

siderweb
LA COMMUNITY DELL'ACCIAIO

speciale
Made in Steel 2021



5/6/7
October
2021

Hall 9/11
fieramilano Rho Milan

OPENING HOURS
9.30am - 6.30pm

FREE ENTRY
REGISTER ON MADEINSTEEL.IT

sponsored by

BPER:
Banca



siderweb
LA COMMUNITY DELL'ACCIAIO



Speciale Made in Steel 2021

è una pubblicazione siderweb spa // Direttore Responsabile: Davide Lorenzini // Service Provider: Amazon Web Service, Inc
Realizzazione editoriale e progetto grafico: siderweb spa - via Don Milani, 5 - 25020 Flero (BS).

siderweb spa è iscritta al Roc con num. 26116
Allegato al prodotto editoriale telematico e cartaceo a carattere tecnico-professionale www.siderweb.com
iscritto al n. 11/2004 in data 10.03.2004 nel Registro previsto dalla Legge n. 47/1948 tenuto dalla Cancelleria del Tribunale di Brescia.

Copyright Siderweb spa - tutti i diritti riservati

siderweb

LA COMMUNITY DELL'ACCIAIO

siderweb è la **community dell'acciaio**
punto di riferimento quotidiano per il settore
in grado di creare sinergie
fra tutti i protagonisti della filiera siderurgica.

news
mercati
prezzi
consulenze
formazione
eventi
editoria
comunicazione

www.siderweb.com

>> indice



L'editoriale

di Emanuele Morandi - Presidente e AD di Made in Steel pagina 7

L'ORGOGGIO dell'acciaio

di Lucio Dall'Angelo - Direttore generale siderweb pagina 9

Questi siamo noi: il Rinascimento dell'Acciaio

di Francesca Morandi - Content Creator siderweb pagina 11

Made in Steel stupisce ancora

di Redazione siderweb pagina 14

i convegni

Made in Steel: il Rinascimento dell'acciaio è iniziato

di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb pagina 17

Made in Steel: quale futuro attende l'acciaio?

di Marco Torricelli - Redattore siderweb pagina 19

L'acciaio e il nuovo paradigma della polis

di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb pagina 21

Made in Steel: le sfide della distribuzione

di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb pagina 23

Da Made in Steel a Bilanci d'Acciaio 2021

di Marco Torricelli - Redattore siderweb pagina 25

Assemblea annuale Federacciai

Federacciai: «Congiuntura positiva. Bene il Pnrr»

di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb pagina 30

Giorgetti: «Lo Stato è parte del sistema acciaio»

di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb pagina 34

Le voci di visitatori ed espositori

Made in Steel 2021: un racconto fatto più di emozioni che parole

di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb pagina 38

Aartee: il settore ha bisogno di più stabilità

di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb pagina 39

ArcelorMittal CLN: «Garantire soluzioni al cliente»

di Marco Torricelli - Redattore siderweb pagina 41

Fornelli: «Sostenibilità e risorse umane al centro»

di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb pagina 43

Gambirasio: «Tornare a Made in Steel è come tornare a casa»

di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb pagina 45

Marzorati: «Nel 2021 il recupero e la ripartenza»

di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb pagina 47

2021 complicato per l'ossitaglio. Problemi dalla volatilità dei prezzi

di Giorgio Pasquinucci - Corrispondente siderweb pagina 49

Cuneo Inox: «Vogliamo crescere all'estero»

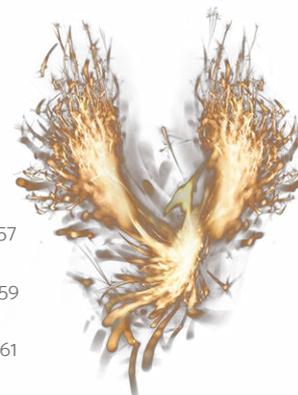
di Marco Torricelli - Redattore siderweb pagina 51

Dolomite Franchi, vocazione all'export e sostenibilità

di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb pagina 53

Etrusca Profilati: «Pronti a tornare a Made in Steel»

di Giorgio Pasquinucci - Corrispondente siderweb pagina 55



Eusider: nel 2021 ad un passo dal miliardo di fatturato	
di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb	pagina 57
Bellicini: «2021, il lavoro è tornato divertente»	
di Marco Torricelli - Redattore siderweb	pagina 59
Un 2021 straordinario anche per le ferroleghie	
di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb	pagina 61
GF-ELTI: «Pronti per l'uso dell'idrogeno»	
di Marco Torricelli - Redattore siderweb	pagina 63
Interacciai: «Abbiamo operato con efficienza e reattività»	
di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb	pagina 65
Lucefin, tra ripresa e scenari 2022	
di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb	pagina 67
Marcegaglia: «Il 2021 è il miglior anno del Gruppo, +50% di fatturato	
di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb	pagina 69
MetalsHub: efficienza e ambientalizzazione grazie al trading digitale	
di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb	pagina 71
Metalsider: «2021 complicato, ma molto positivo»	
di Marco Torricelli - Redattore siderweb	pagina 73
NLMK Verona, effetti indiretti dei dazi russi	
di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb	pagina 75
Padana Tubi: «Serve periodo di stabilità»	
di Marco Torricelli - Redattore siderweb	pagina 77
Profiltubi guarda al futuro con nuovi manager e una nuova struttura	
di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb	pagina 79
Rodacciai: «Investiamo in qualità	
di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb	pagina 81
San Polo Lamiere: ammodernamenti tecnologici in vista	
di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb	pagina 83
Sangoi: «Investire in sicurezza e sostenibilità	
di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb	pagina 85
Showa Denko Carbon: «Incognita costi energetici»	
di Marco Torricelli - Redattore siderweb	pagina 87
Steel Group: gli investimenti «non finiscono mai»	
di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb	pagina 89
Steel Service: «L'acciaio può essere gentile»	
di Marco Torricelli - Redattore siderweb	pagina 91
Steel: «Puntiamo sui mercati esteri»	
di Marco Torricelli - Redattore siderweb	pagina 93
Trailer: il nodo trasporti	
di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb	pagina 95
Vanoli: il 2021 è un anno straordinario	
di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb	pagina 97
Vender: «Il primo semestre 2022 in linea con il trend attuale»	
di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb	pagina 99

Eventi in fiera

Arvedi: «Per AST il closing è previsto per gennaio 2022»	
di Davide Lorenzini - Direttore Responsabile siderweb	pagina 103
Berengo Gardin fotografa Bendotti	
di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb	pagina 105
Feralpi: «Vogliamo essere la Ferrari dell'acciaio»	
di Marco Torricelli - Redattore siderweb	pagina 106
Prototipo innovativo per un acciaio "verde"	
di Gianni Veronesi - Collaboratore siderweb.....	pagina 108
La siderweb TV live da Made in Steel	
di Redazione siderweb	pagina 110
Le "eccellenze" premiate a Made in Steel	
di Paola Gregorio - Collaboratrice siderweb	pagina 114
Gallery	
.....	pagina 116

BPER:

Banca



**Insieme faremo
grandi imprese.**

**Nei nostri Centri Imprese offriamo
una consulenza completa, con
professionisti specializzati per
le esigenze specifiche del mondo
imprenditoriale.**

Vicina. Oltre le attese.

www.bper.it 800 22 77 88   

Messaggio pubblicitario istituzionale.



EDITORIALE

La magia di un momento che non va sprecato

DI **EMANUELE MORANDI** - PRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO MADE IN STEEL

Credo di non essere stato il solo a percepire la magia che ha aleggiato sulla tre giorni di Made in Steel, l'edizione della "Rinascita".

Abbiamo pensato a Made in Steel come ad uno spazio fisico, culturale e di business nel quale l'intera community dell'acciaio si potesse riconoscere e potesse dialogare, trovando idee nuove e con queste alimentare la propria strategia e la propria operatività attraverso:

- visioni e piani di lungo periodo che integrino i budget di breve;
- l'inserimento di giovani e donne nei posti di comando e nelle prime linee;
- spingendo su innovazione e sostenibilità;
- investendo nella formazione e nella comunicazione;
- puntando sulla digitalizzazione e sulla managerializzazione;
- stringendo alleanze collaborative con fornitori e clienti nella consapevolezza che solo INSIEME riusciremo a vincere le sfide che ci attendono.

La pandemia da Covid-19 ha dato un assaggio dei complessi problemi con i quali ci dovremo confrontare sempre più spesso.

Saremo chiamati ad affrontare un futuro di rischi, incertezze e squilibri (a partire da quello climatico) senza precedenti. Il nostro settore è l'epicentro (lo ha detto il ministro Giorgetti) del terremoto che ha colpito l'intera economia mondiale.

Le nostre imprese (come i nostri governi) dovranno imparare non solo a riparare, cioè ad intervenire a danno avven-

nuto, bensì a preparare, adottando misure preventive ed intelligenti che mettano al riparo da rischi e shock futuri.

L'insegnamento di Made in Steel è stato quello di farci sentire deboli (per effetto dei limiti e degli effetti della Pandemia) e forti nello stesso tempo (la voglia di rinascita, la voglia di incontrarsi e di proiettarci insieme in un futuro diverso).

Ma non possiamo fermarci, non possiamo sprecare questo momento magico.

Dobbiamo lavorare alla costruzione di un nuovo paradigma anche all'interno della nostra filiera.

A un nuovo Contratto Sociale, come quello auspicato da Alec Ross nel suo intervento, che metta al centro valori come la collaborazione, la contaminazione, il networking, la condivisione, piuttosto che anacronistiche visioni del mercato come campo di battaglia permanente.

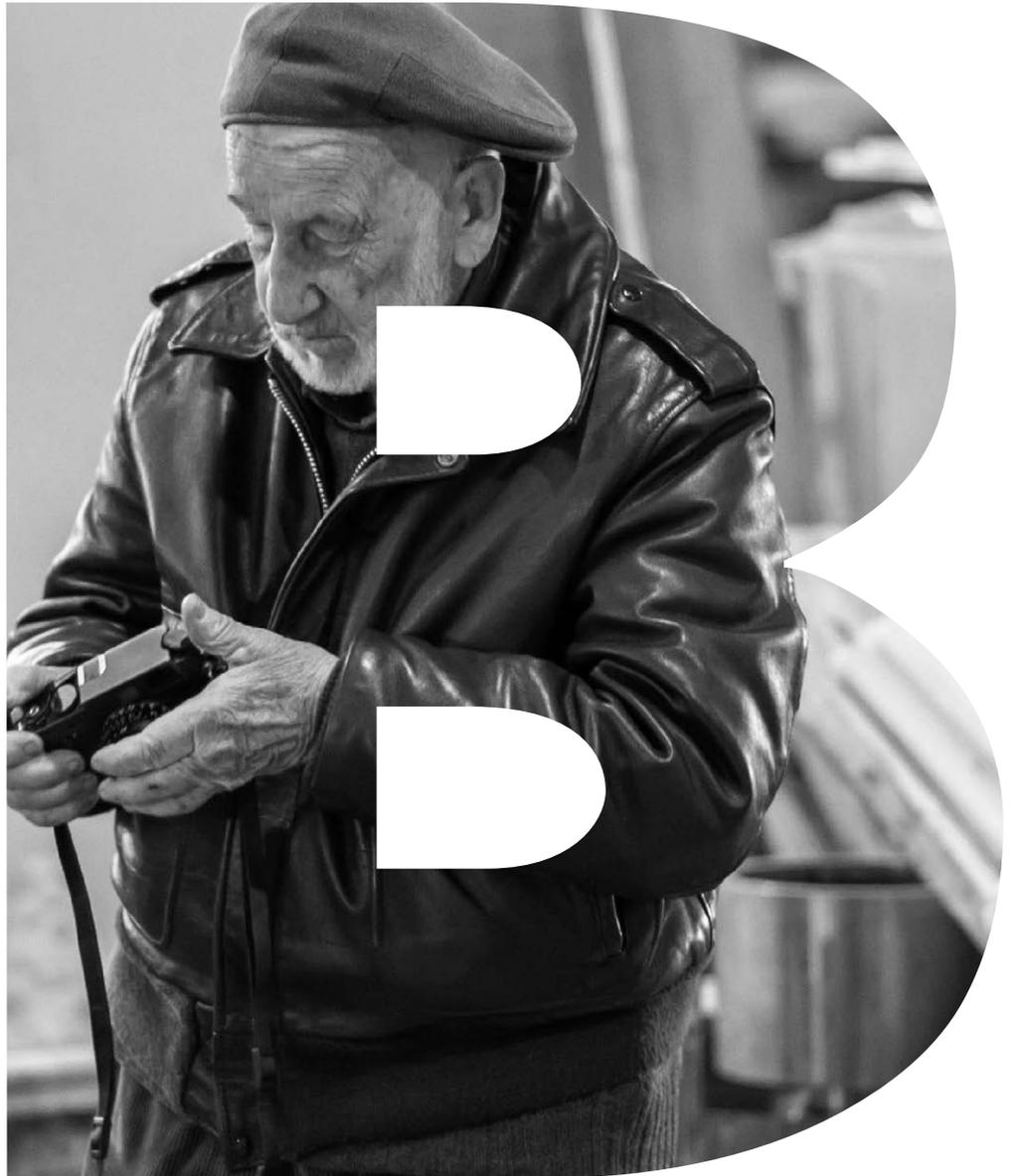
Un nuovo paradigma che ci obblighi ad uscire da logiche egoistiche e di bottega per aprirci a logiche di sistema.

Ci siamo incontrati a Made in Steel con la consapevolezza di attraversare una fase storica unica ed irripetibile, nella quale ci stiamo giocando i prossimi decenni.

Ce la vogliamo giocare tutta questa partita, anzi: la vogliamo vincere!

Come abbiamo vinto, tutti insieme, la sfida della nona edizione di Made in Steel, quella del coraggio e dell'orgoglio!

Emanuele Morandi



B, come Bendotti.
B, come Berengo Gardin.

Forni Industriali Bendotti è
l'editore dell'ultimo libro di
Gianni Berengo Gardin:
90 x 104.

www.bendotti.it

Bendotti 1916.
Vale la
differenza.


bendotti

L'ORGOGGIO dell'acciaio



DI **LUCIO DALL'ANGELO** - DIRETTORE GENERALE SIDERWEB

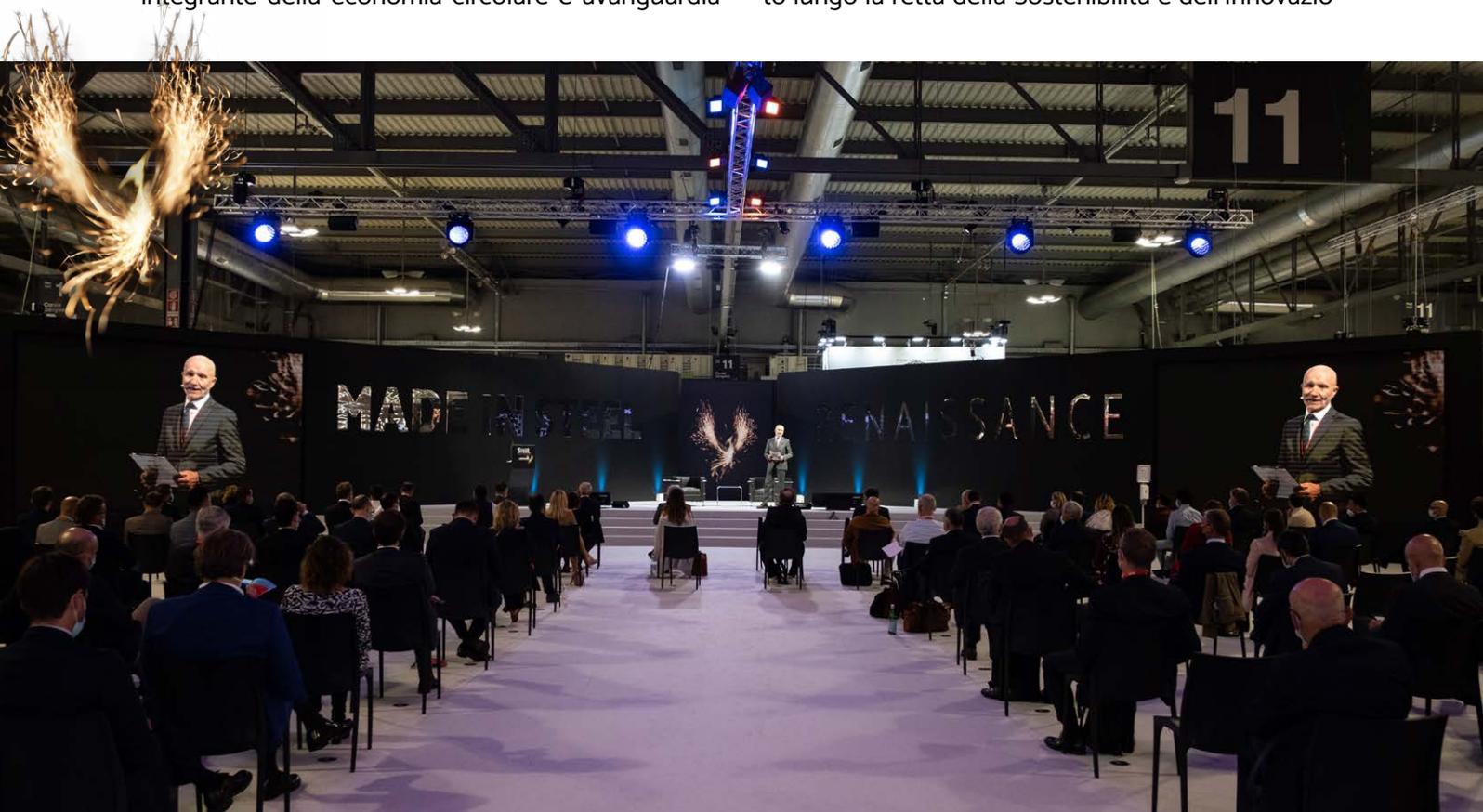
Che Made in Steel sarà quella del 2021? È questa la domanda che, noi di siderweb, ci facevamo nei giorni precedenti l'inaugurazione della nona edizione della maggiore esposizione internazionale dedicata all'acciaio che si è svolta dal 5 al 7 ottobre scorsi. La convinzione, come sempre, era che la risposta l'avremmo data insieme. L'unica certezza era che Made in Steel è il luogo - fisico e culturale - dove nasce il futuro dell'acciaio.

A manifestazione conclusa, con negli occhi e negli abbracci la soddisfazione degli espositori e dei visitatori che per tre giorni hanno affollato i padiglioni di fieramilano, possiamo dire che quella del 2021 è stata l'edizione dell'ORGOGGIO. L'orgoglio di essere una filiera centrale per l'industria manifatturiera (e dunque per i consumatori); l'orgoglio di essere parte integrante della economia circolare e avanguardia

sul versante della sostenibilità; l'orgoglio di avere investito in innovazione e digitalizzazione con l'obiettivo di produrre un acciaio di qualità e insieme un servizio per tutto l'utilizzo; l'orgoglio di sapere valorizzare il capitale umano, consapevoli che sono le persone a fare il successo delle imprese; l'orgoglio di sapersi mettere in discussione, ma di avere la determinazione del futuro.

Le criticità, i problemi ci sono e sono molti. Li abbiamo evidenziati, analizzati, abbiamo proposto soluzioni o indicato strade per arrivare a superarli. Anche questo fa parte della consapevolezza di essere parte di una community.

RINASCIMENTO è stato il filo conduttore della manifestazione. Un filo conduttore che abbiamo declinato lungo la retta della Sostenibilità e dell'Innovazio-





ne. Tre parole chiave dentro le quali la nostra community – tutti voi 13.500 uomini e donne che avete camminato dentro Made in Steel 2021 – si è ritrovata, ha condiviso con noi, ha fatto sue. E ci avete aiutato, se possibile, a radicarle ancora di più. Dentro le nostre imprese, le nostre attività, le nostre narrazioni. Ma soprattutto, insieme, abbiamo fatto in modo che diventassero valori e attività condivise da spendere anche fuori dalla filiera.

Se ci pensate, questo è l'ORGOGGLIO, in sintesi estrema. Voglia di trasmettere agli altri i propri valori, le proprie visioni. Senza velleità egemoniche, ma anche senza titubanze. E allora gli episodi, i momenti, vissuti durante la tre giorni di Made in Steel che hanno avuto e avranno una forte eco anche all'esterno sono molti.

L'inaugurazione con un testo palindromo a dire che il cambio di prospettiva è essenziale; una sigla fatta di volti – i nostri – a dire che l'acciaio è forza, bellezza, cultura; che noi siamo acciaio e che noi siamo Rinascimento. Una inaugurazione segnata dalla cifra visionaria di Alec Ross. E poi via via convegni sempre affollati per parlare dell'acciaio del domani, della Polis, della filiera, dei numeri. E poi

l'Assemblea generale di Federacciai. Interviste in diretta ai protagonisti sulla siderwebTV. Una narrazione coerente, in linea con quanto accadeva negli stand e negli spazi comuni: confronti, relazioni, business.

C'era tantissima voglia di tornare a stringersi la mano; c'era tantissima voglia di rivedersi dopo mesi di video-chat. La pandemia sotto controllo e la ritrovata sicurezza ci hanno aiutato. Ma l'entusiasmo quello era dentro ognuno di noi.

Quell'entusiasmo, è diventato voglia di rivendicare la forza di una filiera vitale. Infine ORGOGLIO di appartenenza e voglia di testimoniare che il futuro non può fare a meno dell'acciaio.



Questi siamo noi: il Rinascimento dell'Acciaio



DI **FRANCESCA MORANDI** - CONTENT MANAGER SIDERWEB

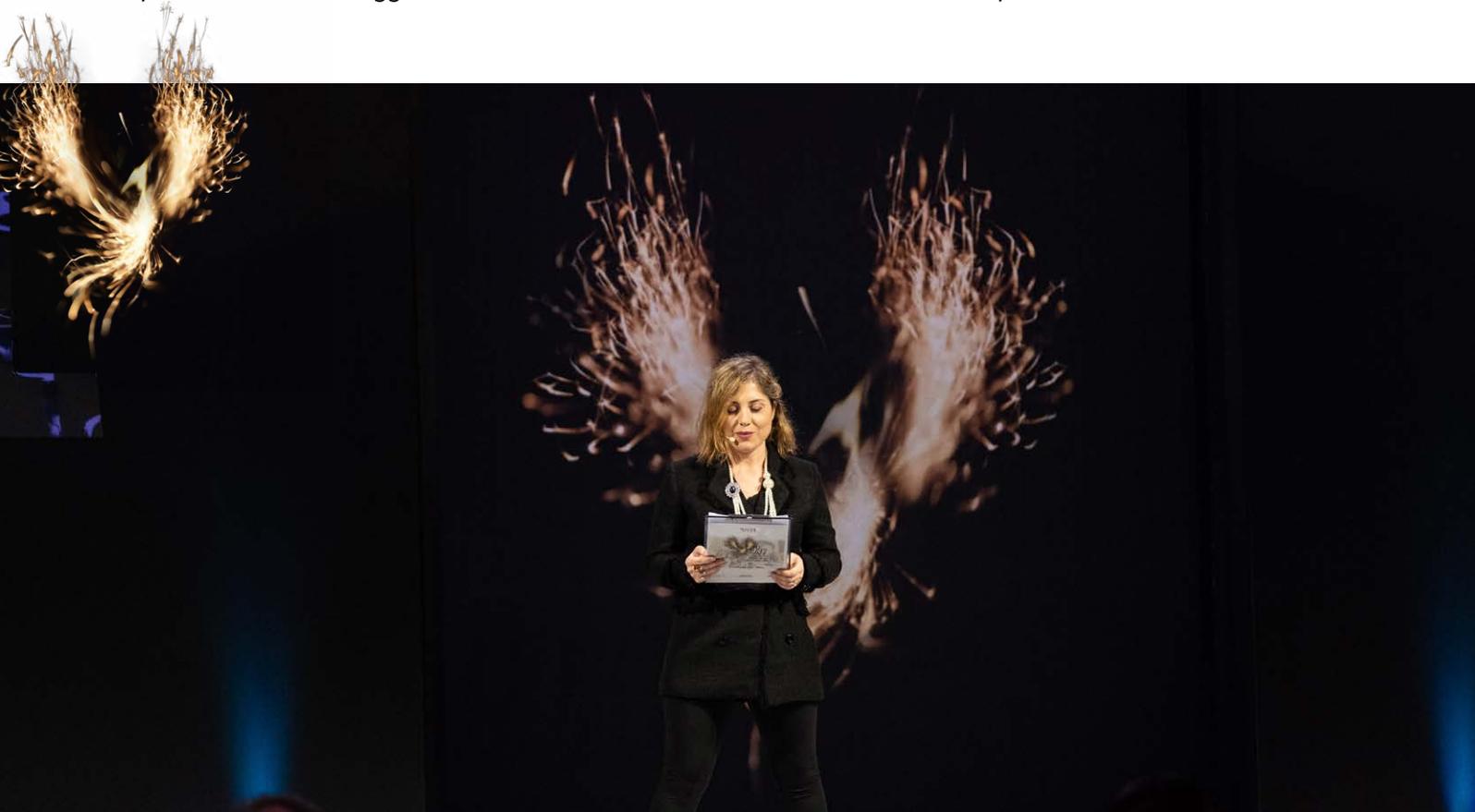
«**D**obbiamo sempre guardare le cose da angolazioni diverse. E il mondo appare diverso» insegnava ai suoi studenti il professor John Keating (Robin Williams) nel film pluripremiato “L’attimo fuggente”.

Abbiamo scelto di aprire i lavori della nona edizione di Made in Steel con un video palindromo, realizzato in collaborazione con Italiacamp. Un video che voleva emozionare e regalare - nella giornata inaugurale - un impatto emotivamente forte e con il quale abbiamo voluto lanciare tre messaggi.

Il primo ha a che fare con il cambio di paradigma e di prospettiva. Veniamo da due anni molto duri in cui una Pandemia mondiale ha toccato vite umane e interi comparti dell’economia, incluso il nostro. La crisi, il fermo della produzione; poi, una ripresa accelerata segnata dall’esplosione dei consumi e dei prezzi che hanno raggiunto i loro massimi storici.

Made in Steel 2021 si è svolta in un momento storico particolare: siamo tornati ad incontrarci, a vederci, a stare insieme. A ragionare sul futuro di un comparto che può rilanciare, seguendo le sfide della digitalizzazione, del green, forte delle competenze del suo Capitale Umano. Con uno sforzo collettivo, che ha riguardato la community siderweb, espositori, visitatori, speaker, associazioni e sponsor, abbiamo investito sulla ripartenza a cominciare proprio da uno sguardo nuovo, che scardinasse vecchi paradigmi. E così, anche nel video, le parole erano le stesse ma, lette a ritroso - dall’ultima alla prima riga, hanno assunto il significato della potenza, del coraggio e della speranza.

Il secondo messaggio ha a che fare con la voglia di futuro che tutti noi avevamo e abbiamo addosso: come filiera, come individui, come sistema. Non è un caso se il titolo di questa edizione di Made in Ste-





el - “RENAISSANCE - Here begins the steel rebirth” - evoca il Rinascimento, movimento nato a Firenze tra gli ultimi decenni del 1300 e i primi del 1400 che segnò un'importante fase di rinnovamento culturale e scientifico. Anche il nostro settore sta per vivere il suo Rinascimento.

Gli inizi portano con sé il peso della novità e dell'ignoto, ma sono preziose opportunità per scegliere chi vogliamo diventare, che tipo di futuro vogliamo costruire per la nostra filiera e il nostro Paese. E così, in questi tre giorni di manifestazione, l'abbiamo percepito in molto molto chiaro, che filiera intendiamo essere nel futuro: una filiera sostenibile, strategica per l'industria manifatturiera del Paese; avanguardia sul versante dell'economia circolare grazie anche all'elettrosiderurgia che caratterizza i poli produttivi italiani; una filiera innovativa, digitale e pronta a produrre acciaio in qualità e servizi per i settori utilizzatori; una filiera consapevole che sono le persone a fare il successo delle imprese: donne e uomini capaci di creare una cultura inclusiva, creativa fatta di bellezza e conoscenza. È questo il Rinascimento che auguriamo alla nostra filiera, è questo il messaggio contenuto nella (seconda) lettura del testo palindromo.

Infine: tendiamo spesso a leggere le nostre imprese a partire dai numeri, dai bilanci, dai risultati. Dalla

grandezza, dagli spazi, dalle performance ottenute. Per una volta abbiamo provato a ripensare la nostra filiera a partire dalle parole. Da una narrazione che - come spiega l'economista Luigino Bruni - è frutto della dimensione narrativa di noi esseri umani, animali capaci di raccontare e di ascoltare storie. «Le comunità, le associazioni, i movimenti, le istituzioni e le imprese vivono grazie al capitale narrativo, risorsa preziosa in molte organizzazioni, che diventa essenziale nei momenti di crisi e nei grandi cambiamenti dai quali dipendono la qualità del presente, la possibilità del futuro. È quel patrimonio fatto di racconti, storie, scritti, a volte poesie, canti, miti. È un autentico capitale perché, come tutti i capitali, genera frutti e futuro. Se gli ideali della organizzazione o della comunità sono alti e ambiziosi, anche il suo capitale narrativo è grande». (Bruni) E allora il Capitale Narrativo diventa la base di partenza per costruire il nostro futuro: l'aver selezionato le parole chiave, aver ricercato e scelto quelle giuste (come futuro, rinascimento, sostenibilità) averle curate, sfumate, snocciate, è stato un esercizio letterario necessario a creare il resto: le parole creano il pensiero, il pensiero crea l'azione, l'azione imposta la scelta. E allora possiamo dirlo: «In principio era la parola», anche nell'acciaio.

