giapponese che produce energia all'interno. Inoltre, condividiamo un altro obiettivo di Hitachi Metals e cioè l'abbattimento della CO2, tanto che ad agosto abbiamo avviato i lavori di installazione dei pannelli fotovoltaici su tutto il perimetro dell'azienda.

La vostra mission è rivolta quindi anche alla sostenibilità. Quanto pensa sia importante per un'azienda essere sostenibile oggi e cosa vi ha spinto a intraprendere questo percorso green?

Quando personalmente ho iniziato a collaborare con Hitachi Metals era il 2013. Ho trascorso molto tempo in Giappone per conoscere le acciaierie, i prodotti e soprattutto la cultura giapponese: perché dietro ogni industria e ogni manufatto c'è sempre prima la cultura locale. Tra le varie cose, ho rilevato che per i giapponesi la sostenibilità non è solo obbedire a una norma, ma significa farsi carico di una responsabilità sociale. Pertanto, vuol dire sensibilizzare ogni singolo operatore all'interno dell'azienda perché l'adesione all'impegno green sia personale, autentica e sempre nel rispetto delle esigenze di vita dei singoli. Hitachi Metals ha un reparto che si occupa ogni giorno di valutare e sostenere i lavoratori per far sì che tutto possa concorrere alla creazione di un sistema equilibrato. Si tratta di una cultura, una filosofia e una visione, non solo per raggiungere dei numeri. Ho anche constatato perché in pochi anni il Giappone ha conqui-



ATTUALITÀ

stato l'eccellenza in vari settori: il motivo è solo la loro cultura. In Giappone la globalizzazione non esiste, il prodotto deve essere fatto in Giappone, deve tutta la filiera produttiva deve essere nazionale, vero Made in Japan. Questo fa capire quanto l'Europa sia debole dal punto di vista economico e quante problematiche abbia ancora il Made in Italy, per quel poco che ancora esiste.

Avete di recente presentato DAC I™, l'unico acciaio speciale green per stampi di pressocolata. Quali sono le sue caratteristiche e in cosa si distingue dagli altri metalli per lavorazioni a caldo?

Hitachi inserisce un prodotto sul mercato solo se è migliorativo rispetto a quelli già presenti e non solo per strategie di mercato. La "I" sta dunque per "Innovation" a indicare che questo prodotto è un materiale nuovo ed esclusivo per il settore della pressocolata che serve in particolare l'automotive, l'arredo, l'elettronica e il design, settori che necessitano di performance più elevate ovvero di poter ritardare il più possibile le avarie dello stampo e ridurre i cosiddetti costi sommersi collegati. Non solo. DAC I™ è stato realizzato con una nuova pressa da 10 mila tonnellate installata a Yasugi e caratterizzata da un recupero di calore capace di ridurre notevolmente l'emissione di CO2. Secondo il programma ambientale di Hitachi Metals di ridurre le emissioni di CO2 entro il 2035 fino ad azzerarle entro il 2050.

Cosa ha spinto Hitachi Metals a scegliere la vostra azienda come sorta di filiale italiana e come procede questa partnership?

Ci ha unito l'affinità di valori e cultura aziendale. Quando ho deciso di portare sul mercato italiano un prodotto giapponese, ho voluto prima conoscere la mentalità giapponese e Hitachi Metals lo ha



molto apprezzato. Inoltre, Hitachi Metals, essendo come detto, un'azienda che dà valore alle persone, quando si costruisce un rapporto con l'azienda non è solo scritto sulla carta. La partnership dunque procede bene. C'è un buon confronto sugli obiettivi a medio e a lungo termine. Ci si trova bene con Hitachi Metals perché rispetta il lavoro dei propri dipendenti come quello dei propri partner.

Avete progetti o prodotti in cantiere per il prossimo futuro?

Gli obiettivi sono di aumentare l'offerta dei prodotti Hitachi Metals, ma non basta. Seguiamo con attenzione lo sviluppo dei modelli di business del settore della pressocolata, un comparto che è frastagliato e in evoluzione, regolato dalle esigenze degli utenti finali che si rivolgono a un mercato dagli scenari spesso imprevedibili. Investiamo in servizi di marketing dedicati alla conoscenza capillare dei problemi dei nostri clienti che dobbiamo aiutarli a risolvere. Ci richiede di saper strutturare strategie commerciali differenti per ogni caso, a fronte di

prodotti sempre della stessa altissima e unica qualità. Ciò comporta di investire anche in formazione commerciale.

A livello informatico stiamo studiando un sistema per eliminare la carta e agevolare quindi le pratiche amministrative specie quelle che seguono la logistica.

Infine, ma non per importanza, portiamo avanti un'attività di comunicazione per stimolare la maturazione della mentalità negli stakeholder del nostro business.

Troviamo ancora soggetti pressoché indifferenti ai cambiamenti epocali che stiamo vivendo e che hanno forti ripercussioni nelle attività della meccanica speciale, ma non ne vogliono prendere atto e continuano a operare con criteri di un secolo fa, mentre il mondo corre nel futuro. E' urgente decidere se essere costruttori di futuro o succubi rassegnati a ripetere scelte che non funzionano più. E CS Metal Europe, con Hitachi Metals, è impegnata ad essere sempre pronta a supportare con know how, prodotti e servizi chi vuole svolgere il proprio lavoro da protagonista di oggi e di domani.