

## Centro

# Elettromar, più forti all'estero con la nuova commessa Usa

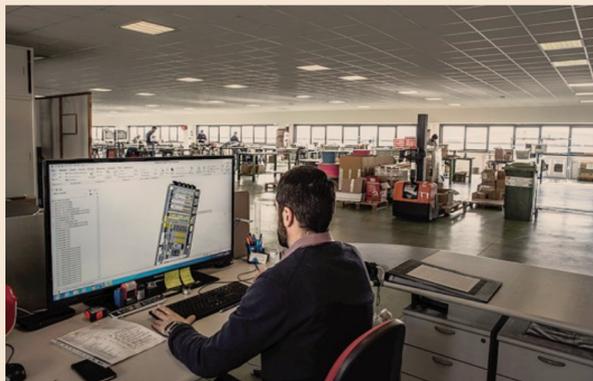
**Automazione industriale.** L'azienda di Follonica realizzerà i quadri elettrici per la metro di Baltimora. L'amministratore Fratoni: «Vogliamo continuare a crescere. Più investimenti e possibili nuovi partner»

Silvia Pieraccini

Tra pochi giorni a Buffalo, nello Stato di New York, a poca distanza dalle cascate del Niagara, partirà la produzione in serie dei quadri elettrici per 39 treni della metropolitana di Baltimora. A realizzarli nel proprio stabilimento americano sarà un'azienda tricolore di automazione industriale, la Elettromar di Follonica (Grosseto), che ha dribblato da tempo gli svantaggi legati al fatto di avere la sede - e 260 dipendenti, di cui 30 ingegneri - in una cittadina della Maremma, dunque fuori dai grandi centri produttivi e dai collegamenti logistici, e si è "abituata" a lavorare per multinazionali e grandi gruppi ferroviari, energetici, navali, cartari e siderurgici. Hitachi, Baker Hughes, Azimut-Benetti, Toscotec, Acciaierie d'Italia sono alcuni dei nomi per cui l'azienda maremmana progetta l'ingegneria meccanica e elettrica e i software che gestiscono gli impianti.

La commessa per la metro di Baltimora, da completare entro il 2024, vale più di sette milioni di euro e un biglietto per il decollo. «Per anni il nostro fatturato è rimasto vicino ai 20 milioni di euro - spiega Andrea Fratoni, amministratore e azionista di riferimento di Elettromar insieme con le famiglie Turini e Bastianelli (i tre soci hanno il 25% a testa) - arrivando a 23,5 milioni nel 2019, confermati anche nell'anno più duro del Covid, il 2020. Ma nel 2021 siamo riusciti a fare il salto dimensionale, crescendo del 30% e superando i 31 milioni di ricavi, a cui si aggiungono 1,2 milioni di euro della società americana Elettromar Inc. E ora siamo decisi a spingere sullo sviluppo e sulla presenza internazionale». Nessuna strada è preclusa: «Vogliamo crescere e per farlo bisogna essere reattivi e servono investimenti: per questo valutiamo anche l'ipotesi di far entrare un partner» sottolinea Fratoni.

Durante la pandemia Elettromar ha piazzato tasselli strategici nella



direzione della crescita: ha aperto uno stabilimento produttivo a Pistoia e un polo logistico a Camaiore (Lucca) e ha iniziato la sperimentazione di robot prodotti in proprio per la sanificazione delle metropolitane attraverso lampade a raggi Uv, che ora vorrebbe sviluppare con alcune università americane.

Nel 2021 l'export è salito a tre milioni di euro (pari al 9% del fatturato), anche se il valore appare per difetto perché molte commesse sono arrivate da filiali italiane di multinazionali o hanno riguardato produzioni made in Italy dirette a clienti stranieri, come i maxi yacht. Proprio di recente Elettromar ha acquisito una commessa da 6,5 milioni di euro da un cantiere navale di Viareggio per la progettazione, l'ingegneria hardware e software, la costruzione e l'installazione di quadri elettrici per cinque yacht di lunghezza compresa tra 50 e 60 metri, ordinati da armatori esteri.

