

CORRIERECONOMIA

CORRIERE DELLA SERA

19 gennaio 2015

La storia Manifatturiero

Sbarco in Borsa con i big dell'auto

I componenti di Modelleria Brambilla sfilano in Piazza Affari

Ricerca, design di alta qualità, innovazione tecnologica. Sono queste le chiavi strategiche che hanno fatto il successo di Modelleria Brambilla. Un'azienda specializzata nella componentistica di precisione per il settore automotive, fondata a Carpi da Eugenio Brambilla nel 1951 e successivamente trasferita a Correggio (Reggio Emilia) per ampliare la produzione.

Uno spostamento identificabile come il primo passo di quell'espansione che, a partire dagli anni Ottanta, ha caratterizzato l'azienda. Anche grazie al rapporto di fidelizzazione con le più importanti fonderie fornitrici dei principali produttori di veicoli a livello mondiale come Ferrari, Bmw, Volkswagen, per fare qualche nome. Attirate soprattutto dall'alto contenuto tecnologico offerto da Brambilla. «Fin dalle origini — spiega Gabriele Bonfiglioli, ammini-



Emilia
Gabriele Bonfiglioli,
amministratore delegato di Modelleria Brambilla

stratore delegato della società — l'azienda ha sempre creduto nel rinnovamento costante della tecnologia, facendosi pioniera in diversi settori. Ad esempio, è stata tra le prime in Italia ad utilizzare la progettazione tridimensionale per le attrezzature e a produrre mediante macchine utensili a 5 assi, più veloci e precise rispetto a quelle tradizionali. Ma anche una delle prime a credere nei software per le simulazioni»

Un saper guardare avanti che negli anni si è tradotto in investimenti che, nelle annate buone, ha sfiorato anche il 10% del fatturato. Altro ele-

mento, quest'ultimo, in continua crescita. Come si vede dai 7,3 milioni di euro fatturati nei primi sei mesi del 2014 e dal recente debutto della Brambilla nel mercato Aim Italia, dedicato alle pmi ad alta crescita. «La quotazione — dice Bonfiglioli — è un'operazione necessaria per sostenere l'ulteriore sviluppo che ci viene richiesto dai nostri principali clienti e per ampliare la nostra capacità produttiva». Una capacità, tra l'altro, che sembra indispensabile per gestire al meglio la forte voca-

7,3

Il fatturato, in milioni di euro, di Modelleria Brambilla nel primo semestre 2014. La società emiliana ha come clienti i grandi gruppi dell'auto: Ferrari, Bmw e Volkswagen

zione internazionale dell'azienda. «L'80% del nostro fatturato — prosegue l'amministratore delegato — è realizzato all'estero. In modo particolare in Messico che continua a essere il nostro mercato di riferimento».

Il tutto, però, senza trascurare i Paesi vicini, Germania in testa. Tra gli altri obiettivi nel mirino di Brambilla, anche l'India dove l'azienda ha aperto un ufficio tecnico lo scorso anno e medita di aprire a breve un sito produttivo. «In Cina — fa notare Bonfiglioli — i costi sono cresciuti molto negli ultimi anni, mentre in India sono ancora contenuti. In più, nel Paese è in atto anche un grosso cambiamento tecnologico e la richiesta di nuovi modelli è destinata a salire». Non manca, infine, nei piani aziendali anche l'apertura a nuovi mercati come, per esempio, il Brasile. «Speriamo anche nella ripartenza dell'Iran: un paese importante prima delle sanzioni. Mentre ora, stiamo prendendo i primi contatti in Sud Africa e in Indonesia», conclude Bonfiglioli.

CARLOTTA CLERICI

© RIPRODUZIONE RISERVATA