

Le Pmi, tra export e sperimentazioni

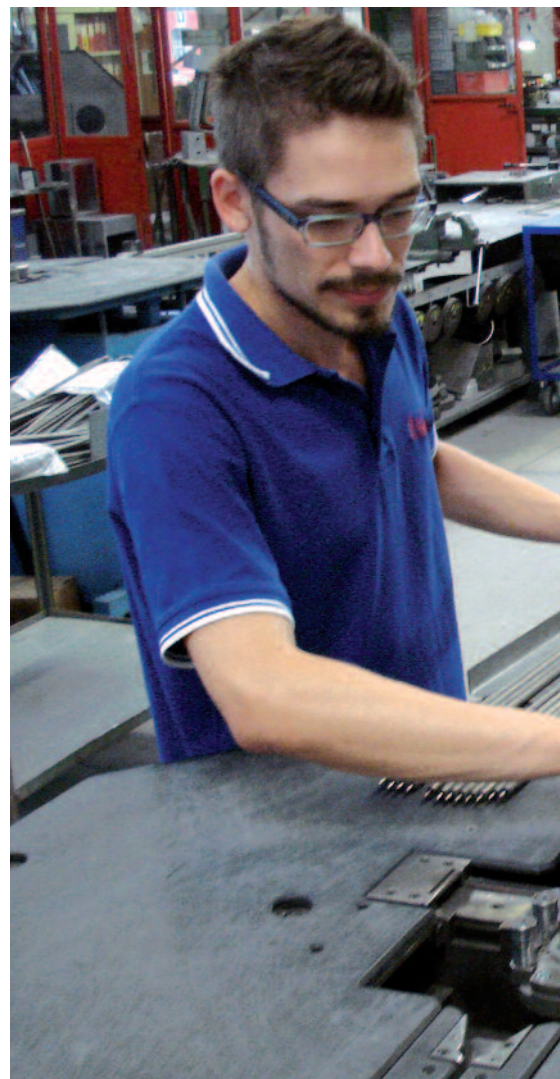
Il mondo delle resistenze elettriche corazzate. Marco Fanton Pedrotti indica alcune delle strategie più efficaci per affrontare le oscillazioni del mercato e cogliere le opportunità che questo apre, con particolare riferimento al vecchio continente

Nell'incertezza attuale che costringe ogni impresa a navigare a vista, l'unica direzione da seguire è la ricerca. Vero, ma non basta. L'innovazione è centrale in ogni nuovo corso che le aziende intraprendono per affrontare questo contesto economico, ma non è l'unico elemento da valutare. Le opportunità migliori sono colte da chi riesce a guardare il mercato di riferimento nel suo quadro d'insieme, prevedendo e prevenendo le fluttuazioni a volte drammatiche che si ripercuotono nei diversi segmenti. È quanto ha cercato di fare Marco Fan-

ton Pedrotti insieme ai soci Davide Gianetti e Roberto Caschili, per la varesina Redic Srl, specializzata nella produzione di resistenze elettriche corazzate. «Nel nostro campo – dice Fanton Pedrotti – siamo conosciuti nel mercato italiano per la professionalità e l'alta qualità dei prodotti e nel corso degli ultimi anni abbiamo investito parecchio per raggiungere prezzi ancora più vantaggiosi pur mantenendo l'altissima qualità. Tutto ciò ci ha permesso di sviluppare collaborazioni importanti. Ma un altro fattore che ha contribuito in modo determinante alla crescita in questi anni è l'opera di diversificazione. Non ci siamo mai fossilizzati su un unico mercato, abbiamo deciso di investire su tutti i fronti in modo da poter sopportare eventuali oscillazioni nei diversi settori e questo ci ha dato una notevole spinta oltre alla possibilità di maturare esperienza in tanti ambiti industriali (lavaggi, stireria, essiccazione, ricottura, galvanica, stampa e molti altri)».

Su cosa avete puntato dal punto di vista tecnologico?

«Negli ultimi anni abbiamo investito parecchie risorse per velocizzare la produzione acquistando macchinari



La Redic Srl ha sede a Saronno (VA) www.redic.it

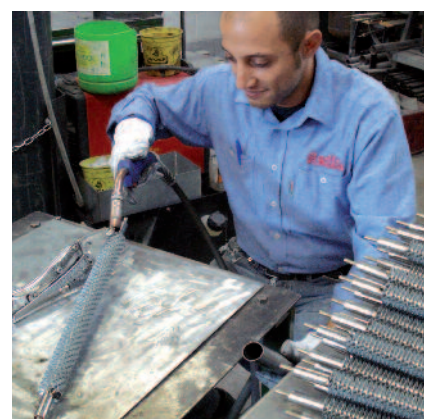
e investendo sulla sperimentazione. Il nostro ufficio tecnico è sempre alla ricerca di materiali e logiche costruttive per rendere i prodotti sempre più performanti, e spesso sono i clienti stessi a coinvolgerci in nuovi progetti. È molto importante collaborare attivamente perché più si condividono le idee e più si può imparare».

«Non solo. Ci teniamo particolarmente ad acquistare tutte le materie prime in Italia e a far fare tutti i lavori in conto terzi nel territorio. Proprio con questo spirito, piccole società



+10%

L'incremento di fatturato registrato dalla Redic Srl alla chiusura dell'esercizio 2014 rispetto all'anno precedente



Il valore aggiunto "tailor made"

Marco Fanton Pedrotti, titolare della Redic Srl insieme a Davide Gianetti e Roberto Caschili, spiega l'importanza del "fatto su misura" nell'ambito di attività dell'azienda varesina. «La qualità è il nostro biglietto da visita – afferma Marco Fanton Pedrotti –, per cui resterà sempre una priorità. È importante per noi seguire i clienti in tutte le loro necessità e in questo senso la logica del tailor made non ha alternative: dai pochi pezzi costruiti su progetti alle grandi serie, la nostra cura resterà invariata. Ora che puntiamo all'export in modo ancora più deciso, tutto ciò acquisisce un'importanza ancora maggiore. Il resto, lo farà la nostra capacità di scegliere i giusti partner. Nel tempo, abbiamo stretto collaborazioni importanti con alcune aziende molto valide che, grazie a ottimi accordi commerciali, permettono di praticare prezzi vantaggiosi anche su sonde di temperatura, relè statici, ultrasuoni e altre componentistiche inerenti alle resistenze elettriche mantenendo altissima la qualità. Inoltre, permettono ai nostri clienti di rifornirsi interamente da noi ed essere più agevolati logisticamente».

artigianali stanno crescendo insieme a noi: clienti e fornitori sono fondamentali, per questo, in caso di necessità siamo pronti a fare sacrifici insieme a loro».

Quali risultati ha portato questo modo di agire?

«Nonostante la crisi generale, la nostra azienda è per l'ennesimo anno in crescita. Il numero di nuovi clienti è aumentato. In particolare, il 2014 ha visto un incremento del 10 per cento del volume d'affari generale e calcoliamo un raddoppio del fatturato negli ultimi cinque anni».

La prossima frontiera?

«Redic è una realtà ormai consolidata sul mercato nazionale, ora puntiamo a espanderci anche oltre i confini italiani. Ci sono molti paesi esteri in forte ripresa e altrettanti che si stanno sviluppando in maniera interessante: è dovere di ogni imprenditore cercare sempre nuovi sbocchi, nuovi obiettivi, nuove avventure. Il nostro processo di internazionalizzazione è frutto di una strategia mirata, volta a "conquistare" i mercati del vecchio continente. La nostra attenzione sarà incentrata prevalentemente sull'Europa».

Remo Monreale