Adesso l'obiettivo, spiega Fratoni, è aprire una società nel Regno Unito, dove l'azienda ha già diverse commesse, per stare vicino ai clienti e replicare quanto fatto in Usa, dove negli ultimi dieci anni Elettromar ha lavorato alle metropolitane di Atlanta, Los Angeles, San Francisco, Miami e Honolulu, conquistando prestigio e affidabilità. «Il principale moti-

**L'azienda maremmana.** Hitachi, Baker Hughes, Azimut-Benetti, alcuni dei clienti. Sotto l'amministratore Andrea Fratoni azionista di riferimento con le famiglie Turini e Bastianelli



**Nel 2021 siamo riusciti a crescere del 30% superando i 31 milioni di ricavi. Ora spingiamo su sviluppo e estero**

vo per cui gli americani si rivolgono a una società italiana - spiega Fratoni - è la versatilità: abbiamo competenze specialistiche che permettono quasi sempre di risolvere i problemi, grazie all'ingegno e alla creatività». Un ingegno che è stato apprezzato anche dalla console degli Stati Uniti a Firenze, Ragini Gupta, che ha visitato il quartier generale di Elettromar nei giorni scorsi.

La versatilità di Elettromar si declina pure nei settori più concentrati sull'operatività, il cui peso cambia a seconda della congiuntura: quando la siderurgia è in crisi, ad esempio, l'azienda si concentra sul ferroviario e sul cartario come sta accadendo in questo momento.

Nel 2021 il 31% del fatturato è stato assorbito dal settore ferroviario, il 25% dal settore energia, il 18% dal navale e il 14% dal cartario, mentre il siderurgico è sceso dal 27 al 10%. Per quest'anno le commesse in portafoglio fanno prevedere un altro passo avanti - il budget ha come obiettivo 35 milioni di fatturato - nonostante le tensioni sui prezzi di forniture, logistica, energia, che fino a pochi mesi fa l'azienda è riuscita a schivare. «Avevamo fatto scorta di materiali, soprattutto componentistica elettromeccanica, e dunque abbiamo potuto aumentare la produzione» sottolinea Fratoni. Quelle tensioni legate all'inflazione ora potrebbero condizionare.

La prospettiva comunque è di un ampliamento di organico: «Nei prossimi mesi assumeremo 15-20 persone» dice Fratoni. La difficoltà, come sempre, sarà trovare le figure adatte, tanto più in un territorio che non ha forte vocazione industriale. Per questo Elettromar da più di vent'anni ha avviato un'opera di informazione e educazione nelle scuole, a partire addirittura dalle elementari, per spiegare cosa fa l'azienda e quali figure servono. E ha realizzato un'Academy interna per formare il personale che serve, guidandolo nell'apprendimento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

+30%

**IRICAVI 2021**

Il fatturato di Elettromar lo scorso anno è cresciuto da 23,5 milioni nel 2020 a oltre 31 milioni di ricavi dello scorso anno



**Made in Italy.** Il Gruppo di 600 dipendenti più altre 150 persone almeno nell'indotto, leader mondiale nella decorazione del vetro, fattura oggi un centinaio di milioni di euro. Sei stabilimenti tra Italia e Austria che lavorano 4 milioni di pezzi al giorno

## Cerve: obiettivo 120 milioni di fatturato e più sostenibilità

A Parma

Alle spalle ha quasi mille anni di storia nell'arte vetraria e una famiglia, Bormioli, che ha rappresentato la più grande industria di Parma e il terzo player mondiale nel settore. A differenza della sorella famosa sia per le glorie passate sia per le traversie degli anni recenti, la Cerve (crasi delle parole Ceramica e Vetro), festeggerà il prossimo anno i 70 natali all'insegna della stabilità e dell'understatement, pur avendo diversi motivi di vanto, dalla leadership mondiale nella decorazione del vetro a pezzi iconici del design, dagli storici bicchieri di Nutella disegnati, al mitico vaso bianco decorato di blu dell'Amarena Fabbri alla boccetta di profumo Chanel Coco Mademoiselle.

