

L' AQUILA SULLE ALI DEL 50°

Dalle vendite oltre frontiera Mondolfo Ferro ricava poco meno del 70% del proprio fatturato: una vocazione all'export scritta nel dna dell'azienda, che già nella seconda metà degli anni 60 inviava regolarmente in Australia i propri container.

Il buon andamento del business nel primo semestre dell'anno, favorito dalla salva di novità proposte all'Autopromotec, fa da contrappunto al compimento del mezzo secolo di vita dell'azienda pesarese, impegnata a estendere la presenza sui mercati esteri e a occupare nuovi spazi in ambito domestico

MINO DE RIGO

CINQUANT'ANNI FA spiccava il volo da Mondolfo, nel pesarese, per approdare ben presto sui lidi dei mercati più remoti con il proprio carico di tecnologia inedita e creativa

concretata nei primi modelli di autoattrezzature. E anche oggi l'aquila s'è guita a volare alto e lontano, grazie alla forza di una compagine industriale, il gruppo Nexion, di cui è parte integrante da quasi due decenni, e soprattutto in virtù di una specializzazione che si alimenta di prodotti e soluzioni sempre nuovi. Così, a dispetto della congiuntura, Mondolfo Ferro accelera. Lo fa dispiegando le ali come il rapace nell'imprinting del marchio aziendale, sulla spinta di un primo semestre

Oggi lo stabilimento di Mondolfo Ferro occupa una superficie di 12mila metri quadri.



d'anno sotto i migliori auspici. "Sei mesi – conferma Pietro Lauritano, direttore vendite Italia – col vento a favore, per una crescita del business in doppia cifra rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; che però, va detto, è stato tra i peggiori degli ultimi 10 anni della nostra storia". Un risultato cui ha contribuito l'exploit vissuto nei cinque giorni della rassegna Autopromotec. "A Bologna non solo abbiamo raddoppiato il numero dei visitatori registrati, ma c'è stato anche un forte incremento degli ordini sottoscritti dai clienti italiani. Di fatto, nel mese antecedente alla fiera, il mercato domestico è sembrato congelarsi, per una vigilia particolarmente densa di attese. E poi, ecco tutti all'appuntamento da sfruttare appieno, come avviene ormai da qualche edizione, per sviluppare in loco le trattative commerciali".

Una salva di novità di prodotto

Le novità, del resto, non sono mancate, dimostrando che l'azienda non ha esitato a metter mano al portafoglio, evitando di ridurre il ritmo di sviluppo: dalla coppia di inedite equilibratrici siglate MT3800 e MT4000, quest'ultima un modello touchless che riporta il marchio pesarese nel segmento top dal

quale mancava da qualche anno, all'ultima evoluzione dello smontagomme automatico senza leva Aquila Audax che implementa una gamma ora invidiabile e a un rinnovato banco prova freni a piattaforme, prodotto assai atteso, passando per una serie di nuovi ponti sollevatori. Novità che portano a 22 i modelli della gamma sottoscocca, con altezza tra i 950 mm e i 2 metri e portata dai 30 ai 40 quintali. Proprio i sollevatori rappresentano una delle linee assieme agli smontagomme di attrezzature più dinamica nell'ambito del venduto in Italia, mentre all'estero sono soprattutto le equilibratrici a fare da battistrada.

Dice Marco Sbrozzi, responsabile export di Mondolfo Ferro: "I nuovi modelli sono stati molto apprezzati anche dalla nostra rete di distribuzione, formata da importatori che, in ciascuno degli 80 paesi raggiunti, si incaricano di fare magazzino e di provvedere all'intero ventaglio dei servizi post vendita; e anche sui ponti si è concentrato un notevole interesse. Se nel 2012 il bilancio è stato positivo, in lieve misura oltre gli obiettivi prefissati, il primo semestre di quest'anno sta segnando un andamento ben superiore alle aspettative. E contiamo che i prossimi sei mesi possano confermarlo".

Sui mercati esteri per vocazione

Dalle vendite oltre frontiera Mondolfo Ferro ricava poco meno del 70% del proprio fatturato: una vocazione all'export scritta nel dna dell'azienda, che già nella seconda metà degli anni '60 inviava regolarmente in Australia i propri container. "È un paese dove abbiamo posto solide radici e che rappresenta tuttora uno degli sbocchi primari. Così come il Giappone, nel quale vantiamo una presenza storica, e pure in Centroamerica e in buona parte dell'America Latina". Sul continente nordamericano, poi, l'azienda pesarese può fare leva anche sulla sede di Hamilton, in Ohio, dove Nexion ha realizzato una base logistica. Pure in Cina, tra i mercati più ricettivi per l'attività di Mondolfo Ferro, il gruppo possiede uno stabilimento, "che rappresenta – spiega Sbrozzi – non solo una struttura dedicata alla produzione e alla commercializzazione di autoattrezzature destinate al mercato locale, cui s'aggiungono i modelli fabbricati in Italia, ma anche una testa di ponte per i paesi vicini. Di recente abbiamo approcciato il Vietnam, che in prospettiva rappresenta una realtà di sicuro appeal. E fresco è anche il nostro interesse per il Nordafrica, dopo che abbiamo già creato presidi commer- ➔



L' AQUILA SULLE ALI DEL 50°

ciali in India e in Medio Oriente". Se Australia ed Europa, con la Germania e i paesi scandinavi in testa, rappresentano i capofila del business all'estero, non c'è dubbio che soprattutto l'Asia offra le maggiori garanzie di crescita, "ma - sottolinea Lauritano - il mercato domestico resta comunque una colonna portante delle vendite del business aziendale. Lo affrontiamo tramite l'organizzazione, da me coordinata con l'ausilio di due capi area, composta da altrettante reti di venditori". In tutto, 85 tra agenti e dealer con i loro collaboratori.

Officine e carrozzerie come nuovi target

Mondolfo Ferro, che oggi conta un centinaio di dipendenti, vanta un robusto presidio in Sicilia, regione in cima alla graduatorie del venduto in ambito nazionale, mentre, al contrario, è il Trentino

Alto Adige l'area più avara di soddisfazioni commerciali. "È una lacuna - osserva il direttore vendite Italia - che desideriamo colmare, senza dubbio uno degli obiettivi prefissati. Poiché le previsioni per il prossimo triennio annunciano un mercato domestico sostanzialmente piatto, possiamo aumentare il nostro giro d'affari cercando di sottrarre quote ai concorrenti e puntando la nostra attenzione sui settori ancora poco presidiati". Tradizionalmente forte nel comparto dei gommisti, il marchio dell'aquila non lo è altrettanto nell'ambito delle officine meccaniche: "Guardiamo in questa direzione, verso la quale ci spingono anche i prodotti, sollevatori in primis, che l'azienda sta rendendo disponibili. E poi, abbiamo iniziato a esplorare il settore delle carrozzerie, che in passato ritenevamo di scarso interesse. È stata invece una lieta sorpresa, con esperien-



ze apripista in Piemonte e che presto ripeteremo in altre zone, a dimostrare come soprattutto i carrozzeri in convenzione con le imprese dell'autonoleggio, nello scegliere le autoattrezzature che servono non esitano a rivolgersi al top di gamma".
Sull'abbrivio di una prima metà dell'anno in positivo, l'azienda pesarese si accinge a completare i festeggiamenti del cinquantenario, che culmineranno in un evento a "porte aperte" il 28 e il 29 settembre nello stabilimento di Mondolfo. Dove non sono da escludere novità al debutto per l'occasione. ■

Parte dei festeggiamenti per il 50° anniversario ha avuto luogo nel corso della recente rassegna Autopromotec 2013, dove il marchio dell'aquila ha raddoppiato il numero dei visitatori registrati rispetto all'edizione passata e fortemente aumentato gli ordinativi.

DA REALTÀ ARTIGIANA A MARCHIO INTERNAZIONALE

Sorta nel 1963 come attività artigianale che spaziava in diversi settori, Mondolfo Ferro ha di che festeggiare. Più che un cinquantenario di prammatica, un cammino di sviluppo lungo mezzo secolo durante il quale l'azienda pesarese ha centrato obiettivi via via più ambiziosi. Mete su cui il proprietario delle origini, l'imprenditore Maurizio Lucchetti, avrebbe forse difficilmente scommesso, le stesse che invece a Liviano Petrolati, cui toccarono le redini dell'azienda alla scomparsa del fondatore, nel 1976, dovevano apparire come un possibile traguardo. Fino ad allora, infatti, Mondolfo Ferro era un'azienda sostanzialmente monoprodotto, forte di uno smontagomme elettromeccanico brevettato alla fine degli anni '60 e poi aggiornato all'evolvere delle richieste di mercato. Grazie a lui, il cambio di marcia con l'ampliamento progressivo della gamma: il debutto di uno dei primi smontagomme per autocarri e poi l'avvio di una produzione di sollevatori a forbice per l'assetto ruote e di equilibratrici; nell'arco di tre lustri l'offerta poteva completarsi con il lancio di un allineatore, rendendo il marchio dell'aquila uno dei pochi a vantare un portafoglio a tutto tondo, da spendere sul mercato nazionale e internazionale. Nel 1996, quando i dipendenti erano già un centinaio, l'azienda esportava in 70 paesi e il listino annoverava anche banchi provafreni, analizzatori di gas, provagiochi e provafari, l'ingresso nel gruppo Nexion. Di qui lo sviluppo ulteriore dell'internazionalizzazione, nonché della presenza domestica, ora più articolate e capillari che mai.

Pietro Lauritano è il direttore vendite Italia dell'azienda pesarese, che vanta un'organizzazione composta da 85 tra agenti e dealer sul territorio. All'estero, invece, poggia su una rete di importatori attivi in 80 paesi, facente capo all'export manager Marco Sbrozzi.



Marco Sbrozzi, responsabile export di Mondolfo Ferro.