

Cromology, la Francia ha puntato 25 milioni sulle vernici italiane

LA FILIALE DEL GRUPPO TRANSALPINO È IL NUMERO UNO SUL NOSTRO MERCATO CON UNA QUOTA DEL 7% CON I MARCHI MAX MEYER E DUCO, IL CENTRO RICERCHE DI LUCCA PRODUCE INNOVAZIONE PER L'INTERA MULTINAZIONALE

Maurizio Bogli

Firenze

La multinazionale francese Cromology (già Materis Paint), leader nella produzione di vernici per l'edilizia con i marchi MaxMeyer, Duco e Baldini, scommette sulla sua società italiana. E investe nello stabilimento di Porcari (Lucca) fino a farne - delle tredici fabbriche sparse in varie parti del mondo - la punta di diamante in fatto di innovazioni di processo e di prodotto, l'unica che realizza coloranti (basi della vernice) per l'intero gruppo. «A Porcari si è insediato il centro mondiale per lo sviluppo e la produzione dei coloranti - spiega l'ad di Cromology Italia Massimiliano Bianchi - abbiamo un know all'avanguardia e con questo siamo riusciti a convincere la casa madre francese a investire nel nostro stabilimento e ad affidargli la lavorazione dei coloranti per tutte le aziende del gruppo».

«A Porcari - riprende l'ad - coordiniamo 3 team internazionali. Nel Global Center of Excellence Tinting è stato investito nell'ultimo anno 1 milione di euro, ma negli ultimi 5 anni nello sviluppo aziendale di Cromology Italia sono stati spesi 25 milioni, anche in automazione e nei prodotti, e così ora il 25% dei ricavi proviene da ritrovati degli ultimi tre anni». Il 27 settembre scorso, poi, presso il Centro logistico del gruppo a San Miniato di Pisa, Cromology ha annunciato 10 nuovi progetti realizzati in appena sei mesi con la consulenza di Lenovys. «Stiamo assistendo a miglioramenti sorprendenti su tutto il processo di innovazione, dalla idea generation sino al lancio sul mercato», spiega Bianchi.

L'innovazione paga in termini di risultati economici e l'azienda ha retto bene negli anni che hanno massacrato il settore di riferimento, quello delle costruzioni. Cromology Italia ha invece mantenuto lo stesso fatturato (intorno ai 120 milioni) e gli stessi occupati (500) del periodo pre crisi, conquistando quote di mercato ai danni dei concorrenti: nel 2016 raggiunge il 6,8% del mercato nazionale delle vernici, più del doppio del secondo di una miriade di 700 produttori (la quota sale al 23,64% se si considerano solo le dieci grandi aziende associate ad Assovernici).

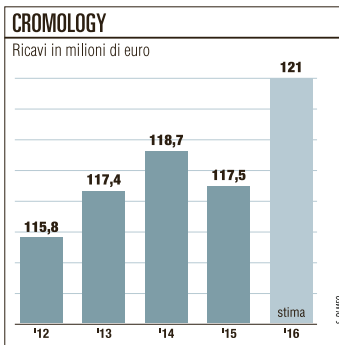
La redditività è in crescita. «Negli ultimi tre anni abbiamo triplicato l'ebitda», racconta l'ad Bianchi, una carriera tutta interna: da pochi mesi guida una squadra di manager per la prima volta interamente italiana e che è stata completata con la nomina del direttore marketing Maurizio Angeleri e del responsabile risorse umane Paolo Sbrana. «Il nostro è un mercato prevalentemente locale, e per favorirne la penetrazione la casa madre ha voluto al vertice manager italiani che lo conoscono bene», racconta Bianchi.

Alla base delle performance dell'azienda di Porcari (ex Baldini) anche la leva dell'iniziativa commerciale. «Siamo l'unico produttore italiano del settore ad avere una rete propria di nego-

zi, 13 punti vendita "Colori di Tolens Bravo", soprattutto in Triveneto», spiega l'ad.

