



Un successo tutto italiano nel mercato dei Pcb

Alla base di oltre 30 anni di successi in un mercato particolare come quello dei circuiti stampati c'è una strategia produttiva che guarda al Far East senza mettere però in discussione il fondamentale ruolo del plant produttivo hi-tech italiano. Lo spiega **Fabio Puccia Modica**, Chief Commercial Officer di **Alba Pcb Group**.

di Laura Reggiani

A Mogliano Veneto, nei dintorni di Treviso, si trova il quartier generale di un gruppo di aziende altamente specializzate che lavorano in forte sinergia per offrire un servizio unico e completo per la fornitura di circuiti stampati.

Si tratta di **Alba Pcb Group**, gruppo internazionale che ha come capostipite **Alba Elettronica**, società fondata nel 1989 da **Alberto** e **Luca Bacchin**, che negli anni è cresciuto fino ad arrivare ad occupare oltre 90 persone e ad avere una forte presenza anche sul mercato internazionale, grazie a un modello di business fortemente orientato al cliente in termini di soddisfazione di ogni sua esigenza di prodotto, di servizio e di risparmio, e a una strategia che ha saputo coniugare la produzione in Italia con quella nel Far East. Alla guida della divisione commerciale del Gruppo troviamo **Fabio Puccia Modica**, profondo conoscitore delle dinamiche e delle esigenze di un mercato particolare e in costante evoluzione, che nel 2019 ha portato in azienda la sua esperienza ultraventennale nei circuiti stampati, settore dove si è occupato da sempre della pianificazione delle strategie commerciali.

Il circuito stampato è un prodotto poco considerato. Ci può offrire una panoramica del mercato dei Pcb? Quali sono le sue peculiarità?

Essendo alla base di qualsiasi progetto e quindi di qualsiasi prodotto elettronico, dalle automobili agli elettrodomestici, il circuito stampato è un prodotto decisamente strategico. Eppure, nel corso degli anni è stato svilito e impoverito, fino ad essere oggi trattato come una commodity. Per contro, rappresenta il prodotto custom per antonomasia e ne mantiene tutte le caratteristiche di prodotto sartoriale fatto su misura, essendo caratterizzato da una forte variabilità in termini di prestazioni, colori, spessori e volumi. Il Pcb è infatti un prodotto tecnologicamente stressato, che sottostà alle logiche della miniaturizzazione e a cui viene richiesto sempre di più. Nonostante questo, il focus si è da tempo spostato dalla tecnologia al prezzo. Più che di peculiarità parlerei quindi di paradossi.

Il numero di player attivi in Italia nella produzione di Pcb negli anni si è fortemente ridotto. Quali sono le altre problematiche che il settore deve ancora affrontare?

La problematica più grossa che il settore ha affron-

IMPRESE IL PRODUTTORE

tato negli ultimi trent'anni è certamente legata alla concorrenza asiatica, che ha fatto sì che i player attivi nella produzione di Pcb passassero dagli oltre 220 degli Anni 90 a meno di cinquanta oggi, che si riducono ancora della metà se pensiamo ad aziende che sono in grado di rimanere allo stato dell'arte della tecnologia, di sostenersi e di fare gli investimenti necessari. Nel tempo, il settore ha sperimentato una transizione che ha portato il focus a spostarsi dalla produzione al commercio. Molti player hanno colto l'opportunità e creato delle strutture di trading, generando di conseguenza un impoverimento della produzione italiana a favore di quella cinese da loro intermediata. Una delle problematiche che a mio avviso il settore dei Pcb dovrà invece affrontare in futuro è legata alla mancanza di competenze. I clienti ci chiedono infatti di essere supportati con cicli produttivi, tecnologie e processi all'avanguardia, di essere indirizzati verso le scelte e le soluzioni migliori, e di avere un supporto tecnico e di servizio. Ma se, in un mercato guidato solo dal prezzo, continueranno a indirizzare le loro richieste produttive alle aziende cinesi, senza salvaguardare il sistema locale, europeo e italiano, tali competenze andranno presto perdute e non ci sarà poi più nessuno in grado di risolvere al cliente un problema e di offrire quel supporto che nel mercato Pcb è fondamentale. Fortunatamente, ci sono ancora, anche in Italia, dei clienti illuminati, che hanno compreso quanto sia controproducente, soprattutto quando si tratta di volumi medio bassi, affidarsi alle produzioni cinesi, sostenendone sia gli alti costi di trasporto che quelli dovuti ai lunghi tempi della logistica,