Buona lettura e Buon Rinascimento!

Testo Palindromo Made in Steel 2021 Realizzato in collaborazione con Italicamp

“Questi siamo noi
pensaci
il Rinascimento dell'acciaio
non è la rinascita di ognuno di noi
smettiamola di pensare che
la filiera può ripartire
guardiamoci indietro
non c'è prospettiva
e non è vero che
vogliamo la ripartenza del nostro comparto
preferiamo dare la colpa alla Pandemia e alla crisi
e non
dobbiamo cogliere, insieme, le opportunità di un nuovo futuro
è inutile
un luogo che ridia slancio alle relazioni sociali ed economiche
non diteci che
è il nostro momento, la nostra opportunità
è più facile contestare la veduta corta del Governo
e non
ci interessa cogliere le opportunità del Recovery Plan
il Next Generation EU sono risorse perse
e non è vero che
servono investimenti in infrastrutture, mobilità sostenibile e
transizione ecologica
per risolvere la crisi della nostra filiera
è evidente
siamo memoria del passato
ed è impensabile credere che
Il futuro dell'acciaio siamo noi
Siamo una filiera vecchia, sporca e cattiva
E non
digitale, sostenibile e capace di Innovazione
la narrazione e l'immagine che vogliamo dare di noi
non è importante
per questo non pensiamo che
è fondamentale investire e attrarre il talento
chi di noi ha visione sa che
l'acciaio non può vivere un nuovo umanesimo
non è vero che
il cambiamento è dentro di noi
rassegniamoci
non
possiamo rinascere”

*“Possiamo rinascere
non
rassegniamoci
il cambiamento è dentro di noi
non è vero che
l'acciaio non può vivere un nuovo umanesimo
chi di noi ha visione sa che
è fondamentale investire e attrarre il talento
per questo non pensiamo che
non è importante
la narrazione e l'immagine che vogliamo dare di noi
digitale, sostenibile e capace di Innovazione
E non
Siamo una filiera vecchia, sporca e cattiva
Il futuro dell'acciaio siamo noi
ed è impensabile credere che
siamo memoria del passato
è evidente
per risolvere la crisi della nostra filiera
servono investimenti in infrastrutture, mobilità sostenibile e
transizione ecologica
e non è vero che
il Next Generation EU sono risorse perse
ci interessa cogliere le opportunità del Recovery Plan
e non
è più facile contestare la veduta corta del Governo
è il nostro momento, la nostra opportunità
non diteci che
un luogo che ridia slancio alle relazioni sociali ed economiche
è inutile
dobbiamo cogliere, insieme, le opportunità di un nuovo futuro
e non
preferiamo dare la colpa alla Pandemia e alla crisi
vogliamo la ripartenza del nostro comparto
e non è vero che
non c'è prospettiva
guardiamoci indietro
la filiera può ripartire
smettiamola di pensare che
non è la rinascita di ognuno di noi
il Rinascimento dell'acciaio
pensaci
Questi siamo noi”*

e tutto questo succederà se non decidiamo di ripartire



Made in Steel stupisce ancora

Risultati oltre le attese: oltre 13.500 presenze da 68 Paesi. Business, conferenze, eventi live per il “Rinascimento” dell'acciaio



DI REDAZIONE SIDERWEB - REDAZIONE@SIDERWEB.COM

Che la filiera dell'acciaio fosse pronta a scattare per salire sul treno della ripartenza, dopo il rallentamento estivo, era una certezza. Meno lo era che avrebbe risposto con intraprendenza, convinzione ed entusiasmo alla chiamata della nona edizione di Made in Steel; invece è proprio quello che ha fatto. E i risultati della principale Conference & Exhibition del Sud Europa per la siderurgia hanno superato le attese.

Dal 5 al 7 ottobre l'evento, dal titolo “RENAISSANCE – Here begins the steel rebirth”, a fieramilano Rho ha accolto **184 espositori, di cui 22 esteri, su una superficie espositiva di circa 10.000 metri quadrati**. In tutto 15 i Paesi esteri rappresentati dagli espositori (Algeria, Belgio, Emirati Arabi Uniti, Francia, Germania, Gran Bretagna, Grecia, India, Lussemburgo, Polonia, Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Romania, Russia, Turchia).

Le presenze sono arrivate a 13.505, provenienti da 68 Paesi.

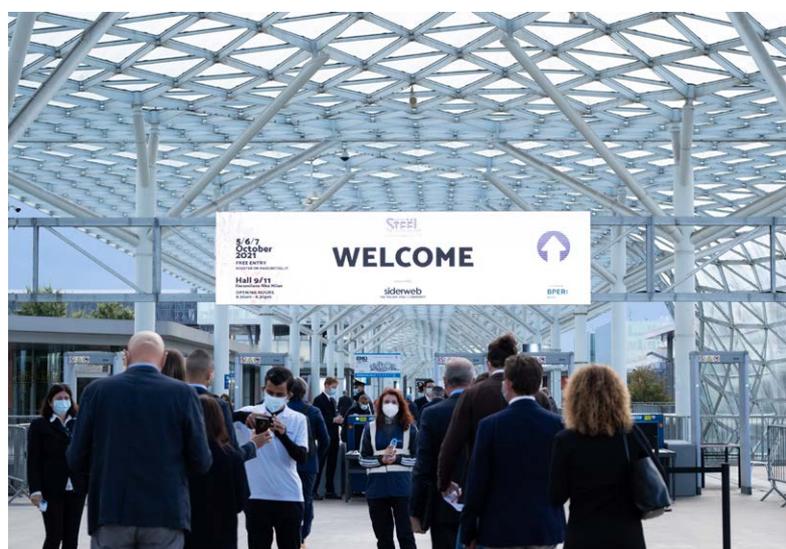
Digital MIS - Expoplaza, la piattaforma digitale di Made in Steel 2021 a supporto del business, luogo d'incontro virtuale tra visitatori ed espositori, e il sito www.madeinsteel.it, sono stati utilizzati complessivamente da **42.679 utenti, generando 134.086 visualizzazioni di pagina**.

Molto positive anche le performance dei canali social dell'evento (Facebook, Instagram e LinkedIn), che nei tre giorni della manifestazione hanno generato più di 80mila visualizzazioni complessive.

La siderweb TV, il canale creato appositamente per questa edizione di Made in Steel, ha trasmesso in live streaming oltre 20 ore di convegni in diretta dalla siderweb Conference Room, di interviste ai protagonisti della filiera dell'acciaio, di approfondimenti e video istituzionali degli espositori. Sul canale YouTube di siderweb si sono **superate le 7mila visualizzazioni**.

Made in Steel è stato il primo evento internazionale in presenza per l'acciaio nel mondo dallo scoppio della pandemia. Ha offerto ai protagonisti della filiera siderurgica, agli operatori, a espositori e visitatori un ricco calendario di convegni di alto livello, con oltre 30 relatori dall'Italia e dal mondo, tra cui Alec Ross, consigliere all'innovazione dell'amministrazione Obama. Ha ospitato, mercoledì 6 ottobre, l'assemblea annuale di Federacciai.

La decima edizione di Made in Steel si terrà tra due anni. Arrivederci al 2023!



Lo sappiamo bene.

Qualunque sia il settore in cui operate, nazionale o internazionale, pubblico o privato, **noi di Coface siamo consapevoli dei rischi che affrontate ogni giorno.**

Siamo presenti in oltre **100 paesi** e gestiamo garanzie per oltre **486 miliardi di euro** grazie ai nostri **50.000 clienti** nel mondo. Questo fa di noi uno dei leader mondiali nella **gestione e nell'assicurazione del rischio credito** e un punto di riferimento nelle cauzioni, anche con le nostre **polizze digitali**.

Sappiamo bene quanto sia importante per le imprese **potersi concentrare sul proprio business:** al resto, pensiamo noi.

LE AREE DI EXPERTISE COFACE

RISK MANAGEMENT
ASSICURAZIONE DEI CREDITI E CAUZIONI
INFORMAZIONI COMMERCIALI
RECUPERO CREDITI

coface.it

coface
FOR TRADE

ottobre 2021

I convegni



MADE IN 
STEEL
CONFERENCE & EXHIBITION



Made in Steel: il Rinascimento dell'acciaio è iniziato

Morandi: «La pandemia è stata una scossa di adrenalina per accelerare su innovazione e sostenibilità»

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE SIDERWEB

We Are Renaissance. Noi siamo Rinascimento. Questo il messaggio che con forza è stato ribadito nel corso dell'inaugurazione dell'edizione 2021 di Made in Steel. Un'edizione che arrivava dopo il terribile periodo della pandemia e in cui l'intera manifestazione è nata e si è sviluppata per dare risposta alla domanda "Che futuro vogliamo avere?". Come ha scandito la content manager di siderweb Francesca Morandi presentando il programma di convegni che ha accompagnato visitatori ed espositori fino al 7 ottobre.

«Siamo la prima manifestazione riguardante l'acciaio in presenza. Sono emozionato a rivedervi qui di persona ed è una cosa che nessuna call digitale è capace di replicare», ha detto il presidente e Ceo di Made in Steel Emanuele Morandi. «L'idea di collegare l'acciaio ed il Rinascimento vuole richiamare a quel periodo in cui una famiglia fiorentina mise a disposizione degli artisti le risorse per potersi concentrare sulla liberazione delle energie per creare qualcosa di nuovo ed eccezionale. La pandemia per noi è stata una scossa di adrenalina per accelerare su due temi che saranno fondamentali per il futuro: Innovazione e Sostenibilità. Non sprechiamo queste energie e queste opportunità date anche dai fondi europei. Il tutto con logiche collaborative di sistema Paese e di community».

Una visione condivisa anche da Fiera Milano rappresentata dal Ceo Luca Palermo, che ha detto: «Made

in Steel rappresenta qualcosa di speciale, anche perché è una manifestazione che ha avuto il coraggio nel mezzo della tempesta di non voler rinviare al 2022 o al 2023, ma di voler parlare di rinascita nel 2021. E credo che questo coraggio sia stato premiato».

Il vicepresidente di Federacciai Antonio Gozzi ha espresso condivisione per la visione descritta da Morandi. Una condivisione che arriva anche dal fatto che il Paese sta riguadagnando autorevolezza a livello internazionale «e questo sta avvenendo anche per la siderurgia italiana. Siamo troppo spesso identificati con pochi punti di crisi. Oggi la siderurgia nazionale, che è un'elettrosiderurgia, è una siderurgia che fin dalle origini ha avuto una vocazione alla





Alec Ross

sostenibilità. Questi elementi oggi sono un obiettivo di tutta Europa. E su questi elementi noi dovremo affrontare una sfida internazionale in cui dovremo alzare i nostri obiettivi e il nostro modo di fare se vorremo mantenere il primato attuale».

Se gli obiettivi e le sfide della produzione sono chiari, lo sono altrettanto quelli della distribuzione, come ha rimarcato il presidente di Assofermet Riccardo Benso: «Spero che questa occasione post pandemia possa offrire la possibilità di aprire tavoli trasversali, in cui poter coinvolgere tutti gli attori della filiera. Ognuno di noi deve capire quando fermarsi per lasciare spazio a iniziative che possono essere premianti nel lungo periodo. Vorrei insistere sul fatto di potersi trovare per lavorare a soluzioni comuni che possano accelerare questo processo di sviluppo che tutti condividiamo, a partire proprio dalle occasioni offerte da Made in Steel».

A chiudere gli interventi istituzionali è stato Stefano Vittorio Kuhn, Coordinatore Commerciale Territoriale Lombardia di BPER Banca: «Abbiamo sentito parlare di Rinascimento e questo ci fa piacere - ha rimarcato Kuhn -. Il nostro osservatorio ci fa dire però che siamo a un tornante in salita e questo impone il bisogno che tutte le ruote contribuiscano a superare la crisi. BPER Banca vuole essere una delle ruote che contribuisce a supportare la risalita».

Ospite atteso è stato anche il visionario Alec Ross, Autore & Consigliere all'Innovazione dell'amministrazione di Barack Obama, che ha tenuto una lectio sul cambiamento e sul futuro: «Il 2021 secondo me assomiglia molto al 1947. A quel periodo di ricostruzione che ha seguito la Seconda guerra mondiale, e oggi come allora possiamo ricostruire il nostro sistema economico. La nuova materia prima sono i dati. Basta pensare che dai quasi 36 miliardi di dispositivi connessi alla rete di oggi passeremo entro il 2025 a 75 miliardi e questo perché andremo a digitalizzare settori che oggi ancora non lo sono, come ad esempio l'agricoltura. E questo ci viene dato anche dal tasso di crescita dei processi di automazione che nel 2025 vedrà ben il 52% di attività operate dalle macchine e 48% fatte dall'umano. Ma questo non vuol dire necessariamente che ci saranno perdite di posti di lavoro, ma si dovranno rivoluzionare le competenze. Che si sposteranno dalla manualità all'analisi, creatività, empatia: attività che non fanno le macchine, in pratica quello che ci rende umani sarà sempre più importante».

Quattro i consigli che Ross ha regalato alla platea: aiutare i giovani a emergere; dare spazio alle donne; trovare modelli italiani ed europei per la crescita e avere l'ottimismo per poter farli sviluppare, anche nell'acciaio.



Made in Steel: quale futuro attende l'acciaio?

La visione dei protagonisti del settore, tra le grandi possibilità e le incertezze normative

DI **MARCO TORRICELLI** - REDATTORE SIDERWEB

Gli ultimi 18 mesi, con la “gelata” provocata dal Covid-19 e la successiva esaltante fase espansiva che ha fatto seguito alla ripartenza delle attività, sono stati oggetto di analisi ed approfondimento nel secondo convegno – “STEEL VISION: prepararsi all'acciaio del domani” – organizzato nella giornata inaugurale di Made in Steel e coordinato dal direttore generale di siderweb Lucio Dall'Angelo.

Nel corso del convegno, però, si è parlato anche di molto altro, perché il settore dell'acciaio, e l'economia in generale, sono alle prese con una rivoluzione ben più ampia, contraddistinta da alcuni nuovi cardini, come il “green”, la digitalizzazione, la regionalizzazione e la messa in discussione di alcuni pilastri storici del settore.

Secondo Barbara Beltrame, vicepresidente di Confindustria per l'Internazionalizzazione e responsabile Comunicazione e Marketing di AFV Beltrame Group, «tante cose sono cambiate con la pandemia, ma l'Italia è stata capace di rimboccarsi le maniche ed andare avanti. Anche attraverso un'accelerazione per la digitalizzazione che presto darà risultati importanti».

Innovazione e sostenibilità, ha detto poi Barbara Beltrame, «marciano sulla stessa strada. Con Industria 4.0 si sta lavorando molto proprio per raggiungere questo due importanti obiettivi», ma ha spiegato, «decisivo sarà imparare a comunicare il tutto». Anche per spiegare, ha puntualizzato, che «le nostre

aziende non sono brutte e sporche, ma dovremo essere sempre più in grado di rendere evidenti le buone pratiche di cui siamo capaci, anche a proposito di welfare o, per parlare di noi, di come l'Academy digitale di AFV Beltrame permette a tutto il personale di acquisire nuove conoscenze».

Parlando del settore, Barbara Beltrame ha spiegato che «il 2021 sta andando molto bene, con redditività molto importanti e credo che per i prossimi due o tre anni potremo consolidare la crescita».

Per Gianpietro Benedetti, presidente del Gruppo Danieli, «il 2022 sarà caratterizzato dal proseguimento della ripresa, che potrebbe peraltro prolungarsi anche nel 2023», mentre a proposito della trasformazione che interesserà il settore, «ritengo che il 35% del ciclo integrato di produzione si trasformerà in ciclo da forno elettrico nel giro di una decina d'anni e questo provocherà un problema di approvvigionamento di rottami e la necessità di pensare a nuove materie prime, tipo DRI e HBI da utilizzare».

Un elemento importante, messo in evidenza da Benedetti, è stato quello relativo alle tecniche specifiche di produzione: «lo – ha scandito il presidente di Danieli – sono per la laminazione diretta da colata continua senza forno di riscaldamento e negli USA stanno percorrendo proprio questa strada» ed a proposito di Stati Uniti, e di salvaguardia ambientale, ha annunciato che «faremo l'acciaio con il vento, visto che l'anno prossimo i nostri impianti dotati di tecnologia



Q-One saranno in funzione in aziende che per l'approvvigionamento energetico faranno riferimento a parchi eolici».

Interessante anche un passaggio che Gianpietro Benedetti ha riservato al mondo della scuola: «Per migliorare serve personale tecnico, per il quale la preparazione è fondamentale, mi auguro che si punti con decisione sulla meritocrazia per gli insegnanti a cui saranno affidati i giovani».

Fernando Espada, presidente di Eurometal e Ceo di Tata Steel Distribuzione Spagna, ha ricordato che «nel 2018 e 2019 abbiamo dovuto far fronte ad un eccesso di offerta di acciaio, anche per l'arrivo dei Paesi terzi, come la Turchia, ma poi la pandemia ci ha portato a gestire fenomeni sconosciuti, ma siamo riusciti a tenere le aziende in piedi fino a quando poi il mercato non ha ripreso a marciare».

Nel frattempo, però «è cambiato l'atteggiamento della Cina, che sta prendendo sul serio la questione ambientale e se ridurrà davvero di molto la propria produzione potrebbe determinare delle ricadute importanti».

Altro tema delicato, ha detto il presidente di Eurometal, «è quello della CO₂, che è destinato a condizionare tutta la filiera e non solo i produttori di acciaio» ed a questo proposito Fernando Espada ha messo in guardia sulla «necessità di fare molta attenzione a come sarà messo a punto il meccanismo di adeguamento delle frontiere del carbonio (CBAM), per evita-

re che si possa tradurre in un aggravio di problemi in più per la filiera».

Infine, Mario Caldonazzo, vicepresidente di Eurofer e Ceo del gruppo Arvedi, ha ricordato che «siamo usciti dalla pandemia con una grande consapevolezza riguardo la forza e la resilienza delle nostre imprese, che quest'anno registreranno risultati importanti sotto il profilo economico, ma forse meno significativi di quanto fatto nel 2020, in piena emergenza e per garantire le forniture a settori strategici per il Paese».

A proposito dell'accresciuta attività regolatoria della Commissione europea, per il vicepresidente di Eurofer «si tratta senza dubbio un fenomeno transitorio, destinato a cambiare nel giro di quale anno, ma questo non è il vero driver sul quale dobbiamo concentrarci». Vero driver che, secondo Caldonazzo, è «il Green Deal europeo e quanto saremo capaci di realizzare per attuarlo».

Riguardo la normativa di salvaguardia e dei dazi imposti, Caldonazzo è stato categorico: «L'Europa è il mercato più libero che ci sia, non c'è protezionismo ma difesa da aggressioni che arrivano dall'esterno».

Parlando del gruppo, infine, il Ceo di Arvedi ha ricordato che «per il closing definitivo dell'operazione relativa ad Acciai Speciali Terni ci vorranno, visto che dovrà essere valutata dagli organismi internazionali, ancora tre o quattro mesi», per poi promettere che «molto presto potremo annunciare la completa decarbonizzazione di Acciaieria Arvedi».



L'acciaio e il nuovo paradigma della polis

La visione della città del futuro tra innovazione e sostenibilità

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB

La polis vive dell'equilibrio tra le persone e le strutture che la compongono. È sinonimo di armonia ed è probabilmente la più antica elaborazione culturale di ciò che noi oggi definiamo sostenibile. La polis va oltre la città: ne contempla forme e strutture, esalta i rapporti. Costruire le città è avere un'idea di futuro e di relazione. Mai come oggi siamo davanti alla necessità di un cambio di passo: tutto quello che progetteremo, tutto quello che realizzeremo dovrà essere innovativo e sostenibile. E soprattutto pensato per le persone. L'acciaio, per il suo DNA flessibile e resiliente, sarà uno dei protagonisti.

Il nuovo paradigma della polis, della città e il ruolo dell'acciaio in questa sinergia tra innovazione, sostenibilità e umano sono stati il filo conduttore della tavola rotonda "Polis, innovazione e sostenibilità per una nuova idea di mondo" che ha aperto la seconda giornata di Made in Steel. L'ideazione e la costruzione delle città del futuro, tecnologiche e amiche dell'ambiente vedranno l'acciaio come uno dei maggiori attori della transizione. Ma come? E in che modo l'industria siderurgica si può preparare a questo cambiamento?

Ne hanno parlato Davide Albertini Petroni, vicepresidente di Confindustria Assoimmobiliare; Carlo Mappelli, professore ordinario del Politecnico di Milano; Annalisa Citterio responsabile sostenibilità Cnh Industrial e Antonio Citterio, architetto e cofondatore di Antonio Citterio Patricia Viel, moderati da Francesca Morandi, content manager di siderweb e da

Emanuele Norsa redattore di Kallanish e collaboratore siderweb.

Nella riprogettazione del tessuto urbano l'acciaio dunque avrà un ruolo fondamentale. Che città vogliamo costruire nel futuro? È la domanda alla quale hanno cercato di rispondere i relatori. Antonio Citterio ha esordito: «La città sostenibile è quella che si misura con noi, con le persone. Le città saranno sempre più popolate, più grandi e gli edifici cresceranno in altezza. Ci sarà anche un cambiamento di funzioni e tipologie, con spazi di comunità». Milano negli ultimi decenni ha conosciuto uno sviluppo ur-





banistico importante. Trasformazione che potrebbe essere accelerata dall'appuntamento con le Olimpiadi invernali Milano-Cortina del 2026. Albertini Petroni su questo fronte ha rimarcato: «Il successo di un evento importante come le Olimpiadi deve essere calato dentro una città con una visione. E Milano a mio parere questa lungimiranza ce l'ha. Uno degli asset fondamentali sono i 23 milioni di metri quadrati da sviluppare nei prossimi anni, di cui sedici milioni nell'area metropolitana e più della metà residenziali». Un cambio di passo, ha aggiunto, che è conditio sine qua non anche per il mondo immobiliare. «Dobbiamo mettere l'uomo e la società al centro. Il fabbricato diviene sempre più un contenitore dove confluiscono pure servizi». Annalisa Citterio ha posto l'accento sull'importanza, per le industrie, di pensare l'azienda in relazione al territorio. «Siamo consapevoli dell'impatto della nostra azienda sul territorio. Ed è per questo che con il nostro percorso di sostenibilità portiamo avanti iniziative per ridurlo e mitigarlo. Il che si traduce anche in benefici per la comunità. Ci sono alcune tematiche verso le quali focalizziamo gli obiettivi di miglioramento. E tra questi, oltre al benessere delle persone, c'è la relazione tra

le generazioni». Mapelli, sull'acciaio quale asset della nuova polis, ha sottolineato: «L'acciaio è resiliente e flessibile. La tendenza è andare sempre di più verso tipologie di acciaio alto resistenti». E Antonio Citterio a proposito dell'acciaio quale attore nello sviluppo delle città ha aggiunto: «Sto lavorando sul tema del riciclo dell'acciaio utilizzato nell'arredamento. L'acciaio deve diventare una superficie finita e non solo strutturale. I materiali nel tempo diventano anche linguaggio».

Quali cromosomi dovrà avere la città del futuro? Senza dubbio, hanno sintetizzato i relatori, quelli della flessibilità, dell'armonia, dell'integrazione e dell'inclusività. Insomma, una città in cui ti riconosci e in cui hai voglia di vivere.





Made in Steel: le sfide della distribuzione

Il nuovo paradigma per il comparto, tra digitalizzazione e green

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB

Una riflessione sul settore della distribuzione e pre lavorazione di acciaio tra presente e orizzonti futuri. Il convegno “Il mercato visto dalla distribuzione” organizzato a Made in Steel in collaborazione con Assofermet ha affrontato le sfide a cui questo comparto sta andando incontro: da un lato le tecnologie digitali, l’incremento delle richieste dei clienti, la transizione ecologica e la regionalizzazione dei mercati stanno spingendo all’innovazione ed alla ristrutturazione dell’attività, dall’altro il ritorno della volatilità sta creando sia criticità che opportunità.

Come affrontare la congiuntura? Quali sono le prospettive strategiche e di mercato? Dopo i saluti introduttivi di Paolo Sangoi, presidente di Presidente Assofermet Acciai; Emanuele Norsa di Kallanish e collaboratore siderweb ha fornito la propria visione sulla catena del valore della distribuzione di acciaio e sull’andamento del mercato.

Sangoi ha esordito così: «Il comparto ha da sempre un ruolo strategico, ponendosi tra la produzione a monte e l’approdo a valle. Una sfida ulteriore che il settore è stato costretto ad affrontare è stata la concorrenza dei propri fornitori, i centri integrati. Sfida cui è riuscito a tener testa. Inoltre abbiamo messo in campo massicci investimenti green».

Sangoi è tornato sul tema delle misure di salvaguardia: «Assofermet si è sempre dichiarata contraria a

qualunque limitazione all’import. La recente riconferma della misura di salvaguardia è stata elaborata su dati storici non recenti. Con conseguenze quali situazioni di shortage che impattano sulla filiera a valle. Ho apprezzato le dichiarazioni del ministro dello Sviluppo economico Giancarlo Giorgetti, anche a Made in Steel, con la richiesta di una modifica della norma. Assofermet ha depositato una proposta di revisione Ministero degli Esteri e al MiSe. Il presidente di Federacciai, Alessandro Banzato ha fatto riferimento ad una forsennata corsa all’acquisto da parte di noi distributori. Gli acquisti effettuati sono stati coperture di fabbisogni specifici».





Norsa ha sintetizzato: «Siamo entrati in un nuovo ciclo delineato dagli investimenti green, dalla disponibilità di materiale e dagli interventi dei decisori. Il minerale di ferro ha frenato anche per la necessità del mercato cinese. Le acciaierie in Cina hanno iniziato a diminuire la produzione. Il rottame ha dovuto seguire l'andamento del minerale, che ha perso il 50% del suo valore anche se ora ha recuperato un po', mentre il rottame è ad un meno 10-12% che definirei fisiologico. Continua ad essere potentissimo l'impatto della misura di salvaguardia. Che era stata varata per regolare il mercato nei suoi flussi. È evidente che la regolazione non c'è stata e un correttivo è necessario».

Nel corso della tavola rotonda Riccardo Benso, presidente di Assofermet; David Bernardi, corporate senior vice president procurement di Fincantieri; Marco Gay, amministratore delegato di Digital Magics e Roberto Re, head of Metinvest Europe hanno ragionato su quattro parole e concetti chiave, volatilità, strategia, regionalizzazione e Piano nazionale di ripresa e resilienza.

Benso ha sottolineato: «La volatilità ha caratterizzato il 2021. L'andamento dei prezzi osservato quest'anno era inimmaginabile. Il grande timore degli operatori è che cosa accadrebbe se il trend dovesse invertirsi

in modo notevole». Re ha rimarcato: «Quello che è successo nell'ultimo anno e mezzo è stata una reazione eccezionale alla pandemia. Non possiamo guardare la realtà italiana senza considerare quello che succede a livello planetario». Bernardi ha commentato: «Per chi fa industria come noi la volatilità è il peggior nemico. Perché vuol dire non essere in grado di pianificare. Nel nuovo paradigma l'innovazione è asset imprescindibile».

A proposito di high tech e digitalizzazione, Gay ha aggiunto: «I mercati più maturi sono quelli che possono trarre maggiore vantaggio dall'iniezione di innovazione e digitale. Cloud, cybersicurezza, intelligenza artificiale e blockchain sono parole chiave». Sul fronte delle strategie, Benso ha osservato: «È difficile pensare di generare un benessere diffuso a livello di filiera se non ci si siede più spesso assieme attorno ad un tavolo per ragionare sugli snodi centrali». E Bernardi ha argomentato: «Da industria, nella regionalizzazione che porta contesti e logiche diverse vedo un rischio. Dobbiamo creare meccanismi di maggiore flessibilità per cercare di regolare un mercato che altrimenti non siamo in grado di gestire».



Da Made in Steel a Bilanci d'Acciaio 2021

Dopo innovazione, sostenibilità, internazionalizzazione e mercato, il punto sulle performance delle imprese

DI **MARCO TORRICELLI** - REDATTORE SIDERWEB

Dopo avere affrontato i temi dell'innovazione, della sostenibilità, dell'internazionalizzazione e del mercato, Made in Steel, nel convegno conclusivo, ha messo i numeri ed il sentiment della filiera al centro dell'attenzione.

Il convegno, infatti, oltre a presentare un'anteprima dei dati 2020 (circa 2.200 i bilanci analizzati al 7 ottobre) delle imprese siderurgiche, è stata l'occasione per illustrare i risultati della survey che siderweb ha proposto alle imprese stesse in collaborazione con BPER Banca.

I risultati del 2020, le attese per il 2021

Gianfranco Tosini, dell'Ufficio Studi siderweb, ha esordito ricordando che «il 2020 è stato condizionato dall'evento pandemico, ma ha avuto ricadute non simmetriche tra aree diverse, tanto che in Cina non c'è praticamente stata crisi. L'area Ue, invece, è tra quelle che hanno avuto le ricadute peggiori». I gruppi italiani, però, «sono riusciti a mantenere in territorio positivo, pur con cali di fatturato, i propri risultati complessivi».

Con «i produttori che hanno pagato il prezzo più caro, ma certamente saranno anche quelli destinati a trarre i maggiori benefici dalla ripartenza delle attività nella fase post pandemia».