A Porcari si realizzano prodotti per il 10-15% destinati all'export o alla commercializzazione infragruppo negli altri stabilimenti sparsi per il mondo. Oltre che in provincia di Lucca, l'azienda italiana ha un secondo stabilimento di produzione a Resana in Veneto (in totale 80.000 metri quadrati) e l'hub logistico di 45mila metri quadrati a San Miniato di Pisa. A livello mondiale il Gruppo Cromology è uno dei principali attori nel mercato delle vernici e ha la leadership nella produzione e vendita di pitture nel Sud Europa (è presente in 50 Paesi), fattura 800 milioni e ha 4.000 dipendenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nel disegno, l'ad di Cromology Italia Massimiliano Bianchi visto da Massimo Jatosti



IL CASO

Plastica Alfa l'export la spinge verso il listino Aim

L'AZIENDA CHIMICA DI CALTAGIRONE VENDE FUORI D'ITALIA L'80% DELLA SUA PRODUZIONE. LA QUOTAZIONE COME UNICA RISPOSTA POSSIBILE ALLA NECESSITÀ DI RISORSE PER CRESCERE

Salvo Fallica

Catania

Plastica Alfa si occupa di progettazione, produzione e vendita di sistemi integrati di tubi e componenti per la gestione efficiente dei consumi idrici ed energetici. Ha un fatturato di 18 milioni di euro e dà lavoro a 120 persone. E partendo da Caltagirone che, pur facendo parte dell'area metropolitana di Catania si trova nella Sicilia degli interni, è arrivata ad esportare in 80 mercati esteri l'80% del suo fatturato. E a sbarcare a Piazza Affari, aderendo al progetto Elite. Non male per un'azienda chimica familiare, fondata negli anni 80 da Mario Pace e Francesco Nobile e oggi guidata dalla figlia di Mario, Josephine Pace. Che ha un primo obiettivo chiaro: portare Alfa Plastica al listino Aim



Josephine Pace ad di Plastica Alfa

per destreggiarsi con i sofisticati strumenti finanziari - spiega Josephine - ho fatto di necessità virtù, mi sono calata nei panni del CFO (previo master intensive alla Boccioni), nonché dell'Investor Relations, figura un po' astrusa se vivi a Caltagirone. Per avvicinarci ai requisiti di una società che intende quotarsi a breve, abbiamo fatto varie cose, migliorato il nostro storytelling e apportato vari cambiamenti organizzativi e di governance, che non sono stati automatici però né immediati. E chiosa: «Senza il percorso Elite molte opportunità mi sarebbero state ignote o semplicemente mi sarebbero sembrate impercorribili, le avrei scartate considerandole non adatte al mio contesto aziendale». Ma la vulcanica Pace non si è fermata qui, ha anche dato vita ad una start-up in ambito di consulenza aziendale. «L'ho fatto per mettere a disposizione degli altri un bagaglio d'esperienza, di contatti e di relazioni che altrimenti resterebbe confinato alla mia azienda. In questo modo posso aiutare nel concreto giovani (e meno giovani) imprenditori a mettere a fuoco opportunità, a tarare la loro offerta sulle nuove sfide, a perseguire le giuste scelte di internazionalizzazione».

Percorsi, visioni e conoscenze per il futuro delle costruzioni.



Innovazione, sicurezza sismica, digitalizzazione e sostenibilità sono i temi chiave di SAIE 2016.

Vieni a SAIE, per essere protagonista attivo di un settore in completa rivoluzione e scoprire le nuove procedure relative al Codice Appalti, nuovi strumenti come il BIM, nuove tecnologie e materiali intelligenti, prodotti innovativi e macchine a basso impatto per essere protagonisti attivi del futuro delle costruzioni e dei nuovi mercati.

2016 SAIE BOLOGNA
19-22 OTTOBRE 2016

saie.bolognafiere.it | #saie #saieexperience

An event by Bologna Fiere Media partner Con il patrocinio del edilio MINISTERO DELL'AMBIENTE E DELLA TUTELA DEL TERRITORIO E DEL MARE

LA PIATTAFORMA DELLE COSTRUZIONI BOLOGNA 19-22 OTTOBRE 2016