Come si è evoluta l'azienda da quando è nata nel 1989? Quali società fanno oggi parte del Gruppo?

Dalla sua fondazione come realtà produttiva, avvenuta nel 1989, Alba Elettronica ha intrapreso un cammino di evoluzione e consolidamento che l'ha portata negli anni a crescere fino a diventare un gruppo. Nel 1999 è nata **AAB Tech**, la divisione commerciale che ha sede insieme allo stabilimento a Mogliano, mentre nel 2011, a seguito di una esperienza decennale iniziata a fine Anni 90 con le prime collaborazioni con i plant produttivi asiatici, è nata **AB Technologies**, la costola cinese. Negli anni abbiamo infatti instaurato relazioni stabili con degli specialisti cinesi nel settore, fino a creare una nostra struttura, che oggi comprende 10 persone tecnico-commerciali, rappresenta il nostro braccio armato in Cina e che, sempre da noi monitorato,

supporta il cliente facendo da hub con i produttori cinesi da noi qualificati. Successivamente, nel 2012 è nata invece **MyPCBShop**, la piattaforma di e-commerce per l'acquisto di circuiti stampati, che permette di ottenere preventivi immediati e ricevere campionature di qualità in modo facile, veloce e conveniente. A differenza di quanto avviene in molti e-commerce, soprattutto sulle piattaforme cinesi, su MyPCBShop la produzione dei Pcb è realizzata in-house secondo gli standard e le omologazioni del nostro stabilimento, a garanzia della conservazione della privacy e a tutela del progetto del cliente. In questo processo di crescita del gruppo si inserisce anche **QPrint**, società tedesca con oltre vent'anni di storia e una struttura commerciale, di marketing e tecnica di primo livello, acquisita nel 2018. Questa acquisizione rappresenta un ulteriore passo verso l'internazionalizzazione a cui ci siamo aperti negli ultimi anni, un processo difficile che ha avuto inizio con questo primo approccio in Germania e che ora sta guardando ad altri mercati.

Qual è oggi il vostro modello di business? Quali sono i punti di forza e di differenziazione?

Il nostro modello di business e il conseguente approccio al mercato si basa su diversi fattori. Primi tra tutti la tecnologia e la competenza: la nostra capacità di fornire ogni tipo di Pcb per ogni ambito di applicazione, dal mono-layer ai multistrati, a cui si



Fabio Puccia Modica, Chief Commercial Officer di Alba Pcb Group

unisce la capacità di supportare il cliente con consigli di tecnici esperti, per progettare al meglio il circuito, ottimizzarne il costo e avere il massimo della qualità e della durata. Un altro fattore da considerare è la velocità con cui operiamo: realizziamo campionate in 24 ore, abbiamo un servizio di consegna superveloce per chi ha bisogno di prototipi in tempi brevi e siamo in grado di offrire, dal nostro plant produttivo italiano, una “fast production” anche per grandi volumi, una possibilità utile quando i clienti hanno necessità impreviste o urgenze impossibili da gestire con i tempi di una produzione estera. Da evidenziare anche la nostra presenza internazionale: in Europa operiamo infatti attraverso Q-Print, portando i nostri servizi su un mercato ad altissimo livello tecnologico come quello tedesco, mentre attraverso le aziende del gruppo siamo in grado di supportare i clienti che preferiscono acquistare direttamente in Far East. Da segnalare anche il totale controllo della supply chain, che ci permette di garantire in tutte le situazioni, anche le più critiche, un backup produttivo, di offrire al cliente la garanzia di continuità della fornitura, e di avere sotto controllo l'intero processo logistico. Non va dimenticato il supporto offerto del canale e-commerce, un vantaggio particolare per gli uffici di progettazione che hanno bisogno di muoversi in autonomia, velocemente ed economicamente, per l'acquisto di prototipi. Infine, la garanzia di un prodotto di qualità, resa possibile dalla nostra conoscenza di processi, materiali e tecniche che ci permettono di realizzare un prodotto affidabile e che dura nel tempo. Ciò che ci differenzia dai competitor sta quindi nella nostra capacità di fornire una risposta a tutte le esigenze delle aziende nostre clienti, dei loro tecnici e dei loro buyer, offrendo loro assistenza e supporto in ogni situazione.

Cosa vi ha permesso di rimanere competitivi in un mercato così concorrenziale? Quanto è difficile continuare a produrre tecnologia in Italia?

Per continuare a produrre tecnologia in Italia, in un mercato concorrenziale come quello dei Pcb, occorre, a mio avviso, avere una massa critica importante e uno sviluppo commerciale che permetta di sostenere economicamente gli ingenti investimenti in tecnologie, processi e macchinari ad hoc necessari alla produzione, a cui si aggiunge la difficoltà di gestire una estrema instabilità della domanda che non permette di organizzare e pianificare il ritorno sugli investimenti. Si tratta comunque di una difficoltà che non riguarda solo l'Italia, ma che coinvolge molti altri

Paesi europei che devono sottostare a vincoli e regole a volte anacronistiche, come quella che ci vede dover pagare un dazio imposto dalla comunità europea per importare dall'Asia i nostri materiali di base, mentre il prodotto finito asiatico non sottostà a nessun dazio.

Lo shortage iniziato nel mondo dei semiconduttori sta coinvolgendo anche altri componenti. Qual è la situazione nell'ambito dei Pcb?

Lo shortage nato dal mondo dei semiconduttori ha coinvolto rapidamente e inaspettatamente tutti i settori e i prodotti. Attualmente la situazione è per noi problematica per quanto riguarda la gestione delle materie prime, che stanno vivendo, tutte indistintamente, una forte instabilità di prezzo. Alcune, penso ad esempio al rame, ai prodotti chimici, ma anche agli imballaggi, hanno registrato nel giro di pochi mesi aumenti di prezzo impressionanti, che vanno pesantemente a impattare sul costo del prodotto finito. Tutto quello che arriva dal Far East, soprattutto via nave, è aggravato oggi non solo da costi ma anche da tempistiche elevate; una situazione questa che per fortuna avvantaggia chi, come noi, è in grado di produrre localmente.

Quali supporti e strumenti servirebbero alle imprese che producono Pcb per essere competitive?

Come dicevamo all'inizio, il Pcb è un prodotto che non è mai stato adeguatamente valutato e considerato. Solo negli ultimi tempi si sta comprendendo l'importanza della filiera elettronica, e quindi del Pcb che ne sta alla base. Si dovrebbe, a mio avviso, sensibilizzare le istituzioni italiane ed europee sul ruolo strategico del circuito stampato, un prodotto che dovrebbe essere tutelato con forme e modi diversi, come già fa, ad esempio, il governo cinese che, avendone compreso l'importanza, aiuta e agevola le imprese locali. Non chiediamo di imporre dazi sulle importazioni, come sta peraltro facendo il governo americano con la “China Tariff”, ma almeno di dimostrare consapevolezza dell'importanza del settore e delle dinamiche del mercato, supportando le aziende italiane nella produzione locale di Pcb e sostenendo gli imprenditori in quella che è una lotta impari con la concorrenza cinese, che beneficiando di un gap incolmabile, non solo in termini di costo di manodopera ma anche di infrastrutture, processi e costi ambientali, è arrivata ormai a detenere il monopolio del settore e a controllare così a livello globale lo sviluppo dell'elettronica in tutti i settori e mercati. □