Illustrando i risultati della survey, alla quale hanno

partecipato, un centinaio di imprese, Claudio Teodori, docente all'Università degli Studi di Brescia, ha spiegato che «le imprese, grazie anche al sostegno europeo e italiano, stanno rispondendo in modo deciso alla pandemia, con uno sguardo attento all'evoluzione dell'economia che, in Italia, dopo tanti anni di retroguardia, sta assumendo valori adeguati anche se insufficienti per colmare anche una piccola parte del ritardo accumulato negli ultimi 20 anni».

Dalle risposte «emerge una sostanziale fiducia anche se connotata da grande prudenza: il 2022, infatti, lascia ancora molti dubbi, come si vede dalle previsioni dell'andamento del fatturato e dei risultati economici. Questi ultimi, infatti, non sono ancora soddisfacenti, soprattutto con riferimento all'Ebitda che rimane assai contenuto».





Tavola rotonda: Protagonisti faccia a faccia

Il dibattito conclusivo, coordinato dal direttore generale di siderweb Lucio Dall'Angelo, ha visto la partecipazione di cinque grandi protagonisti della siderurgia nazionale, che hanno messo a disposizione dell'uditorio la propria visione prospettica sulla base delle performance passate.

Franco Bernabè, presidente di Acciaierie d'Italia, ha subito chiarito che «un Paese che ha passato quello ha passato l'anno scorso deve cambiare la propria narrazione, non esagerando con la prudenza e capitalizzando il risultato eccezionale che è stato realizzato in questo 2021».

A proposito di Acciaierie d'Italia, Bernabè ha parlato di «grande capacità di resilienza dimostrata da quegli stabilimenti nel corso di anni incredibilmente difficili», mentre a proposito del futuro ha spiegato che «la futura sostenibilità d'impresa non passerà attraverso una nuova versione delle partecipazioni statali, mentre il piano dell'acciaio dovrà essere messo a punto dalla stessa comunità siderurgica nazionale».

Una cosa sulla quale ha insistito è stata questa: «Non dobbiamo commettere l'errore di avere fretta, perché quella che sta avvenendo è una trasformazione epocale e dovrà essere affrontata con grande cautela».

Antonio Gozzi, presidente di Dufenco Italia Holding,

dopo aver ribadito che «l'anno finanziario che si è appena chiuso è stato estremamente positivo per Dufenco», ha però affermato di «condividere i timori per quanto potrà accadere in futuro perché il "rimbalzo" del quale stiamo beneficiando non potrà che determinare anche ricadute non positive».

Ricordando il processo che porterà alla messa in marcia del nuovo laminatoio "green" di San Zeno Naviglio (Bs), Gozzi ha evidenziato che «si tratta del primo esempio di impianto del genere che sarà interamente alimentato da energie rinnovabili» e che «si sta lavorando anche sulle possibili soluzioni per alimentare i forni di riscaldamento per impianti tradizionali, per i quali oggi si usa il gas, attraverso l'uso di biodigestori per la produzione di biogas».

Per Antonio Marcegaglia, presidente del Gruppo omonimo, «il primo semestre del 2021 è stato caratterizzato da numeri importanti, che fanno presagire un bilancio record per il 2021. Abbiamo investito



nell'acciaio verde, con la start-up svedese H2GS, stiamo lavorando su prospettive di crescita sia nell'inox che nel carbonio, con diverse opzioni in Italia e all'estero».

Certo, «permangono criticità: dal prezzo dell'energia, all'approvvigionamento di materie prime, dalla salvaguardia alle spinte protezionistiche, ma sono molto più fiducioso rispetto alla media degli imprenditori che hanno risposto alla survey: il clima che abbiamo respirato a Made in Steel – ha spiegato Marcegaglia – è un ulteriore segnale che tutti gli operatori hanno percezioni positive sul mercato. La domanda reale è ancora robusta e resterà tale anche nel 2022. Dobbiamo avere la capacità di cavalcare questo momento, lavorando, anche sul fronte europeo, per rafforzare l'intera filiera dell'acciaio italiano».

Giuseppe Pasini, presidente di Feralpi Holding, ha invece evidenziato che «sarà molto importante mettere al centro dell'attenzione temi come salvaguardia ambientale e formazione, che a mio parere diventeranno sempre più decisivi per determinare il futuro delle imprese».

Ricordando poi che «la siderurgia italiana, con il suo

85% di produzione da forno elettrico, è decisamente sostenibile dal punto di vista dell'ambiente e, anzi, un modello di economia circolare, mentre purtroppo si perpetua il luogo comune secondo il quale la siderurgia italiana viene identificata con Taranto (unica acciaieria nazionale con gli altiforni; ndr), ma non è affatto così».

Secondo Stefano Rossetti, vicedirettore generale vicario di BPER Banca, «il sistema bancario, e BPER in particolare, potranno svolgere un ruolo fondamentale nel 'Rinascimento' che connota il comparto della siderurgia, tema conduttore di questa tre giorni improntata all'ottimismo e alla voglia di fare, come abbiamo toccato con mano tra i padiglioni della fiera».

Innovazione e sostenibilità «sono le parole cardine della ripresa, che ancora una volta vede al centro il sistema manifatturiero e i distretti, con le loro filiere produttive di eccellenza. Il nostro impegno è quello di sostenerle nella competizione globale e di aiutarle a cogliere tutte le opportunità che il Piano di ripresa e resilienza ha messo in campo per lo sviluppo del Paese».





CAMPIONI DELL'ECONOMIA CIRCOLARE CON LA RACCOLTA E IL RICICLO DEGLI IMBALLAGGI IN ACCIAIO



CON RICREA PER UN MONDO PIÙ VERDE E SOSTENIBILE.

NEL 2020 ABBIAMO RICICLATO OLTRE 370 MILA TONNELLATE DI IMBALLAGGI IN ACCIAIO.

PARI AL 79,8% DELL'IMMESSO AL CONSUMO ED EQUIVALENTI A 417.000 TONNELLATE DI MATERIA PRIMA RISPARMIATA, 629.000 TONNELLATE DI CO₂ EQ EVITATE, 19 MILIONI DI EURO DI CONTROVALORE ECONOMICO DELLA CO₂ EVITATA.

GRAZIE ALLA RACCOLTA DIFFERENZIATA ABBIAMO TRASFORMATO BARATTOLI, SCATOLE, CHIUSURE, SECCHIELLI, FUSTI E BOMBOLETTE IN NUOVI PRODOTTI IN ACCIAIO: BINARI E VAGONI MA ANCHE BULLONI, CHIODI, CHIAVI INGLESIS, BICICLETTE, TONDINI PER CEMENTO ARMATO E MOLTO ALTRO ANCORA.

CONTINUIAMO ALLORA A RISPARMIARE ENERGIE PREZIOSE E A SALVAGUARDARE L'AMBIENTE COSTRUENDO INSIEME IL CERCHIO PERFETTO DEL RICICLO DELL'ACCIAIO. CHIEDI AL TUO COMUNE LE INFORMAZIONI SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA DEI CONTENITORI D'ACCIAIO O VISITA IL NOSTRO SITO WWW.CONSORZIORICREA.ORG



ottobre 2021

Assemblea annuale di Federacciai



Federacciai



MADE IN 
STEEL
CONFERENCE & EXHIBITION

Federacciai: «Congiuntura positiva. Bene il Pnrr»

Alessandro Banzato: «Made in Steel ha saputo cogliere l'essenza del momento»

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE DI SIDERWEB

Un momento di condivisione del ritorno alla normalità, in un posto dove potersi sentire come a casa. Così il presidente di Federacciai Alessandro Banzato ha descritto l'assemblea annuale dell'associazione, ospitata per il 2021 da Made in Steel.

Una manifestazione che, secondo lo stesso Banzato, con il titolo "Renaissance" «ha saputo cogliere l'essenza del momento, rappresentando sinteticamente il sentimento e la speranza che pervade tutti noi da qualche mese a questa parte».

Pur nel percorso tortuoso di risalita, il presidente dei siderurgici italiani conserva l'ottimismo sul fronte della rinascita del modo in cui fare acciaio, ribadendo che però, in un contesto come quello attuale, servirà il supporto delle istituzioni nazionali ed europee per poter arrivare alla vetta.

Mercato oltre le aspettative

Riguardo al mercato, il presidente, nel capitolo della propria relazione dedicato alla congiuntura, ha detto chiaramente che «a un anno di distanza dalla precedente assemblea, ci troviamo di fronte a una congiuntura positiva che nemmeno i più ottimisti di noi osavano immaginare». Un trend positivo che dovrebbe rafforzarsi ulteriormente quando i fondi del Pnrr «si tradurranno in cantieri e investimenti».

Dopo aver descritto lo scenario di crescita attraverso

le statistiche nazionali, Banzato ha dedicato un passaggio importante alle tensioni di filiera che hanno accompagnato lo shortage di materiale in concomitanza con il rinnovo della Salvaguardia Ue.

Banzato ha puntualizzato gli elementi che hanno contribuito a creare l'anomalia, lanciando anche una stoccata all'intero sistema: «La cosa che mi fa specie - e che ci deve fare riflettere - è che, come filiera, siamo sempre molto coesi quando le cose vanno male, mentre le divisioni o incomprensioni aumentano quando le cose vanno molto bene. A mio avviso un dialogo costruttivo fra di noi è fondamentale, ma deve partire dalla condivisione del fatto che la produzione di acciaio nazionale (ed europea) è strategica ed è un valore per tutta la filiera, a monte e a valle. Se la produzione soffre o viene danneggiata, i fornitori di materie prime e gli utilizzatori non possono, prima o poi, che patirne pesanti conseguenze. Ascoltare le sirene dei Paesi che, grazie a vincoli e



costi molto più bassi dei nostri ti offrono alti volumi a prezzi bassi, è molto pericoloso perché quando gli stessi dovessero rendersi conto che sfinite le aziende locali hai veramente bisogno di loro, incomincerebbero a mandare il materiale quando ne hanno voglia ed ai prezzi che decidono loro. Se si concorda in modo chiaro ed esplicito su questo punto, e cioè la difesa della produzione di acciaio nazionale ed europea, diventa più semplice la ricerca di convergenze e soluzioni condivise».

Nuova geografia e cambiamenti climatici nelle sfide internazionali

«La nuova geografia dell'acciaio vede la posizione preminente della Cina e l'avanzare di Paesi emergenti come India, Turchia ed Iran che hanno una spiccata vocazione alle esportazioni dato anche il tenore dei consumi interni. Stiamo parlando di siderurgie dove i livelli di attenzione alle problematiche di sostenibilità ambientale e sociale non sono certo paragonabili a quelli europei, ma al contempo di impianti di recente fabbricazione se si pensa che negli ultimi 25 anni la Cina ha aumentato la produzione di 970 milioni di tonnellate, l'India di 80 milioni, l'Iran di 24 e la Turchia di 23. È pertanto comprensibile che la tendenza in atto in Europa – il Green Deal – potrebbe generare asimmetrie competitive che, se non gestite in

tempo, porterebbero alla sparizione della siderurgia continentale o alla progressiva delocalizzazione della stessa in aree del mondo soggette a meno vincoli. I processi di cambiamento in corso devono pertanto essere accompagnati da misure di difesa e sostegno che consentano alla siderurgia europea non solo di sopravvivere, ma anche di mantenere quelle marginalità che occorrono per continuare a investire e raggiungere gli ambiziosi obiettivi dati».

Una introduzione di capitolo incisiva per evidenziare come le sfide che anche la siderurgia italiana è chiamata ad affrontare abbiano un'ampia vocazione europea e richiedano che soprattutto dall'Europa arrivi l'attenzione necessaria a far sì che la propria siderurgia resti competitiva.

In questo suo discorso di fronte ai membri della Federazione, Banzato ha sottolineato di vedere di buon occhio il sistema del Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) e con criticità l'ETS e i prezzi delle emissioni di CO₂ ad esso legati, perché soggetti all'ingresso della speculazione finanziaria, che distorce il circolo virtuoso che l'Ue vorrebbe creare. Da Banzato anche un suggerimento ai legislatori europei per l'introduzione del «meccanismo di "export rebate", peraltro avallato da autorevoli pareri legali, che lo



hanno giudicato pienamente compatibile con le regole del WTO. Un tale meccanismo sarebbe invece fondamentale per tutelare le esportazioni dei prodotti siderurgici europei, sostenendo il PIL e l'occupazione di Paesi industrializzati come l'Italia».

Il presidente di Federacciai, auspicando un migliore dosaggio degli obiettivi ambientali nel tempo, ha poi spiegato che «l'evolversi delle discussioni e dei progetti impongono non solo misure difensive per gestire il transitorio, ma anche e soprattutto azioni di politica industriale che accompagnino, a condizioni competitive salvaguardate, gli ambiziosi obiettivi che l'auspicata transizione energetica sta già ponendo».

Parlando di decarbonizzazione in Italia, Banzato ha tracciato un quadro chiaro, lanciando anche al titolare del MiSe Giancarlo Giorgetti, in platea, priorità e aspetti di lavoro su cui anche il Governo dovrà essere parte attiva. «Per quanto riguarda la decarbonizzazione - ha aggiunto - l'impulso da dare alle rinnovabili e all'idrogeno, soprattutto se si pensa alle sfide che pone l'accelerazione in corso, quanto previsto dal PNRR è invece, passatemi la battuta, solo un corposo antipasto. I progetti devono tenere conto del progressivo consolidamento delle tecnologie e anche dei costi che, solo per i produttori italiani dei settori Hard to Abate, sono stimati in 15 miliardi di euro nei prossimi 10 anni. È evidente che un percorso di questo tipo non può essere sostenuto solo dalle imprese, ma servono sostegni europei e nazionali la cui certezza sia coerente con la determinazione degli ambiziosi obiettivi prefissati».

In questo caso il suggerimento di Federacciai è l'istituzione di un fondo per la decarbonizzazione dei settori Hard to Abate; inoltre, si potrebbero «avviare con Paesi terzi delle interconnessioni green, sfruttando peraltro l'importante esperienza che abbiamo maturato con Interconnector».

Le sfide della decarbonizzazione

La spinta europea alla decarbonizzazione crea altre due perplessità per la siderurgia italiana, che per l'84% produce da forno elettrico. «La prima è una potenziale asimmetria delle misure di accompagnamento e sostegno alla decarbonizzazione. Sarebbe infatti paradossale se il processo meno emissivo, ovvero l'elettrosiderurgia, venisse dimenticato o penalizzato a tutto vantaggio delle produzioni a ciclo integrale, attività produttiva predominante in Paesi che sulla bilancia degli equilibri europei contano non poco: in particolare la Germania (67,7% da ciclo integrale), la Francia (67,5%), l'Austria (90%), l'Olanda (100%) e il Belgio (68,2%). Un totale, solo per queste 5 nazioni, di quasi 50 milioni di tonnellate all'anno prodotte da altoforno».

La paura è che la riconversione di queste tecnologie più inquinanti consumi la maggior parte delle risorse disponibili. «La seconda preoccupazione che abbiamo, sempre come elettrosiderurgici, è legata alle soluzioni tecniche che si stanno profilando per la decarbonizzazione dei processi a ciclo integrale. Al netto delle ipotesi di "carbon capture", le soluzioni che al momento si intravedono sono sostanzialmente tre: la conversione ad idrogeno, che sicuramente ha tempi di implementazione medio lunghi; vari accorgimenti tecnici, tra i quali l'aumento della carica di rottame nei convertitori che trasformano la ghisa di altoforno in acciaio (si parla di passare dall'attuale 10/15% ad un massimo del 30%); la sostituzione di una parte di altoforni con forni elettrici alimentati a preridotto. È evidente che uno dei perni del cambiamento sarà il rottame e questo potrebbe creare forti tensioni sul mercato, soprattutto italiano».

Per questo Federacciai è tornata a chiedere «l'adozione a livello europeo di misure che consentano di mantenere il rottame nel continente, evitando un drenaggio di risorse a vantaggio di Paesi Terzi che, oltre a non garantire i nostri standard ambientali e di sostenibilità, ad esempio nella gestione dei rifiuti, non hanno vincoli di riduzione della CO₂ comparabili

a quelli europei». Inoltre «deve essere valutata l'opportunità di favorire l'importazione di rottame di alta qualità e di incentivare la produzione di materiali alternativi come, ovviamente, il preridotto. Noi riteniamo che l'installazione di nuova capacità produttiva da forno elettrico, in Italia come in Europa, non può non essere vincolata a garanzie in termini di approvvigionamento di preridotto. Questo potrà avvenire o attraverso la realizzazione in sito di impianti di preriduzione o attraverso contratti di lungo termine di HBI prodotto in Paesi Terzi, magari con il sostegno industriale e finanziario delle aziende italiane o europee interessate»

A livello congiunturale non poteva mancare un passaggio sull'energia, viste le difficoltà che le aziende stanno affrontando in queste settimane dopo i corposi rincari che si stanno verificando in bolletta e dove è necessario mantenere un atteggiamento in grado di garantire la competitività internazionale delle produzioni nazionali.

Nelle grandi crisi Taranto e Terni promosse, Piombino rimandata

Prima di entrare nello specifico delle singole aziende, Banzato ha ribadito il proprio pensiero in materia dell'entrata statale nelle aziende in crisi. «Avevo detto e ribadisco che nonostante le resistenze psicologiche che derivano dalla storia della siderurgia di Stato, siamo consapevoli che ci sono momenti storici in cui la presenza transitoria dello Stato è possibile e necessaria se il fabbisogno di investimenti per il rilancio, in costanza di perdite, porta a tempi di esecuzione e ritorno che sono insostenibili per un investitore privato. Tutto questo assume una valenza ancora maggiore se si pensa alle sfide imposte, nel breve e medio termine, dalla decarbonizzazione che non può che essere gestita, come detto prima, solo attraverso importanti misure di accompagnamento pubbliche, siano esse nazionali od europee. Uno Stato, quindi, che può svolgere una funzione determinante nel risanare e rilanciare gli assets per poi

ricollocarli, valorizzati, sul mercato».

Sull'ex Ilva Banzato ha evidenziato come le recenti problematiche legate al mercato dei coils sono «la prova del nove della strategicità di Taranto, Cornigliano e Novi».

Più complesso il caso di Piombino: «Ribadisco la mia stima e ammirazione per l'imprenditore Sajjan Jindal. È un siderurgico di primordine ed ha fatto grandi cose in India sia dal punto di vista tecnologico che per quanto riguarda i risultati in termini di sostenibilità e profittabilità. Non capisco però cosa vuole fare veramente a Piombino, anche perché in tre anni non abbiamo mai avuto, come Federacciai, l'occasione di incontrarlo e di confrontarci con lui e con i suoi collaboratori. Quello che posso dire si riferisce pertanto esclusivamente alla lettura della rassegna stampa e negli ultimi mesi, l'evocazione di un coinvolgimento di Invitalia, desta in tutti noi grande preoccupazione. I problemi sociali, ribadisco, vanno rispettati e per farlo seriamene vanno abbandonate le attività fuori mercato e indotte nuove intraprese produttive che rispondano alle esigenze reali della domanda».

Applausi invece sia a Marcegaglia che ad Arvedi per la corsa ad Acciai Speciali Terni, con i complimenti a quest'ultimo per essersi aggiudicato l'asset riportandolo in mani italiane. «La risoluzione positiva della questione di Terni non fa però venir meno la necessità – più volte ribadita sia da noi che dalle Organizzazioni Sindacali – di avviare un confronto con il MiSe su un Piano Strategico della siderurgia del nostro Paese».

L'ultimo messaggio lanciato dal Presidente Banzato è stato comunque ancora all'insegna dell'ottimismo: «Siamo pronti a porci obiettivi sempre più sfidanti perché l'esperienza ci ha insegnato che se ci si accontenta troppo del presente si è destinati a non avere un futuro».

Federacciai

Giorgetti: «Lo Stato è parte del sistema acciaio»

Il ministro: «Prodotto di cui non si può fare a meno». Carlo Bonomi: «Guardare allo spirito dei padri fondatori»

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE DI SIDERWEB

L'Assemblea annuale di Federacciai è stata l'occasione per ospitare a Made in Steel il ministro dello Sviluppo Economico. Giancarlo Giorgetti ha infatti parlato ai siderurgici con l'autorevolezza di chi vuole «fare gli interessi del Paese». Un'autorevolezza che vuol anche dire non guardare al solo consenso della platea, ma mantenere un equilibrio tra i vari interessi in campo, il tutto però riconoscendo l'importanza del settore per l'Italia.

«Ho accettato l'invito – ha spiegato il ministro – perché come tutti sapete lo Stato è di nuovo parte del sistema (con l'ingresso di Invitalia in Acciaierie d'Italia; ndr). La recente crisi ci ha fatto riscoprire come l'acciaio sia qualcosa di cui non possiamo fare a meno e che è decisivo avere un'industria nazionale per la produzione di questo materiale. Lo stesso fatto che lo Stato abbia una partecipazione in aziende del settore è frutto di una deroga particolare. Come ministro, però, quando parlo di acciaio sono interessato sia alla domanda che all'offerta. E accolgo quindi le istanze di tutta la filiera».

Per questo Giorgetti si è dichiarato a favore di una revisione del sistema di Salvaguardia anche perché il mercato siderurgico ha mostrato cambiamenti repentini che rendono necessarie risposte con tempi adeguati. Questo anche nell'ottica della reciprocità che deve essere alla base dell'eventuale revisione dei dazi tra Usa e Ue. «La dinamica naturale dei mercati non è in equilibrio se sia chi produce che chi

compra si trova in una situazione di difficoltà» ha detto il ministro.

Parlando del pluri-citato piano nazionale della siderurgia, Giorgetti lo ha inserito tra le priorità del Governo anche se al momento l'esecutivo procede «passo, passo». Per il ministro fino a quando non saranno sbrogliate le intricate matasse delle crisi industriali di settore, sarà difficile poter fare pianificazioni a medio e lungo termine: «La nostra visione di piano è di partire dalla consapevolezza del sistema per poi difendere gli interessi nazionali». Interessi nazionali che per Giorgetti comprendono anche la sostenibilità, tema su cui il Governo italiano è allineato all'Europa ed ha anche stanziato risorse superiori a quelle presenti nel Pnrr.

Ultimo tema toccato è quello dell'energia: «Con molta fatica cerchiamo di attutire l'impatto delle bollette energetiche. Credo che sia necessario avere





chiaro che il gas è l'energia di transizione. Bisogna definire una tempistica minima di questo passaggio, per far sì che chi deve fare investimenti abbia un orizzonte chiaro. Inoltre, poniamo molta attenzione al consumo di elettricità, ma dobbiamo anche porci il problema della produzione di energia. Si deve capire che tutti devono fare la propria parte».

Bonomi: «Guardare allo spirito dei padri fondatori»

Particolarmente intenso e sentito anche il discorso del presidente di Confindustria Carlo Bonomi, che ha citato uno per uno tutti i nodi cruciali per la siderurgia dal presidente di Federacciai nella relazione annuale. Temi che però per certi aspetti possono essere ricondotti all'intero sistema industriale nazionale.

Il presidente di Confindustria ha esortato a lasciarsi alle spalle le polemiche e «guardare avanti, guardiamo al futuro, i tempi delle decisioni italiane ed europee impongono di fare questo».

Per sottolineare l'importanza del momento e del contesto, Bonomi ha evidenziato che il vicepresidente della Commissione Europea Franz Timmermans ha detto che si aspetta che entro il 2040 non ci saranno più attività basate sul carbone, «nello stesso

tempo però la Cina fino allo stesso anno installerà centrali energetiche a carbone. Serve un coordinamento internazionale, non si può rischiare che si creino ulteriori distorsioni».

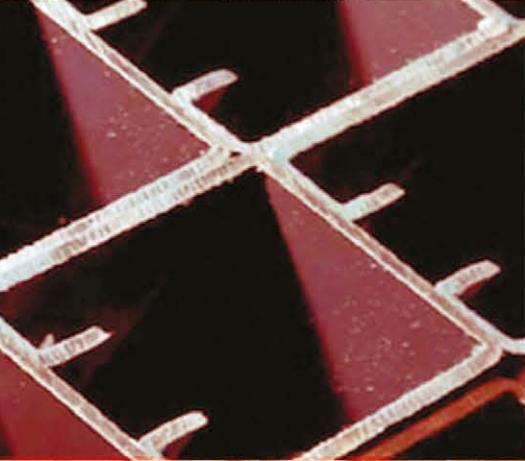
Dopo un'esortazione al Governo per farsi carico della tutela dell'industria in Europa il presidente di Confindustria ha concluso con un richiamo ai padri fondatori della siderurgia italiana.

«Dobbiamo seguire le orme dei Falk, dei Riva, dei Marcegaglia, degli Arvedi, imprenditori che con lo spirito di acciaio del Dopoguerra rimisero in piedi il Paese. Allora per loro l'acciaio rappresentava il futuro del Paese. Anche noi vogliamo seguire questo obiettivo, chiediamo solo che ci venga data la possibilità di realizzarlo».

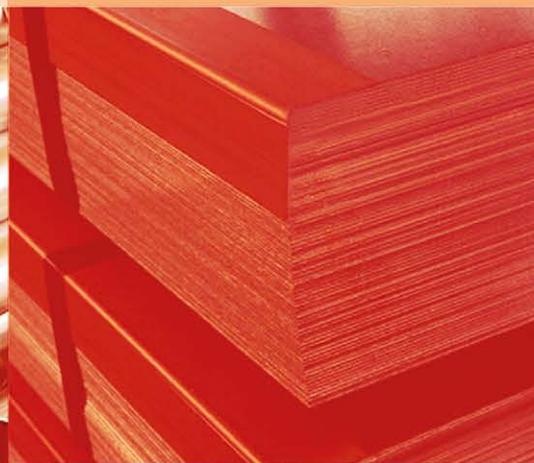
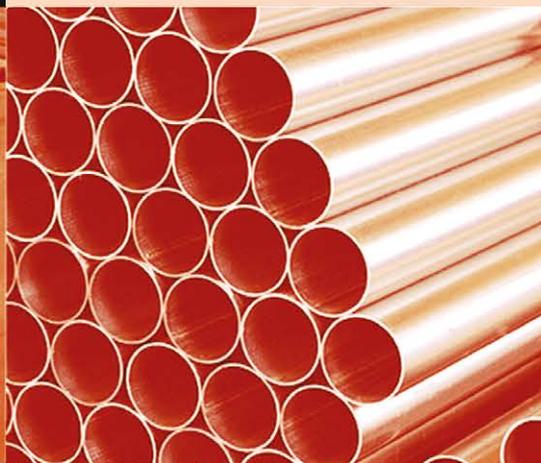




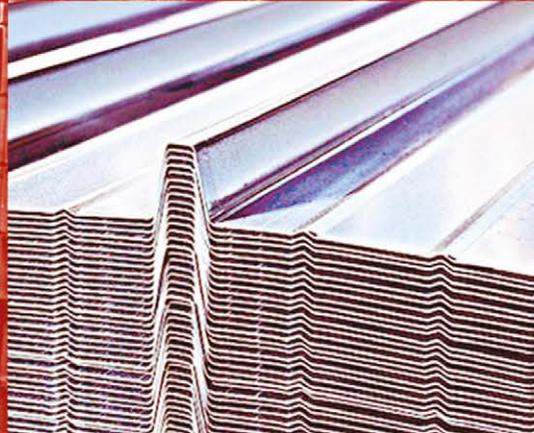
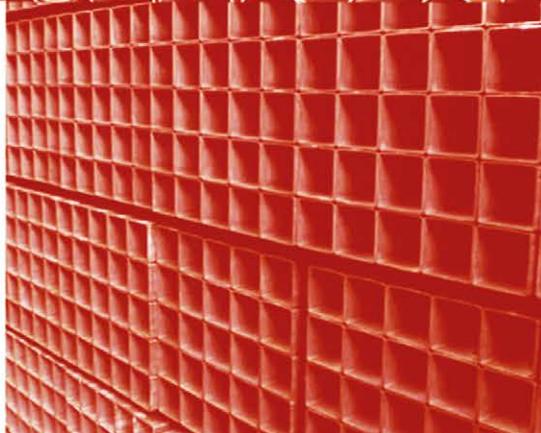
**QUALSIASI
SCELTA INQUADRI
È QUELLA GIUSTA.**



DA OLTRE 25 ANNI
AL CENTRO DELLA
PRODUZIONE SIDERURGICA



Sideralba
The steel you need



ottobre 2021

Le voci di visitatori ed espositori



MADE IN 
STEEF
CONFERENCE & EXHIBITION

Made in Steel 2021: un racconto fatto più di emozioni che parole

Credo che le parole più adatte per descrivere quanto vissuto nel “racconto” di Made in Steel 2021 siano queste: Relazione Umana.

Dopo un anno e mezzo di interviste fatte al telefono, o nella migliore delle ipotesi in video call, anche la redazione di siderweb ha potuto tornare ad incontrare fisicamente la community.

Un incontro capace di rendere più vive le interviste, in cui le parole non sono più “isolate”, ma accompagnate da sguardi e gesti a volte impercettibili, capaci di enfatizzare il significato di ogni frase.

Nelle interviste che seguono vedrete che si impone un aspetto comune, un fil rouge, che va al di là del racconto basato solo su elementi di mercato e degli investimenti aziendali.

Questo aspetto emerge con forza nelle risposte alla domanda “Che effetto fa tornare ad incontrarsi?”.

Per tutti la risposta è stata “un effetto liberatorio”.

Grazie al ritorno all’incontro fisico siamo riusciti a esorcizzare quella sensazione opprimente lasciata dalla pandemia di timore sul futuro, di incertezza ed in certi casi persino di paura.

