

LA SCELTA. La società di Concesio riunisce sotto una rinnovata e unica denominazione tutte le filiali commerciali in Italia

Metal Work Service, più forza e flessibilità per la crescita

«È una filosofia di lavoro, perché l'uomo è al centro del progetto. Il senso di appartenenza al gruppo è strategico per vincere le sfide»

Metal Work rilancia e rafforza la strategia che ha sostenuto la sua crescita in oltre mezzo secolo di storia, basata su capillarità, flessibilità ma soprattutto vicinanza al cliente e puntando su qualità e distribuzione. Una convinzione che si traduce in Metal Work Service: una novità finalizzata a far confluire sotto lo stesso «tetto» le 17 società - finora denominate P Service - distribuite in Italia.

CAMBIA IL nome, ma resta immutata anche l'offerta di servizi e consulenze. Lo evidenzia Daniele Marconi, amministratore delegato di Metal Work (per commerciale, strategie e marketing) ricordando le intuizioni di Erminio Bonatti fondatore del gruppo nel 1967. «Subito dopo la nascita della prima società, Bonatti capì che la distribuzione commerciale aveva la stessa importanza della produzione - spiega -. La sua capacità fu di non lasciare nelle mani di terze parti il rapporto diretto con il cliente e di comprendere il valore di comunicare direttamente con

gli utilizzatori».

La novità è stata accolta con favore dai dipendenti, che anzi l'avevano proposta. «Ho ricevuto varie sollecitazioni», conferma Daniele Marconi, affiancato alla guida del gruppo di Concesio dagli amministratori delegati Giampietro Gamba (con delega a operation e fabbrica) e Valentino Pellenghi (finanza).

«Spesso P Service non sempre veniva identificata con il marchio Metal Work sul mercato - aggiunge Marconi -. Ma vorrei sottolineare che questa operazione è anche una filosofia di lavoro, perché mettiamo l'uomo al centro del progetto. Nel mercato riuscirà a sopravvivere solo chi farà meno errori e gli sbagli si possono limitare solo grazie alle giuste informazioni fornite dalle persone che lavorano per noi e hanno un forte senso di appartenenza al gruppo. Con questa svolta strategica sentiamo i collaboratori più vicini, anche quelli nel resto del mondo, puntando sulle tecnologie che consentono uno scambio immediato di informazioni».



Da sinistra Valentino Pellenghi, Daniele Marconi e Giampietro Gamba alla guida del gruppo Metal Work

La centralità del fattore umano, oltre che delle competenze, è testimoniata dal costante investimento del gruppo nella formazione. Un'ulteriore forza che ha permesso a Metal Work di dotarsi di figure altamente qualificate - tra loro specialisti di prodotto, ingegneri elettronici, consulenti di linea e persino un esperto in centrali oleodinamiche - e consente di dare risposte personalizzate «che spesso i grandi marchi nostri competitor non hanno interesse o non possono realizzare - precisa Marconi -. Per noi è motivo di orgoglio

riuscire a studiare, con il cliente, una soluzione custom che possa migliorare la sua produttività».

NEL RESTO del mondo le società di service si chiamano da sempre Metal Work: sono collegate alle commerciali, fatta eccezione per Metal Work Brasile, Cina, Francia, India, Thailandia, Usa e Australia che realizzano prodotti speciali per il mercato interno. Complessivamente il gruppo conta 54 realtà (18 produttive), di cui 29 in Italia e le altre all'estero. I dipendenti totali sono 1.200 com-

presi i 480 nella sede centrale di Concesio.

Il 2019, chiuso con soddisfazioni, è stato caratterizzato anche dall'acquisizione della American Cylinder Co., azienda con sede nei pressi di Chicago nello stato dell'Illinois, specializzata nella produzione di cilindri pneumatici con misura Usa. Ora il gruppo si sta confrontando con gli effetti dell'emergenza Coronavirus, ma l'attenzione ai mercati rimane immutata anche in vista di possibili nuove acquisizioni, partendo dalla Germania. ● R.E.