

i fondatori di Mpt
Silvano Bibbiani,
Nicola Piscicelli,
Giovanni Meini e
Rodolfo Taviani.

STAMPISTI MIEI

Mpt è l'acronimo per Meccanica di Precisione Toscana ed esprime l'ambizione dei fondatori Giovanni Meini, Nicola Piscicelli, Silvano Bibbiani e Rodolfo Taviani, ritratti in posa da film di Monicelli in una foto esposta nella sede centrale, solo omaggio al passato di un'azienda che innova.

Se la capacità di mutare pelle adattandosi ai cambiamenti dell'industria e dei mercati è uno fra i fattori decisivi per il superamento non solo della crisi presente ma di qualunque stagnazione, ebbene la ricetta è stata fatta sua con successo da una società di stampaggio toscana da 100 dipendenti. Denominata Mpt, sigla per *Meccanica di precisione toscana* e allo stesso tempo rappresentativa del cognome dei fondatori - Meini, Piscicelli, Bibbiani e Taviani - essa è nata agli inizi degli anni Settanta come fonderia e costruttrice di stampi per il calzaturiero. Ma con il passare dei decenni e nuove generazioni

che hanno affiancato nella gestione del *business* i più anziani timonieri, si è affacciata ad altri segmenti, con l'obiettivo non solo di reagire al calo della scarpa, ma di seguire a crescere. Così l'officina con sede a Calcinaia in provincia di Pisa ha sviluppato competenze specifiche per la produzione di stampi e per lo stampaggio di materie plastiche dialogando con costruito dapprima con la costruzione di motocicli firmata da Piaggio, con quartier generale nella vicina Pontedera. Poi, con le quattro ruote, che ora rappresentano una parte consistente del suo volume d'affari, grazie all'impegno sulle forniture conto-

terzi per alcuni dei più grandi marchi automobilistici del mondo: «Operare come subfornitori per l'indotto auto», ha riferito infatti a *Stampi* il responsabile della divisione *marketing* e vendite di Mpt Stefano Taviani, «non è da considerarsi certo un male. Anzi, nel nostro caso bisogna ammettere che ci ha permesso di evolverci lavorando con una certa libertà». Precedentemente attestata su fatturati medi da 20 milioni annui l'azienda pisana ha senza dubbio patito alcune flessioni - «prevalentemente dovute alla riduzione delle attività di Piaggio in Italia», ha commentato Taviani - ma da tempo viaggia attorno alla ragguardevole cifra di 16 milioni circa. E nonostante che nella composizione dei bilanci le moto continuino a pesare per il 50% almeno, l'ecosistema *automotive* è in crescita e già adesso incarna almeno il 20% degli incassi del marchio.

La collaborazione con le grandi case automobilistiche

La capacità di scegliere i fronti più redditizi e approcciare i *partner* giusti per le collaborazioni con i comparti più disparati si è rivelata una fra le più efficaci frecce all'arco di Mpt nel recente passato, insieme con la saggezza usata per conquistare inedite specializzazioni. «Negli anni Novanta dello scorso secolo», ha proseguito Taviani, «si è concretizzata la transizione dalla costruzione di stampi allo stampaggio propriamente detto, che poteva garantirci valori per dieci volte superiori e che oggi occupa un'ottantina dei nostri cento addetti. Ai tempi arrivammo a realizzare sino a 300 mila pezzi di un solo modello, il *Runner* Piaggio; e questo ci spinse a inaugurare uno stabilimento apposito».

La capacità di giocare su più tavoli, quello della costruzione di stampi oltre a quello dello stampaggio, ha offerto alla società toscana Mpt importanti opportunità di crescita e di sviluppo.



Stefano Taviani, responsabile della divisione marketing e vendite di Mpt.

Fu una vera e propria calamita che attrasse committenti di differente nazionalità e vocazione: da Mv Agusta a Ducati, che «continua a essere un referente importante anche dopo il passaggio in mani tedesche e ha mostrato di saper valorizzare la nostra efficienza e la nostra qualità»; sino a Peugeot. Quest'ultima anzi, secondo quanto riferito dal responsabile per le vendite e il *marketing*, «ha trasferito progressivamente a Mpt le lavorazioni che in precedenza erano affidate ad altri stampisti». Quanto alla produzione di autovetture, il *brand* di Calcinai ha agganciato la specialista tedesca Webasto