Il ritorno alla fisicità ha permesso di lasciarci andare al piacere di rivedere un amico dopo tanti mesi, potendone godere appieno anche solo della compagnia, senza necessariamente instaurare una trattativa finalizzata alla chiusura di un’operazione commerciale.

Nelle scorse edizioni il business è sempre stato una delle priorità in fiera. Quest’anno invece era forse solo un elemento secondario, superato dalla vo-

lontà di mostrare di essere sopravvissuti alla crisi più difficile che abbiamo dovuto affrontare e, come community, dalla voglia di tornare a guardare con ottimismo al futuro.

L’aspetto dell’importanza della relazione umana è emerso in maniera ancor più dirompente nella novità di Made in Steel 2021, la siderweb TV. Un mezzo di racconto digitale in cui tante interviste hanno abbandonato lo sfondo bianco con i caratteri neri della scrittura, per prendere vita in un salotto animato che ha ospitato tantissimi uomini e donne d’acciaio, insieme alle loro storie ed esperienze.

Ci ha fatto molto piacere vedere come diverse aziende abbiano deciso di utilizzare Made in Steel anche come un’occasione per dare vita ad eventi e conferenze stampa proprie. È il segno di una filiera attiva e che, in un evento di cui si sente appieno parte, vuole affermare la propria vitalità.

L’augurio che vorrei lasciare al termine di questa edizione di Made in Steel è lo stesso del 2019.

«Spero che la community di siderweb e Made in Steel continui a rafforzarsi con il passare del tempo, non solo nei numeri ma soprattutto nella contaminazione reciproca dei propri membri».

Buona lettura.

DAVIDE LORENZINI
DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB

Aartee: il settore ha bisogno di più stabilità

Michele Ciocca: «Per il 2022 le variabili in gioco sono ancora parecchie»

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB



Michele Ciocca, amministratore delegato di Aartee Distribuzione Italia, parte dell'omonimo gruppo internazionale, ha tracciato a Made in Steel un primo bilancio del 2021 per la realtà che guida e, dal suo osservatorio, per il settore siderurgico. Con lo sguardo al futuro e al 2022.

Lei è amministratore delegato di Aartee Distribuzione Italia da poco più di due anni. Quale è il suo bilancio personale di questa esperienza?

Siamo partiti operativamente il 1° luglio del 2019. L'esperienza dal punto di vista manageriale è molto stimolante e positiva. E allo stesso tempo parecchio impegnativa anche perché stiamo ancora attra-

versando fasi di difficoltà di varia natura. Abbiamo costituito un gruppo di professionisti affiatato e dal background consolidato nel settore. E questo certamente ci ha consentito di affrontare con maggiore forza e resilienza un periodo molto complicato, a seguito della pandemia.

Il settore degli acciai piani, a caldo e a freddo, da agosto ad oggi pare stia vivendo un momento di leggero riflusso che non mette tuttavia in discussione le ottime performance registrate nei primi mesi dell'anno. Condividi questa lettura?

Il 2021, malgrado il 2020 sia stato un anno senza precedenti, perché crescite di prezzo a questo livello

non c'erano mai state, da un lato ha creato difficoltà per l'intero settore ma dall'altro pure opportunità. Chi aveva le carte in regola ha potuto beneficiarne.

Le difficoltà che sta affrontando il gruppo Liberty hanno provocato ripercussioni sulla vostra attività?

Non abbiamo legami societari con Liberty, siamo una società completamente svincolata ma avevamo e abbiamo ancora rapporti molto importanti in particolare per le forniture di coils. E quindi inevitabilmente ricadute ci sono state.

Automotive ed elettrodomestici quest'anno non hanno certo fornito grandi prestazioni. Come ha impattato questo sulla vostra attività?

Il settore degli elettrodomestici per noi quest'anno ha avuto delle performance straordinarie. Il medesimo discorso vale per l'automotive, almeno finché non si sono presentate le problematiche legate alla supply chain. Ora è in atto un rallentamento anche perché si tratta di settori che fino a fine mese di luglio hanno corso come mai prima, soprattutto se parliamo degli elettrodomestici. Abbiamo avuto solo difficoltà a reperire materiale a sufficienza.

Come avete fatto fronte alle problematiche connesse alla pandemia?

Per quanto concerne il 2020, da fine febbraio a giugno è stato un periodo difficile. Fortunatamente siamo una società con circa 20 milioni di euro di capitale interamente versato quindi avevamo da un certo punto di vista le spalle larghe. Certo non è stato facile riuscire a superare quel momento ma ce l'abbiamo fatta. Per quanto ci riguarda, è stata quasi peggiore la crisi Liberty rispetto a quella connessa alla pandemia. Anche perché la congiuntura legata all'emergenza sanitaria ha coinvolto tutti, la crisi Liberty anche altri ma noi in particolare.

Cosa si aspetta dal 2022?

Tutti gli operatori economici auspicano una maggiore stabilità. Le variabili in gioco sono parecchie e ci sono ancora degli scompensi forti tra le varie aree. Che di solito non reggono a lungo e quindi bisogna vedere e capire dove si ritroverà un punto di equilibrio. È necessario muoversi con cautela. A livello generale io sono ottimista perché il Pnrr mette sul piatto molte risorse. Fondi che significano investimenti. E gli investimenti, siano essi sul fronte del digitale che delle infrastrutture, si traducono in bisogno d'acciaio.



ArcelorMittal CLN: «Garantire soluzioni al cliente»

Cesare Viganò: «Il ruolo del centro servizi deve evolvere e non limitarsi solo a mettere a disposizione l'acciaio»

DI **MARCO TORRICELLI** - REDATTORE SIDERWEB



Che quanto accaduto in questo 2021 sia stato, probabilmente, un fenomeno irripetibile, sta tutto in una frase che ha pronunciato Cesare Viganò, consigliere di ArcelorMittal CLN, il centro servizi la cui sede principale è a Caselette (To): «Sono in questo ambiente da 45 anni – ha detto Viganò – e non ho mai assistito a fenomeni estremi come quelli con i quali ci siamo dovuti confrontare in questi mesi».

Con «un 2020 decisamente pesante – ha spiegato Viganò – ma che già nella fase finale aveva fatto

pervenire segnali di ripresa, cui hanno fatto seguito otto mesi del 2021 caratterizzati da grande vitalità».

Con la specifica che «da novembre 2020 e giugno 2021 i prezzi sono praticamente triplicati, mentre da settembre ci dobbiamo confrontare con una situazione, che penso possa protrarsi fino alla fine dell'anno, caratterizzata da una forte pressione sulle quotazioni dei coils a caldo, che stanno arretrando, mentre i coils a freddo e quelli zincati registrano condizioni di maggiore stabilità».



All'andamento del mercato, secondo Cesare Viganò, «ovviamente non è estraneo il dato relativo alle importazioni, che hanno inciso molto e soprattutto sui coils a caldo e che sono state determinate dal fatto che la produzione di Acciaierie d'Italia non è stata sufficiente a rispondere alla domanda. Se, come si prevede, l'output di Taranto aumenterà sensibilmente nel 2022, la situazione potrebbe cambiare decisamente».

Quanto alle variazioni dei prezzi «determinate dal fatto che prima ognuno ha cavalcato l'onda positiva, anche con un certo tasso di speculazione - ha spiegato il consigliere di ArcelorMittal CLN - ed il "rientro" che stiamo vivendo e che mi auguro possa essere il più "dolce" possibile», hanno determinato «un comportamento attendista da parte dei clienti ed un aumento delle pressioni che, come appare sempre più evidente, non fanno bene ad alcuna componente della filiera dell'acciaio».

Proprio a proposito dei clienti, Cesare Viganò ha messo l'accento su un aspetto importante che dovrà caratterizzare l'evoluzione del settore nel 2022: «Il mercato avrà sempre più bisogno di chi saprà offrire

un servizio, non a caso noi siamo un centro di servizio, migliore e più completo e per questo ArcelorMittal CLN sta già da tempo elaborando una strategia dedicata».

Che sarà caratterizzata, ha chiarito, «dalla maggiore focalizzazione sulla necessità di "vendere" soluzioni e non solo acciaio, diventando sempre più un consulente in grado di affiancare l'utilizzatore finale, garantendo consigli operativi e magari finalizzati ad effettuare scelte più consapevoli, anche selezionando prodotti alternativi a quelli utilizzati abitualmente, puntando a maggiore efficienza ed economicità».

Con Cesare Viganò si è affrontato anche un tema più "personale": «Questo periodo lo sto vivendo, ma direi che lo stiamo vivendo come azienda, come una sorta di rodaggio che mi e ci permetterà di tornare pienamente operativi al più presto. A me - ha confessato - è mancata molto la possibilità di confronti diretti, come quelli che ho vissuto grazie a Made in Steel e ho patito questa penalizzazione, alla quale io come tutti non ero preparato, con grande sofferenza. Ora però si riparte e lo farò, e la cosa vale ovviamente anche per ArcelorMittal CLN, con ancora più determinazione rispetto al passato».

Fornelli: «Sostenibilità e risorse umane al centro»

Il direttore commerciale di AFV Beltrame Group parla dei progetti aziendali e delle prospettive di crescita all'estero

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB



Sostenibilità, investimenti sulle risorse umane e sulla formazione dei giovani. A Made in Steel, dove lo abbiamo incontrato, Enrico Fornelli, direttore commerciale di AFV Beltrame Group ci ha parlato dei valori cardine per l'azienda e delle prospettive di sviluppo all'estero.

Nel 2020 nonostante gli enormi problemi provocati dalla pandemia, AFV Beltrame Group ha dimostrato una grande capacità di reazione. Come siete riusciti a limitare i danni al minimo?

È stato un anno drammatico per tutti, soprattutto a livello umano. Guardando all'aspetto imprenditoriale,

sicuramente anche noi abbiamo sofferto, seppur con gestioni differenti a seconda dei Paesi. Abbiamo stabilimenti in Italia, Francia, Svizzera e Romania. In Italia siamo riusciti a rimanere aperti quantomeno nelle spedizioni se non nelle produzioni e quindi sul primo fronte abbiamo avuto un rallentamento abbastanza contenuto. In Francia l'andamento è stato simile, in Svizzera e Romania non ci siamo praticamente mai fermati.

Che anno è stato invece il 2021? E quali le prospettive?

Nessuno si aspettava un'esplosione dei costi e, nella

prima parte dell'anno, anche dei volumi. Uno scenario dovuto principalmente ai prodotti piani. Il 2021 è andato decisamente bene, oltre le aspettative, in termini di volumi e di ricavi. Da luglio c'è stato un rallentamento, un riposizionamento. Credo si stia cercando di riequilibrare i magazzini. Nel frattempo, stiamo assistendo all'esplosione dei costi energetici che su aziende energivore come le nostre va ad impattare in modo importante. Sarà un nodo con il quale dovremo fare i conti anche il prossimo anno.

Il tema della sostenibilità è sempre più al centro dell'attenzione della filiera siderurgica. Il vostro gruppo ha messo a punto il primo bilancio dedicato al tema. Credo si possa parlare, per voi, di un segnale di accelerazione nella continuità.

Nella nostra azienda c'è una grandissima attenzione al tema della sostenibilità. Il nostro settore deve fare un grande sforzo per recuperare il tempo perduto sul piano della comunicazione degli enormi investimenti green introdotti per migliorare l'impatto ambientale. Altrimenti si rischia di continuare a veicolare uno stereotipo ormai vecchio che non è più.

AFV Beltrame prosegue il suo percorso di crescita all'estero ed in particolare in Romania. Possiamo fare il punto?

Stiamo vagliando varie opportunità in giro per il mondo. In azienda è ormai entrata a pieno titolo la quinta generazione. E la presenza dei giovani non solo per

noi è garanzia di continuità di una tradizione imprenditoriale familiare ma rende ancor più forte il desiderio di crescere e di migliorare.

Avete anche avviato un progetto pilota di Academy digitale. Quale è lo stato dell'arte e quali sono i prossimi step previsti?

Oltre all'attenzione per la sostenibilità, un altro punto cardine per l'azienda è mettere al centro la persona. L'obiettivo è far sì che persone con culture e mentalità differenti si ritrovino sotto il segno dell'appartenenza e della fierezza di essere parte di una realtà imprenditoriale. Per noi inoltre è fondamentale lavorare sul ricambio generazionale, che può essere complesso. In quest'ottica il ruolo dell'Academy è fondamentale. Ne possono usufruire tutti i dipendenti e trasversalmente i settori dell'azienda nel loro complesso.

A proposito di futuro, quali progetti di sviluppo sono allo studio e quali prospettive credete si possano immaginare per AFV Beltrame Group e per la siderurgia italiana nel suo complesso?

Per quanto riguarda il nostro gruppo sono ottimista sul prossimo futuro, perché credo che le ingenti risorse umane e soprattutto finanziarie che verranno immesse sul mercato europeo e italiano si dovranno tramutare in grandi opere edili e lavori pubblici. Per quanto concerne i progetti, come anticipavo, stiamo valutando diverse opportunità in Europa.



Gambirasio: «Tornare a Made in Steel è come tornare a casa»

Il direttore della divisione italiana di Buhlmann è ottimista anche sul fronte del mercato

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB



Il ritorno a Made in Steel ha il sapore del “ritorno a casa” per Gian Mario Gambirasio, direttore della divisione italiana di Buhlmann. Una sensazione che viene data dal ritorno all’incontro con la gente. Un ritorno all’incontro che coincide con il 2021 un anno straordinario per l’acciaio segnando tutte le facce con un chiaro sorriso.

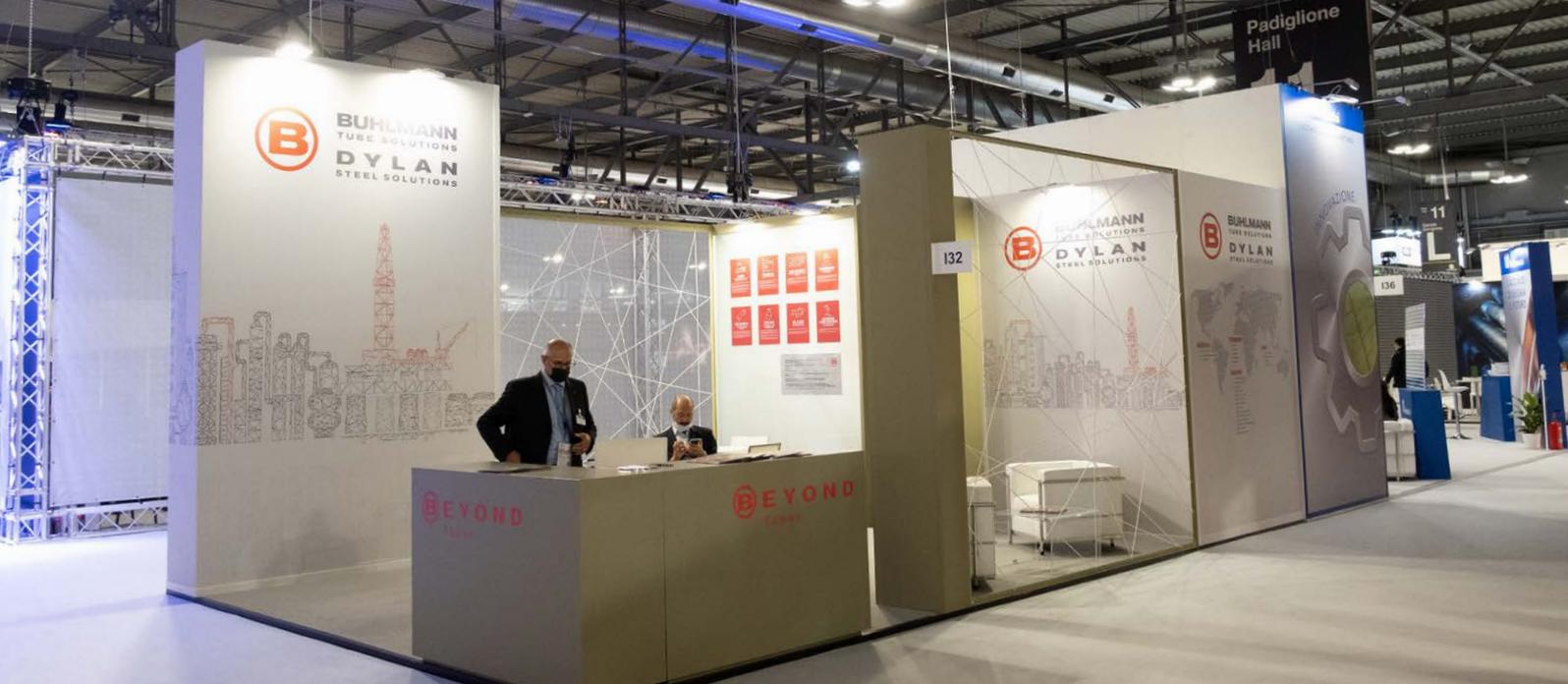
Dottor Gambirasio che effetto fa tornare ad incontrarsi di persona in un evento fieristico?

Siamo finalmente tornati a casa nostra. In una professione che deve al rapporto interpersonale la più

grande parte del risultato, non aver potuto per così tanto tempo ritrovarci ha presentato un’enorme limitazione. Siamo tornati a casa, credo che questa espressione possa essere la sintesi migliore per far capire il sentimento liberatorio che stiamo tutti provando nei tre giorni di Made in Steel.

Passiamo al mercato. I tubi, trascinati dai piani, hanno vissuto un 2021 straordinario, è d’accordo?

La risposta qui è duplice. Se parliamo di prezzi, non posso che concordare con lei. Abbiamo assistito ad un aumento più che proporzionale dei valori della



materia finita, che ha mostrato un'escalation continua delle quotazioni che non ci si ricordava nell'ultimo decennio. Questa crescita ha portato però ad innescare anche una dinamica che possiamo definire come il "rovescio della medaglia": l'aumento progressivo e repentino dei costi diretti e indiretti hanno portato la marginalità ad una stagnazione, finanche contrazione. Causa di entrambe le dinamiche è la carenza, ormai acclarata, di materie prime. Tornando alla domanda, la risposta quindi in termini numerici può essere effettivamente vista come di grande valore; entrando nello specifico però, ed in particolare sulle marginalità per tonnellata la situazione generale non si rivela altrettanto rosea.

Quali sono state le dinamiche principali che hanno condizionato l'anno in generale?

Dal nostro osservatorio privilegiato abbiamo potuto osservare che una timida spinta verso una ripresa c'è stata, ma legata ad alcuni settori specifici che hanno trainato il mercato. Altri settori invece non hanno subito significativi incrementi. L'Oil and Gas, per fare un esempio, è rimasto su livelli più bassi rispetto alla media annua per un minor avvio di nuovi investimenti. Per tanto non abbiamo potuto constatare, purtroppo, una decisa e strutturata ripresa dei grandi progetti, che a cascata portano con sé tutto il beneficio per la filiera in termini di consumi. Un impianto non è fatto di soli tubi ma anche di molte opere di carpenteria in acciaio. Rimaniamo fiduciosi che le dinamiche interlocutorie che hanno determi-

nato quest'anno si risolvano in una nuova primavera dei grandi progetti, per l'anno prossimo. Alla luce anche del fatto che questo rallentamento ha effetti anche sulla vita quotidiana, i recenti aumenti dei costi energetici per mancanza di approvvigionamento della materia prima sono un ottimo esempio.

Alla luce di quanto detto finora, il 2021 che hanno è stato per Buhlmann in generale e per la divisione italiana in particolare?

Siamo felici di come il nostro gruppo abbia reagito alle enormi difficoltà che questo periodo di pandemia ha provocato. La solidità di un'azienda si vede soprattutto in momenti di crisi e, tanto la nostra divisione in Italia, quanto la casa madre tedesca, hanno saputo mantenere alta l'attenzione e saldi i propri principi, evitando che ci fossero ripercussioni eccessive sull'operatività e sulla continuità di fornitura ai clienti.

Cosa vi aspettate per il 2022, i vostri settori chiave torneranno ai livelli pre-Covid?

Difficile essere certi di alcunché in questo momento. Questi due anni ci hanno riservato sorprese sia nel male che nel bene. Tutto ciò che possiamo fare è una promessa, a noi stessi e ai nostri clienti: non mancheremo mai di mettere impegno, professionalità e dedizione in ciò che facciamo. Il risultato, sia che i tempi siano buoni, o meno buoni, verrà di conseguenza.

Marzorati: “Nel 2021 il recupero e la ripartenza”

L'amministratore delegato di Cogne Acciai Speciali analizza l'andamento del mercato tra presente e prossimo futuro

DI PAOLA GREGORIO - COLLABORATRICE SIDERWEB



«**P**rima il recupero e poi la decisa ripartenza». Eugenio Marzorati, amministratore delegato di Cogne Acciai Speciali dagli stand di Made in Steel e dal suo osservatorio ha fornito una lettura dell'anno in corso per l'acciaio. E per l'azienda che guida anche sul fronte degli investimenti.

Il 2021 è stato un anno formidabile per l'acciaio, ma l'inossidabile come si è comportato?

Sicuramente abbiamo avuto un recupero importante rispetto al ridimensionamento del 2020 dovuto al

Covid. Seppur non siamo ancora ai livelli degli anni precedenti. Nel 2021 ci sono state due fasi, prima il recupero e poi la decisa ripartenza. Quest'anno ci porteremo ad un volume leggermente inferiore rispetto agli standard normali che per noi sono le 175-180 mila tonnellate di prodotto, ovvero a quota 170 mila.

Quali sono state le dinamiche principali che hanno caratterizzato il mercato di quest'anno?

Come dicevo nella prima parte dell'anno c'è stato

un lento recupero, nella seconda un'accelerazione. E ora si va verso un riequilibrio, ovvero dall'extra domanda a livelli più ordinari.

Cosa vi aspettate per il 2022?

Ci aspettiamo un buon anno anche leggendo le dinamiche mondiali dell'acciaio. Non dobbiamo dimenticare che la Cina ha deciso di non esportare più acciaio e questo porterà ad un maggior equilibrio tra domanda e offerta europea.

Avete avviato una serie di investimenti per il miglioramento della qualità dei vostri prodotti. A che punto sono? Avete in programma ulteriori interventi?

La progettazione è in linea con il nostro piano di aumento della complessità dei nostri prodotti. Ovvero oltre alle classiche commodity dell'acciaio inossidabile

studiamo quei prodotti tendenzialmente più difficili a livello di progetto per soddisfare la clientela più esigente. Che normalmente si situa ad esempio nell'automotive, nell'aerospaziale, nel medicale. Anche l'anno scorso avevamo un piano di investimenti che abbiamo incrementato in corso d'opera.

E quest'anno pure abbiamo varato un ottimo piano.

Dai fondi del Pnrr cosa vi aspettate?

Avremo probabilmente dei ritorni in termini di richiesta di materiali sui progetti legati ai finanziamenti del piano. Ma noi direttamente non ci aspettiamo nulla.

È stata la vostra prima partecipazione a Made in Steel. Che giudizio date?

C'era grande voglia di tornare a fare business in presenza. L'incontro e il contatto diretto sono sicuramente un valore aggiunto.



Un 2021 complicato per l'ossitaglio. Problemi dalla volatilità dei prezzi

Cristofolletti Lamiere: «Penalizzati anche dalla minor produzione nazionale rispetto al passato»

DI **GIORGIO PASQUINUCCI** - CORRISPONDENTE SIDERWEB



Se l'aumento dei prezzi che ha caratterizzato la prima parte dell'anno, in particolare per gli acciai piani, ha fatto sorridere i produttori, dall'altro ha creato non poche difficoltà agli utilizzatori. È il caso della Cristofolletti Lamiere, azienda che ha sede a Cellatica (Brescia), che si occupa di taglio, sia al plasma che con ossitaglio.

I prezzi delle lamiere da inizio anno – spiega il responsabile commerciale dell'azienda Andrea Bonardi – sono saliti in maniera importante. Questo ci ha creato difficoltà con i clienti e molta incertezza degli

acquisti, non sapendo se fosse il momento giusto per approvvigionarsi oppure se fosse meglio aspettare. Per fortuna abbiamo un grande magazzino ci ha consentito di far fronte alle richieste e di ottimizzare il timing degli acquisti.

Ora la richiesta come è?

Adesso la richiesta è tanta. Abbiamo comunque lavorato molto quest'anno, nonostante l'aumento dei prezzi e la difficoltà di comunicarlo e farlo accettare ai clienti.



La produzione di prodotti piani in Italia è destinata a diminuire e c'è una forte importazione, risentirete della diminuzione della produzione nazionale?

Sicuramente se ci sarà una diminuzione della produzione nazionale ne risentiremo, poiché saremo costretti a comprare dall'estero, magari a prezzi più alti.

Come avete risentito della pandemia?

L'epidemia un po' ci ha segnato, provocando un rallentamento dell'attività. Nel post Covid secondo me stiamo andando molto bene. Appena siamo tornati alla normalità abbiamo recuperato ciò che abbiamo perso in quei mesi.

Avete difficoltà a trovare manodopera specializzata nel vostro settore?

Un po' sì. Qualche anno fa riuscivi a trovare più giovani che erano disposti a lavorare in fabbrica, un lavoro certo più duro rispetto a quello di ufficio ma ben remunerato. Ora trovi soprattutto personale straniero. Si fatica a trovare e formare giovani a livello di taglio

e anche di magazzini. Non è facile reperire personale e formarlo per il taglio del metallo, per questo anche noi ci stiamo muovendo per formare internamente i nostri lavoratori, preparandoli al meglio nell'utilizzo delle varie macchine.

Come vede la prospettiva del mercato dell'acciaio?

Secondo me al momento sta subendo una leggera flessione, nel senso che il prezzo sta scendendo. Secondo noi però non ci sarà un crollo definitivo. I prodotti che acquistiamo sono scesi in maniera relativa e contiamo su una stabilizzazione. I prezzi, comunque, non li facciamo noi, sono risultati di logiche che spesso sono fuori dal nostro controllo. Anche nel nostro mercato può esserci più o meno lavoro ma i prezzi possono crescere comunque. Con un mercato sempre più internazionale, l'Europa è più soggetta a subire le dinamiche dei prezzi che a influenzarne le tendenze.

Cuneo Inox: «Vogliamo crescere all'estero»

Fabrizio Pavan: «Investimenti mirati per ampliare e migliorare le produzioni. Importante l'autoproduzione di energia»

DI **MARCO TORRICELLI** - REDATTORE SIDERWEB



La condizione che li caratterizza – «siamo da sempre un'azienda a conduzione familiare, arrivata alla quarta generazione con risultati apprezzabili» – è uno dei punti che Fabrizio Pavan, che insieme – appunto – al resto della famiglia, guida la Cuneo Inox di Castelletto Scuro (Cn), ha tenuto molto a mettere in evidenza.

«Lavoriamo tutti, e con grande sintonia, per lo sviluppo di un'impresa che è figlia dell'intuizione di Elio Pavan nel 1953 – ha spiegato Fabrizio Pavan – e che attraverso vari passaggi, tra i quali quello di specializzarsi nella lavorazione e commercializzazione

dell'acciaio inossidabile, è cresciuta e vuole continuare a farlo».

Mettendo in pratica «una sana politica caratterizzata dai “piccoli passi”, ma anche dalla volontà di evolvere ed investire costantemente per farlo, anche puntando con decisione all'autosufficienza nella produzione di energia elettrica ed azoto, che abbiamo raggiunto grazie alla realizzazione di un parco fotovoltaico che ci garantisce la fornitura necessaria per le nostre lavorazioni, oltre che ridurre di molto il nostro impatto ambientale».

Ed a proposito di investimenti, Fabrizio Pavan ha spiegato che «realizzeremo un nuovo capannone e ci doteremo di nuove macchine per la lavorazione laser di tubi, attività che insieme a quelle al plasma, effettuiamo già anche sulle lamiere. Stiamo inoltre ragionando, visto proprio l'incremento delle attività e la crescita dei prodotti in stock, di automatizzare il nostro magazzino, così da essere ancora più pronti a rispondere alle esigenze di un mercato che cambia in fretta».

Quanto ai risultati, la Cuneo Inox «dopo un 2020 tutt'altro che negativo e nel corso del quale siamo riusciti a non lasciare mai a casa nessuna delle persone che lavora con noi, il 2021 non possiamo certo dire che non stia andando bene, tanto che – ha spiegato Pavan – siano davvero molto ottimisti per il 2022, ma non tutto dipenderà da noi».

Perché «se la domanda attuale è molto forte e promette di rimanere tale, quello che preoccupa è che le acciaierie europee producono poco acciaio, soprattutto nel settore dei piani e questo ovviamente rappresenta un problema con il quale ci si deve confrontare. Come del resto quello dei prezzi, che ci si augura trovino un equilibrio più stabile almeno nel secondo semestre dell'anno prossimo, in quanto credo che per la prima parte del 2020 ci dovremo

confrontare con una contingenza simile a quella attuale».

Il 2021, peraltro, per la Cuneo Inox è l'anno nel corso del quale «si sono gettate le basi per un progetto finalizzato all'ulteriore crescita e all'apertura al mercato internazionale. Un progetto al quale stiamo lavorando da gennaio e che ci ha portato ad esportare, con un riscontro che è stato fin da subito molto interessante, i nostri prodotti in Francia. Anche in questo caso vogliamo mantenere fede alla nostra filosofia familiare ed aziendale: nessuna fuga in avanti, ma consolidare l'esistente prima di procedere allo step successivo».

