

Giovani ma esperti

SOVVERTENDO IL PARADIGMA SECONDO IL QUALE ESSERE GIOVANE SIGNIFICA DOVERSI FARE LE OSSA E MACINARE ESPERIENZA SUL CAMPO, LA "GIOVANE" CS METAL EUROPE DIMOSTRA DI AVERE TUTTE LE CREDENZIALI PER GIOCARE LA PARTITA CON I GRANDI PLAYER MONDIALI DEL MERCATO. CORRADO PATRIARCHI, GENERAL MANAGER, CI SPIEGA I SEGRETI DI UNA REALTÀ NUOVA MA DALLA LUNGA ESPERIENZA NEL SETTORE.

di Davide Davò e Petra Van Der Graaf

Se dovessimo trovare un detto per descrivere CS Metal Europe, questo sarebbe senza dubbio "Chi ben comincia è a metà dell'opera". Contrariamente alle logiche a cui siamo abituati, che vedono le aziende giovani affrontare un percorso in salita nei primi anni di attività, la realtà di Bedizzole (BS) ci dimostra che solide basi di partenza danno risultati già nel breve periodo.

Lavorare bene premia

«Siamo un'azienda giovane, nata nel 2018 per volontà di un imprenditore locale che ha voluto investire in questo settore per promuovere un ambito specifico del comparto siderurgico, quello dei servizi legati agli acciai da utensili, definito quinto anello». Così esordisce Corrado Patriarchi, General Manager di CS Metal Europe sin dagli albori, il quale ha fortemente creduto in Hitachi Metals e nella possibilità di trovare il giusto spazio per questo importante player mondiale anche nel Vecchio Continente. «In Europa abbiamo ancora una copertura limitata se paragonata alla fortissima

presenza di Hitachi Metals sul mercato di casa (giapponese) e a quella mondiale, che è pari al 16% delle quote globali, ma dopo soli quattro anni dalla nascita, la recente crisi pandemica che abbiamo affrontato e quella politico-economica in cui ancora versiamo e, non ultima, la concorrenza di tutto rispetto dei principali Gruppi europei, i nostri prodotti innovativi hanno già determinato un cambiamento del comparto. Dal 2018 a oggi, avendo sposato la filosofia nipponica di Hitachi i cui must principali sono dare un vero valore aggiunto al prodotto che sia tangibile per il cliente e scegliere di soddisfare al meglio solo alcuni settori e non tutti, abbiamo fatto conoscere le nostre soluzioni al mercato che oggi le considerano di elevatissima qualità». Le capacità tecniche e commerciali di questa realtà bresciana le hanno permesso di imporsi in un settore in cui è molto frequente la competizione sul prezzo, riuscendo invece a riportare il dialogo sul piano della consapevolezza, vecchia e nuova allo stesso tempo, che acquistare un metallo dalle caratteristiche più ele-

vate significa avere un prodotto capace di migliorare l'intera filiera produttiva che ne è a valle. «Il concetto di qualità in senso esteso deve tornare a prescindere dal costo di acquisto perché è impossibile che il gap di costo garantisca la stessa qualità di prodotto - continua Patriarchi - In questa ottica, noi condividiamo a pieno il pensiero nipponico che parla di valore, non di costo. Il vero valore di-



Corrado Patriarchi, General Manager di CS Metal Europe

TECNOLOGIE MECCANICHE

Acciai



A sinistra: CS Metal offre materiali di qualità e un servizio eccellente

A destra: la sede di CS Metal

pende dalla filosofia del brand che, a sua volta, dipende dalla qualità delle persone che lavorano in azienda. In Hitachi ci sono una cultura e una consapevolezza molto forti su questi temi che si fondono con un profondo senso di identità verso il proprio Paese. Solo un percorso convinto e granitico come questo consente di avere un ottimo prodotto, di riuscire ad affermarlo e anche di affrontare le molteplici variabilità dei mercati». Ed ecco che, con questo approccio chiaro e sostanziale, il core business aziendale della distribuzione di acciai per lavorazioni a caldo, in primis la pressocolata e a seguire la forgiatura e l'estrusione, ha portato in alto **CS Metal Europe**. E la clientela glielo riconosce.

La competenza c'è e si vede

Oggi più che mai, quindi, vale il vecchio detto secondo il quale per produrre

qualità bisogna avere la competenza? «Esatto - risponde Patriarchi - Noi stiamo cercando di fare bene quello che andrebbe fatto bene, sempre e comunque. La nostra clientela, certamente attenta alle dinamiche di costo ma molto più focalizzata sulle dinamiche di ottimizzazione dell'intera filiera di cui dicevamo poc'anzi, condivide il nostro approccio. Poiché sappiamo bene che i costi di gestione di una filiera non controllata e non certificata producono il cosiddetto effetto iceberg, Hitachi Metals ha sviluppato materiali innovativi in grado di ridurre drasticamente questo effetto. DAC MAGIC, uno dei nostri due materiali di punta, ne è un esempio». È un materiale alto legato, con un alto contenuto di molibdeno, capace di garantire alta resistenza alle sollecitazioni termomeccaniche, ideale sia per la pressocolata HPDC e LPDC sia per le