OFFICINA E SOFTWARE AL CENTRO DEL SISTEMA MPT

Una scommessa su altri cervelli e altre braccia è senza dubbio negli obiettivi dello stampista pisano, che conta e vuole continuare a fare affidamento su competenze ingegneristiche di alta scuola oltre che su una organizzazione strutturata nell'ambito del service, «esaustivo anche sulle piccole serie». Il traguardo è l'ottenimento di «prodotti sempre più raffinati» e il raggiungimento della soglia zero in materia di difetti. «L'officina è al cuore del nostro modello produttivo», ha puntualizzato Stefano Taviani, «e la capacità di ottimizzare metodologie e processi agendo con rapidità sempre maggiore è un valore aggiunto che la clientela, in complesso in ottima salute e in crescita, sta riconoscendo». Altro asso nella manica, il parco-software all'interno del quale spicca la famiglia Visi di Vero Solutions: «Da una sola licenza siamo passati a sette, cinque delle quali con parti esplicitamente dedicate alla progettazione degli stampi e questo perché», ha sottolineato il responsabile marketing e vendite, «la suite applicativa si è dimostrata intuitiva ed essenziale, in grado di offrire esattamente quel che serve agli stampisti in modo immediato e semplice. La possibilità di importare e modificare file di qualunque provenienza ci ha assicurato benefici aggiuntivi e vantaggi che altri pacchetti non danno, perché più rigidi, meno flessibili, meno orientati alle esigenze degli stampisti». Convinto che quello degli stampi sia «un panorama complesso fatto di cinematiche raffinate e alta ingegneria, che non tutti sono capaci di indirizzare correttamente», Taviani ritiene la relazione con Vero Solutions e il distributore toscano Syscam «forte e intensa, consolidata nel corso degli anni». Grazie anche al dialogo: «Ci si è confrontati su istanze importanti», ha detto e concluso Taviani, «come il passaggio delle distinte delle parti-stampo direttamente dal Cad all'ufficio tecnico: un grande risultato. E più in generale abbiamo notato che dopo un incremento molto deciso delle funzionalità disponibili, gli sviluppatori di Vero Solutions hanno curato con attenzione i dettagli e questo ha consentito a noi come ad altri utenti di conseguire nel tempo una competitività crescente».



Insieme a quelle dello automotive e del relativo indotto le grandi marche delle due ruote continuano a rappresentare un bacino di business importante per Mpt.

Il marchio Peugeot ha trasferito progressivamente a Mpt alcune lavorazioni che in precedenza erano affidate ad altri stampisti.



per la quale produce, fra gli altri, le cornici per il tettuccio delle nuove *Cinquecento* Fiat. «Webasto», ha affermato Stefano Taviani, «è una multinazionale di origine tedesca che ha però a Torino una fra le sue filiali più importanti e soprattutto più orientate allo sviluppo e alla ricerca. È molto competitiva e attenta agli *standard* qualitativi; ed è motivo d'orgoglio essere fra i suoi fornitori di riferimento su alcune linee. Per suo tramite siamo riusciti anche a ottenere commesse da costruttori coi quali non avevamo lavorato prima e complessivamente la richiesta pare in aumento». Una relazione «preziosa e improntata alla massima reciproca fiducia», ha sottolineato poi Taviani, è anche quella instaurata con la torinese Sigit, collaboratrice di Fiat-Fca con quattro poli in Italia e impianti anche in Serbia e in Polonia. E poiché da cosa nasce cosa, dal rapporto con Sigit è scaturita anche la possibilità di cooperare con Denso, focalizzata sui grandi stampi per l'auto, naturalmente, agganciata «al termine di una lunga trattativa» e cruciale per la visibilità che assicura oltreconfine.

L'importanza della diversificazione; il ruolo dell'innovazione

La politica fortemente concentrata sugli autoveicoli che sta caratterizzando le

vicende di Mpt è sorta anche dalla presa di coscienza dell'andamento altalenante del mercato motociclistico, cui fa da contraltare invece la relativa stabilità del mondo auto. E la capacità di giocare su più tavoli, quello della costruzione di stampi oltre a quello dello stampaggio, ha offerto alla società *chance* di rilievo: «Realizziamo stampi contoterzi», ha spiegato Stefano Taviani, «per realtà appartenenti sempre alla galassia di Fiat-Fca, quali la casertana Comap, in passato attiva nell'indotto di Indesit. Ma quali che siano le commesse e la tipologia del cliente, cerchiamo di offrire un servizio il più possibile completo che include per nostra scelta anche il collaudo e la certificazione di ogni pezzo in uscita». Il rimanente 30% dei volumi d'affari di Mpt proviene da altri comparti industriali ancora: «A breve distanza dai nostri stabilimenti», ha illustrato Taviani, «ci sono gli impianti di Dab, che costruisce pompe e corpi pompa e dalle consegne alla quale traiamo un ulteriore 14% di fatturato. E oltre a ciò, nel tentativo, sin qui riuscito, di acquisire competenze sempre nuove e spendibili, lavoriamo per un gruppo svedese su dei sistemi di aereazione avanzati per gli allevamenti dei suini e del pollame». Per mantenere sempre attiva, reattiva e

vitale una struttura con interessi tanto poliedrici l'attenzione alle tecnologie è chiaramente un elemento critico da tenere nella massima considerazione. Il che è quello che Mpt ha inteso fare sin dal principio, visto che uno fra i fondatori, tuttora presente negli uffici e in reparto, ha chiarito che «ogni lira di guadagno» è stata «sempre investita in macchine». Nulla è cambiato, in questo senso, dagli anni Settanta, quando all'apertura di un autentico ufficio tecnico si accompagnò l'acquisto di «un centro di lavoro Mazak che rivoluzionò i nostri processi». Anche per il futuro il sentiero è, così, tracciato con precisione, anche se l'evoluzione è destinata a richiedere *budget* dedicati: «Ritengo necessaria una maggiore spinta sui Cnc», ha riflettuto Taviani, «e l'ideale sarebbe riuscire a installare altre due nuove macchine. Nel frattempo, oltre ad avere fatto ricorso al *retrofitting*, abbiamo inserito nuove tecnologie di misura e pensiamo a bracci di misurazione per il controllo a bordo pressa. I *report* dimensionali sono sempre più richiesti dai clienti e altrettanto lo sono *know-how* e conoscenze aggiornate, in assenza dei quali si soffrirebbe».

© RIPRODUZIONE RISERVATA