Filosofia, ha ricordato Fabrizio Pavan, «che si basa su concetti imprescindibili: clienti e fornitori, per la Cuneo Inox non sono semplici soggetti con cui intercorrono rapporti commerciali, ma per noi sono molto di più. Sono amici e come tali li trattiamo e continueremo a farlo. Anche perché l'esperienza del lockdown ci ha insegnato quanta importanza rivestano i rapporti interpersonali che, proprio a Made in Steel siamo tornati finalmente a praticare. Questo desiderio di normalità, che abbiamo verificato non essere solo nostro, credo che potrà essere una leva decisiva per la definitiva ripartenza della filiera».



Dolomite Franchi, vocazione all'export e sostenibilità

Alessandro Romano, direttore di stabilimento parla delle principali dinamiche 2021 e delle aspettative 2022

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB



Le dinamiche 2021, le prospettive per il 2022, i nodi legati all'export e l'impegno dell'azienda sul fronte della sostenibilità. A Made in Steel ne abbiamo parlato con Alessandro Romano, direttore di stabilimento della Dolomite Franchi di Marone (Bs).

Il 2021 è stato un anno eccezionale per l'acciaio. Lo è stato anche per i materiali di consumo come, ad esempio, i refrattari che voi commercializzate?

L'andamento degli ordini nel 2021 è estremamente sostenuto. Infatti, il volume dei prodotti commercia-

lizzati, oltre a segnare un aumento del 42% rispetto al 2020 si assesta ad un più 15% in confronto al 2019, prima della crisi pandemica, rappresentando di fatto la completa saturazione della nostra capacità produttiva. Stiamo lavorando appieno.

Quali sono state le dinamiche principali dell'anno?

La crescita, per certi versi inattesa, della domanda globale dei nostri prodotti refrattari è da inserire in un contesto di eccezionale e contemporaneo aumento della richiesta di tutte le materie prime, del-



le energie e dei servizi, con la conseguente sempre crescente tensione sul fronte dei costi. Che arrivano a raggiungere picchi del più 50% rispetto al 2020. A questo si deve aggiungere l'aumento esponenziale del prezzo dei certificati di emissione di CO₂ trainato dall'evoluzione normativa europea in tema di ETS e dall'entrata in massa dei fondi di hedging che fiutano rialzi prolungati assicurati dall'evoluzione normativa stessa.

Da sempre siete un'azienda vocata all'export. Come si sono comportati invece gli altri Paesi che consumano il vostro prodotto? Avete avuto problematiche nelle spedizioni a causa dell'esplosione dei costi?

La vocazione all'export della nostra azienda si è confermata anche nel 2021. Il 62% della nostra produzione, infatti, è oggi destinata ad approdi fuori dai confini nazionali, gran parte nei Paesi oltremare. Le problematiche legate all'esplosione dei noli marittimi, in molti casi più che raddoppiati, e la contemporanea difficoltà a reperire spazi nave, hanno aumentato la complessità della nostra logistica di distribuzione. Pensiamo che il permanere di queste problematiche sui noli marittimi possa modificare sensibilmente la distribuzione geografica dei nostri prodotti nel prossimo anno, soprattutto nelle aree che soffrono maggiormente di questo fenomeno.

Che aspettative avete sul 2022?

Al momento registriamo, come detto, un trend molto positivo degli ordinativi che dovrebbe permanere

almeno fino alla metà del prossimo anno, con un sostanziale consolidamento della tendenza 2021. Certamente le tensioni sui prezzi e sui costi delle materie prime e dell'energia, sommate alle incognite di cui ho parlato prima, sono fattori che dal mio punto di vista conducono ad una potenziale incertezza sul mercato e minano il possibile consolidamento degli attuali livelli di domanda.

La sostenibilità sarà sempre di più un elemento con cui la siderurgia italiana e internazionale dovrà fare i conti. State sviluppando prodotti in grado di supportare le aziende su questo fronte?

Prosegue l'impegno della nostra azienda sul piano della ricerca finalizzata allo sviluppo di prodotti con l'utilizzo di nuovi leganti a basso impatto ambientale che possano rispondere alle sempre più crescenti esigenze di sostenibilità del settore siderurgico italiano ed internazionale.

Che effetto ha fatto tornare ad incontrarsi dopo la crisi pandemica?

Avere finalmente la possibilità di incontrare nuovamente le persone, seppure nel rispetto delle regole sanitarie che sono ancora necessarie, ha avuto un significato che va ben oltre l'aspetto strettamente professionale. È stato il ritorno alle relazioni di cui tutti sentivamo il bisogno, dopo un lungo periodo di lontananza forzata. Ci si sente nuovamente fiduciosi con uno slancio rinnovato che potrà essere benefico per l'economia e per le persone.

Etrusca Profilati: «Pronti a tornare a Made in Steel»

L'azienda piombinese è molto soddisfatta della prima partecipazione alla tre giorni dedicata all'acciaio

DI **GIORGIO PASQUINUCCI** - CORRISPONDENTE SIDERWEB



Etrusca Profilati è alla sua prima presenza a Made in Steel. Un'esperienza che Giacomo Grandi, amministratore delegato dell'azienda, ha definito molto soddisfacente.

«Ci ha permesso - afferma - di avere contatti con diversi clienti e fornitori. Per questa edizione abbiamo condiviso lo stand con un nostro distributore, ma già stiamo pensando a tornare alla prossima edizione di Made in Steel con un nostro stand».

L'azienda piombinese sta vivendo un periodo di

espansione. La sua specializzazione è da sempre quella della lavorazione delle lamiere, realizzando prodotti grecati, da solaio e da copertura, ma attualmente si sta specializzando anche nel taglio in nastri e lamiere zincate, decapate e laminate a freddo.

Nel 2019 ha raddoppiato la superficie dei propri capannoni. «Questo ci ha permesso - spiega Grandi - di installare un nuovo impianto di spianatura per tagli da 12 millimetri e 2mila di larghezza dove lavoriamo prevalentemente lamiere decapate. Abbiamo



in questo modo aumentato i volumi: l'anno scorso abbiamo lavorato 39mila tonnellate, quest'anno contiamo di toccare le 50mila tonnellate».

Siete dunque soddisfatti dei risultati raggiunti?

Quest'anno è stato decisamente soddisfacente, oltre che per i margini, soprattutto per l'aumento dei volumi che ha ripagato gli sforzi che abbiamo fatto.

Non avete risentito dell'aumento della materia prima?

No, grazie a una clientela consolidata e solida l'aumento dei prezzi non ha inciso sulle nostre vendite. Siamo riusciti comunque a lavorare bene con varie

acciaierie dalle quali acquistiamo i prodotti, sia in Italia che all'estero.

Come vede la prospettiva del mercato?

Attualmente il mercato si è un po' fermato in attesa di un chiarimento sui prezzi, che sono aumentati molto rapidamente e che ora stanno subendo una battuta d'arresto e stanno tendenzialmente scendendo. Dobbiamo capire come si assesteranno. Nei prossimi anni pensiamo comunque, per quanto ci riguarda, di consolidare i livelli di produzioni raggiunti e di proseguire un trend di sviluppo.

Problemi?

I problemi saranno ancora quelli di riuscire a trovare il materiale, anche se il problema sembra attualmente superato, l'aumento del costo dell'energia, che avrà incidenza nelle acciaierie quindi sull'aumento dei prezzi dei semi prodotti e le difficoltà nel reperimento dei mezzi di trasporto per la consegna, dovuta alla mancanza di un ricambio generazione tra i trasportatori.

Avete in programma altri investimenti?

Stiamo ricercando nuovi spazi per ampliare i nostri capannoni, poiché con i volumi che stiamo facendo adesso siamo giunti al limite. Siamo pronti a sviluppare ancora la produzione di nastri e a realizzare una nuova linea di spianatura, ma per questo, appunto, abbiamo bisogno di nuove aree idonee.



Eusider: nel 2021 ad un passo dal miliardo di fatturato

Eufrazio Anghileri: «Avviato maxi investimento nel Mantovano all'insegna della sostenibilità»

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB



Che il 2021 stia per essere incoronato l'anno migliore del Gruppo lo si capisce dal sorriso con cui Eufrazio Anghileri, Ad del Gruppo Eusider, ti accoglie allo stand dell'azienda in Made in Steel.

Un sorriso che può essere visto attraverso la mascherina, dovuto anche alla gioia di poter tornare ad incontrarsi in fiera.

«È senza dubbio positivo poter vedere le persone in maniera diretta. I mezzi di comunicazione da remoto hanno aiutato e aiutano, ma ritrovare anche la fisicità porta gli incontri su un altro livello. È un

piacere poter essere qui e poter ritrovare clienti e fornitori anche esteri. E vorrei anche ringraziare per aver potuto cogliere questa occasione» ha ribadito l'imprenditore.

Anghileri ha confermato una volta di più che il 2021 è stato un anno straordinario per i prodotti piani. In particolare, «da settembre 2020 ad oggi il mercato è stato decisamente positivo con una domanda più che vivace con anche delle soddisfazioni in termini di marginalità. La cosa più importante è stata che non è solo un settore a vivere un momento parti-

colarmente favorevole ma tutta l'economia. Tutti i settori sono ben intonati: elettrodomestico, componentistica, carpenteria, macchine movimento terra, cantieristica. In pratica la congiuntura positiva comprende tutti i comparti. C'è da dire che da agosto l'euforia iniziale si è un po' raffreddata, dando luogo ad un previsto ridimensionamento dei prezzi. Devo però dire che la domanda resta vivace».

Un ulteriore elemento positivo dell'anno che si sta avviando alla conclusione, secondo l'imprenditore, è la puntualità nei pagamenti che ha dato solidità finanziaria alla ripresa. L'incremento repentino dei prezzi e quindi la maggior necessità di circolante è stata sostenuta dagli istituti di credito, senza i quali la situazione avrebbe potuto creare sofferenze che a cascata si sarebbero propagate nell'intero sistema. Ma «fortunatamente questo non si è verificato. E vuol anche dire che è l'intera filiera a godere di un ottimo stato di salute».

Dopo la denuncia di difficoltà di approvvigionamento lanciata a marzo dai microfoni del webinar di siderweb, Anghileri indica che la situazione si è un po' normalizzata, anche se la continuità di approvvigionamento è più complicata rispetto al passato. «Dalle acciaierie europee comunque oggi troviamo tutto quello di cui necessitiamo. Allo stato attuale troviamo invece maggiori difficoltà sul fronte della logistica, sia per il trasporto marittimo con porti affollati e noli alle stelle, sia per il trasporto via gomma, dove faticiamo a trovare i mezzi necessari per consegnare la merce ai clienti».

«Il bilancio di quest'anno sarà per Eusider il migliore della sua storia e dovremmo sfiorare il miliardo di fatturato con un'ottima marginalità e questo ci ha permesso di guardare a nuovi investimenti con più fiducia e più ottimismo. Ottimismo dovuto al fatto che non abbiamo ancora visto arrivare appieno nel sistema le risorse del PNRR, con una liquidità che ci porta a pensare che questo ciclo positivo possa durare almeno fino al 2022 e forse anche oltre».



Tornando agli investimenti Anghileri conferma un programma importante per il prossimo anno, rimarcando come l'ultima acquisizione della Bidue SRL, completata nel dicembre 2020, abbia dato i risultati sperati con un Ebitda del 25% e un export pari all'85% del fatturato.

«Anche in questo 2021 stiamo valutando un'acquisizione che vada nella stessa direzione – annuncia Anghileri – vale a dire un'azienda che ci permetta di verticalizzare, avvicinandoci al consumatore finale, con marginalità importante ed in grado di farci crescere in termini di internazionalizzazione. Il nostro investimento principale dei prossimi anni, il cantiere è già partito, si focalizza nel comune di Ostiglia in provincia di Mantova, dove su un terreno di nostra proprietà di circa 100 ettari edificheremo una struttura di 50mila metri quadrati coperti per riunire quattro sedi di aziende controllate distribuite tra Lombardia ed Emilia-Romagna. In questa sede concentreremo la commercializzazione e tutte le prelaborazioni di: tubo senza saldatura, tubo trafilato e barra cromata. Il maxi-investimento nel mantovano sarà inoltre all'insegna della sostenibilità. Infatti, in questa nostra nuova sede sfrutteremo il trasporto a mezzo chiatta sul Canal Bianco che collega la nostra proprietà al Mar Adriatico, riducendo enormemente l'emissione di CO₂. Questo, inoltre, ci permetterà di ottimizzare logistica ed efficienza».

Bellicini: «2021, il lavoro è tornato divertente»

Gianfranca Bellicini: «È un anno molto positivo, ma vogliamo che il 2022 sia ancora migliore»

DI **MARCO TORRICELLI** - REDATTORE SIDERWEB



Per Ferriere Bellicini, produttore di laminati mercantili di Berzo Inferiore (Bs) che fa parte del gruppo Duferco Italia Holding, il 2021 «si sta dimostrando un anno importante, con risultati – ha spiegato la presidente Gianfranca Bellicini – che ci stanno premiando e che riteniamo siano il frutto di un lavoro attento fatto anche durante il periodo più buio della pandemia».

Ripensando proprio a quei mesi, la presidente di Ferriere Bellicini, ha ricordato che «la prima preoccupa-

zione è stata quella di mettere al sicuro le persone che lavorano con noi e che, grazie all'attenta opera di prevenzione messa in atto; abbiamo immediatamente chiuso tutto, per poi riaprire dopo un paio di mesi attuando una politica di massima attenzione alla salute dei lavoratori; ha permesso di evitare che in azienda si registrassero dei casi di Covid».

E la ripartenza, poi, «è stata ancora più entusiasmante, soprattutto perché abbiamo avuto la conferma di quale spirito di squadra animasse tutto il personale



dell'azienda, che è tornato al lavoro con grande voglia di recuperare il tempo perduto ed è stato determinante per raggiungere dei risultati importanti».

Che possono essere quantificati «in un incremento del 40% dei volumi, almeno fino al mese di agosto, rispetto al 2021, grazie anche al ritorno della fiducia e ad un mercato che ha ripreso a marciare. Poi, dopo l'estate c'è stato un inevitabile rallentamento, ma l'anno si chiuderà certamente in maniera più che soddisfacente».

Ma soprattutto, ha messo in evidenza Gianfranca Bellicini, «lavorare è tornato ad essere divertente, perché è vero che i numeri contano molto, ma è anche bello poter pensare al piacere vero che si è provato quando abbiamo riacquisito la libertà di guardare negli occhi le persone, dopo tanta solitudine».

Cosa che, a Made in Steel, è tornata ad essere la normalità: «Ed eravamo tutti molto curiosi di vedere che effetto ci avrebbe fatto, era la prima volta nella quale il nostro mondo tornava a confrontarsi nelle modalità alle quali questa manifestazione ci aveva abituato negli anni scorsi».

Perché, inutile negarlo, l'esperienza del lockdown, qualcosa ha cambiato: «In me certamente sì - ha confermato la presidente di Ferriere Bellicini - per-

ché credo di aver imparato anche a stare da sola, ma soprattutto mi ha fatto spostare il focus sulla famiglia, senza ovviamente trascurare il lavoro e le difficoltà con le quali ci confrontavamo». Ma non solo.

«Ho anche scoperto quanta attenzione avevamo, in azienda, l'uno per altro. Io mi sentivo in dovere di proteggere le persone che lavorano con me e le loro famiglie, ma la loro prontezza nel rispondere alla chiamata per riprendere la produzione e la cura che hanno messo nel farlo è una cosa che difficilmente potrà essere dimenticata».

Guardando al futuro, Gianfranca Bellicini ha mostrato grande ottimismo: «Intanto mi aspetto un mercato meno "drogato" e più governato da logiche nelle quali la domanda e offerta saranno più equilibrate. Per fortuna non registriamo rischi di insoluti e potremo quindi programmare la nostra attività con maggiore serenità».

L'azienda, ha garantito la presidente di Ferriere Bellicini, «ha progetti importanti (non li svelerebbe nemmeno sotto tortura, ma forse non si dovrà aspettare troppo per conoscerli; ndr) perché il mondo è novità e noi abbiamo intenzione di fare la nostra parte, restando ovviamente al nostro posto, senza pestare i piedi a nessuno, ma con grande volontà di continuare a crescere».

Un 2021 straordinario anche per le ferroleghhe

Manzaro, ForSteel: «Anno da incorniciare per risultati ma complicato per pianificazione e logistica»

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB



Il 2021 non sarà ricordato come un anno straordinario solo per l'acciaio ma anche per materie prime come le ferroleghhe. A confermarlo dai padiglioni di Made in Steel è l'Ad di ForSteel Leonardo Manzaro, soddisfatto per un anno da incorniciare e che in pochi mesi ha permesso di spazzare via tutte le difficoltà vissute nel 2020.

Dottor Manzaro, che effetto fa tornare in fiera dopo questi quasi due anni di pandemia?

È sicuramente molto positivo, anche se il fatto di do-

ver utilizzare ancora presidi come le mascherine ci ricorda che non siamo ancora tornati del tutto alla normalità. Certo è che è un inizio e aiuta a recuperare almeno in parte quel contatto umano che le call digitali e i lockdown ci avevano fatto perdere. Ritengo anche positivo che ci sia della presenza internazionale; anche noi sul fronte ferroleghhe stiamo cercando di poter riproporre l'incontro annuale di Praga in presenza, dopo alcuni tentativi un po' naufragati di provare a farlo in forma digitale.



Passiamo al mercato. Il 2021 è stato un anno straordinario per l'acciaio, i rialzi di consumi si sono riflessi anche sulle ferroleghie?

Il 2021 anche per le ferroleghie è un anno da "incorniciare" e da guardare ogni volta che ci si sente un po' scoraggiati per ritrovare il buon umore. L'anno è andato molto bene soprattutto in termini di marginalità dal momento che alla fine del primo trimestre avevamo già recuperato in toto il risultato negativo del 2020. Un anno in cui sebbene abbiamo lavorato bene è stato il primo negativo per la nostra storia. L'anno è stato molto positivo e lo vedremo poi nei bilanci, anche perché non c'è stata una ferroleghia che ha performato meglio di altre.

Quali sono state le dinamiche principali che hanno condizionato l'anno in generale? Alcuni produttori hanno anche segnalato che i vostri prodotti risentono del caro energia...

Sicuramente l'inizio dell'anno ha visto come prodotto trainante le leghe al manganese, per poi passare il testimone al cromo ed ora al silicio. Proprio la situazione del ferrosilicio non è esagerato definire critica in questo momento, manca materiale sul mercato si fatica a trovarne anche qualità minime ed addirittura non mi sorprenderei se alcuni produttori siderurgici dovessero fermare gli impianti per la mancanza di questa materia prima. Una dinamica che ha portato il prezzo a triplicarsi passando dai mille ai 3 mila euro la tonnellata. Se consideriamo inoltre che il proprio il silicio è correlato anche ai costi energetici, dato l'alto

fabbisogno energetico per la sua produzione, capiamo bene quali componenti incidano su questi rincari.

Alla luce di quanto detto fino ad ora, il 2021 che anno è stato per For Steel?

Sul fronte dei risultati non posso che ripetere quanto il 2021 sia eccezionale; il rovescio della medaglia è però che è stato un anno molto difficoltoso dal punto di vista operativo. È stato un anno molto complicato per la pianificazione dell'attività anche per l'impennata dei costi della logistica, in particolare dei noli. Grazie alle quotazioni in continua ascesa siamo riusciti un po' ad attutire l'impatto. Il fatto che le compagnie marittime abbiano voluto rivedere i contratti in essere è stata comunque una bella gatta da pelare nel corso di questo 2021, che comunque è stato un anno di soddisfazioni.

Cosa vi aspettate per il 2022, i vostri settori chiave torneranno ai livelli pre-Covid?

Le previsioni per il primo semestre del prossimo anno restano buone, con quotazioni stabili o in salita. All'orizzonte resta però un'incognita sulla Cina, da paese produttore infatti è diventata una grande importatrice di ferroleghie da India ed Europa e questo sta facendo innalzare i prezzi, persino in maniera che non esito a definire eccessiva. Parliamo di incrementi giornalieri sul materiale indiano anche nell'ordine dei 100/200 euro la tonnellata.

E sul fronte degli investimenti, state puntando su qualcosa in particolare?

Già nel 2019 abbiamo acquisito una nuova area adiacente alla nostra proprietà, lo scorso anno avremmo dovuto avviare i lavori per la realizzazione di una nuova area di stoccaggio da 17.000 metri quadrati di cui 6 mila coperti. Un progetto che abbiamo dovuto rimandare ma che sicuramente prenderà il via nei prossimi mesi. Oltre alle nuove strutture procederemo anche all'acquisto di nuovi mezzi di movimentazione. Abbiamo anche altri progetti di miglioramento dell'impatto ambientale che alla luce del buon anno possiamo permetterci di concretizzare.

GF-ELTI: «Pronti per l'uso dell'idrogeno»

Il produttore di impianti per il settore siderurgico ha presentato a Made in Steel il progetto H2Burn

DI **MARCO TORRICELLI** - REDATTORE SIDERWEB



Per presentare H2Burn, il più recente «progetto innovativo per ridurre le emissioni di CO₂ in un settore energivoro come quello siderurgico», in casa GF-ELTI di Sovere (Bg) si è scelta Made in Steel ed è in quella occasione che siderweb ne ha parlato con Matteo Macario, Market Strategy & Business Development Manager dell'azienda (a sinistra nella fotografia)..

«Si tratta di una meta sfidante, alla quale miriamo con questo progetto sperimentale completamente Made in Italy – ha detto Macario – frutto della nostra

esperienza nella costruzione di impianti siderurgici, da anni orientata ad una produzione dall'impronta green grazie alla progettazione ed alla realizzazione di impianti e forni industriali tecnologicamente avanzati, efficienti ed innovativi testati in house e poi commercializzati».

Obiettivo di H2Burn, ha spiegato Marco Teani, Project Manager (a destra nella fotografia), «è garantire il possibile impiego della miscela Idrometano, composta da Idrogeno (H₂) e Metano (CH₄), con percentuale di H₂ variabile, fino al 100%».

Il tutto partendo dal presupposto che «mentre le tecnologie tradizionali basate sulla combustione del Metano immettono in atmosfera gas serra climalteranti come prodotto di scarto, la combustione dell'Idrogeno produce, invece, vapore acqueo. Utilizzando sapientemente la miscela dei due gas, è possibile ottenere una notevole riduzione delle emissioni di CO₂».

Per arrivare al risultato, ha detto ancora Matteo Macario, «il Team di progettazione ha messo a frutto il supporto offerto dal Professor Marco Nicola Carcassi (Università di Pisa) e le precedenti esperienze acquisite dall'azienda nella progettazione e realizzazione di impianti industriali alimentati con gas di risulta dei processi termici a ciclo integrale. Vedasi il gas coke, caratterizzato dalla presenza di Idrogeno in concentrazioni attorno al 60% e Metano in concentrazione variabile sino al 25%; utilizzato come alimentazione in impianti realizzati da GF-ELTI in passato».

I test più recenti sono stati eseguiti su due forni GF-ELTI di scala industriale installati a Sovere (BG), comparando i risultati conseguiti con alimentazione sia a Metano, sia Idrometano (10÷100% H₂), sia Idrogeno 100%, e «le rilevazioni effettuate, tra le quali NO_x, CO e CO₂, hanno permesso d'ottenere dati preziosi ai fini dell'implementazione della tecnologia sviluppata».

Ma soprattutto, ha chiarito Marco Teani, «lo scopo del miscelatore fluidodinamico appositamente creato da GF-ELTI per i due impianti oggetto di sperimentazione è di poter settare Real Time la percentuale di Idrogeno presente in miscela, mantenendo invariata la potenza termica erogata. Grazie ai dispositivi di combustione H₂Burn, integrati con l'unità di miscelazione, è possibile scegliere la composizione della miscela sulla base della disponibilità di Idrogeno in quel momento».

E a Made in Steel, che è stata un'occasione importante, si è deciso di offrire al pubblico un'esperienza



on-site «collegandosi da PC in diretta con gli impianti al lavoro» sono stati mostrati sia il loro funzionamento che i risultati conseguibili.

«È emerso grande interesse – ha spiegato Matteo Macario – da parte dei possibili utilizzatori per questa tecnologia innovativa», la cui resa economica, però, prosegue Teani «al momento non risulta ancora economicamente sostenibile a causa delle inefficienze ancora presenti nel ciclo di vita dell'Idrogeno e dei costi connessi al suo utilizzo». In tal senso, sia in Europa che oltreoceano, sono già stati intrapresi importanti sforzi di contenimento dei costi di produzione di tale gas.

Quanto alle prospettive generali di GF-ELTI, Matteo Macario ha mostrato grande ottimismo: «Ovviamente e come tutti – ha spiegato – abbiamo scontato il rallentamento provocato dalla pandemia, ma abbiamo sfruttato quel periodo per approfondire gli studi sul progetto H₂Burn e poterlo presentare in forma compiuta. Sul piano generale, invece, registriamo con soddisfazione che la ripresa delle attività sta generando grande dinamismo nel settore e questo si sta riverberando anche nella nostra attività specifica, che ne sta beneficiando».

Interacciai: «Abbiamo operato con efficienza e reattività»

**Il direttore generale Eric Mattioli parla della ripartenza
del settore e delle prospettive 2022**

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB



Eric Mattioli, direttore generale di Interacciai, dallo stand di Made in Steel ha parlato della ripartenza del settore dell'acciaio nel 2021 e delle prospettive ed aspettative per il 2022 per il suo gruppo e per l'intero comparto.

Che effetto ha fatto tornare ad incontrarsi dopo la crisi pandemica?

È stato un ritorno in presenza che ha avuto un valore sia dal punto di vista professionale che umano. L'immagine simbolo scelta da Made in Steel, la fenice, emblema di rinascita, era appropriata al momen-

to che stiamo vivendo. Se contestualizziamo l'analisi alla filiera dell'acciaio, ritrovarsi in fiera anche simbolicamente è stato molto importante. Potersi incontrare, in questo periodo è più che mai prezioso. E speriamo sia davvero l'anno della ripartenza.

Il mercato dell'acciaio sta vivendo un anno molto positivo, anche se gli acciai speciali hanno dinamiche da nicchia nella filiera. Quale è il vostro giudizio del 2021?

La filiera dell'acciaio nel suo complesso respira la ripartenza. Una ripartenza globale che sta interes-



sando tutti i settori dell'economia. Nello specifico il nostro settore sta vivendo un anno caratterizzato da una decisa ripartenza dei consumi e delle richieste. Si sono ricostituiti i livelli di stock che nel 2020 erano stati parecchio intaccati per operazioni di de-stoccaggio dovute al rallentamento dei consumi innescato dalla crisi pandemica. E questo fenomeno, unito alla repentina uscita dalla crisi, ha fatto sì che molte supply chain si siano ritrovate con livelli di stock molto ridotti o completamente inadeguati alla rinnovata richiesta. Nell'anno in corso tutti gli attori della filiera hanno operato ai fini di ricostituire livelli di stock più adeguati.

Gli acciai speciali sono destinati ad un ampio ventaglio di settori utilizzatori. Quali hanno avuto le migliori performance?

Noi abbracciamo un settore di utilizzatori piuttosto ampio e trasversale sia dal punto di vista della tipologia che sul piano settoriale. Dal nostro osservatorio i comparti trainanti nella filiera sono quelli per i quali vi sarà, in prospettiva, una maggiore ricaduta dai progetti legati al Recovery Fund. Il movimento terra e il truck sono i due settori che hanno avuto un exploit marcatamente superiore alle medie di altri che comunque, pensiamo ad esempio a quello agricolo, stanno vivendo un incremento di consumi e volumi.

Siamo ormai entrati nell'ultimo trimestre dell'anno. Il 2021 che anno è stato per Interacciai?

Non è semplice tracciare un bilancio, sia dal punto di vista del paragone con il 2020, anno complesso e difficilissimo per la pandemia, sia per il 2021. Nessun operatore si sarebbe aspettato una ripresa così forte. Il nostro ruolo di commercianti è garantire a tutti i clienti una continuità di fornitura che consenta di non andare in rottura di stock. E questo deve essere assicurato nonostante i consumi e le richieste siano stati in continua ed esponenziale crescita e i tempi di consegna delle acciaierie, i nostri principali fornitori, siano passati da un paio di mesi a sei - otto mesi. In uno scenario profondamente mutato rispetto a pochi mesi prima era facile commettere errore strategici nella campagna acquisti e nella politica commerciale. Ritengo che abbiamo operato con la giusta efficienza e reattività. Abbiamo garantito ai clienti le forniture nei tempi e nei modi richiesti. Tutelare e garantire il cliente finale era ed è il nostro obiettivo primario.

Cosa vi aspettate per il 2022?

Quello che credo si aspettino tutti gli operatori della filiera, ovvero un periodo di consolidamento e di stabilità. E auspichiamo che lo sia per i consumi e la richiesta ma pure per la dinamica dei prezzi.

Lucefin, tra ripresa e scenari 2022

Buzzi: «La dinamica di mercato fa intravedere un biennio - triennio positivi ma attenzione ai cambiamenti repentini»

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB



Giorgio Buzzi, amministratore delegato del Gruppo Lucefin di Esine (Bs), a Made in Steel ha parlato della ripartenza del settore dell'acciaio e degli scenari 2022 anche alla luce delle risorse che arriveranno con il Piano nazionale di ripresa e di resilienza

Il 2021 si può considerare un anno d'oro per l'acciaio in generale, per Lucefin che anno è stato?

Sicuramente un anno di grande ripresa, dettato anche dalla mancanza di materiale sul mercato, che ci ha portato, soprattutto per quanto riguarda la distribuzione, ad ottimi risultati. La parte produttiva ha sofferto un po' di più e questo anche perché nei primi mesi del 2021 sono state consegnate le mer-

ci ordinate nel 2020. Siamo in attesa di capire cosa succederà con le materie prime perché il valore del rottame è diminuito e i clienti si aspettano una scontistica sugli ordini a venire. Tuttavia, le acciaierie parzialmente per la mancanza di rottame ma soprattutto per l'aumento dei costi energetici non si possono permettere una flessione nei valori. I prezzi resteranno in tensione per l'intero anno.

Voi avete un'importante presenza anche in Germania. Che differenze avete riscontrato con il mercato italiano, sempre che ce ne siano state?

L'Italia ha vissuto una ripresa più dinamica. Nell'anno della pandemia, nonostante tutto, il nostro Paese

aveva già dato prova di un moto di orgoglio all'italiana per riuscire a sopperire alle esigenze del mercato. Mentre i tedeschi che dipendono molto dalla filiera italiana hanno scontato un po' più di immobilismo. In sintesi, il mercato italiano si è ripreso prima di quello tedesco.



Con la vostra controllata Matter siete presenti in maniera importante anche nel mercato dei magazzini automatici. L'andamento positivo del 2021 e le risorse che arriveranno con il Pnrr potrebbero portare ad un aumento degli investimenti delle aziende in questa tecnologia?

Il Piano Industria 4.0, ancor prima del Pnrr, aveva messo l'accento sull'innovazione tecnologica. Il Piano nazionale di ripresa e resilienza, che però dovremo vedere nel dettaglio e nelle linee guida, metterà parecchie risorse a disposizione per gli investimenti. La tecnologia e l'utilizzo del magazzino automatico sono ormai elementi distintivi ed innovativi della distribuzione da cui gli addetti ai lavori non possono più prescindere. La dimostrazione pratica c'è stata anche durante la pandemia. Un magazzino automatico, infatti, può funzionare con l'ausilio di poche persone e sopperire ad eventuali esigenze dovute alla mancanza di personale.

Vista l'evoluzione degli ultimi anni fare previsioni risulta sempre più complesso, ma cosa vi aspettate dal 2022?

Gli scenari che si aprono sono diversi. Da un lato le

acciaierie vedono un biennio in crescita dal punto di vista della produzione e della distribuzione del materiale. Pur se, purtroppo, dovremo abituarci a cambiamenti anche repentini dovuti ad elementi esterni e di geopolitica. La dinamica di mercato fa intravedere l'apertura di un biennio-triennio molto buono in virtù del Pnrr e di appuntamenti come le Olimpiadi Milano-Cortina 2026. Fondamentale sarà la gestione del magazzino e delle scorte in maniera oculata perché gli eventuali cambiamenti veloci e improvvisi potrebbero altrimenti incidere sui bilanci in maniera importante. E non possiamo più permettercelo perché la lente di ingrandimento del sistema finanziario è puntata con forza soprattutto e anche sul settore siderurgico.

Che effetto fa ritrovarsi in fiera dopo quasi due anni di pandemia?

Gli incontri in presenza sono stati fondamentali. Lo smart working è stato uno strumento efficace all'inizio della pandemia perché ha permesso alle aziende di non fermarsi mai. Ma protrarre il lavoro a distanza per troppo tempo comporta il rischio che possa diminuire la sensibilità aziendale e venga a mancare la voglia di condividere e di stare in azienda. Noi dal 15 di settembre siamo rientrati tutti in presenza. Questa fiera è l'elemento di ripartenza a tutti gli effetti.



Marcegaglia: «Il 2021 è il miglior anno del Gruppo, +50% di fatturato»

L'imprenditore da Made in Steel traccia le rotte sul futuro del gruppo dopo la mancata acquisizione di AST

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB



«È il miglior anno nella storia del nostro gruppo in termini di fatturato e volumi. E quando manca un solo un trimestre al termine del 2021, mi sento di dire anche di marginalità». Basta questa frase di Antonio Marcegaglia per far capire come la straordinarietà del 2021 abbia contagiato anche il trasformatore mantovano, al punto che il suo presidente e amministratore delegato stima «un aumento di fatturato nell'ordine del 50% grazie alla combinazione della crescita di volumi (+20%), prezzi e mix».

«Il 2021 non è stato un anno positivo solo per i produttori - ha spiegato Marcegaglia dai padiglioni di Made in Steel -, che sicuramente hanno maggiormente

beneficiato degli spread sui prezzi, ma sono stati 10 mesi positivi per tutta la filiera dei piani. Gli spread molto ampi sia sulle materie prime, che sui coils e i prodotti verticalizzati hanno permesso a tutti di poter godere di buone marginalità»

Per l'imprenditore di Gazoldo degli Ippoliti (MN), a differenza di altre situazioni di incremento di prezzo, questa volta è stato l'aumento di domanda reale e domanda apparente a fare la differenza, anche per un robusto restocking di materiale, non solo un ritardo nella riattivazione di capacità produttiva europea e delle limitazioni all'import, che comunque si sono fatti sentire.

«Credo che quello a cui abbiamo assistito sia un fenomeno di medio termine che proseguirà non solo nel 2022, ma anche nel 2023 – ha detto l'imprenditore -. Anche il recente calo della domanda di auto non dovrebbe penalizzare troppo la tendenza. Sebbene la domanda automotive non sia così vigorosa come ci si sarebbe aspettati, siamo comunque in linea con il 2019. A compensare la debolezza dell'auto ci sono però i robusti consumi dell'elettrodomestico e della meccanica di base, in particolare, le costruzioni vedono una domanda superiore all'offerta. Per cui i consumi proseguiranno».

Tra i macro-trend che Marcegaglia ha sottolineato si aggiunge anche la regionalizzazione dei mercati, legata anche a un effetto protezionistico che ha agito come un domino sui vari Paesi. Protezionismo che nel periodo di shortage ha fatto emergere i suoi aspetti più negativi «che probabilmente porteranno a una riapertura verso il multilateralismo».

«Lavorare in questo contesto, per un trasformatore come noi è stata una sfida impegnativa, ma direi vinta - ha detto Marcegaglia -. Abbiamo saputo difendere i nostri fabbisogni, attraverso un network internazionale che guarda anche all'Europa. ArcelorMittal, Acciaierie d'Italia e altri player europei con cui abbiamo rapporti consolidati hanno soddisfatto e soddisfano la maggior parte del nostro fabbisogno. In certe fasi abbiamo laminato anche bramme. Credo che il segreto sia stata la combinazione di pianificazione degli acquisti e la solidità del network di approvvigionamento».

Parlando della congiuntura attuale, Marcegaglia ha confermato che il prezzo dei piani al carbonio sta subendo delle correzioni anche per l'uscita dalle dinamiche di componenti speculative, «ma, come ho già detto, per una domanda di medio termine robusta c'è ancora un'offerta limitata. Con una politica industriale cinese che tende a un contenimento delle emissioni, a breve ci sarà un freno alla caduta dei prezzi, considerato anche l'andamento del prezzo dell'energia, che sembra fuori controllo. Non è persino da escludere che una volta stornate, le quotazioni possano rimbalzare».

Gli ultimi aspetti che l'imprenditore siderurgico ha toccato nell'intervista a siderweb sono relativi al presente e futuro del Gruppo Marcegaglia.

«Partiamo da quanto già realizzato fino ad ora, dall'integrazione di Palini e Bertoli. Un'integrazione che potevamo definire completata già inizio 2021. Siamo soddisfatti dell'investimento, che ha contribuito all'ottimo risultato della divisione plates. Per quanto riguarda il cambio di vocazione industriale di Gazoldo degli Ippoliti abbiamo fermato la laminazione a freddo ad agosto, in ragione del nuovo laminatoio che abbiamo messo in funzione in primavera a Ravenna. Sempre a Gazoldo, abbiamo sviluppato ulteriormente il segmento dei tubi, avviando la lavorazione anche con il nuovo slitter. I tubifici entreranno in funzione nella seconda metà del 2022, insieme a ottimizzazioni logistiche, come un nuovo magazzino automatico. Come gruppo abbiamo deciso di procedere a una decisa accelerazione sugli investimenti rispetto alla media di 50 milioni tenuta fino 2019, nel 2020 siamo saliti a 90 milioni di euro e nel 2021 dopo solo il primo semestre abbiamo toccato gli 80 milioni di euro. Non abbiamo accantonato nemmeno il progetto di Casa Marcegaglia che sebbene abbia avuto un rallentamento sarà inaugurato la prossima primavera».

L'imprenditore chiude l'intervista tracciando il futuro del gruppo dopo la mancata acquisizione della Acciai speciali di Terni.

«Ci è dispiaciuto non riuscire a concludere positivamente l'operazione su Acciai Speciali Terni. Ma era un'opportunità: il nostro business model resta solido, ci sono altre acquisizioni in vista e ulteriori investimenti interni. Gli obiettivi che ci siamo dati in termini di sviluppo e di crescita restano inalterati, così come le possibilità presenti sul mercato, sia nel campo dei piani che dei tubi, sia per l'acciaio al carbonio che per gli speciali».

MetalsHub: efficienza e ambientalizzazione grazie al trading digitale

Jackel: «Creato un sistema pensato da operatori del settore. Prossimo obiettivo: transazioni per tre miliardi di dollari»

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB



Utilizzare il trading digitale per migliorare l'efficienza dei suoi clienti e permettere loro di monitorare in modo trasparente la CO₂ emessa durante la produzione del materiale che si acquista.

Sono questi alcuni dei vantaggi su cui punta la piattaforma made in Germany MetalsHub presente a Made in Steel 2021 per ampliare la propria presenza sul mercato italiano. siderweb ha intervistato Frank M. Jackel, uno dei fondatori della piattaforma.

Dottor Jackel, da quando l'avete fondata nel 2016 MetalsHub ha registrato una continua crescita, qual è il segreto di questo successo?

Credo che una delle motivazioni principali sia legata al fatto che le aziende siderurgiche negli ultimi anni puntano molto sull'efficienza. Uno degli elementi che consentono di recuperare efficienza è senza dubbio l'introduzione di tool digitali nel proprio business quotidiano, e MetalsHub risponde a questo bisogno. Noi siamo un sistema espressamente studiato per l'industria siderurgica, questo perché noi stessi veniamo dal settore, ne conosciamo i bisogni e quindi abbiamo potuto costruire un sistema customizzato per l'acciaio, che risponde al 100% alle esigenze degli operatori, e non un sistema generico che poi deve essere adattato. Questo inoltre facilita anche l'utilizzo della

piattaforma, che risulta quasi naturale senza aver bisogno di una lunga formazione per gli operatori. Se a questo si aggiunge il fatto che siamo riusciti a creare un grandissimo network di aziende, si innesca un volano di crescita quasi spontanea.

Come funziona a grandi linee il vostro sistema?

In poche parole, è una piattaforma digitale basata su sistemi Cloud, che può essere messa in comunicazione direttamente con i sistemi ERP e gestionali delle aziende. La piattaforma propone un matchmaking tra domanda e offerta. Trader e produttori di materie prime caricano la disponibilità di prodotti e la quantità e le aziende siderurgiche possono procedere con l'acquisto. Il valore aggiunto è che una volta che la transazione è stata completata il nostro sistema genera automaticamente il contratto, compilato in tutte le sue parti essenziali. Questo è un grande vantaggio in termini di "burocrazia", anche perché il contratto entra direttamente nell'ERP dell'azienda, oltre che essere una garanzia importante per entrambe le parti coinvolte nella transazione.

Tra i vantaggi del vostro sistema si parla anche di riduzione delle emissioni di CO₂, può spiegare meglio?

Questo è un aspetto interessante. Credo che chi è in questo settore sappia bene che ci sono diverse tipologie di emissioni: quelle dirette, le indirette, ad esempio quelle legate al trasporto, e le Scope3, vale a dire quelle che vengono acquistate con i vari prodotti, ad esempio le materie prime. Noi lavoriamo su quest'ultime: tra le informazioni che vengono inserite nei prodotti da vendere deve essere indicato anche il livello di emissioni necessario alla produzione della singola materia prima. In questo modo gli acquirenti possono sapere in maniera trasparente e certificata quanta CO₂ stanno acquistando e addirittura selezionare il produttore per livello di emissioni, premiando ad esempio quelli che ne rilasciano una quantità inferiore. Anche chi ha livelli al momento superiori ai competitor può quindi essere spronato a migliorare le proprie performance ambientali per non perdere quote di mercato. E questo, inoltre, credo diventerà molto importante, date le nuove politiche ambientali europee. Le stesse aziende potranno dimostrare alle autorità di riferimento non solo quanta CO₂ emettono, ma anche quanta ne acquistano.

La vostra piattaforma nasce in Germania, quanto è diffusa in Italia? Avete una stima delle aziende italiane che vi aderiscono?

Posso dire che ci sono alcune acciaierie che utilizzano la nostra piattaforma. Abbiamo iniziato a proporci sul mercato italiano circa due anni fa, l'impressione però è che, rispetto ad esempio al mercato tedesco o francese, le aziende del vostro Paese abbiano qualche diffidenza in più sulle transazioni digitali. Inoltre, qualcuno vuole mantenere riservato il fatto che utilizza il nostro portale. Forse i trader sono i nostri clienti più diffusi in Italia, con l'obiettivo però di vendere all'estero. Resta il fatto che essendo l'Italia il secondo mercato europeo per l'acciaio, resta per noi un obiettivo importante di sviluppo, ma credo che la nostra soluzione per le ragioni che ho descritto prima possa aiutare anche le aziende italiane. Ed è anche la ragione per cui siamo presenti a Made in Steel.

Recentemente avete annunciato l'adesione del gruppo GMH alla vostra piattaforma, qual è il prossimo obiettivo?

Uno dei nostri obiettivi per il prossimo anno è quello di ampliare il portfolio proposto e allargare la nostra soluzione anche ad altre tipologie di metalli, ad esempio nelle aree coperte dall'LME. Abbiamo contatti in corso con altri importanti gruppi siderurgici che vorrebbero gradualmente iniziare ad utilizzare il nostro sistema, ma le trattative al momento sono ancora in fase riservata. Posso però dire che quest'anno abbiamo triplicato in termini di fatturato le transazioni avvenute sulla piattaforma raggiungendo il miliardo di dollari circa. Il nostro obiettivo per il 2022 è quello di ripetere l'impresa, triplicare il valore e raggiungere i 3 miliardi di dollari di transazioni completate.

Che effetto le fa dopo il lungo periodo di pandemia tornare a incontrare i clienti in fiera?

È stato liberatorio. Ho incontrato in fiera persone che negli ultimi due anni avevo visto solo in video call. Poterle conoscere, prendere un caffè insieme fa la differenza. E questo ricalca un po' anche la nostra filosofia: non vogliamo sostituire le interazioni tra le persone o i rapporti umani, ma renderli solo più semplici per evitare che la burocrazia rubi tempo alle relazioni interpersonali.

Metalsider: «2021 complicato, ma molto positivo»

Filippo Vaghetti: «6,5 milioni di investimenti nel 2022 per migliorare l'efficienza e la competitività»

DI **MARCO TORRICELLI** - REDATTORE SIDERWEB



Passata - o quasi - l'emergenza, si può andare alla ricerca anche delle ricadute positive determinate dal confronto con la pandemia: «In Metalsider (il centro servizi con sede a Ravenna; ndr) abbiamo maturato certamente una maggiore coesione interna - ha spiegato l'amministratore delegato Filippo Vaghetti (a sinistra nella foto insieme al fratello Nicola) - che ha portato ad un interessante confronto sulle strategie migliori da adottare, tra le quali la maggiore flessibilità, per sfruttare al meglio le opportunità connesse con la ripartenza del settore».

Partendo, però, «dalla consapevolezza che alcuni

punti fermi del nostro modo di lavorare non potranno e non dovranno cambiare, perché proprio nei momenti più difficili abbiamo avuto la conferma che i rapporti consolidati in 60 anni di attività hanno pagato: i fornitori non ci hanno mai mollato, come pure i clienti, riconoscendo che il nostro approccio, improntato alla serietà ed al mantenimento degli impegni presi, è un valore importante».

Di sicuro, però, ha messo in evidenza il Ceo di Metalsider, «queste esperienze ci hanno portato a riconsiderare, oltre ai metodi di lavoro, puntando su operation e lean production; il ruolo stesso che i centri

NLMK Verona, effetti indiretti dei dazi russi

L'Ad Borinelli: «Il 2021 è stato un anno straordinario ma che ritengo irripetibile»

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB



Il 2021 è stato un anno positivo per NLMK Verona, nonostante l'effetto domino dei dazi russi all'export abbia avuto riflessi indiretti anche sulla controllata italiana. A spiegarlo a Made in Steel è stato l'Ad dell'azienda, Giovanni Borinelli.

Dottor Borinelli, che effetto fa tornare a incontrarsi di persona in un evento fieristico dopo questi quasi due anni di pandemia?

L'effetto è stato liberatorio, dopo tanti mesi di contatti a distanza ritrovare quello umano in fiera è mol-

to importante soprattutto per noi "latini". È stata una sensazione estremamente piacevole

Passiamo al mercato, il 2021 è stato un anno straordinario per i piani, può confermarlo o servono alcuni distinguo?

Il 2021 è secondo me irripetibile. Un anno straordinario per volumi, prezzi, per marginalità anche se forse non per tutti. Un anno in cui si è verificata una sorta di "congiunzione astrale" che ha generato una crescita importante dei prezzi, in certi casi dei margi-



ni, di richieste continue. Secondo me il rimbalzo visto quest'anno nell'acciaio è superiore a quanto perso nel 2020. Il 2021 è però stato un anno eccezionale anche sul fronte dei costi, come ad esempio l'energia in questa fase. Un anno in cui è aumentato praticamente tutto, dalle materie prime ai semilavorati. Impennate che in certi casi, ad esempio l'energia, non paiono avere nulla di industriale, ma sono più vicine alla speculazione. Questo implica che quando la speculazione entra in business come il nostro ci sono dei danni, anche perché i tempi di risposta dell'industria sono diversi da quelli della finanza. Se dovessi sintetizzare il tutto in poche parole direi: anno bello e anno complicato, almeno quanto quello della pandemia.

Alla luce di quanto detto fino a ora, il 2021 che anno è stato per NLMK Verona, ci sono stati condizionamenti per i nuovi dazi russi all'export?

Partiamo dalla questione dazi. Questo è uno di quei casi in cui si cerca di introdurre dei fattori esogeni per condizionare il business. Direttamente sul nostro non ha impattato. Regolando però il mercato russo ha avuto influenze sulle dinamiche internazionali e quindi anche sul mercato locale. Fortunatamente questa è solo una condizione temporanea e sappiamo che a fine anno verrà rimossa, riportando la situazione in una sorta di normalità.

Come azienda siamo contenti dell'anno, che pensiamo di chiudere con un bilancio positivo e interessante. Anche se ribadisco è stato creato da una condizione di mercato particolare che ha visto situazioni spot avere delle ottime performance, mentre i con-

tratti di fornitura a lungo termine, in qualche caso sono addirittura in perdita.

Cosa vi aspettate per il 2022, i vostri settori chiave torneranno ai livelli pre-Covid?

Vedo in arrivo un 2022 tra luci e ombre. Tra le ombre metto la situazione energetica, con i costi che se resteranno elevati andranno a impattare sulla domanda, e questo potrebbe condizionare anche le vendite. Sono però notoriamente un ottimista e preferisco guardare alle luci, rappresentate dalle opportunità per la siderurgia italiana, grazie alla sua proverbiale flessibilità. Certo bisognerà capire quando le grandi commesse, non solo civili, si sbloccheranno a partire dall'automotive. Ritengo che il 2022 resterà comunque in crescita, quando la domanda è positiva ci sono sempre più opportunità che rischi.

E sul fronte degli investimenti, state puntando su qualcosa in particolare?

Veniamo da un ciclo importante di investimenti, che oltre agli impianti ha riguardato la sicurezza e ritengo che oggi NLMK Verona sia un'azienda a un buon livello. Ora ci apprestiamo a fare un nuovo ciclo di investimenti che hanno come obiettivo il miglioramento delle performance ambientali dell'azienda: ritengo che siamo tutti chiamati a fare la nostra parte e noi siamo pronti. È prematuro annunciare i dettagli, comunque il nostro piano guarda al medio lungo termine; puntiamo anche a superare le BAT (best available technologies) per poter avere accesso a finanziamenti in termini di Ets o simili.

Padana Tubi: «Serve periodo di stabilità»

Claudia e Fabio Alfieri: «Nel 2022 in funzione una nuova linea per prodotti al carbonio di grandi dimensioni»

DI **MARCO TORRICELLI** - REDATTORE SIDERWEB



Quella della Padana Tubi e Profilati Acciaio di Guastalla (Re) è una storia che dura da più di 50 anni e che è stata sempre caratterizzata, fin dalla fondazione, dalla gestione della famiglia Alfieri: «Un'azienda familiare che funziona – ha spiegato Claudia Alfieri (nella foto insieme a Fabio e Angela Alfieri) – perché chi si è avvicinato alla sua guida ha sempre messo al primo posto le esigenze dell'impresa, evitando personalismi e lavorando per la crescita organica».

Una filosofia caratterizzata anche «dalla volontà di

conservare rapporti sereni con i produttori di acciaio e con i nostri clienti – ha aggiunto il cugino Fabio Alfieri – sulla base della reciproca fiducia. Un approccio che ha permesso alla Padana Tubi di raggiungere buoni risultati economici e di essere una realtà consolidata nel panorama di settore».

E a proposito dei rapporti con i clienti, Claudia Alfieri ha ricordato che «la credibilità, sul mercato, la si conquista dando la certezza ai clienti che non si cercherà mai di approfittare di loro e di vendere dei sogni, ma anzi si farà in modo di accompagnare il



loro percorso di crescita in maniera appropriata».

Senza trascurare, ha ricordato Fabio Alfieri, «il lavoro di ricerca e sviluppo, che ci ha portato a programmare investimenti cospicui e costanti negli anni, così da essere in grado di rispondere sempre alle mutate esigenze del mercato e di mettere a disposizione prodotti sempre innovativi».

Tanto che «è in corso la realizzazione di una nuova linea, in collaborazione con il gruppo SMS, che ci permetterà di realizzare tubi in acciaio al carbonio di grandi dimensioni, fino a 457 millimetri di diametro e 18 millimetri di spessore. Si tratta - secondo Claudia Alfieri - di un impegno importante per la nostra azienda (l'investimento complessivo si aggirerà tra i 70 ed i 100 milioni di euro e la potenzialità sarà di 200mila tonnellate all'anno; ndr) e contiamo di poter mettere in esercizio l'impianto entro il 2022».

In Padana Tubi, ha confermato Fabio Alfieri, «siamo molto fiduciosi nei risultati che potranno arrivare grazie a questa nuova linea produttiva, che ci permetterà di confermarci come produttori in grado di fornire una gamma di tubi sempre molto ampia, così da assicurare il massimo della possibilità di scelta da parte dei clienti».

Quanto alle valutazioni relative alle performance aziendali, Claudia Alfieri, pur mantenendo il tradizio-

nale low profile, non ha nascosto la «soddisfazione per la crescita dei volumi che stiamo registrando in questo 2021, grazie alla quale contiamo di poter chiudere un bilancio interessante, tenendo presente che anche lo scorso anno, nonostante le difficoltà indotte dalla pandemia e grazie anche all'impegno di tutte le persone che lavorano in Padana Tubi, siamo riusciti registrare prestazione decisamente soddisfacenti».

E, a proposito di come e quanto doversi confrontare con l'emergenza si sia tradotto in un inevitabile cambio di mentalità, «diciamo che è certamente cambiata la scala dei valori ed abbiamo, forse, imparato a fare a meno di troppi formalismi ed a puntare più sulla sostanza dei rapporti interpersonali che, forse perché si sono rarefatti per troppo tempo, crediamo sia necessario rendere sempre più concreti, proprio a partire da quelli che stiamo avendo qui a Made in Steel, che è la benvenuta proprio perché c'era un gran bisogno di tornare ai contatti diretti dopo tanta distanza».

Quanto alla filiera, Fabio Alfieri ha detto di augurarsi «un periodo di stabilità dei prezzi e l'avvio delle opere che potranno contare sui fondi messi a disposizione dal Pnrr: gli utilizzatori avranno la possibilità di tornare a lavorare in maniera continuativa e, ovviamente, di questo potremo solo beneficiare anche noi e la parte più a monte della filiera stessa».



Profiltubi guarda al futuro con nuovi manager e una nuova struttura

Frigerio: «Avviati investimenti per la produzione su tre linee, il focus sul core business della produzione di tubi»

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB



Una trasformazione a 360° per Profiltubi. È questa la novità principale che l'azienda di Reggiolo (Re) ha presentato a Made in Steel come ha raccontato a siderweb l'Ad dell'azienda Giorgio Frigerio.

Dottor Frigerio, la prima è una domanda che in occasione di Made in Steel è di rito, che effetto ha fatto tornare ad incontrarsi dopo la crisi pandemica?

Direi che l'elemento principale è stato il piacere di poter superare i limiti imposti dalla video call e dalle semplici telefonate. Modalità che, sebbene avessero

tenuto aperti i canali comunicativi, avevano raffreddato i rapporti. È stata una sensazione comune quella di poter ritrovare una sorta di normalità sedendosi tutti attorno allo stesso tavolo.

Passiamo al mercato: i tubi, trascinati dai piani, hanno vissuto in 2021 straordinario, è d'accordo?

Il primo semestre è stato senza dubbio eccezionale sia per volumi, che prezzi che marginalità. Durante l'estate poi abbiamo vissuto un rallentamento sull'influenza di quelle che sono le dinamiche dei prodotti piani, di cui subiamo un effetto riflesso.

Nel momento in cui c'è un rallentamento su questi prodotti, con un indebolimento del prezzo immediatamente si innesca un effetto domino. Vedendo la materia prima che scende, i nostri clienti iniziano a rinviare gli acquisti all'ultimo minuto nella speranza di comprare ad un prezzo migliore rispetto all'attuale. Direi che però il risultato maturato nei primi sette mesi dell'anno credo che sia stato in grado di gratificare pressoché tutte le aziende del settore. E questo offre tranquillità sulla possibilità di chiudere un anno positivo.

Quali sono state le dinamiche principali che hanno condizionato l'anno in generale?

Oltre alla tendenza principale che ho descritto poco fa, direi che ad alimentare questo volano positivo ci sia stato anche una sorta di ottimismo legato all'arrivo dei fondi europei, combinato a un aumento effettivo della domanda che ha sostenuto i consumi riportando tutti gli attori all'acquisto. Ora siamo in una fase dove gli operatori si riaffacciano all'acquisto solo per ripristinare gli stock minimi.

Alla luce di quanto detto fino a ora, il 2021 che anno è stato per Profiltubi?

Alla luce delle dinamiche generali, anche come Profiltubi abbiamo i dati del primo semestre che sono eccellenti, anche nel confronto con il 2019, soprattutto in termini di marginalità.

I bilanci decisamente positivi dell'anno, in conclusione, potrebbero vedere gli utili reinvestiti in operazioni di M&A, revamping di macchinari, o diversificazioni. Come Profiltubi state guardando a qualcosa in particolare?

Per noi la situazione è un po' particolare, mi sento di dire. In questi anni stiamo affrontando una fase di cambiamento dopo l'entrata del fondo Auctus Capital Partners nell'azienda: una trasformazione impiantistica, con l'avvio di lavoro su tre linee di produzione, puntando su affidabilità degli impianti e sicurezza. Abbiamo deciso di focalizzarci sul tubo come core business, per cui abbiamo dismesso la divisione Steel Service che era dedicata a travi e laminati. Abbiamo rinnovato l'intera struttura IT sia sul fronte gestionale che dei sistemi di fabbrica. Parallelamente ci siamo dedicati anche a migliorare la struttura, inserendo in organico forze fresche con un nuovo responsabile della qualità, un nuovo responsabile health and safety, un nuovo responsabile della supply chain e un nuovo export manager. Ci siamo poi impegnati anche ad ottenere la certificazione EPD che è molto richiesta nel nord Europa. A chiudere il cerchio c'è l'arrivo dal 1° ottobre del nuovo direttore generale Lorenzo Nava. Direi che dopo tutta questa evoluzione il focus del prossimo anno dovrebbe essere quello di un consolidamento e di un efficientamento generale della nuova struttura.



Rodacciai: «Investiamo in qualità»

Roda e Bombardi: «Il 2022 sarà l'anno dell'ulteriore consolidamento industriale e commerciale»

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB



Andrea Roda di Rodasteel Corporation e Matteo Bombardi direttore commerciale di Rodacciai (a sinistra e a destra nell'immagine) hanno tracciato a Made in Steel un bilancio del 2021 e si sono soffermati sugli obiettivi del gruppo.

Dottor Roda dopo quasi due anni di pandemia si è tornati ad incontrarsi in presenza. Che effetto le ha fatto?

Sicuramente dopo più di un anno di distanziamento, di smart working e di un metodo differente di lavoro che ci siamo trovati ad affrontare nelle aziende abbiamo notato in fiera il forte desiderio di tornare ad

incontrarsi. Al di là delle ragioni strettamente legate al business è stato interessante riprendere i rapporti in presenza. Per noi è stata la prima volta a Made in Steel. È importante come azienda italiana essere presenti alla fiera. È stata una scelta vincente perché tanti clienti storici, consolidati sono passati da noi. Oltre a nuovi clienti che sono arrivati al nostro stand.

Direttore Bombardi, il 2021 è stato un anno straordinario per l'acciaio. Secondo lei quale è stato il motore di questi rialzi di prezzo e di domanda?

Il principale cambiamento che si è verificato nel 2021 è stato quello macroeconomico. L'economia cinese



sta diventando sempre più un'economia di importazione e sempre meno di esportazione. E questa tendenza fa sì che si stia delineando uno scenario per il quale le dinamiche di prezzo delle materie prime sono in crescita e la loro disponibilità sul mercato sempre meno.

Direttore, si possono individuare dinamiche principali che hanno condizionato l'anno in generale?

Le dinamiche sono sostanzialmente due. Da un lato lo scenario macroeconomico che abbiamo appena ricordato, dall'altro la riduzione degli stock. La supply chain è ancora in difficoltà non solo sul fronte delle materie prime ma anche della componentistica. Ci sono stati cambiamenti repentini e molto veloci anche e soprattutto a seguito della pandemia.

Dottor Roda il 2021 che anno è stato per Rodacciai?

Ci siamo ritrovati con una grande richiesta collegata alla ripartenza. L'anno per quanto ci riguarda sta andando bene. Naturalmente è indispensabile essere flessibili e pronti a gestire un aumento della domanda così come è avvenuto nel 2021. Mi confronto con clienti che hanno molti anni di esperienza alle spalle e ribadiscono di non essersi mai trovati di fronte ad uno scenario come quello del 2020 - 2021. L'obiettivo che Rodacciai si prefigge quindi è sostenere i clienti e riuscire ad assecondare le loro esigenze in

un momento così complesso e di rimbalzo eccezionale.

Direttore Bombardi cosa vi aspettate per il 2022?

Il 2022 sarà l'anno dell'ulteriore consolidamento del nostro piano industriale e commerciale. Di anno in anno stiamo raggiungendo gli obiettivi che ci eravamo prefissati. Siamo inoltre riusciti a diversificare ulteriormente la nostra proposta.

Dottor Roda, sul fronte degli investimenti quali sono i vostri obiettivi?

Il gruppo annualmente investe in macchinari e sulle persone, sulle risorse umane. Abbiamo varato academy interne sia per il produttivo che per l'area commerciale. Gli investimenti che portiamo avanti annualmente - crediamo fortemente nello stare sempre sul mercato e nel cercare di non rimanere indietro - sono mirati ad incrementare qualitativamente i nostri prodotti, garantendo al cliente una continuità di fornitura ad un certo livello di qualità. Da questa filosofia è nata la custom line, con prodotti studiati su misura in base alle esigenze dei clienti. Siamo dei sarti dell'acciaio. Cerchiamo di vestire i nostri clienti con l'abito più adatto per loro.

San Polo Lamiere: ammodernamenti tecnologici in vista

Sandrini: «Nel 2021 grande crescita di volumi e fatturato grazie all'effetto prezzi. Ottimismo anche sul 2022»

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB



È un anno di crescita importante in volumi e fatturato, di ammodernamenti tecnologici per San Polo Lamiere, che punta a investire anche nel 2022, come ha confermato a Made in Steel l'Ad Tommaso Sandrini.

Dottor Sandrini, dopo quasi due anni di pandemia si è tornati a incontrarsi di persona, che effetto le ha fatto?

Siamo stati contenti di tornare a incontrarci in presenza dopo quest'anno e mezzo di assenza forzata. Questo ha portato in fiera un clima assolutamente positivo. Questo ritorno ha evidenziato una volta di

più come anche le precauzioni sanitarie si sono rivelate efficaci, permettendo di potersi vedere in questo 2021 straordinario per quanto riguarda il mercato.

Proprio passando al mercato, come accennava il 2021 è stato un anno straordinario per l'acciaio, soprattutto per i prodotti piani che commercializzate. Qual è stato secondo lei il motore di questi rialzi di prezzo e domanda?

Credo che per i piani il 2021 sia sicuramente un anno indimenticabile; allo stesso tempo è anche molto anomalo. Ritengo che si siano verificate una serie di tendenze, in parte di natura contingenti, legate agli



eventi che hanno accompagnato la pandemia Covid. In parte vi era anche l'attuazione di un destoccaggio iniziato nel 2019 che aveva raggiunto livelli estremi, in parte anche ad una struttura internazionale nelle supply chain che si stava estremizzando. Il Covid è stato forse il punto di rottura che ha portato a galla questi elementi che potremmo anche battezzare incongruenze. Questo ha creato un grande scoppio tra domanda e offerta, proprio nel momento in cui la domanda ha iniziato ad accelerare. Con l'intera filiera che non era in grado di dare risposta alle richieste dal punto di vista produttivo. Direi che in questo contesto la distribuzione ha svolto un ruolo importante. Nel picco della domanda quando i produttori non riuscivano a soddisfare tutti gli ordini la distribuzione, con i suoi magazzini, la sua diversificazione delle fonti di approvvigionamento ha contribuito a rifornire i settori utilizzatori in un momento che altrimenti avrebbe potuto essere molto più critico. Ora ritengo che la situazione evolverà verso un maggiore equilibrio.

Alla luce di quanto detto fino ad ora, il 2021 che anno è stato per San Polo Lamiere?

Per noi è stato un anno molto importante: siamo cresciuti per circa il 25% in termini di volumi e in maniera superiore in termini di fatturato vista l'importanza della componente prezzo nel corso dell'anno. Su questa crescita ha inciso anche il fatto che tra il 2019 e il 2020 abbiamo concluso investimenti importanti con una nuova area coperta ed una nuova linea, che

in questo anno straordinario abbiamo potuto sfruttare appieno. C'è stata anche una redditività della gestione caratteristica superiore a tutti gli anni precedenti. Sicuramente sia i magazzini che avevamo che il materiale in arrivo ci hanno permesso di conseguire delle ottime marginalità.

Cosa vi aspettate per il 2022, i vostri settori chiave torneranno ai livelli pre-Covid?

Il clima anche per il 2022, e lo abbiamo constatato in fiera, è molto positivo. Resta il fatto che il mercato per il 90% verrà fatto dal consumo e gli operatori esteri ci raccontano che il portafoglio ordini non è stato mai così pieno e stabile. In alcuni casi devono addirittura rinunciare a delle commesse perché non sanno come far fronte alle tempistiche richieste. In questo scenario, mi aspetto che un contributo positivo lo possano dare anche i fondi del Recovery Plan che dovrebbero tradursi in opere concrete.

E sul fronte degli investimenti, state puntando su qualcosa in particolare? Oppure guardate a ulteriori acquisizioni?

La nostra linea è quella di crescere in termini di volumi per linee esterne e possibilmente verticalizzando. Su questo fronte, però, posso già dire che non abbiamo dossier aperti. Al nostro interno abbiamo davanti a noi una lunga fase di rinnovamento impiantistico che continuerà anche nel 2022: sostituiremo un'ulteriore linea, seguendo le parole d'ordine efficienza, sostenibilità e flessibilità.

Sangoi: «Investire in sicurezza e sostenibilità»

L'Amministratore delegato di Sangoi Group traccia un bilancio del 2021 con uno sguardo al 2022

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB



Paolo Sangoi, amministratore delegato di Sangoi Group e presidente di ASSOFERMET Acciai, intervistato a Made in Steel ha tracciato un bilancio del 2021 per il suo gruppo e per la siderurgia, con lo sguardo al 2022 e agli investimenti indispensabili per il settore. Senza scordare lo snodo delle importazioni.

La prima domanda non può essere che sulla fiera. Che effetto ha fatto tornare a incontrarsi, in presenza dopo la crisi pandemica?

Abbiamo atteso molto Made in Steel. Nei visitatori e negli espositori ho notato una grande carica di ottimismo. Vedevo nella manifestazione l'occasione per

la ripresa dei contatti. Ed ho trovato particolarmente appropriato il concetto attorno al quale ha ruotato la fiera, "Rinascimento". Come nel Rinascimento, che segnò l'inizio dell'era moderna e di un nuovo mondo di interpretare il mondo, è plausibile che si vada verso un altro cambiamento epocale.

Guardando al mercato, il settore dell'acciaio è ripartito in modo deciso. E per i piani questo non può che essere definito un anno straordinario. È d'accordo?

Straordinario nel vero senso della parola, ovvero completamente fuori dall'ordinario. E in particolar

modo quello che è accaduto nel 2021 è qualcosa che mai si era visto in precedenza. È un anno sicuramente positivo ma pure con molte ombre per problematiche che siamo stati costretti ad affrontare. A partire dalla carenza di materie prime sulla quale sicuramente hanno influito i vincoli all'importazione. L'enorme carico di lavoro delle acciaierie europee non ha permesso a queste aziende di soddisfare l'esigenza di tutti gli operatori. E questo ha creato la situazione di shortage che gli addetti ai lavori conoscono.

A proposito dell'import, anche in virtù del suo ruolo istituzionale di presidente di ASSOFERMET Acciai lei non ha mai nascosto come i limiti europei alle importazioni abbiano condizionato l'attività delle aziende. Come le hanno influenzate dal punto di vista operativo?

Premetto che da sempre, per mia natura, sono contrario ad ogni limitazione all'import a meno che, e in questo caso le approvo, non si tratti di azioni volte a contrastare attività di dumping promosse da specifici Paesi. Sono invece sicuramente contrario alle misure di salvaguardia. Che insieme a una debole reazione in termini di crescita produttiva dimostrata dai produttori europei hanno creato, come dicevo, una situazione di shortage che mai per entità si era verificata in passato. E questo ha scatenato l'esplosione dei prezzi. Condizione che per un certo numero di operatori, a partire dalle acciaierie, ha permesso di registrare performance particolarmente importanti. Noi stessi che nella filiera fungiamo da distributori siamo riusciti a beneficiarne per la rivalutazione delle scorte. Ma bisogna fare attenzione il rischio è che il conto lo paghi il mercato a valle.

Siamo ormai entrati nell'ultimo trimestre dell'anno. Il 2021 che anno è stato per Sangoi?

Per il nostro gruppo il 2021 fino ad ora è stato positivo. Abbiamo registrato incrementi in termini quantitativi espressi in tonnellate attorno al 15%. Se lo leggiamo sul piano del fatturato, anno su anno, e questo vista l'esplosione data dall'aumento esponenziale delle materie prime, l'incremento è vicino al 100%. Abbiamo pianificato importanti investimenti. In particolare, un parco fotovoltaico che ci renderà totalmente autosufficienti e green. E investimenti in impianti automatici.

I bilanci decisamente positivi dell'anno, nel settore siderurgico in generale, potrebbero essere appunto reinvestiti. Secondo lei di cosa avrebbe più bisogno il settore?

Gli investimenti dove il settore deve concentrarsi maggiormente oggi sono sicuramente la sicurezza sul lavoro e l'ambiente. Strategici resteranno sempre gli investimenti per accrescere il livello di service e di qualità.

Cosa vi aspettate per il 2022?

Il 2021 si dovrebbe chiudere, stando alle ultime rilevazioni, con una crescita del Pil del 6%. Per il 2022 la crescita del Prodotto interno lordo è data al 4%. Sono numeri che parlano da soli. E teniamo conto che se il 2021 si confronta con il 2020, un anno oltremodo complicato per la pandemia, il 2022 si misurerà con il 2021. Quindi il 4% è un numero importante che ci deve far pensare positivo. Ciononostante, vi sono alcune nubi all'orizzonte legate all'instabilità geopolitica mondiale e al rincaro del costo dell'energia e delle materie prime.



Showa Denko Carbon: «Incognita costi energetici»

Riccardo Banchieri: «Gli elettrodi di qualità per forni elettrici sono indispensabili, ma il momento è impegnativo»

DI **MARCO TORRICELLI** -REDATTORE SIDERWEB



Il gruppo giapponese Showa Denko, con la sua divisione Carbon, si definisce «il più grande fornitore al mondo di elettrodi di grafite ad altissima potenza» in grado di «fornire in modo efficiente una gamma completa di dimensioni degli elettrodi di grafite e servizi tecnici a valore aggiunto».

Ed a Made in Steel, ha spiegato Riccardo Banchieri, responsabile commerciale per l'Italia, «abbiamo avuto l'opportunità per rinsaldare, dopo il lungo periodo di lockdown, i rapporti esistenti con il mercato italiano e di incontrare nuovi possibili partner in un Paese

caratterizzato da una presenza preponderante di forni elettrici e che induce il gruppo, pur ovviamente tenendo conto delle strategie globali, a mettere a punto dei piani specifici per l'Italia».

Il gruppo giapponese, peraltro, non ha stabilimenti produttivi in Italia: «L'acquisizione di quelli appartenenti al gruppo SGL, infatti – ha ricordato Banchieri – non ha riguardato il sito di Narni (Tr)», ma gli impianti presenti in Austria e Spagna, due dei sei operativi al mondo, ci permettono di garantire forniture rapide e personalizzate anche nel nostro Paese, come nel

resto d'Europa, potendo peraltro evitare l'uso delle navi ed i relativi costi di trasporto».

Quella su cui punta Showa Denko Carbon, ha spiegato Riccardo Banchieri, «è, per quanto possa sembrare scontato, la qualità indiscussa delle proprie produzioni, fatto che ha permesso al gruppo di stringere legami fortissimi con autentici giganti mondiali della produzione di acciaio».

Ai quali, ha proseguito, «viene assicurata una costanza di rendimento degli elettrodi forniti ed un'assistenza continua e personalizzata, anche in Italia dove il mercato è molto aperto e frammentato - rispetto ad altre aree, come quelle di Asia e America che sono molto più protetti - e nel quale si registrano i tentativi di ingresso da parte di produttori cinesi, che propongono prezzi più bassi ma che poi sono soggetti a dazi. Dalla nostra, però, noi abbiamo quella qualità di cui accennavo e che rappresenta un autentico valore aggiunto». Ma non solo.

«Perché anche in Italia, come negli altri Paesi, Showa Denko Carbon ha deciso di affiancare, a quello commerciale, un altrettanto radicato servizio tecnico di assistenza e consulenza che ci permette di essere al

fianco dei produttori di acciaio dal momento della scelta del prodotto più adatto alle proprie necessità, alla gestione dello stesso in maniera ottimale».

Ma le problematiche, oggi più che mai, sono legate «al costo delle materie prime e dell'energia necessaria alla produzione del needle coke (il materiale primario per la realizzazione degli elettrodi di grafite, prodotto dal catrame di carbone e con eccellenti proprietà fisiche; ndr), il cui costo è aumentato del 300% dal primo a terzo trimestre dell'anno».

Nonostante questo, però, «il 2021, dopo una prima parte caratterizzata dalle problematiche indotte dalla pandemia e dalle riduzioni di produzione alle quali siamo stati costretti, si sta concludendo in maniera positiva e con buone prospettive per l'anno prossimo».

Gli obiettivi, infatti, «sono quelli di consolidare i volumi fino ad oggi conseguiti - ha concluso Riccardo Banchieri - e, compatibilmente con gli incrementi di prezzo che saranno imposti dai costi di materie prime ed energia a cui facevo riferimento, di ampliare la presenza di Showa Denko Carbon in Italia».



Steel Group: gli investimenti «non finiscono mai»

Beri: «Tutte le realtà del nostro gruppo hanno avuto ottime performance. Il picco nelle telecomunicazioni»

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB



È ottimista Andrea Beri, amministratore delegato di Steel Group, sul 2022. Da Made in Steel, il manager del gruppo lecchese fa un'attenta analisi del 2021, che è stato sì un anno molto positivo, ma anche altrettanto difficile sul fronte degli approvvigionamenti data l'estrema escalation dei prezzi.

Dottor Beri, la prima è una domanda obbligatoria: che effetto fa tornare a incontrarsi di persona in un evento fieristico dopo questi quasi due anni di pandemia?

A caldo devo dire che tornare a incontrarsi è stato

estremamente piacevole. Ne ho parlato anche con i miei famigliari. Ho visto mio padre che, nonostante non sia più un "giovinello", ha voluto esserci, e non solo si è molto divertito a incontrare i colleghi, credo sia stata un'occasione di rinascita anche per lui. Credo che incontrarsi a Made in Steel ci abbia fatto riscoprire quello che la pandemia ci ha sottratto, quella socialità commerciale legata non solo alla chiusura di un contratto. Abbiamo riscoperto quei gesti e momenti che video-call e telefonate non riusciranno mai a sostituire. In questa edizione ho visto anche tante persone che nelle occasioni pre-



cedenti non avevo incontrato, vuoi per le necessità del momento, perché alcuni materiali sono ancora difficilmente reperibili e si sono cercati nuovi contatti in fiera, o per la sola curiosità. Comunque, esserci è stata davvero una bella esperienza e credo che ne avessimo decisamente bisogno.

Passiamo al mercato. Il 2021 è stato un anno straordinario per i piani, come è andata invece per il filo?

Un anno straordinario sì, ma anche molto difficile per quanto riguarda tutta la parte di approvvigionamento. Una difficoltà data dall'escalation più che repentina delle quotazioni, che ha visto in pochi mesi raddoppiarsi i prezzi della nostra materia prima. Inoltre, questa dinamica destava diverse preoccupazioni, non tanto sul come ribaltare a valle i rincari, ma soprattutto su come gli aumenti avrebbero impattato sulla filiera anche sul fronte della liquidità, anche perché tutti i mercati di sbocco nel medesimo momento hanno incrementato le necessità. La domanda è comunque stata più che buona in tutti i settori che serviamo e lo è stata fino a oggi. Qualche preoccupazione arriva anche qui in fiera dall'impatto che l'incremento dei costi energetici potrebbe avere sui listini.

Alla luce di quanto detto fino a ora, il 2021 che anno è stato per Steel Group? Ci sono state differenze marcate tra le varie aziende che lo compongono?

Devo dire che fortunatamente tutte le realtà che compongono il nostro gruppo hanno avuto delle ottime performance. Il settore migliore è forse stato quello delle telecomunicazioni; per noi è andato molto bene anche l'automotive, forse quest'anno più per l'after market piuttosto che per le nuove immatricolazioni che subiscono la mancanza di componenti nella catena di assemblaggio. Le costruzioni sono andate molto meglio fuori dall'Italia che nel nostro Paese. La questione in questo caso non è legata tanto alle riforme, quanto ai contratti sottoscritti con regimi di prezzo ben diversi da quelli attuali. Abbiamo visto addirittura aziende decidere di assumersi le penali di rinegoziazione, piuttosto che terminare i cantieri nell'incertezza della volatilità di mercato.

Cosa vi aspettate per il 2022, i vostri settori chiave torneranno ai livelli pre-Covid?

Per le costruzioni molte opere sono state rinviate al primo trimestre del prossimo anno, per cui la domanda all'inizio dell'anno dovrebbe essere buona. Mi aspetto per il 2022 anche un cambio radicale nel mercato dell'auto, le case automobilistiche hanno i magazzini completamente azzerati, a fronte di una domanda robusta. Mi aspetto un buon anno anche per la meccanica.

E sul fronte degli investimenti state puntando su qualcosa in particolare?

Direi che per aziende come le nostre non si smette mai di investire se si vuole restare al passo con il mercato. Non andremo ad aumentare la nostra capacità produttiva, ma andremo a migliorare l'efficienza e le performance ambientali con il revamping di alcune linee che comporterà anche un risparmio energetico. Stiamo procedendo con ampliamenti su praticamente tutti i siti.

Steel Service: «L'acciaio può essere gentile»

Francesca Pizzigati: «Da fatti tragici si deve trarre lo spunto per reinventarsi e creare prodotti nuovi»

DI **MARCO TORRICELLI** - REDATTORE SIDERWEB



Incontrando Francesca Pizzigati, Ceo dello Steel Service Group che ha sede a Codogno (Lo) a Made in Steel, non è stato possibile che iniziare ripensando a quella che lei stessa ha definito «un'esperienza che ti cambia profondamente». Il dramma civile e sociale rappresentato dal Covid.

«Per qualche tempo, Codogno è stato il primo centro ad essere isolato completamente a causa della pandemia, ci siamo sentiti come dei lebbrosi - ha raccontato Francesca Pizzigati - e il ricordo che non

si cancellerà mai è quel silenzio assordante, che si alternava con il suono delle sirene delle ambulanze, che ci ha accompagnato per tanto tempo».

Ma proprio allora, ha spiegato la Ceo dello Steel Service Group, è emersa con grande chiarezza la nostra determinazione a non mollare e, anzi, a prepararci con convinzione a quella ripartenza nella quale non abbiamo mai avuto motivi per dubitare».

Lavorando per «reinventarci e studiare prodotti

nuovi, ma anche un diverso modo di comunicare, puntando molto sui social media grazie ai quali inviare messaggi di positività che ci hanno permesso di entrare e restare in contatto con realtà che magari prima non ci conoscevano e che, in breve, ci hanno permesso di ampliare la pletera dei clienti».

Ai quali, ha detto con orgoglio Francesca Pizzigati, trasmettiamo concetti semplici ma importanti: per crescere è necessario impegnarsi e “sporcarsi le mani”. Steel Service Group non ha paura di farlo e, anzi, proprio per questo lavora a stretto contatto con il cliente, al quale deve essere garantito un servizio sempre rispondente ad uno degli slogan che ci caratterizzano: i nostri acciai sono come abiti cuciti su misura: la fornitura è flessibile per formati e quantitativi».

Ma anche mandando un messaggio chiaro: «Ripartire da Codogno con gli specialisti degli acciai inox di alta qualità: questo è stato il cuore del progetto sotteso alla nostra partecipazione a Made in Steel, della quale non abbiamo potuto che riconoscerci nello slogan, “Renaissance”, un messaggio di rinascita economica, sociale e ambientale che è anche il nostro».

A lei, che si definisce «cresciuta a pane e acciaio» dal padre Edmondo, fondatore dell'azienda, si incrinava però ancora la voce quando ripensava a quel periodo tragico: «Credo che nessuno di noi lo dimenticherà mai e anche per questo abbiamo voluto realizzare e donare un memoriale (tre totem di acciaio che rappresentano il Comune dove tutto è iniziato e le due frazioni, con una trama decorativa in rilievo e con le parole resilienza, comunità e ripartenza in evidenza, ndr) che vuole essere, insieme, un omaggio a chi non c'è più, uno stimolo a rimettersi in marcia ed un messaggio chiaro: l'acciaio può essere gentile».

Per quanto riguarda l'azienda, invece, Francesca Pizzigati ha raccontato che «ovviamente i primi otto mesi del 2020 sono stati molto difficili, ma già settembre dell'anno scorso abbiamo iniziato a registrare segnali incoraggianti, che poi si sono trasfor-

mati in risultati molto importanti quest'anno. Ma a renderci particolarmente orgogliosi è l'attenzione crescente che registriamo per i nostri acciai inox colorati (ottenuti con l'immersione delle lamiere in un bagno galvanico senza l'utilizzo di vernici, coloranti o pigmenti; o con una tecnologia di vaporizzazione e condensazione di ioni metallici sulle lamiere stesse; ndr), ottenuti nel massimo rispetto dell'ambiente».

Il futuro, ha concluso la Ceo di Steel Service Group, «ci auguriamo sia caratterizzato dalla stabilizzazione dell'offerta del materiale, mentre da parte nostra c'è l'impegno a focalizzarci su un punto che certamente farà la differenza anche nel 2022: il servizio da offrire al cliente perché non si può più essere percepiti solo come fornitori, ma come partner affidabili e sempre pronti ad assecondarne le esigenze».

E mentre mi offriva un vasetto contenente della (buonissima) marmellata di mele cotogne – coltivate nei dintorni della cittadina il cui nome deriva proprio da loro e prodotte in maniera sostenibile da giovani con disabilità – mi è venuto di chiedere come mai le imprese gestite dalle donne vanno, spesso e volentieri, molto bene: «Forse è solo una questione di sensibilità e di disponibilità a mettersi in gioco». Così, per dire.



Steel: «Puntiamo sui mercati esteri»

Marco Gatti: «Gli acciai speciali sono in grande crescita, con volumi, fatturati e marginalità elevati»

DI **MARCO TORRICELLI** - REDATTORE SIDERWEB



Sul futuro di Steel, l'azienda di Sarnato (Pc), attiva nel settore degli acciai speciali, nell'industria meccanica e petrolifera, l'amministratore delegato Marco Gatti ha mostrato di non avere dubbi: «Vogliamo continuare a crescere - ha spiegato a Made in Steel - e questa volontà è stata se possibile rafforzata con la partecipazione all'evento, dove le sensazioni, dopo quasi due anni di lontananza, sono state molto buone: siamo tornati a poter praticare quei rapporti personali che, a mio modo di vedere, sono indispensabili».

Ma c'è anche dell'altro, perché Gatti ha messo in

risultato un altro aspetto importante: «Spero che dall'esperienza fatta con il lockdown abbiamo tutti tratto una lezione importante che ci porti, fin da questa fase di ripartenza, a pensare più come "noi" che come "io", facendo davvero sistema».

Quanto al settore nel quale l'azienda è operativa, l'amministratore delegato di Steel ha parlato di «grande crescita, con volumi, fatturati e marginalità elevati», ma anche del rischio di «una marcia indietro delle quotazioni che, se fosse troppo brusca, potrebbe innescare delle dinamiche negative pericolose».



Tanto che secondo Marco Gatti, «sulla base di quanto registrato nei mesi scorsi, il 2022 potrebbe continuare a regalarci buone soddisfazioni, ma sarà necessario verificare se i segnali di frenata che si sono presentati nell'ultimo periodo diventeranno una certezza e con quale portata».

Altro dubbio "pesante" in relazione al futuro è quello relativo «al costo del gas, del quale Steel è una grande utilizzatrice. Grazie ad un contratto di lunga durata - ha spiegato ancora Gatti - siamo riusciti a bloccare il prezzo ancora per un po' di tempo, ma quando dovremo ricontrattarne l'acquisto rischiamo un rincaro anche di quattro volte e, ovviamente, questo potrebbe rappresentare un problema serio».

Il futuro di Steel, comunque, garantisce l'amministratore delegato, «sarà caratterizzato dall'incremento delle attività all'estero, dove abbiamo registrato una crescita anche del 600%, soprattutto in Germania, Francia ed Austria, dove i prodotti nei quali noi siamo specializzati sono carenti e sui quali ci siamo concentrati con grande attenzione, grazie alla gamma di tondi che possiamo mettere a disposizione ed alla moderna tecnologia di trattamento termico, sulla

quale abbiamo fatto investimenti importanti, che ci pone all'avanguardia del settore».

Riguardo al mercato estero, poi, Marco Gatti è stato chiaro: «Se hai materiale di qualità - spiega - difficilmente ti verranno fatti dei problemi sul prezzo di vendita ed i pagamenti sono estremamente più veloci che in Italia, dove spesso le esposizioni risultano difficilmente sopportabili».

Tanto che «stiamo ragionando sulla possibilità di nuove aperture nei Paesi della ex Jugoslavia, ma siccome non vogliamo trascurare la nostra identità italiana, anche nel Triveneto».

Basando la strategia «su quello che è un nostro punto di forza, rappresentato da un'equipe tecnica di alto livello ed in grado di fornire tutte le informazioni agli utilizzatori, che non consideriamo solo come compratori, ma come autentici partner, tanto che siamo sempre pronti ad offrire loro tutte le indicazioni ed i consigli che li possano mettere nelle condizioni, comparando tutte le opportunità presenti, di fare l'acquisto più opportuno e ponderato».

Trailer: il nodo trasporti

Alfonso Pastore, amministratore delegato dell'azienda, analizza l'aumento dei costi di trasporti e spedizione

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB



I nodi del trasporto nell'anno della decisa ripartenza dell'acciaio, gli investimenti e le prospettive dell'azienda. Alfonso Pastore, amministratore delegato di Trailer, società specializzata nel trasporto, nelle spedizioni e nella logistica soprattutto per il settore siderurgico ne ha parlato con noi a Made in Steel.

Il 2021 è stato un anno record per l'acciaio, ma record sono stati anche gli aggravii per voi dei costi di trasporto. Quanto è stato complesso gestire i rincari?

I costi di trasporto sono aumentati perché è cambiato l'equilibrio tra domanda e offerta. La domanda

di trasporto è esplosa mentre la capacità dell'offerta era sempre la stessa. Per cui vi è stata una ripercussione importante sulle tariffe. Ai clienti noi oggi spieghiamo che è importante vedere la logistica in chiave strategica. Gestendo i terminal ferroviari abbiamo diversi clienti con cui stiamo stipulando contratti pluriennali. E che in qualche modo si riservano delle risorse per far fronte alle loro esigenze. La variabile oggi più del costo è la disponibilità perché le risorse sono sature. Non si trovano più camion, magazzini, terminal ferroviari in grado di caricare e scaricare e i porti sono intasati.



Il 2021 ha visto anche il blocco del Canale di Suez a fine marzo. Quanto ha inciso sui rincari?

Ha inciso moltissimo. Il blocco del Canale ha ingolfato sostanzialmente il sistema e costretto gli armatori marittimi a riprogrammare le rotte. C'erano centinaia di navi bloccate che creavano perdite enormi a carico degli armatori. Con ricadute notevoli pure sui costi. E sui noli che sono lievitati anche del 500% rispetto a quelli di un anno fa.

Molti operatori hanno denunciato una mancanza di container su certe rotte. Si è poi capito dove sono finiti?

Uno dei motivi dell'indisponibilità dei container è stato anche l'episodio del Canale di Suez. In alcuni porti cinesi c'erano cinquanta navi in rada in attesa di essere scaricate. Oggi le nuove navi portacontainer ne caricano da quindicimila a ventimila. E il blocco di Suez ha impattato in maniera importante sulla disponibilità dei container. Il problema, tuttavia, ha origini più lontane perché c'è anche un nodo legato agli investimenti degli armatori sulle navi e sui container. Anche a seguito della pandemia, infatti, gli investimenti si sono ridotti. Ora con l'esplosione del mercato sono ripresi ma gli effetti li vedremo fra un anno o due perché i tempi di consegna sono abba-

stanza lunghi.

