

Dopo l'acquisizione della Ajax (Carolina) il Gruppo ha ambizioni di crescita

Guzzoni: «La Fomas vuole aumentare le quote di mercato»

Oggi il Gruppo Fomas è una splendida multinazionale tascabile presente anche in India, Cina e Usa che fattura 380 milioni di euro, occupa 1.423 dipendenti nei suoi dieci siti produttivi ed è articolata in sette società. Vuole crescere

(gc) Con l'acquisizione dell'americana Ajax il Gruppo Fomas ha completato la sua presenza produttiva sui mercati internazionali. Il colosso manifatturiero meratese, nato nel 1956, dopo essere sbarcato prima in India nel 1998 e poi in Cina nel 2008, da tempo stava cercando un'opportunità negli States, un mercato in crescita e che già rappresenta quasi un terzo del proprio fatturato consolidato che nel 2014 dovrebbe sfiorare i 380 milioni di euro per l'80% conseguiti grazie all'export.

E oggi il Gruppo Fomas occupa 1.423 persone nei suoi dieci siti produttivi ed è articolato in sette società: Fomas Merate, Cernusco e Lelio (369 dipendenti), Asfo (362 addetti con due unità produttive in Veneto), Hot Roll (126 dipendenti in Piemonte), La Foulerie (135 lavoratori in Francia), Bay Forge (194 dipendenti, in India), Fomas Dalian (135 addetti in Cina) e ora Ajax Rolled Ring & Machine a York nel South Carolina (102 persone).

Il Gruppo Fomas è una multinazionale tascabile, una bella e solida realtà specializzata nella produzione di fucinati e di laminati in acciaio e leghe non ferrose; un'industria metallurgica hi-tech che opera prevalentemente nei mercati della generazione d'energia, dell'oil&gas, dei cuscinetti e delle trasmissioni.

«Abbiamo fatto investimenti importanti negli anni scorsi e ora, con l'acquisizione di Ajax l'azienda dimostra la voglia e la possibilità di crescere», ha spiegato il dottor **Jacopo Guzzoni**, vice presidente del Gruppo Fomas.

Serve coraggio oggi per fare investimenti e acquisizioni.

«Lavoriamo in un mercato molto difficile, che ha margini ridotti, dove c'è molta concorrenza, ma tuttavia un mercato che c'è. Abbiamo fatto questi investimenti perché vogliamo aumentare le nostre quote di mercato. L'acquisizione negli States è importante perché chiude il cerchio della nostra presenza nel mondo. Erano circa sei anni che cercavamo una base negli Usa, ma solo adesso

Jacopo Guzzoni, vicepresidente del gruppo Fomas



abbiamo trovato l'occasione giusta con un target corretto, un prezzo buono e interessanti prospettive di crescita sul mercato americano».

Lo sbarco in Usa non è una delocalizzazione ma rappresenta un ulteriore passo in avanti nel progetto di internazionalizzazione.

«Produrre solo in Europa, India e Cina avrebbe reso la nostra posizione negli Usa, per certi mercati, troppo debole e non competitiva. Oggi produrre in loco significa aumentare le quote di mercato, soddisfare gli ordini in tempi più brevi, evitare inutili e costosi spostamenti di merci e rispettare l'ambiente. L'America è un mercato molto dinamico, in continuo sviluppo e siamo certi di ottenere buoni risultati, la nostra intenzione è di crescere globalmente».

Cioè?
«Il Gruppo Fomas è una realtà nata, con un prodotto di qualità e con una capacità produttiva ancora inespresa. Il mercato apprezza il fatto che oggi abbiamo integrato le varie società, che ci presentiamo con un unico marchio e un'unica strategia, con uno standard di servizio di qua-

lità. I nostri impianti sono all'avanguardia».

Dopo gli investimenti ci saranno anche nuove assunzioni?

«No, al di là dei 100 addetti dell'Ajax. In questi anni difficili ci siamo impegnati a ridurre i costi, recuperare efficienza, senza intaccare la capacità produttiva e a mantenere i livelli attuali, ma il fatto di aver difeso le nostre risorse umane ora ci permette di essere pronti a cogliere la ripresa».

