



Imprese

La Metalcastello punta all'aerospaziale

di **Luciana Cavina**
a pagina 9

La Metalcastello cerca addetti E ora punta all'aerospaziale

Al via un progetto con gli studenti delle medie. L'ad: «Li motiviamo»

La Metalcastello si è sempre salvata dalle crisi e dalla non facile posizione tra le pur incantevoli colline di Porretta, investendo nell'innovazione tecnologica e puntando sempre all'eccellenza. Dopo aver di recente ampliato il sito produttivo di Castel di Casio, L'azienda leader nella produzione di ingranaggi per trasmissioni meccaniche, ora ambisce al settore aerospaziale. «È lì che voglio puntare», ammette l'amministratore delegato Stefano Scutigliani. E anche per questo è necessario circondarsi di nuove leve, periti capaci, ingegneri e giovani formati con nuove idee per la testa. «Da quattro anni noi assumiamo una media di 30 persone l'anno: 45 solo nel 2018», ci tiene a puntualizzare.

Certo, ancora, a parte «qualche importante contatto», passi concreti verso la «conquista dello spazio», non sono stati fatti, ma il manager bolognese è uno che guarda avanti. «Anticipare il futuro — dice — per non trovarsi impreparati» a un mondo in perenne mutazione, è il principio che accompagna ogni sua azione imprenditoriale. Anche alla Metalcastello, come in molte aziende metalmeccaniche di

prodotti ad alta specializzazione mancano però i profili professionali che possano supportare il cammino. Tanto che il più recente investimento di Scutigliani è sui giovani, e giovani di parecchio: gli studenti delle scuole secondarie di primo grado. Le buone, vecchie, medie.

L'azienda, che già impiega 320 addetti con un'età media di 35 anni, ha da sempre all'attivo collaborazioni e convenzioni con gli istituti tecnici come le Montessori, le Aldini Valeriani e le Belluzzi. Non mancano attività congiunte con l'Università, allargate agli Atenei di Bologna, Ferrara, Parma e il Politecnico di Milano. Ora, invece, si entra nelle scuole medie dell'Alta Valle del Reno, più che altro per motivare i ragazzini e i loro genitori. «Vogliamo far capire — spiega Scutigliani — che sviluppare la cultura tecnica, ad ogni li-

vello, è un'opportunità» e che, insomma, non ci sono solo i grandi marchi come Lamborghini e Ducati ma che l'internazionalità, la possibilità di carriera e di vivere in prima persona le grandi trasformazioni tecnologiche risiedono

anche in un'azienda che produce componenti assemblati con strumenti all'avanguardia (la saldatura a fascio elettronico, per esempio) che, spesso, fanno la differenza sulla performance complessiva della macchina. E che produce per i marchi più blasonati tra automotive e macchine per l'agricoltura.

«Nel progetto — fa sapere Scutigliani — sono coinvolti 300 ragazzi». Si troveranno tutti insieme il 25 ottobre al cinema Kursaal di Porretta. «Ma durante tutto l'anno c'è uno scambio tra le classi e l'azienda. Gli studenti vengono in visita, conoscono il ciclo produttivo, vengono a sapere che se sceglieranno un certo percorso di studi avranno la possibilità di svolgere stage qui da noi». Lo scambio avviene anche con i docenti e i dirigenti nei diversi gradi d'istruzione: «Suggeriamo percorsi formativi che rispondano alle nostre esigenze», spiega Scutigliani.

E le scuole, e le facoltà universitarie, rispondono.

«Viviamo in un'epoca in cui rischiamo il superamento tecnologico da altri Paesi, anche nella meccanica — ragiona l'ad — e noi non vogliamo rimane-



► 27 giugno 2019

re indietro, a costo di cambiare il nostro prodotto. Già stiamo lavorando per l'eolico e stiamo sviluppando prototipi per il motore elettrico e ora, appunto, ci interessa l'ambito aerospaziale. Non faremo mai gare per competere sul low cost, ma per essere gli unici a realizzare il prodotto migliore». Per lavorare nel mondo dei jet e delle navicelle è necessario muoversi in un contesto internazionale. Cosa che, alla Metalcastello, in effetti non manca. Da quando, dal 2015, fa parte del gruppo internazionale Cie automotive, con sede Bilbao, è all'interno di una rete di 16 paesi. Da tenere conto anche il precedente ingresso nel colosso indiano Mahindra&Mahindra. Tutte operazioni che hanno inciso, tra l'altro, sul fatturato che è passato dai 40 milioni del 2014 ai 67 milioni dell'ultimo bilancio approvato.

cui rischiamo il superamento tecnologico da altri Paesi e noi non vogliamo rimanere indietro, a costo di cambiare il nostro prodotto

Luciana Cavina

luciana.cavina@rcs.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

67

Sono i milioni di euro di fatturato dell'ultimo bilancio approvato (in crescita del 30% rispetto al 2017) Nel 2014 era di circa 40 milioni



Scutigliani
Viviamo in un'epoca in