Negli ultimi mesi abbiamo assistito a numerose denunce legate alle difficoltà nell'import di materiale in Europa. Voi che ne gestite la parte operativa che valutazione date dei regolamenti in vigore?

L'idea che mi sono fatto è che la problematica nasca anche dalle politiche protezioniste a livello europeo, una sorta di antidumping al dumping praticato da alcuni Paesi nel mondo. Noi che ci occupiamo di spedizioni e trasporti lo vediamo soprattutto nei lunghi tempi di attesa per lo sdoganamento della merce. Che comporta anche ritardi nell'approvvigionamento di materie prime.

Che aspettative avete per il 2022?

Siamo un'azienda in forte crescita. Stiamo sviluppando moltissimo soprattutto l'asset ferroviario. Gestiamo due terminal ferroviari, a Ospitaletto e Rezzato, ma abbiamo in cantiere la gestione di altri due, uno nel Veneto e l'altro in Toscana. Stiamo mettendo a punto partnership sempre più strette con le imprese ferroviarie. Anche i mercati del Nord Europa sono diventati mercati di riferimento per i produttori di acciaio in Italia.

Vanoli: il 2021 è un anno straordinario

Da Made in Steel l'Ad del gruppo conferma il bilancio positivo dell'anno in corso

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB



Uno dei primi ospiti delle interviste siderweb a Made in Steel 2021 è stato Arrigo Vanoli, amministratore delegato dell'omonimo gruppo che traccia una prima fotografia dell'anno siderurgico dagli stand della principale Conference & Exhibition del sud Europa dedicata alla filiera dell'acciaio.

Dottor Vanoli, il 2021 è stato un anno straordinario per l'acciaio, voi operate sia come magazzino dal pronto che come centro servizi, e soprattutto trattate un'ampia gamma di prodotti, quali sono

state le differenze nei vari mercati?

Il 2021 è stato un anno straordinario per l'acciaio, ma non per tutta la filiera a qualsiasi livello: produttori, acciaierie, tubifici, centri servizi e distributori. Sia per i volumi e per la redditività è un anno particolarmente positivo, ma c'è anche il rovescio della medaglia. Carpenterie e utilizzatori non hanno goduto di alcun vantaggio economico da queste dinamiche rialziste, anzi sono stati parecchio penalizzati trovandosi nell'impossibilità di ribaltare a valle i costanti forti aumenti a cui abbiamo assistito sin dalle prime set-

timane di gennaio. Nonostante queste tensioni la domanda è risultata costantemente sostenuta nel comparto edile, chimico, e industriale, sia che si parli di costruttori di macchine agricole che di impiantistica. Anche se proprio il settore agricolo è stato uno di quelli più penalizzati dagli aumenti delle materie prime alimentari; aumenti che non sono stati compensati da rincari proporzionali tra latte, carne e derivati. Dinamiche che hanno quindi condizionato anche gli investimenti del settore.

È possibile identificare delle dinamiche principali che hanno condizionato l'anno?

Direi che le dinamiche che hanno condizionato l'anno sono in estrema sintesi un paio. La prima è rappresentata dalla speculazione finanziaria partita alla fine del 2020, quando gli analisti, con l'arrivo dei vaccini a livello planetario, hanno innescato la prima speculazione delle materie prime, prevedendo la ripartenza economica a livello globale. E questo si è sentito soprattutto in apertura d'anno. La dinamica che ha immediatamente seguito questa tendenza è figlia della correttezza di queste previsioni. La tendenza rialzista ha quindi portato continuità in una serie di speculazioni da parte di ogni attore della filiera dell'acciaio. Dapprima lo abbiamo visto in colossi planetari come ArcelorMittal per poi passare ai produttori locali, poi i

trasformatori, poi il commercio e così via in maniera che ognuno traesse vantaggi dai prezzi fino ad arrivare ai valori attuali.

Alla luce di quanto detto fino a ora, il 2021 che anno è stato per la vostra azienda?

Per la nostra azienda è stato un anno particolarmente positivo fino ad oggi, però un ritorno a valori reali fa pensare al fatto che probabilmente dovremo attingere al fieno messo in cascina nei mesi scorsi. Credo che l'eventualità si verificherà entro dicembre, mi auguro solo che il ricorso alle "scorte" possa essere limitato. Posso però dire che in termini di volumi la domanda è stata costante nei mesi e con valori superiori anche del 10% ai periodi pre-Covid.

Cosa vi aspettate per il 2022? Sul fronte degli investimenti, state puntando su qualcosa in particolare?

Salvo eventi eccezionali e imprevedibili, mi aspetto un 2022 con domanda ancora sostenuta e per questo stiamo investendo ancora in impianti 4.0 che, oltre a portar efficienza e quindi una miglior economia di scala, compensano sempre di più la scarsità di manodopera qualificata lamentata molto spesso anche dai nostri clienti.



Vender: «Il primo semestre 2022 in linea con il trend attuale»

Il vicepresidente del gruppo soddisfatto per aver sfruttato appieno tutte le opportunità del 2021

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB



Un'ampia gamma ha rappresentato la forza del Gruppo Vender anche in questo 2021 straordinario. A confermarlo da Made in Steel Enrico Vender, Vice President dell'omonimo gruppo.

Il 2021 è stato un anno straordinario per l'acciaio, come si sono comportati i prodotti inossidabili?

Il trend dell'inossidabile è stato sostanzialmente simile a quello delle altre tipologie di acciaio. Come Gruppo Vender – grazie ad un'attenta strategia di pianificazione degli acquisti e alle consolidate par-

tnership commerciali – siamo riusciti a sfruttare appieno tutte le opportunità che ha offerto la positiva congiuntura di mercato, e di questo siamo soddisfatti.

Il vostro gruppo offre una gamma particolarmente ricca, si può individuare qualche prodotto che è andato meglio di altri?

No, non è possibile identificare una specifica tipologia di prodotto andata meglio delle altre; riteniamo al riguardo che uno dei punti di forza del Gruppo sia

proprio la disponibilità di una vasta gamma di prodotti in acciaio inossidabile (piani, lunghi, raccorderia, profilati, etc.) in formati standard e fuori standard, oltre a diverse finiture (scotch-brite, satinatura, lucidatura, duplo, fiorettato e mirror).

Alla luce di quanto detto fino a ora, il 2021 che anno è stato per il gruppo Vender?

Come ben noto, il 2020 è stato significativamente influenzato dalla pandemia COVID-19, quindi nel 2021 il Gruppo ha assistito a una progressiva ripresa della domanda, tornando ai livelli pre-pandemia, dove i principali indicatori economici-finanziari sono in miglioramento rispetto al 2020. Il raggiungimento di tali risultati è stato possibile grazie alla presenza capillare del Gruppo - 45 centri di servizio - sul territorio nazionale ed europeo (Europa dell'Est in particolare)

Cosa vi aspettate per il 2022?

Ci aspettiamo un 2022 molto sfidante, al riguardo è importante distinguere i 2 semestri del 2022: il primo crediamo sarà in linea con l'attuale tendenza del mercato siderurgico, mentre per il secondo è davvero difficile, e forse prematuro, prevederne l'evoluzione; in ogni caso ci sono diversi fattori fuori dal nostro controllo che possono influenzare, in modo positivo o meno, il 2022 per il nostro Gruppo.

Che effetto fa tornare a incontrarsi in un evento fieristico dopo tanti mesi di restrizioni a causa della pandemia?

I clienti sono il focus del Gruppo e siamo in grado di soddisfare ogni richiesta in termini di qualità e tempi di consegna. Il Gruppo Vender è entusiasta di ripartire con eventi come questi che reintroducono le relazioni interpersonali. Riteniamo che il confronto, lo scambio di idee e punti di vista tra le persone sia sempre un'importante opportunità di crescita.





**COSTRUZIONE SEGATRICI A NASTRO
DI SERIE E SPECIALI
Bandsawing machines**



SO.FIN.A. S.r.l.

Via Stelvio, 25 - 23020 Poggiridenti (SO) IT

T. +39 0342 218266 - 216419

F. +39 0342 218266

info@sofinasegatrici.com

ottobre 2021

Eventi in fiera





Arvedi: «Per AST il closing è previsto per gennaio 2022»

L'imprenditore cremonese punta a fare del polo ternano un'azienda competitiva a livello internazionale

DI **DAVIDE LORENZINI** - DIRETTORE RESPONSABILE SIDERWEB

Poche battute ma comunque significative quelle che il Cavalier Giovanni Arvedi ha scambiato con i giornalisti nell'incontro a Made in Steel sull'operazione Acciai Speciali Terni. Sebbene l'imprenditore abbia ribadito che l'operazione al momento ha superato solo la fase di signing e pertanto vi è il più assoluto riserbo sui dettagli, ha definito in gennaio 2022 il possibile closing, «dopo di che ci sarà occasione per spiegarvi nei dettagli cosa vogliamo fare».

Qualche indizio il Cavaliere cremonese lo ha già lasciato trapelare: «Terni dovrà diventare un'azienda altamente competitiva e dovrà esserlo anche a livello internazionale».

Sul fronte Trieste Arvedi da siderurgico innamorato di questo mestiere non ha nascosto come lo smantellamento dell'altoforno sia stato un po' "traumatico", ribadendo però che «andava fatto». «Dopo la demolizione dell'agglomerato ora è una grande spianata».

Sul fronte degli investimenti per gli impianti di laminazione, zincatura e verniciatura che permettono di evitare licenziamenti Arvedi ha confermato di procedere «come da programma».

L'imprenditore ha chiuso con due temi di attualità, primo dei quali il caro energia. «Per quanto riguarda l'aumento dei prezzi, che mi auguro sia temporaneo, credo che si parli di un impatto forte sulla produzione.

Non voglio esprimere un giudizio per conto degli altri e per quello che succederà nei bilanci degli altri; in casa nostra la produzione avrà un contraccolpo non da poco. Il 50% del costo di produzione è rappresentato dall'energia, mentre per la trasformazione l'incidenza è nell'ordine del 10%. Sono anni che chiedo che il prezzo dell'energia sia più europeo, quindi che ci sia un mercato dell'energia europeo e un prezzo dell'energia accessibile a tutti i 29 Paesi europei in egual misura. Non è così, perché il costo dell'energia del nostro Paese è quasi il doppio di quello che pagano gli altri Paesi del nord Europa. Questa è una situazione iniqua e una concorrenza sleale, quasi un atto di discriminazione».

Ultime battute sul rottame, materia prima che il Cavaliere compara all'energia e su cui si auspica che entro il 2023 arrivi un regolamento comunitario che ne limiti la fuga verso Paesi con minori standard ambientali rispetto all'Ue. Regolamento di cui una prima bozza dovrebbe arrivare già il prossimo mese, come confermato dall'amministratore delegato del gruppo Arvedi e vicepresidente di Eurofer Mario Caldonazzo.





Berengo Gardin fotografa Bendotti

Il maestro della fotografia firma a Made in Steel un volume sul lavoro dell'azienda di Costa Volpino

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB

L'uno, il grande fotografo, capace di mantenere il suo sguardo critico e appassionato su una realtà umana e sociale cambiata tumultuosamente negli anni. L'altra, l'azienda che ha "inventato" la prefabbricazione dei forni, mai venuta meno all'attenzione progettuale verso le esigenze di ciascun cliente.

Dall'incontro tra Gianni Berengo Gardin, maestro della fotografia e Forni Industriali Bendotti, leader mondiale nel settore è nato "90 x 104 Gianni Berengo Gardin fotografa Forni Industriali Bendotti".

A raccontare genesi e filosofia del volume, a Made in Steel, sono stati Michele Bendotti, amministratore unico di Forni Industriali Bendotti e Berengo Gardin. Con loro anche Giovanni Marinoni Martin, vicepresidente di ORI Martin. Il grande fotografo ha indagato da par suo il lavoro dell'azienda di Costa Volpino, cogliendone l'essenza in cinquantaquattro scatti che narrano la nascita di un forno industriale Bendotti dalla progettazione alla prefabbricazione, dal montaggio all'avviamento alla ORI Martin Ospitaletto. Il maestro della fotografia ha colto il DNA dell'operare della Forni Industriali Bendotti, ovvero l'unione tra la sapienza artigianale e il più alto livello della tecnologia attuale. Un incontro garanzia del risultato: un forno performante con la massima affidabilità e il miglior rendimento energetico e produttivo. «Siamo alla presenza di un monumento della fotografia e dell'arte italiana. È stato per me, per noi un sogno lavorare con lui», ha detto Michele Bendotti. Berengo Gardin ha ricordato di essere «da sempre molto affascinato dal lavoro dell'uomo, in particolare dal lavoro manuale. Che mi ha sempre affascinato».



Feralpi: «Vogliamo essere la Ferrari dell'acciaio»

Pasini: «Volumi in forte crescita nel 2021, ma pesa molto l'incognita costi energetici. Investimenti per 300 milioni»

DI **MARCO TORRICELLI** - REDATTORE SIDERWEB

«Oltre che per fare il punto della situazione, valutare quanto accaduto nel 2020 e nel 2021 e tracciare il percorso per l'anno prossimo – è stato l'incipit di Giuseppe Pasini nella conferenza stampa organizzata dal Gruppo Feralpi a Made in Steel – colgo questa occasione per esternare la soddisfazione per l'opportunità offerta da Made in Steel per tornare alla sana consuetudine di incontrarci di persona, cosa che ci è mancata molto in questo periodo».

La produzione del gruppo, «nel 2021 ha fatto registrare aumenti non solo rispetto all'anno scorso, ma cosa più importante anche nei confronti del 2019 e questo anche grazie alle iniziative messe in campo dal governo».

I dettagli di questi incrementi li ha offerti Vincenzo Maragliano, Cfo del gruppo: «I ricavi, nei primi sei mesi dell'anno, sono cresciuti del 56,9% ed hanno fatto registrare miglioramenti in tutti i business ed in tutte le aree geografiche, mentre la produzione di acciaio è cresciuta del 7%».

In particolare, ha detto Maragliano, «rispetto al 2019 Presider è in aumento del 27,4%, Presider Armatures del 31,1%, Unifer del 22,4%, Calvisano del 22,1 e Caleotto del 49,6%».

Giuseppe Pasini ha poi spiegato che, «il nostro programma di Carbon neutrality, che punta a raggiungere

l'utilizzo di un mix energetico di minore impatto, si pone un obiettivo a cinque anni, con un investimento di circa 100 milioni di euro, per poterci dotare di una capacità di circa il 20% del consumo da energie rinnovabili, con un risparmio di circa 85mila tonnellate di CO₂». Ma non solo.

Perché «da oggi al 2026 – ha proseguito il presidente del Gruppo Feralpi – prevediamo di investire 300 milioni, 150 in Italia e altrettanti in Germania, in innovazione impiantistica, digitalizzazione, valorizzazione delle competenze interne, con giovani ingegneri a cui offrire un percorso di crescita e che si innamorano della siderurgia. Perché noi vogliamo diventare la Ferrari della siderurgia».

A proposito del mercato, Pasini ha spiegato che «vive un momento favorevole, che ci ha permesso di ribaltare a valle gli aumenti del prezzo del rottame, ma davanti ci sono delle nuvole, rappresentate dagli enormi rincari di energia elettrica e gas che, per un Paese come l'Italia che dipende molto dall'estero, rappresenta un grave problema».

Che, peraltro, ha ricordato il presidente del Gruppo Feralpi, «non è solo italiano e anche in Germania stiamo pagando lo scotto di una situazione che si sta aggravando, tanto che saremo costretti a fermare gli impianti in momenti particolari (cosa che peraltro stiamo già facendo), ma non è certo questa la soluzione».

La quale, ha scandito Pasini, «deve essere trovata a livello europeo, perché non basta che si fissino gli obiettivi di riduzione delle emissioni, scaricando poi sui singoli Paesi le strategie da adottare quando, ad esempio, la produzione di acciaio della Germania si basa all'80% sull'uso del carbone, che per la Polonia arriva addirittura all'90%».

Un passaggio, poi, Giuseppe Pasini lo ha dedicato alla Borsa: «Alla quale noi guardiamo certamente con grande curiosità e la vediamo come una possibilità per poter crescere, ma la quotazione necessita di un processo preparatorio importante e non facile, soprattutto per aziende che operano in un mercato fortemente ciclico come il nostro».



Prototipo innovativo per un acciaio “verde”

Wbst e Nlmk insieme per un sistema che cambia il ciclo produttivo nel segno della sostenibilità



DI **GIANNI VERONESI** - COLLABORATORE SIDERWEB

Wbst, startup di Treviso nata nel 2019, ha firmato durante l'ultima edizione di Made in Steel un accordo con NLMK per la realizzazione di un prototipo presentato nelle varie acciaierie italiane: gestirà i fondi di siviera, rigenerandoli direttamente sotto forno, e le “scorie nere”.

Borinelli (Nlmk): «Un'idea innovativa per un progetto che va oltre le buone pratiche».

Possibili altre collaborazioni tra i due gruppi



LA QUALITÀ AL VOSTRO SERVIZIO



TUBI

tondi dal 6X1 A 508x10 e superiori - **quadri** dal 10x10x1 a 400X400X20 - **rettangolari** dal 15x10x1 a 600x400x20
SERRAMENTI | **OVALI** | **SEMIOVALI** | **TRIANGOLI** | **MANCORRENTI** | **NERI** | **DECAPATI** | **LUCIDI** | **ZINCATI**
S235JR | **S275JR** | **CORTEN** | **S355J2**

TRAVI

U | **IPE INP** | **HEA** | **HEB** | **HEM**
S275JR | **CORTEN** | **S355J2**

LAMINATI

S275JR | **S355J2**

PROFILI APERTI - TONDO RETE CEMENTO ARMATO - RETI E GRIGLIATI

LAMIERE DA 0,5 A 40

NERE | **DECAPATE** | **LUCIDE** | **ZINCATE** | **DA TRENO** etc...
S235JR | **S275JR** | **CORTEN** | **S355J2** etc...
FORATE | **STRIATE** | **BUGNATE** | **STIRATE**



via della Cupola, 239 - 50145 Firenze
tel. 055 3430 511 / fax. 055 374 776
uff.comm.le tel. 055 3430 517/521
commerciale@vicinitubi.com
www.vicinitubi.com
www.tubilamiere.it



La siderweb TV

live da Made in Steel

siderweb **TV**

Il debutto del canale di live streaming dell'evento è stato un successo, con un'ottima risposta di pubblico

DI **REDAZIONE SIDERWEB** - REDAZIONE@SIDERWEB.COM

Un live streaming di oltre 20 ore per trasmettere in diretta i convegni dalla siderweb Conference Room, le interviste ai protagonisti della filiera dell'acciaio, approfondimenti, le voci dei visitatori e i video istituzionali degli espositori. Questa è stata la siderweb TV che ha debuttato a Made in Steel 2021: un canale creato appositamente per questa edizione che ha superato le 7mila

visualizzazioni totali sullo YouTube di siderweb. E che sta continuando a vivere anche a evento concluso.

Qui puoi rivedere le interviste rilasciate a siderweb da 35 uomini e donne d'acciaio durante la Conference & Exhibition.

Luigi Cuzzolin, amministratore delegato Pipex



Stefano D'Aprile, AD Commerciale Siderurgica Bresciana



Nicola Zamboni, Key Account Morandi Steel



Luigi Morsut, vicepresidente esecutivo Danieli Centromet



Andrea Tonini, CSO e socio BM Group Polytec



Gianpietro Benedetti, presidente Gruppo Danieli



Stefano Scolari, amministratore delegato ABS



Paolo Franceschetti, amministratore delegato Slingofer



Stefano Dall'Aglia, direttore generale Sider Center



Antonio Pensotti, amministratore delegato FIMI



Massimo Gelati, presidente Gruppo Gelati



Giuseppe Cavalli, direttore generale Alfa Acciai



Carolina de Miranda, Sustainability Manager ORI Martin



Saverio Monti, AD L.M. Laminati Metallici



Andrea Gabrielli, presidente Gruppo Gabrielli



Caterina Epis, presidente Fondazione Promozione Acciaio



Giulio De Bardi, amministratore delegato TecnoLaser



Maria Annunziata Giaconia, AD Mercitalia Rail



Giuseppe Pasini, presidente Gruppo Feralpi



Giorgio Ghini, socio fondatore Steele





Michele Bendotti, CEO Forni Industriali Bendotti



Riccardo Borgonovo, vicepresidente Novastilmec



Paolo Provenzi, amministratore delegato La Cisa



Matteo Parodi, responsabile marketing e comunicazione Duferco Energia



Lorenzo Zini, amministratore Farco



Francesco Semino, direttore relazioni esterne Acciaierie Venete



Christophe Serin, Head of marketing Aperam stainless Europe



Flavio Bregant, direttore generale Federacciai



Domenico Rinaldini, presidente RICREA



Riccardo Benso, presidente Assofermet



Luigi Rapullino, amministratore delegato Gruppo Rapullino



Massimo Zoppegni, presidente Centro Inox



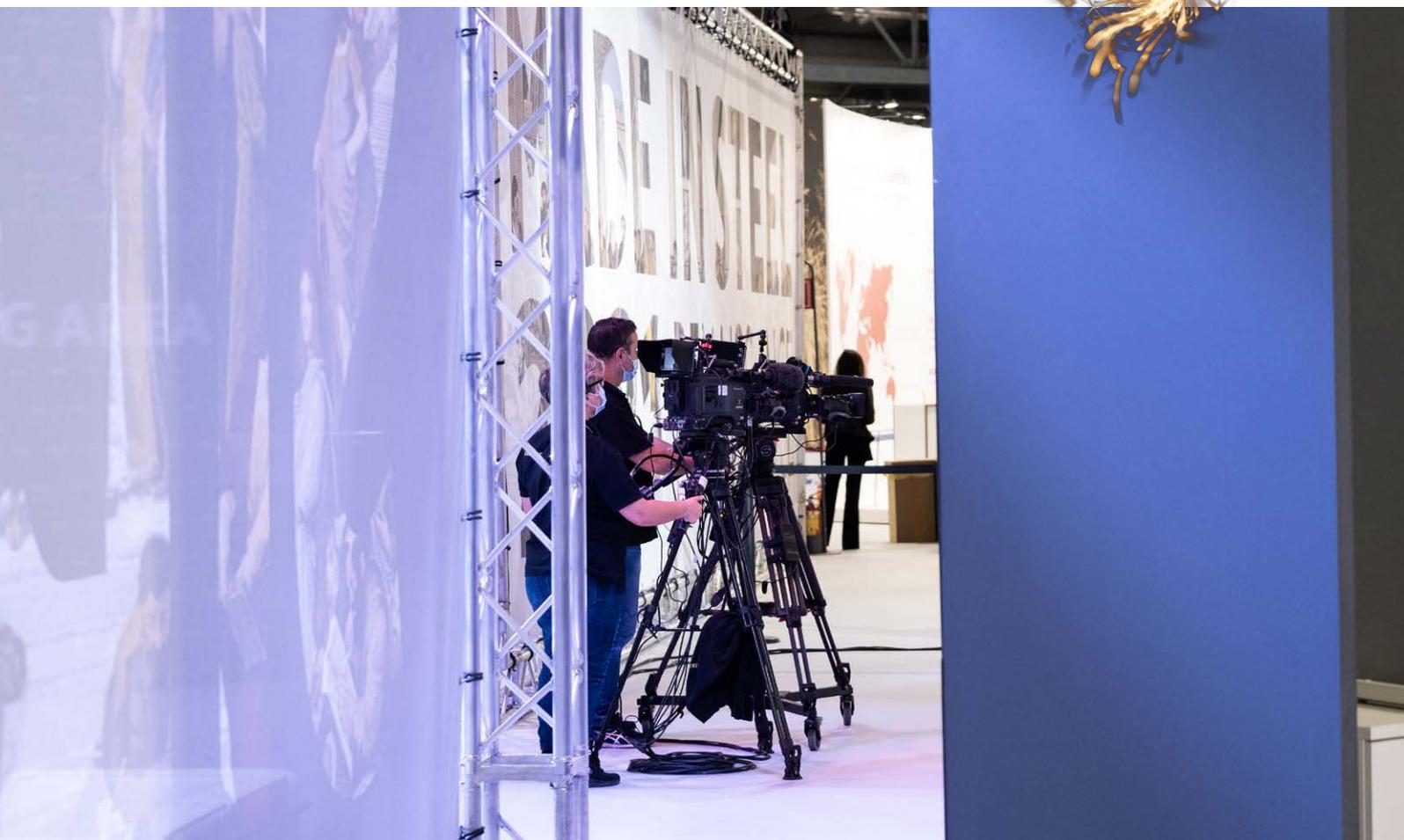
Federico Mazzolari, presidente AIM



Stefano Vittorio Kuhn, coord. commerciale territoriale Lombardia BPER Banca



Alessandro Banzato, presidente Acciaierie Venete





Le “eccellenze” premiate a Made in Steel

Gli stand, i personaggi e gli studenti che si sono distinti nell'edizione 2021 della manifestazione

DI **PAOLA GREGORIO** - COLLABORATRICE SIDERWEB

L'eccellenza nel fare impresa, nello studio, nella ricerca. Eccellenze che Made in Steel ha messo al centro anche dell'edizione 2021 con riconoscimenti a chi ha saputo distinguersi nell'imprenditorialità, nel percorso di studi e da ricercatore.

Made in Steel Awards, ecco i best in: Communication, Friendly e International

La capacità di comunicare e di raccontarsi, l'ospitalità, l'internazionalizzazione. Tre declinazioni dell'essere imprenditore e azienda nell'universo dell'acciaio che anche quest'anno i Made in Steel Awards hanno voluto premiare. Per la categoria **“Best communication stand”** il riconoscimento è andato ad **AFV Acciaierie Beltrame** “per aver saputo creare un luogo elegante ed interattivo, con una comunicazione efficace in cui il visitatore viene immerso nello spazio espositivo, diventandone parte”. Il direttore commerciale, Enrico Fornelli, ha espresso soddisfazione per il premio che riconosce «l'impegno per la creazione di uno stand particolare». **Feralpi Group** è stato premiato per il **“Most friendly Stand”**. Al gruppo è stata riconosciuta la capacità di dare vita “ad un allestimento ospitale, grazie all'idea di due stand uniti da una piazza centrale che accoglie e accompagna il visitatore. «Il nostro stand è friendly da diversi punti di vista», ha rimarcato Giovanni Pasini, consigliere delegato di Feralpi Holding. Per la categoria **“Best international stand”** il riconoscimento è stato consegnato ad **Acciaierie Venete** “per essersi distinto come stand dal respiro più internazionale della manifestazione”. Francesco Semino, direttore delle relazioni esterne ha sottolineato la volontà dell'azienda di dare un messaggio «all'insegna della sostenibilità». Una menzione d'onore sul fronte della comunicazione è andata a Lucefin per uno spazio espositivo che si è contraddistinto per “l'uso creativo della grafica”.



A Banzato e Zoppegni le medaglie come siderurgici dell'anno

E sempre a proposito di premi, al termine del convegno dedicato ai "Bilanci d'Acciaio 2021" si è svolta la cerimonia di conferimento della medaglia di acciaio "Federico Giolitti", da parte dell'Associazione Italiana di Metallurgia, assegnata al presidente di Federacciai e di Acciaierie Venete, Alessandro Banzato, e della medaglia di acciaio inossidabile "Gabriele Di Caprio" consegnata da AIM e dal Centro Inox, che è andata a Massimo Zoppegni di Aperam Italia.



Nuova borsa di studio intitolata ad Amulio Cipriani

Infine, a tre giovani ricercatori, autori di tesi di laurea e dottorato di ricerca, che si sono distinti nel trattare argomenti "breakthrough" – questa la motivazione – legati alla metallurgia in senso lato" è stato assegnato



il premio "Amulio Cipriani", patrocinato dal Gruppo CLN. È istituito «per onorare la capacità di Cipriani – ha spiegato nel corso della cerimonia di consegna Carlo Malasomma, che con lui ha condiviso molti anni di attività, ma soprattutto di amicizia – nel saper ispirare le giovani generazioni in un ambito di innovazione e cambiamento». Cipriani, scomparso nel 2019, è stato uno dei protagonisti, per oltre sessant'anni, del panorama della siderurgia italiana, prima con il gruppo francese Usinor di cui fu direttore generale per l'Italia e protagonista del passaggio che ha portato alla nascita di Arcelor nel 2002, diventando poi consulente del Gruppo CLN nel 2015. A

ricevere il premio sono stati Gianluca Dall'Osto, per "Ricerche nei processi metallurgici sull'abbattimento della CO₂"; Valentina Trombetta, per "Bricchettatura delle polveri di acciaieria per il riciclo nei forni elettrici" e Giacomo Villa, per "Studi relativi alla realizzazione di acciai Alto-Resistenziali ad alta concentrazione di Mn eAl". «Il premio in nome di chi ha dedicato più di 60 anni nella siderurgia Italiana – è stato sottolineato – non è soltanto un giusto riconoscimento a progetti innovativi, ma anche un incoraggiamento per giovani professionisti "in-nuce" che unisce in maniera equilibrata e con intelligenza la passione per l'innovazione insieme all'onestà intellettuale senza la quale ogni progetto di vita e professionale non avrebbero ragion d'essere».



Gallery





RE NAIS SANCE

www.siderweb.com