

di Daniele Pascucci

Con l'innovazione come bussola

A colloquio con Alessandro Bandelli, assistente alla direzione generale di Mondial. L'azienda milanese ha formalizzato nei mesi scorsi un importante accordo di collaborazione con THK che prevede la distribuzione sul nostro mercato dei sistemi di movimentazione lineare della multinazionale giapponese

Mondial, società milanese fondata nel 1946, ha costruito la sua crescita su principi legati all'efficienza, alla qualità e all'innovazione che le hanno consentito di diventare, dicono con orgoglio in azienda, una delle imprese più importanti e specializzate nella distribuzione di componenti e organi di trasmissione. Oggi Mondial rappresenta sul mercato italiano le più importanti case internazionali nelle sue linee principali di prodotto: cuscinetti, sistemi lineari, giunti, ruote libere e catene. Oltre alla sede milanese, Mondial dispone di due filiali, a Bologna e Firenze, un magazzino robotizzato a Lainate (MI) e una struttura produttiva a Piacenza in cui ha sede la produzione di cuscinetti di Unitec e quella di moduli lineari, finitura viti e preparazione di guide lineari a ricircolo di sfere. Del Gruppo Mondial fanno parte la già citata Unitec e la TMT, di Milano, dedicata alla progettazione e produzione di sistemi lineari.

A livello europeo, infine, Mondial è presente in aziende estere in Spagna, Francia, Inghilterra e Germania.

La particolarità che l'azienda milanese mette in luce, rispetto ad altri distributori del suo settore, è l'essersi dotata di un ufficio tecnico e di progettazione che collabora con i progettisti delle aziende clienti. Mondial è quindi non solo in grado di fornire la componentistica di marchi importanti a livello internazionale, ma anche di sviluppare soluzioni complete che prevedano l'integrazione di questi componenti in sistemi complessi.

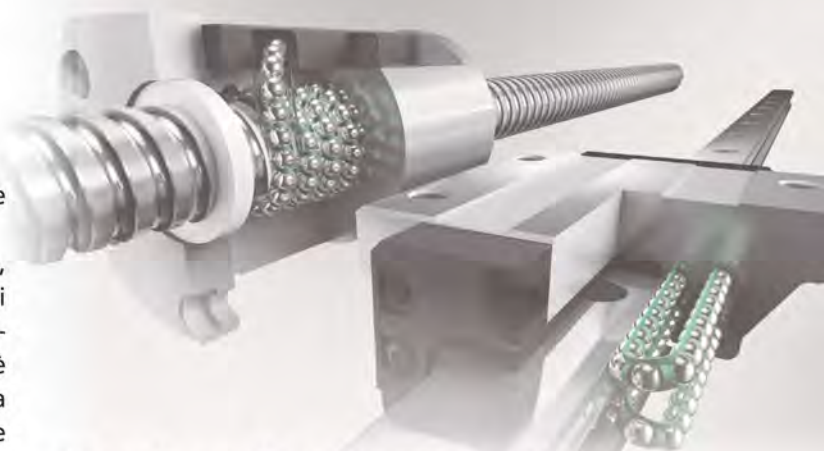
Per conoscere più a fondo questa importante realtà produttiva italiana, abbiamo rivolto alcune domande ad Alessandro Bandelli che ricopre in azienda la carica di assistente alla direzione generale.

Come è nata l'operazione che ha portato all'accordo?

"Possiamo dire che il corso degli eventi e l'evoluzione del business hanno portato il nostro accordo col precedente fornitore a un punto dove sono affiorate valutazioni diverse sulla strategia commerciale. Mondial ha quindi ricercato sul mercato una alternativa che potesse garantire all'azienda un prodotto di elevata qualità che garantisse un migliore servizio ai clienti sul medio e lungo periodo. Su questo terreno abbiamo incontrato THK, un marchio prestigioso che parla da solo. Oggi possiamo dire con grande soddisfazione di avere varato una partnership che ci fa guardare al futuro con la certezza di nuovi e positivi traguardi".

THK è un'azienda giapponese. Un aspetto interessante di questa operazione ci pare essere quello dell'incontro fra due culture, non solo a livello tecnico ma anche umano: che idea ha in proposito?

"Quando ci spostiamo a oriente incontriamo, come è naturale, culture diverse dalla nostra. Conseguente-



Un colosso fatto di tecnologia

Fondata nel 1971, THK, oltre a essere di fatto l'inventore dei sistemi di movimentazione lineare, è riconosciuta come società innovatrice nello sviluppo di questi meccanismi e si contraddistingue a livello mondiale per la elevata qualità dei suoi prodotti. Il Gruppo nipponico ha sempre dimostrato una grande e costante attenzione all'innovazione, alla ricerca e allo sviluppo, in cui ha investito e continua investire senza sosta. Il nome THK è l'acronimo di 'Toughness, High quality, Know-how', tre principi guida a cui il colosso giapponese si è sempre ispirato. La globalizzazione su larga scala ha comportato per THK la costruzione di impianti e uffici in quattro macro-aree: Giappone, Nord America, Europa e Asia sulla scia del concetto per cui il miglior luogo di produzione corrisponde all'area in cui si realizza la domanda. A fianco dell'incremento dei siti produttivi l'azienda nipponica sta estendendo la sua rete commerciale a livello globale e in aree in forte crescita come il mercato cinese. Sul fronte della ricerca e dello sviluppo THK ha creato nel 2005 un nuovo centro tecnologico a Tokyo in cui il reparto di ingegneria e sviluppo ricopre un ruolo centrale nella creazione di nuovi prodotti. Ispirandosi a concetti quali 'grande distribuzione', 'produzione miniaturizzata' e 'attenuazione delle vibrazioni meccaniche', THK intende promuovere lo sviluppo della prossima generazione di prodotti progettati per soddisfare le richieste del mercato del futuro.



A sinistra, la struttura di Piacenza e, a destra, una fase di lavorazione al suo interno.

PERSONAGGIO DEL MESE

mente, i comportamenti delle persone rispecchiano le tradizioni e le radici profonde del proprio Paese. Al tempo stesso, l'impronta di un'azienda viene data dai suoi vertici: sono gli uomini a capo di un'impresa che ne forgiare i tratti, con le loro indicazioni e il loro esempio e io credo che questo avvenga anche al di là delle culture di appartenenza. Con THK c'è stato un confronto fecondo che ha portato a un giusto equilibrio fra le rispettive esigenze. Mondial è tra i principali player sui prodotti lineari del mercato italiano e l'incontro con l'azienda nipponica rappresenta un punto d'arrivo molto soddisfacente per le due realtà".

Quali sono le caratteristiche dei prodotti THK che sono più apprezzate dai clienti italiani?

"La principale caratteristica è sicuramente il loro alto livello qualitativo: THK è il primo player a livello mondiale per i sistemi e i componenti lineari, presente in quasi tutti i settori industriali ed è il brand di riferimento per questa tipologia di prodotti. THK, oltre ad essere di fatto l'inventore dei sistemi di movimentazione lineare, è riconosciuta universalmente come società innovatrice nello sviluppo di questo mercato. Un

altro punto di forza che caratterizza questa grande azienda è la completezza della gamma dei prodotti che vede al suo interno un grande numero di soluzioni tecniche altamente innovative: oltre ai componenti più 'classici' come possono essere le guide e viti a ricircolazione di sfere/rulli, troviamo anche le tavole anti sismiche, i cuscinetti a rulli incrociati e componenti per l'automotive. Si tratta quindi di un'offerta che si sposa benissimo con la domanda di moltissime aziende presenti sul mercato italiano caratterizzata da una forte richiesta di soluzioni all'avanguardia. C'è poi una valenza strategica a livello di servizio: un brand internazionale dà anche tranquillità ai produttori di macchine perché garantisce la disponibilità del prodotto in qualsiasi parte del mondo".

In questo periodo non particolarmente facile anche in ambito industriale, il fatto di avere prodotti di alta qualità può diventare anche un limite ad esempio sul versante della politica dei prezzi?

"Di certo il prezzo è una delle variabili prese in considerazione dal cliente, ma non è ovviamente l'unica; bisogna tenere presente che in Italia abbiamo molti produttori OEM che esportano i loro macchinari. Queste realtà, per poter vendere i loro prodotti all'estero, devono fornire un valore aggiunto, in termini di performance, affidabilità ecc. Ecco allora che vendere soluzioni di qualità diventa obbligatorio. È in questo preciso momento che il fattore prezzo passa in secondo piano e diventa meno decisivo".

Visto che abbiamo citato i prezzi: su questo come su altri argomenti riguardanti i prodotti, che tipo di autonomia avete all'interno dell'accordo? Potete avere qualche vostro margine di manovra basato sulla conoscenza diretta del mercato italiano?

"La partnership che abbiamo stretto è molto forte e vede un grande impegno da parte delle nostre due aziende, questo ci dà la forza per affrontare in maniera positiva qualsiasi situazione. Mondial può dare un grande contributo dato che copre tutti i principali settori industriali ed è presente con le proprie filiali e funzionari di vendita sull'intero territorio nazionale. L'ampia rete commerciale e l'ottima conoscenza del mercato ci permette di fornire input importantissimi per l'utilizzo dei prodotti nelle diverse applicazioni industriali. La nostra valenza deriva anche dal fatto che siamo dei distributori un po' atipici poiché siamo strutturati con un ufficio tecnico e di assistenza di dimensioni importanti, e questo ci differenzia dalla classica azienda di distribuzione. I nostri dodici tecnici possono supportare i clienti nello sviluppo di nuove applicazioni



Alessandro Bandelli, assistente alla direzione generale di Mondial, rappresenta la terza generazione della famiglia che guida Mondial, insieme con il fratello Stefano, che segue le filiali di Bologna e Firenze.

