

Clicca qui
per registrarti

Notizie

Notizie

Interviste

SteelOrbis

Prezzi

Mercati

Prova gratuita

[Notizie](#) [Interviste](#) Antonio ...

Antonio Marcegaglia: "Diversificazione e flessibilità i capisaldi del futuro"

VENERDÌ, 25 MARZO 2011 13:12:10 (GMT+2)

[Mi piace](#)



Tags: | [articoli simili](#) »

Antonio Marcegaglia, 47 anni, si è laureato a pieni voti in economia aziendale nel 1987 all'Università Luigi Bocconi di Milano, conseguendo poi un master di specializzazione negli Stati Uniti. Nel volgere di poco tempo è entrato a tempo pieno nell'azienda di famiglia, il Gruppo Marcegaglia, il cui quartier generale è a Gazoldo degli Ippoliti (Mantova), divenendone nel 1991 amministratore delegato, ruolo che ricopre tuttora.

Dott. Marcegaglia, ci può delineare il core-business dell'azienda? Quali sono i mercati di riferimento dell'azienda?

Il Gruppo Marcegaglia è costituito da 50 società e 52 stabilimenti distribuiti in Italia e nel resto del mondo. Le nostre attività sono molto articolate, anche se principalmente incentrate sulla trasformazione dell'acciaio. In pratica, come amo dire, lavoriamo sulla geometria del metallo, processando coils laminati a caldo, decapati, zincati e laminati a freddo, lamiere da treno, barre trafile, tubi saldati ecc. Un settore molto importante è anche quello dell'inox. In sintesi, il nostro raggio di azione è molto ampio e articolato, e ciò fa del Gruppo Marcegaglia una realtà unica nel panorama siderurgico globale, con circa 15.000 clienti attivi e 7.500 dipendenti. Importanti le cifre relative ai risultati operativi e finanziari: nel 2010 i volumi del gruppo si sono attestati a 5,8 milioni di tonnellate (nel 2013 puntiamo a raggiungere 7,2 milioni di tonnellate), per un fatturato complessivo di circa 5 miliardi di euro. Per quanto concerne le fonti di approvvigionamento dell'acciaio, ci rivolgiamo a vari produttori siderurgici, a cominciare da quelli italiani, passando per le più importanti realtà a livello internazionale, compresa la Cina.

Qual è la caratteristica fondamentale della strategia commerciale di Marcegaglia?

La nostra visione è connotata da due parole chiave: diversificazione e flessibilità. I mercati siderurgici cambiano, si evolvono, e questo l'abbiamo rilevato in maniera forte negli ultimi 2-3 anni. In un simile contesto, è di cruciale importanza riuscire a configurare una rete di attività di approvvigionamento-produzione-distribuzione il più possibile diversificata e articolata, in modo da reagire con tempestività ai mutamenti del mercato. Il nostro orientamento è e resterà questo.

Avete in programma piani di investimento e/o la ricerca di nuovi sbocchi di mercato?

Dal punto di vista degli investimenti abbiamo fatto molto negli ultimi anni, anche e soprattutto nel periodo di maggiore crisi globale. Nel biennio 2007-08 abbiamo lanciato investimenti per circa 1 miliardo di euro, con operazioni destinate al potenziamento delle strutture italiane e all'implementazione di importanti progetti in varie parti del mondo, tra cui Brasile, Russia, Cina, Stati Uniti e Gran Bretagna. Investire in un contesto economico sfavorevole ha rappresentato un'importante sfida, e ora cominciamo a raccogliere i frutti dei nostri sforzi. Nel 2013, con tali attività a regime, circa il 20% del nostro business si troverà all'estero. Al momento gli sbocchi dei nostri prodotti sono rappresentati per il 50% dal mercato italiano, per il 40% dagli altri paesi dell'Unione Europea e per il 10% dai mercati extra-europei. I settori a cui sono destinati i nostri prodotti sono principalmente rappresentati dall'edilizia, dall'automotive, dall'industria degli elettrodomestici e dei mobili metallici.

Come valuta i risultati operativi e finanziari conseguiti dall'azienda nel 2010 in funzione della crisi? Si può dire che il peggio è passato?

Lo scorso anno i volumi di vendita del gruppo hanno registrato un +20% sul 2009, anche se rispetto al 2008 siamo ancora sotto del 4%. Migliore il dato sul fatturato, a 5 miliardi di euro, con un +50% sul 2009 e più o meno agli stessi livelli del 2008. Il MOL si è attestato a 220 milioni di euro. Si può dire insomma che il nostro gruppo ha mostrato una reattività alla crisi sopra la media, recuperando velocemente le posizioni perse nel 2009 a causa della recessione globale.

Negli ultimi tempi il mercato delle materie prime (coke e minerale ferroso) è stato scosso da importanti cambiamenti. Quali gli effetti sul mercato?

Il mercato internazionale delle materie prime è senz'altro sotto tensione, e non da oggi. A tale riguardo credo che stia giocando un ruolo importante la condizione di equilibrio tra domanda e offerta, dove ogni minima variazione in un senso o nell'altro produce effetti marcati. Ne consegue una elevata volatilità dei prezzi, una realtà a cui dobbiamo abituarci e con la quale saremo costretti a convivere nei prossimi anni. In tale contesto, accrescere il livello di informazione sulle oscillazioni dei mercati consentirà senz'altro alle aziende di "leggere" la situazione e rispondere al meglio alle necessità del momento.

Negli ultimi anni si è assistito a un revival del protezionismo commerciale nel mondo. Come giudica tale fenomeno? E quali sono, o dovrebbero essere, le strategie dell'UE in tal senso?

Il progressivo riaffermarsi di atteggiamenti commerciali protezionistici è certamente un fattore poco positivo. Vi sono paesi con un grado di protezione maggiore rispetto ad altri, e penso ad esempio a Brasile, Russia e India. A livello di Unione Europea sarebbe necessaria una politica meno ideologica, più pragmatica, portando avanti orientamenti volti a un riequilibrio degli interventi di tutela dell'ambiente, che in questo momento pongono in condizioni di minore competitività le industrie del vecchio continente. In altre parole, è necessaria una politica UE più forte e convinta.

Cosa ne pensa delle problematiche legate alla sovraccapacità produttiva nelle economie mature?

Il problema certamente esiste. Tuttavia, secondo la mia opinione, esso è sentito soprattutto a livello regionale. Inoltre ritengo che negli ultimi tempi si siano fatti importanti passi avanti circa la capacità di gestire con flessibilità i ritmi produttivi. In effetti, in questa nuova fase l'equazione "eccesso di capacità = prezzi in ribasso" non è più sempre vera, perché le aziende riescono a reagire con maggiore prontezza ai cambiamenti del mercato. La questione determinante non è tanto rappresentata dalla sovraccapacità, quanto piuttosto dall'utilizzo della stessa.



[◀ articolo precedente](#)

Publicità Banner & Rivista

Advertisement



Advertisement



Advertisement



Publicità Banner & Rivista