«Oggi siamo un gruppo di 600 dipendenti più altre 150 persone almeno nell'indotto, fatturiamo un centinaio di milioni di euro e abbiamo sei stabilimenti tra Italia e Austria che lavorano 4 milioni di pezzi al giorno», racconta dal quartier generale di Parma il presidente di Cerve, Giovanni Bormioli. Suo padre, Pierluigi, fu il primo a lanciare la decorazione industriale su vetro in Italia, era il 1958 e in un mondo che utilizzava ancora etichette di carta, portò in Italia dagli Stati Uniti la prima macchina semiautomatica per decorare il vetro, la Solar. Cerve è passata dal tableware ai flaconi per le più blasonate case profumiere e cosmetiche; dalle bottiglie e bicchieri per le grandi distillerie a vasi e contenitori per il marketing dell'Horeca. «Fino al 2018 ci siamo tenuti alla larga dalla produzione del vetro, fedeli alla scelta della famiglia Bormioli, sul modello americano, di tenere distinte le seconde lavorazioni. Noi siamo più tipografi che vetrai, ci occupiamo di serigrafie, sabbiature, acidature, verniciature, applicazioni, che sono tutt'ora il nostro core business». Poi quattro anni fa il salto, con l'acquisizione della Technoglas di Voitsber, in Stiria, vetreria austriaca con oltre 160 anni di attività alle spalle e altrettanti dipendenti in organico, specializzata in vetro pressato, resistente e di altissima qualità, per usi tecnici nell'automotive (fari), negli strumenti di misurazione e impieghi speciali. «La decisione di salire a monte nella filiera è figlia della necessità di verticalizzare la filiera per aumentare la resilienza in un conte-

sto di mercato sempre più complesso - spiega Bormioli - così da garantire ai clienti un full service per articoli di fascia alta». Il secondo M&A, lo scorso anno, della business unit Vidi-Vetri delle Venezie, dal gruppo Vetriere Riunite di Verona, ha completato il puzzle di Cerve, perché ha permesso di dedicare le tecnologie austriache alla produzione di tutto il catalogo dello storico brand veneto del tableware premium.

«Adesso dobbiamo consolidare il nuovo assetto, con cui pensiamo di poter crescere fino a 120 milioni di euro di fatturato e poi vedremo, ci sono altre vetrerie che potrebbero essere interessanti, sempre nel concetto di integrare la nostra capacità tecnica nelle seconde lavorazioni con le vetrerie», spiega il numero uno di Cerve. Oggi unico produttore delle boccette del profumo Montblanc (oltre 5 milioni di flaconi l'anno) e leader mondiale nel settore, che contende al competitor

70 anni

**NEL 2023**

L'azienda leader mondiale nella decorazione del vetro festeggerà il prossimo anno i 70 natali

francesi. Alle prese però, come tutta la manifattura europea, con i fortissimi rincari di energia e materie prime. «Le prospettive per questo 2022 sono buone se guardiamo al portafoglio ordini, ma c'è l'incognita prezzi: abbiamo aumentato i listini del 30-40%, di riflesso agli aumenti pazzeschi che ci hanno presentato i fornitori, ci aspettiamo che i clienti non confermeranno tutti gli ordini», ammette Bormioli. Che il 2020 l'ha già dimenticato, avendo archiviato il 2021 con una crescita del 20% sul pre-Covid ed è pronto ora alla sfida green, con la pubblicazione, quest'anno, del primo bilancio ufficiale di sostenibilità. «Non solo il vetro è una materia prima riciclabile all'infinito, sostenibile per natura - conclude Bormioli - ma da 30 anni noi in Cerve utilizziamo smalti organici, brevettiamo colori che richiedono temperature di cottura più contenute per ridurre i consumi energetici e impieghiamo esclusivamente vernici ad acqua, senza solventi. Anche il forno di Technoglas è alimentato solo da energia rinnovata certificata (idroelettrica) e tutti gli stabilimenti sono illuminati a Led».