Alessandro Bandelli

Alessandro Bandelli, classe 1978, laureato in Economia e Commercio presso l'Università Cattolica di Milano, dopo la laurea e una breve esperienza

negli Stati Uniti presso una multinazionale americana, entra in Mondial nel 2006. Attualmente ricopre la carica di assistente alla direzione generale, e segue in particolar modo l'organizzazione interna e la strategia aziendale. Rappresenta la terza generazione (l'azienda fu fondata dal nonno nell'ottobre del 1946) insieme con il fratello Stefano, che segue le filiali di Bologna e Firenze.



o nella creazione di prodotti ad hoc. C'è poi il nostro magazzino dedicato ai prodotti lineari, situato a Piacenza, dove siamo in grado di customizzare i prodotti lineari in base alle esigenze della clientela”.

La struttura di Piacenza è uno snodo fondamentale della vostra organizzazione...

“Negli ultimi tempi abbiamo fatto importanti investimenti sulla nostra sede di Piacenza: abbiamo acquisito dei magazzini verticali e abbiamo acquistato nuovi macchinari per la customizzazione dei prodotti lineari; tutto ciò per ampliare ed elevare ulteriormente i nostri standard di servizio al mercato”.

Alla luce dell'accordo, quali cambiamenti avete dovuto affrontare? È stato un passo che sicuramente vi avrà impegnato molto...

“Per noi è stata una svolta importante che ha comportato cambiamenti importanti su tutta la nostra struttura, pensiamo ad esempio alla elaborazione di nuovi cataloghi tecnici, alla formazione del customer service sui nuovi prodotti, alla loro codifica all'interno del nostro sistema gestionale, alla comunicazione verso la forza vendita, la gestione logistica e commerciale...”.

Si è trattato in ogni caso di un passaggio importante che avrà portato con sé anche una fase di vostra crescita...

“Assolutamente, e uno dei motivi per i quali abbiamo fatto questa scelta è stato proprio quello di cogliere la grande opportunità di crescita che ci si prospettava nell'incontro con THK. A quel punto si trattava di sfode-

rare quella 'marcia in più' di cui sentivamo di essere dotati. E così è stato, con grande soddisfazione sia nostra sia dei nostri partner giapponesi”.

Dal punto di vista di azienda che opera in Italia, come giudicate l'attuale situazione dell'industria e del mercato nel nostro Paese, con particolare riferimento al vostro settore?

“Possiamo dire che la situazione appare ancora molto lontana dai livelli pre-crisi, ma è innegabile che da qualche mese a questa parte ci siano alcuni timidi segnali di ripresa; certo i numeri sono ancora labili, e il pil fa registrare movimenti positivi ma quasi impercettibili. Dobbiamo sempre tenere presente che dal 2009 a oggi abbiamo perso circa il 20% della nostra capacità produttiva: si tratta di una situazione da cui non è facile né breve rialzarsi. Mi pare, comunque, che si senta un certo fermento, una certa voglia di uscire da questo periodo buio. Nel caso specifico di Mondial, essendo molto orientati verso prodotti e soluzioni innovative, è naturale che incontriamo sul mercato clienti molto vivaci, sempre alla ricerca di soluzioni avanzate; siamo fortunatamente obbligati, dalla logica delle cose, a compiere di continuo nuovi passi in avanti”.

Lei pensa, considerando il vostro settore, che sia possibile ritornare ai livelli di mercato che c'erano prima della crisi?

“A livello generale, di produzione industriale, credo che sia molto difficile tornare a quei numeri, al tempo stesso alcuni settori specifici hanno fatto registrare numeri migliori rispetto ai valori del 2008. Prenderei come esempio il segmento del packaging: nel quale come Italia abbiamo dei veri 'campioni', aziende che sono leader mondiali e che stanno crescendo per innovazione di prodotto e per acquisizioni”.

Alla luce di tutto quanto è stato detto, ci potrebbe prospettare come vede la sua azienda nel prossimo futuro?

“Sicuramente un'azienda dinamica, alla continua ricerca di soluzioni innovative, affiancata a partner importanti che possano supportarne la crescita, con una attenzione incessante al mercato del primo montaggio degli OEM. Sono ottimista per il nostro futuro caratterizzato dalla permanenza in un settore un po' di nicchia dove sono richieste soluzioni applicative speciali. La capacità di customizzare in maniera spinta, elemento che ci contraddistingue, è e sarà ancora il nostro valore aggiunto, e il mercato, se faremo sempre le cose bene, ci premierà ancora”.

 @dapascucci