operazioni con i cosiddetti gigatools. Chi opta per questo materiale sa che i suoi costi di filiera saranno ridotti perché non avrà costi aggiuntivi di lavorazione. «Un esempio fra gli utilizzatori è lo stampista - continua Patriarchi - che ha sia la necessità di avere un materiale che si possa temprare in modo sicuro, sia di ridurre il rischio di inneschi a rottura e altre avarie derivanti dal trattamento e dalle forti pressioni di raffreddamento in gioco. Con il nostro prodotto tutto ciò è possibile perché garantisce sia un allungamento della vita dello stampo, in quanto si riducono le manutenzioni in pressa durante l'esercizio, sia una migliore superficie del getto stampato che non necessita di ripresa in finitura». Una competenza significativa quella di CS Metal Europe, che vede nel proprio DNA la cultura dello studio dei processi e delle

A sinistra: DAC MAGIC è uno dei prodotti di punta di Hitachi Metals

A destra: DAC I è un acciaio green di nuova generazione



TECNOLOGIE MECCANICHE



CS Metal è in grado di offrire al cliente la qualità di acciaio più adatta alle sue necessità produttive.

caratteristiche che fanno un metallo e del valore aggiunto che entrambi danno al prodotto in sé e ai prodotti che ne derivano. E, se avevamo bisogno di un ulteriore chiaro esempio di questa competenza e visione, questo ci viene dal portale a cui **CS Metal Europe** ha recentemente dato vita, un portale aziendale che nasce per essere un importante strumento nel quale il cliente può trovare preziose informazioni di caratteristiche, produzione, processo e utilizzo sui vari tipi di metallo prodotti. Un portale che dà il senso di quanto **CS Metal Europe** sia customer committed perché deriva non solo dalla competenza aziendale ma anche dalla condivisione fra l'azienda e i clienti stessi, una condivisione sia in fase preventiva di discussione sia in fase di analisi, processo e utilizzo. «La nostra è di fatto una ingegnerizzazione in partnership con i nostri clienti - prosegue Corrado Patriarchi - per capire come affrontare al meglio il processo produttivo, quali accorgimenti adottare in fase di trattamento, rivestimento o nitrurazione e quali criticità, se affrontate, possono diventare opportunità di miglioramento. Noi non vendiamo soltanto metallo, forniamo un servizio tecnico di importanza strategica e vogliamo evitare la deriva della conoscenza, indispensabile per produrre qualità. È qui che risiede il valore aggiunto di **CS Metal Europe**».

Innovazione in prima linea

E che CS non venda solo metallo è dimostrato dai due prodotti di punta, DAC MAGIC e DAC I. Entrambi membri della selezionata famiglia della linea DY*HOT nella quale si distinguono come top grades con il più alto valore aggiunto in termini di prestazioni e riduzione dei costi, questi due materiali sono rispettivamente omologati NADCA Grado C, la più avanzata dal punto di vista siderurgico, e NADCA Grado E, quale acciaio universale di categoria superiore. Detentori della certificazione EN 10204 3.1. originale del produttore e del certificato di origine Made in Japan, quest'ultimo per assicurare la provenienza certa e sicura del prodotto, DAC MAGIC e DAC I sono un investimento sicuro per tutti quei clienti che cercano le migliori performance. DAC I, in particolare, è il più recente fiore all'occhiello di CS Metal Europe. «DAC I è un prodotto davvero innovativo - sottolinea Patriarchi - Non è soltanto migliorativo rispetto al 2343 ma è l'ideale per la realizzazione di stampi di qualsiasi dimensione perché presenta tre peculiarità». La prima è il controllo delle derive termiche durante la fase di formazione a caldo, caratteristica che conferisce omogeneità meccanica a tutto il pezzo indipendentemente dalla sezione da testare e che ha consentito non solo a questo prodotto ma a tutti i prodotti Hitachi Metals di fregiarsi del marchio ISOTROPY

(deformazione a caldo e relativi trattamenti termici che permettono di avere struttura e caratteristiche meccaniche brevettate, ndr), ulteriore garanzia della qualità superiore del prodotto. La seconda è la ripetibilità qualitativa del materiale che CS riesce ad assicurare attraverso un processo attentamente controllato sotto molteplici punti di vista, con maggiore attenzione per i parametri definiti come strategici. La terza è rappresentata dai sistemi di recupero del calore durante la produzione di questo materiale. Il calore viene reimmesso in azienda con conseguente riduzione delle emissioni di CO₂, che rendono DAC I un acciaio green di nuova generazione che rispetta le logiche della carbon print e i criteri di ecosostenibilità, elementi che gli hanno consentito di essere approvato come Super Eco-Product secondo i requisiti degli standard DfE ("Design for Environment"). «Produrre acciaio è un po' come cucinare - conclude Corrado Patriarchi - La differenza la fanno sia le materie prime usate sia il cuoco, che in questo caso è l'acciaieria. E Hitachi è un'acciaieria che non produce materiali standard poiché l'approccio è di produrre qualità che ancora non sono presenti sul mercato o di migliorare quelle già esistenti. Ecco perché, nel momento in cui propongo un nostro acciaio, sono consapevole di andare sul mercato con un prodotto di altissimo livello».

TECNOLOGIE MECCANICHE

