

La «famiglia» Morandi spa: 40 anni e un solido futuro

Ieri festa in fabbrica. Il 2013 anno di crescita. E in azienda adesso entra la terza generazione

FLERO Un'azienda cresciuta negli anni puntando sulla qualità dei suoi prodotti, sulla continua innovazione e sulla ricerca di mercati sempre più internazionali, ma che conserva nella sua anima lo spirito di una grande famiglia. E' questo il bilancio dei 40 anni della Morandi spa, un traguardo celebrato ieri sera con una festa nella sede di via Don Milani, a Flero, durante la quale è stata inaugurata una mostra fotografica dal titolo "I volti di un'impresa". Fondata nel settembre 1973 da Vittorio Morandi, all'epoca 46enne, all'indomani della pensione maturata alla Celestri, storica azienda siderurgica del gruppo Falck, la Morandi nasce come ditta individuale con sede in via Zara a Brescia e si specializza nella distribuzione di materiale siderurgico. Tre, all'epoca, i dipendenti, di cui due ex colleghi di Vittorio alla Celestri, ai quali, nel giro di tre anni si aggiungono i figli Emanuele e Franco nella gestione della contabilità e nell'organizzazione del primo stabilimento.

«Allora la qualità non contava molto - ricorda Emanuele Morandi, oggi presidente e amministratore delegato della società -. Ci si vantava di vendere materiali in stock, in genere di seconda scelta». Tubi, trafilati e laminati, la cui produzione si trasferisce dall'82 nei terreni della famiglia,

a Flero, dov'era solo campagna.

Vittorio nel 1986 viene nominato cavaliere del Lavoro e la sua impresa, che nel frattempo è diventata una srl, accresce via via la qualità dei suoi prodotti, come pure i volumi. Di pari passo aumentano i dipendenti del gruppo, che dal 1989 si arricchisce delle società Tubi Stock, Soluzioni Finanziarie, Globalsider e Siderweb, per diventare nel 2001 una società per azioni.

Dal 1992, dopo la scomparsa di Franco, che aveva deciso di lasciare l'azienda un anno prima per dedicarsi al sociale, la Morandi srl inizia ad instaurare legami più stretti con il territorio, a cui comincia a destinare parte dei suoi profitti. «E' l'avvio di un percorso che ci ha portati nel giugno 2013 a cedere il 16% delle quote societarie della Morandi spa a quattro dei nostri undici dipendenti - racconta il presidente -, che così potranno essere protagonisti attivi del nostro futuro».

Una scelta che ha coinciso con una fase di rilancio della Morandi, dopo l'annus horribilis del 2011, nel quale, alla morte del fondatore Vittorio, si sono sommate le difficoltà economiche determinate dalla grave crisi che ha colpito alcuni dei clienti storici (Ilva, Lucchini su tutti).

Se il 2012 infatti si è chiuso in pareggio, il 2013 ha fatto già registrare un +40% sia del fatturato sia dei volumi

(quest'anno si supereranno le 6mila tonnellate) e un raddoppio della marginalità, rivolgendosi sempre più all'utilizzatore finale.

«Il nostro core business è rappresentato oggi dai tubi per l'insufflaggio, per i quali abbiamo appena realizzato una nuova linea produttiva e investito in macchinari dedicati al taglio. Il valore aggiunto è dato dalla capacità di assecondare le richieste specifiche dei clienti, personalizzando sempre di più i prodotti», spiega Giorgio Maschietto, uno dei 4 nuovi soci, che è appena stato nominato anche direttore generale della Morandi spa «Stiamo cercando inoltre di internazionalizzarci sempre di più - continua Maschietto -, intercettando clienti dell'Est e del Nord Africa». «Vorremmo incrementare le esportazioni dal 5% al 20% in due anni - chiarisce il presidente e abbiamo affidato a mia figlia Francesca, appena entrata in azienda, il compito di innovarci ed internazionalizzarci».

Ma tra le sfide che attendono la Morandi nell'immediato futuro c'è anche Expo 2015, in cui l'edilizia e quindi anche la siderurgia, avranno un ruolo determinante. «Una occasione anche per la siderurgia bresciana che conta circa 150 imprese - commenta Emanuele Morandi -, a patto però di riuscire a fare rete».

Clara Piantoni



Da sinistra Giuseppe Pasini, Emanuele Morandi e Franco Tamburini