-I.Ve.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Imprese in crisi recuperate dai lavoratori: al via due nuovi progetti in Emilia Romagna

Workers buyout

Ilaria Vesentini

Partono dall'Emilia-Romagna, culla del sistema cooperativo, e più precisamente dalla rossa Bologna, due progetti battistrada in Italia per lo sviluppo e la diffusione dei Workers buyout (WBO) quale risposta a crisi industriali: un corso di formazione dedicato a funzionari di sindacati e coop (si è chiuso da poco il primo corso) e un Osservatorio nazionale che avrà il compito di monitorare i casi di aziende in difficoltà, anche per passaggi generazionali complessi, e individuare la fattibilità di soluzioni di salvataggio per mano dei lavoratori.

I workers-buyout potrebbero diventare uno strumento strategico del post capitalismo, oggi sono ancora una nicchia, meno di dieci casi all'anno in tutta Italia, anche se sono normati già dal 1985 con la legge Marcora e l'istituzione del CFI (Cooperazione finanziaria impresa), fondo partecipato dal ministero dello Sviluppo economico, per sostenere la salvaguardia dell'occupazio-

zione attraverso la formazione di imprese cooperative tra dipendenti di aziende in crisi.

«Sia il corso di formazione sia l'Osservatorio sono iniziative bolognesi partite a valle dell'accordo nazionale sui Wbo del gennaio 2021 (siglato da Agci, Concooperative, Legacoop e le tre sigle confederali), da noi declinato lo scorso luglio in un Protocollo di intesa a livello di Città metropolitana», spiega Luca Grosso, responsabile Promozione Legacoop Bologna e referente per i Wbo, intercettato di ritorno dall'inaugurazione della prima "edicola resiliente" nel quartiere Barca di Bologna. Non un workers buyout ma un "citizens buyout", una cooperativa di 90 soci residenti in zona che hanno raccolto attraverso il crowdfunding le risorse necessarie per evitare la chiusura dell'attività. Mentre per i Wbo la finanza arriva dalla Napsi, dalla distribuzione fino a 24 mesi per i lavoratori che diventano imprenditori-cooperatori e dal CFI, che a sua volta è stato potenziato dal Governo e ha in dote circa 200 milioni di euro e siederà ora anche ai tavoli di crisi del Mise per intercettare possibili vertenze risolvibili con lo strumento rigenerativo.

L'Emilia è in prima fila quando si

parla di "imprese recuperate" dai lavoratori, che evitano perdita di know-how, ricchezza e posti di lavoro, con 28 casi negli ultimi dieci anni (749 posti di lavoro e 127 milioni di euro di fatturato) su 87 Wbo in Italia. Storie come la Gazzotti18 (storico marchio dei parquet) di Trebbio di Reno, salvata da 18 ex dipendenti o, più recentemente, la Lem di Gaggio Montano rilevata all'asta del Tribunale da 20 lavoratori riuniti nella Coop Reno Fondrie; o la Nuovi Profumi di Parma, società di 34 ex dipendenti diventati titolari e manager della Morris Profumi Spa, messa in liquidazione volontaria dalla proprietà. E spesso sono i sindacati il fattore critico di successo, perché sono i primi a dover deporre le armi della lotta passiva per diventare partner proattivi di lavoratori che tentano il salto nell'imprenditoria. Si

**Due i progetti battistrada a Bologna: corso per funzionari di sindacati e Coop e un Osservatorio sulle crisi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA