



L'acciaio che fa la differenza

PROTERIAL EUROPE, I CUI PRODOTTI SONO DISTRIBUITI IN ESCLUSIVA IN ITALIA DA CS METAL EUROPE (BS), STA INTENSIFICANDO LA PRESENZA SUL TERRITORIO ITALIANO PUNTANDO SULLA QUALITÀ DEI PROPRI ACCIAI E SULLA CONOSCENZA DEL MERCATO DELLA REALTÀ BRESCIANA.

di Davide Davo

Per produrre utensili e componenti resistenti e duraturi servono materie prime di elevata qualità, con caratteristiche adatte all'applicazione in esame. Ne è consapevole Proterial (nuova ragione sociale di Hitachi Metals), che forte della qualità dei propri acciai punta a conquistare il mercato europeo. Il supporto di CS Metal Europe (Bedizzole, BS) è fondamentale per una maggiore penetrazione in particolare nel mercato italiano.



Da sinistra: il General Manager Tadashi Murayama e il Presidente di Proterial Europe Taishiro Fukumaru

Nuovi competitor

«Mentre l'Europa negli ultimi anni si trova in una fase di stagnazione, i produttori di acciaio cinesi e indiani crescono molto rapidamente, espandendo la loro produzione - esordisce Taishiro Fukumaru, Presidente di Proterial Europe - In particolare, i produttori indiani si caratterizzano per una crescita costante. Il loro trend di espansione è evidente sia dai risultati del mercato sia dalla maggiore adesione alle fiere e alle conferenze internazionali che si svolgono proprio in Europa, alle quali partecipano mostrando tutta la loro forza. Questo scambio commerciale ha permesso alle aziende manifatturiere di acquistare con maggiore facilità i materiali più economici prodotti in Cina e India. La conseguenza è stata l'intensificazione della pressione sui prezzi. La sfida sulla tecnologia e sulla qualità dei materiali si è quindi concentrata su specifici ambiti di produzione, come per esempio l'industria automobilistica. Tale comparto da un lato si dimostra in difficoltà per la riduzione dei volumi di vendita, ma sul piano tecnologico la sfida non si

ferma mai e la transizione verso i veicoli elettrici comporta la ricerca di materiali speciali sempre più performanti e con caratteristiche diverse rispetto al passato, oltre ovviamente all'introduzione di nuovi concetti di produzione e di design».

L'approccio non cambia

L'arrivo sul mercato di nuovi competitor non ha comunque comportato significativi cambi di strategia per il produttore giapponese, anche perché la fascia di mercato nella quale opera Proterial Europe e la tipologia di aziende alle quali si rivolge è differente rispetto a quelle approcciate da chi produce acciai a basso costo. «I competitor cinesi e indiani stanno arrivando in Europa e in Asia, e quindi dobbiamo tenere in considerazione la presenza di tali realtà - prosegue Fukumaru - Per non essere coinvolti in modo concreto dalla sfida proposta dal loro approccio dobbiamo mantenerci concentrati sulla qualità del prodotto e sul servizio offerto ai nostri clienti, ma questa è da sempre la nostra strategia. Ciò significa





A sinistra: la sede di CS Metal Europe a Bedizzole (BS)

In alto da sinistra: il CEO di CS Metal Europe Cristoforo Spina

Il Direttore Generale di CS Metal Europe Corrado Patriarchi

che l'ingresso sul mercato di materiali "entry level" non ha cambiato in modo significativo l'approccio al mercato da parte di Proterial. Continueremo sulla nostra strada offrendo ai clienti alta qualità, un servizio adeguato alle loro esigenze produttive e materiali sempre più evoluti».

«Grazie alla nostra lunga esperienza come produttori di acciaio, infatti, siamo in grado di progettare la composizione del materiale in base alle necessità del cliente - afferma Tadashi Murayama, General Manager di Proterial Europe - Questo ci permette di potere entrare nei mercati a maggiore competitività sul piano tecnologico, dialogando con le singole aziende che hanno bisogno di materiali che rispettino in modo rigoroso determinate caratteristiche. Siamo presenti in molti Paesi, e grazie all'ottima collaborazione con CS Metal Europe in tempi recenti abbiamo migliorato la nostra presenza anche in Italia. Si tratta di un mercato strategico per noi, che si sta rafforzando in particolare nell'ambito della pressofusione, che secondo le nostre previsioni andrà a crescere ulteriormente».

La sfida italiana

Proterial Europe, i cui prodotti sono distribuiti in esclusiva in Italia da CS Metal Europe, vanta un ampio portafoglio che spazia dagli acciai per utensili agli acciai per lavorazioni a freddo e a caldo. Ma come si struttura esattamente una collaborazione tra il fornitore di materia prima e il cliente? «Fondamentalmente, una volta che il cliente ci ha contattato, discutiamo con lui analizzando attentamente tutti i dettagli e cerchiamo di capire le applicazioni dei suoi prodotti - spiega il Presidente Fukumaru - Per noi è importante sapere quale compito dovrà svolgere il componente realizzato partendo dal nostro materiale per potere fornire un acciaio con le caratteristiche più vicine possibile a quelle del materiale ideale per una determinata applicazione. Trovata la soluzione, il cliente testa il nostro acciaio per valutarlo anche in comparazione con i prodotti che abitualmente utilizza. Se ottiene un risultato migliorativo, come per esempio un prolungamento della durata utile o un aumento della produttività, procediamo con la fornitura della commessa».

Acciai green

Nel mercato moderno i prodotti di qualità sono certamente importanti, ma da soli non bastano per creare un rapporto duraturo con i clienti. Le aziende oggi hanno soprattutto bisogno di soluzioni alle loro criticità produttive, e quindi di un partner che possa offrire loro anche servizi e competenze. «Dopo avere fornito i nostri materiali ci concentriamo sul servizio - sottolinea il General Manager Murayama - Dal trattamento termico alla lavorazione del metallo, ci occupiamo di trasmettere ai clienti tutte le informazioni necessarie per metterli nelle condizioni di sfruttare al meglio i nostri acciai e ottenere la massima valorizzazione dell'investimento nelle materie prime». L'attenzione di Proterial si estende anche alle tematiche "green". «Il settore siderurgico è tra quelli a più alte emissioni di gas serra - conclude il Presidente Taishiro Fukumaru - Quindi, è nostro dovere contribuire a ridurre questi gas. Dal momento che operiamo con le aziende manifatturiere, il controllo del processo di produzione rappresenta un punto di forza che ci consente di garantire sia la qualità sia il contenimento dell'impatto ambientale della nostra attività. Abbiamo già iniziato questo percorso che rappresenta per noi la sfida del futuro, certamente, ma anche del presente».