Fomas, nel 2016, si appresta a festeggiare i 60 anni. State pensando a qualche novità?

«Non ancora, ma speriamo di arrivarci con un po' più di serenità. Il mercato non tornerà più ai livelli del 2007, ma confidiamo in una maggiore serenità e stabilità per tutti. Sono sette anni che conviviamo con una situazione di crisi, con clienti che non fanno previsioni sui loro mercati e non vogliono fare magazzino, ma siamo a pronti a cogliere tutte le opportunità. Come è avvenuto negli Usa».

Il cuore dell'azienda resterà sempre a Merate?
«Certo, le radici del Gruppo sono in Brianza. In Italia

abbiamo investito 200 milioni di euro dal 2007 ad oggi. Abbiamo persone giovani, competenti ed entusiaste di esportare nel mondo il nostro know how. L'Italia è famosa per la moda, il design, il mobile, ma è rappresentata anche da altri settori meno celebri, ma comunque riconosciuti per la qualità dei loro prodotti e servizi».

E la Fomas ne è un'esperto.

«Nel nostro Gruppo il controllo della qualità è elevatissimo - in Italia come negli altri stabilimenti - non solo perché ogni singolo forgiato può valere anche un milione di euro e molti mesi di lavoro, ma per le criticità d'impiego dei nostri prodotti. Produciamo in India per il mercato indiano, in Cina per quello cinese e in Usa per quello americano. La strategia di internazionalizzazione che perseguiamo ci ha reso più forti non solo all'estero, ma ha anche permesso il nostro rafforzamento nei siti produttivi italiani...».

Lei è abituato a girare il



mondo, conosce paesi diversi, storie e culture differenti. Ci dia un consiglio da imprenditore: cosa deve fare il nostro Paese per uscire da questa situazione di crisi, aggravata da un pessimismo dilagante?

«E' una situazione che si avverte un po' in tutta Europa, anche se l'Italia è il fanalino di coda. I problemi sono sempre quelli: costo dell'energia folle, mercato del lavoro ingessato, burocrazia assfissante e incertezza delle regole che non favoriscono gli investimenti domestici e stranieri, difficoltà ad accedere al credito... Bisogna fare le riforme, ma in fretta perché non c'è più tempo. Sono cose che ripetiamo da tanti, troppi anni. Tutti corrono, dobbiamo correre anche noi. Poi bisogna ristabilire un clima di fiducia con le imprese e i cittadini».

Le grandi e medie aziende conquistano i mercati esteri, ma per le piccole e micro imprese è più difficile. Come se ne esce?

«Non c'è una ricetta. Oggi il mondo e i mercati sono globali. Le piccole dimensioni non sono più sostenibili; le aziende che operano solo nel mercato locale sono destinate a sparire. Possono reggere solo quelle che operano in mercati di nicchia, in settori molto particolari, ma sono eccezioni alla regola. Se un imprenditore è convinto di avere una buona azienda e un buon prodotto deve rischiare sui mercati esteri».

Girando per lo stabilimento di Merate si nota un murales. Che significato ha?

«Vuole raccontare la storia della nostra azienda. Attualmente è stata completata la prima parte, il primo ventennio, il prossimo anno faremo il secondo ed entro il 2016 completeremo l'intervento proprio in concomitanza con i festeggiamenti per il sessantesimo anno. Spiegherà il percorso di crescita, dimensionale e tecnologico,

della Fomas e del Gruppo; è un modo originale per far capire chi siamo anche ai visitatori. Devo dire che anche i lavoratori è piaciuta l'idea».

Chi lo sta realizzando?

«I writer dell'agenzia Dot Agency di Martinengo, in provincia di Bergamo. Hanno svolto un lavoro meticoloso utilizzando una tecnica mista. I diversi elementi si fondono tra loro attraverso l'utilizzo di uno sfondo comune, capace di renderli uniformi e dare continuità a tutta l'opera. Le illustrazioni sono a loro volta supportate da degli elementi tipografici che hanno da un lato l'obiettivo di spiegare le immagini presenti, dall'altro quello di implementare la timeline con ulteriori dati, data l'impossibilità di rappresentare in modo figurativo tutta la storia della nostra azienda».

Giancarlo Ferrario

