



# Al momento giusto

Due scelte strategiche casualmente concomitanti – l'apertura di una filiale in Cina e una forte spinta alla ricerca e sviluppo in campo Automotive – portano, nel 2009, Tecnofirma a delineare una rotta ben precisa che ancora oggi sta portando notevoli risultati nell'ambito del trattamento delle superfici.

Ne parliamo con il Direttore generale dell'azienda Francesco Goi.

*di Elisa Maranzana*

# Q

Quando nel 2007-2008 la crisi economico/finanziaria più grande di questo millennio iniziava a dilagare contagiando l'intera economia occidentale con ripercussioni che si sarebbero fatte sentire nell'arco del decennio successivo, Tecnofirma – specialista globale nello studio e realizzazione di soluzioni innovative per il trattamento delle superfici in plastica e metallo – si trovò a fare alcune riflessioni a seguito di un'attenta analisi del contesto macroeconomico. “Da un lato”, ci racconta Francesco Goi, Direttore generale dell'azienda, “un nostro importante cliente ci chiese di aprire una filiale in Cina così da poterlo seguire meglio, e noi – vista l'incertezza del mercato occidentale e data la nostra propensione a instaurare con i clienti veri e propri rapporti di partnership – decidemmo di assecondare quella richiesta. Dall'altro lato, ci rendemmo conto che l'automobile si stava orientando verso una rivoluzione elettrica, il che per noi avrebbe potuto rappresentare un grande problema, perché una cospicua parte del fatturato di Tecnofirma proveniva proprio da quel comparto che stava per essere completamente stravolto. E così decidemmo di muoverci in direzione dell'elettrico”.

Furono quelle due scelte strategiche, casualmente concomitanti, a traghettare Tecnofirma a occupare una posizione di leadership che ancora oggi la caratterizza. Soprattutto se parliamo di e-mobility che in questi anni sta vivendo una diffusione capillare. Nella Repubblica Popolare Cinese *in primis*.

**Il fatturato di Tecnofirma si aggira intorno ai 32/35 milioni di euro, con una dinamica di crescita che nell'ultimo decennio ha visto un +5% ogni anno.**

## QUALCHE NUMERO

Tecnofirma nasce ufficialmente nel 1985, anche se le sue origini risalgono a diversi anni prima e, più precisamente, nel 1949, e oggi ne è Presidente Alessandro Goi, tra i soci fondatori. Azienda di proprietà familiare, tra centro sviluppo, officina e filiale cinese il Gruppo conta





**Nel corso degli ultimi anni Tecnofirma, al fianco delle soluzioni più tradizionali, ha puntato sullo sviluppo di tecnologie rivolte alla verniciatura del cosiddetto lighting (lenti e riflettori dei sistemi di illuminazione auto).**



**“L’offerta di Tecnofirma oggi si dipana su tre diverse tipologie di prodotto: impianti di lavaggio, impianti di verniciatura e impianti di impregnazione per motori elettrici”, spiega Francesco Goi, Direttore generale dell’azienda.**

110 persone e vanta un fatturato che si aggira intorno ai 35 milioni di euro, con una dinamica di crescita che nell’ultimo decennio ha visto un +5% ogni anno. “Il nostro obiettivo – fa notare il Direttore generale – è quello di mantenere una crescita sostenibile, in modo che non si debba investire un anno per poi disinvestire quello successivo”.

Ma ciò che più preme sottolineare a Francesco Goi è il cuore tecnico decisamente importante dell’azienda di Monza. “La maggior parte delle persone che lavorano in Tecnofirma sono figure tecniche altamente specializzate, capaci di innovare e sviluppare nuove tecnologie in tempi rapidissimi. Sono loro l’arma vincente in un mercato in continua evoluzione”, ci spiega. “I nostri focus sono automazione e trattamento delle superfici, e spesso ci capita di portare avanti programmi di ricerca con le varie università (prima fra tutte il Politecnico di Milano). Abbiamo un’offerta che oggi si dipana su tre diverse tipologie di prodotto – impianti di lavaggio, impianti di verniciatura e impianti di impregnazione per motori elettrici – e questo ci differenzia dai nostri principali competitor che invece hanno una sola di queste specializzazioni”.

Le soluzioni che Tecnofirma mette a disposizione del mercato sono per un 70% customizzate, per un 20% standard e per un 10% innovazione pura, ovvero prodotti realizzati in co-design con il cliente partendo dal foglio bianco.



## Macchina di impregnazione U Line di Tecnofirma.

### CAMBIO DI ROTTA

Chi fa impianti, si sa, in genere è più soggetto di altri agli umori del mercato e la strategia di diversificazione messa in atto da Tecnofirma vuole far fronte proprio a questa dinamica. Una scelta arguta, come sta dimostrando lo stravolgimento del settore Automotive di questi ultimi anni con tutto ciò che si è portato dietro. “La divisione di Tecnofirma che si occupa di impianti di lavaggio”, continua Goi, “si rivolge sostanzialmente al trattamento di componenti del motore dell’automobile (quindi teste, basamenti, sovratesta, alberi...). E così, quando abbiamo visto che c’era la possibilità concreta che l’automobile virasse all’elettrico, abbiamo deciso di investire in una tecnologia – quella dell’impregnazione – rivolta proprio a questo tipo di motori e che mettesse insieme un po’ tutte quelle che erano le competenze tipiche degli impianti di lavaggio con quelle degli impianti di verniciatura. Senza contare che, oltre al motore elettrico, una e-car è costituita da diversi nuovi componenti che necessitano di una perfetta pulizia, come per esempio quelli destinati all’alloggiamento dei componenti elettronici”.

### IDEE CHIARE

Leggermente diverso è il discorso legato alle soluzioni per la verniciatura, una tecnologia più consolidata dove l’innovazione è più legata ai prodotti vernicianti piuttosto che alle soluzioni impiantistiche – fatta salvo la spinta verso l’automazione e i concetti di Industry 4.0 trasversali a tutti i settori. Le evoluzioni più grandi si sono verificate nella nicchia delle plastiche. “Nel corso degli ultimi anni – spiega ancora Goi – la nostra azienda, al fianco delle soluzioni più tradizionali, ha puntato

sullo sviluppo di tecnologie rivolte alla verniciatura del cosiddetto lighting (ovvero lenti e riflettori dei sistemi di illuminazione auto) e oggi ha l’occasione di aprirsi anche a buona parte di ciò che gravita intorno alla sensoristica per la guida autonoma. Molti dei nuovi sensori presenti nelle vetture più moderne – come radar, telecamere, *proximity sensor* – vengono infatti protetti con parti plastiche simili alle lenti dei fanali, offrendoci così nuovi canali di azione”.

E aggiunge: “La nostra idea è pertanto quella di spingere su prodotti in linea con lo sviluppo del settore Automotive e riuscire a interpretare questo momento storico è la sfida più grande”.

### SOSTENIBILITÀ

Il Direttore generale di Tecnofirma parla infine di sostenibilità. “Capita sempre più spesso che i clienti non valutino più semplicemente il costo dell’impianto *tout court*, bensì anche i costi a esso correlati per i primi cinque anni almeno. Costi che all’80% sono energetici. Se prima quindi il cliente prediligeva la potenza dell’impianto, oggi dà importanza al fatto che il risultato venga raggiunto col minor dispendio possibile di energia e questo ci ha portati a porre particolare attenzione all’aspetto dei consumi in fase di ricerca e sviluppo”.



**“Se prima il cliente prediligeva la potenza dell’impianto”, fa notare Goi, “oggi dà importanza al fatto che il risultato venga raggiunto col minor dispendio possibile di energia”.**