

Lughese Utensileria e Macchine S.r.l. | [www.lughese.com](http://www.lughese.com) | Matteo Montanari, Direttore generale

## Come imparare a fare bene due mestieri diversissimi e a renderli sinergici

Lughese Utensileria e Macchine ha creato un modello unico di integrazione tra la vendita di utensileria e l'importazione di macchine utensili, trasformando due settori distinti in leve sinergiche per la crescita reciproca. La strategia di Lughese punta sulle visite periodiche dei venditori di utensileria e sull'appartenenza al Gruppo CDU per intercettare la richiesta di macchinari, mentre la partnership con rivenditori e agenti/segnalatori di macchine utensili e gli stimoli legislativi trasformano la vendita di macchine in occasioni per attrezzarle e rifornirle di consumabili MRO. Grazie a questo approccio Lughese propone ai clienti un attraente pacchetto completo

### Un binomio non scontato: utensili e macchine

Nella ragione sociale di Lughese Utensileria e Macchine sono iscritti il percorso evolutivo e l'ambizione dell'azienda di “fare bene entrambi i mestieri, l'utensiliere e l'importatore di macchine”, esordisce Matteo Montanari, Direttore generale della società.

Utensili e macchine: ai non addetti ai lavori sembra un accostamento naturale, ma non è così, poiché sono due settori che richiedono competenze, capacità finanziarie, infrastrutture logistiche e assetti organizzativi del tutto peculiari.

“Tant'è che, piccole o grandi che siano, non conosco altre aziende italiane che fanno ciò che noi cerchiamo di fare ogni giorno: creare sinergie fra vendita di utensileria e importazione di macchine, e viceversa, cosicché un settore funga da volano commerciale all'altro”.

### Le origini dell'azienda: dai primi passi alla specializzazione

Lughese nasce come utensileria. Ai primi anni Settanta Bruno Montanari avvia l'attività di vendita di utensili e nel 1978 fonda Utensileria Lughese, associata dal 1994 al Gruppo CDU (Consorzio Distributori Utensili e Centro Distribuzione Utensili S.p.A.).

Nei primi anni, grazie alla crescita del tessuto artigiano locale, l'azienda riceve dai clienti la richiesta di fornire piccole macchine utensili (torni, fresatrici, segatrici, ecc.).

Bruno Montanari intuisce però ben presto che il settore delle macchine potrebbe diventare una promettente area di espansione per l'azienda.

## L’inizio dell’importazione di macchine utensili

Aniché limitarsi a soddisfare le richieste sporadiche dei clienti, nei primi anni Novanta Montanari scommette sull’avvio di un’attività di importazione di macchine utensili da Taiwan. “Oggi mio padre avrebbe potuto guardare anche a Turchia o India, ma allora Taiwan era la scelta obbligata per chi voleva importare macchine di buona qualità a un prezzo competitivo”, ricorda Matteo Montanari.

Sono gli anni dell’”import fai da noi”, sorride Matteo. “Siamo partiti da zero, con mio padre, un ingegnere e un tecnico. Poi le vendite sono aumentate a poco a poco, grazie alla collaborazione con segnalatori, agenti e qualche rivenditore. Fino al 2015, però, l’incidenza del settore macchine sul fatturato complessivo non superava un terzo, anche negli anni migliori, come ad esempio quelli della prima legge Sabatini”.

## La svolta del 2015 e le esclusive per l’Italia

Il 2015 è l’anno della svolta: “Varie vicissitudini ci permisero di rilevare l’esclusiva italiana sull’importazione dei torni Goodway, il primo costruttore di torni del panorama taiwanese. Una grande opportunità e una sfida altrettanto grande, perché per fare bene il nuovo mestiere di importatore di macchine fu necessario adeguare in fretta l’assetto dell’azienda, a cominciare dalle capacità finanziarie. Il volume degli acquisti è strategico per spuntare condizioni vantaggiose e per disporre di macchine in pronta consegna, aspetto spesso determinante per il buon esito delle trattative. Lettere di credito e ordini aperti richiedono uno sforzo finanziario ben diverso dalla vendita dell’utensileria, anche in considerazione del tasso di rotazione più basso delle macchine, e quindi abbiamo dovuto irrobustirci finanziariamente. Di pari passo sono cresciute la logistica di magazzino, la rete di vendita a livello nazionale, il servizio di assistenza tecnica e il supporto clienti”.

Oggi il settore macchine di Lughese impiega circa 15 addetti, tra interni ed esterni, e detiene l’esclusiva italiana, oltre che di Goodway, di altri tre marchi taiwanesi: Focaseiki (centri di lavoro verticale), Litz (centri di lavoro a 5 assi) e Vision Wide (fresatrici a portale).

## Sinergia tra utensili e macchine, e viceversa: ecco come funziona

Fin qui la storia di come Utensileria Lughese è diventata Lughese Utensileria e Macchine. Ma torniamo al tema della sinergia fra i due settori: quali sono i driver che permettono a due reparti così diversi di fungere reciprocamente da volano commerciale?

Premesso che i canali di vendita sono nettamente separati, “l’utensileria fa gioco alle macchine sfruttando le visite settimanali dei nostri venditori, che recepiscono e trasmettono in azienda l’esigenza del cliente di rinnovare o ampliare il parco macchine. Ampiezza di gamma, qualità, prezzo concorrenziale, pronta consegna, consulenza sul primo attrezzaggio e fornitura continuativa dei materiali di consumo sono i vantaggi che possiamo offrire al cliente per il fatto di essere al tempo stesso importatori di macchine e utensilieri”, sottolinea Matteo Montanari.

Anche il Gruppo CDU offre terreno fertile per fruttuose cooperazioni: “Vi sono soci che ci segnalano loro clienti intenzionati ad acquistare macchine e, se la vendita va a buon fine, l’associato diventa nostro partner nella fornitura dell’attrezzatura/utensileria, anche in virtù del prezioso servizio di prossimità che è in grado di garantire”.

“Diversamente da altri importatori, quando vendiamo una macchina abbiamo tutte le competenze per analizzare e ottimizzare il fabbisogno di utensili e, grazie anche all’appartenenza al Gruppo CDU, per garantirne la fornitura continuativa a condizioni commerciali e logistiche vantaggiose”.

Infine, lo sviluppo su scala nazionale della rete di vendita delle macchine dà modo a Lughese di espandere la commercializzazione di utensili in nuove aree. “In Abruzzo e Molise non avremmo mai venduto nemmeno una punta” scherza Matteo Montanari. “A fine 2023 abbiamo stretto un accordo con COMEC, un rivenditore di macchine molto qualificato in quella regione, che negli anni Ottanta e Novanta produceva torni leader in Italia. L’ottimo lavoro svolto dal nostro partner e il passaparola positivo, che per le aziende artigiane è ancora determinante, hanno trascinato la vendita di utensileria in due regioni in cui prima non eravamo presenti”.

## Prospettive future nel mercato delle macchine utensili

Riflettendo sul mercato delle macchine utensili in Italia, Montanari constata che il calo degli incentivi sta comportando una riduzione e una polarizzazione delle richieste: aziende il cui core business è costituito da una determinata lavorazione continuano ad acquistare macchine di fascia medio-alta, mentre piccole aziende artigiane e terzisti tendono a privilegiare macchine rapidamente ammortizzabili, “sempre che sia garantita un’assistenza tecnica di buon livello”.

## Una strategia unica nel panorama italiano

In conclusione, analizzando il comportamento dei concorrenti, Matteo Montanari torna a sottolineare la peculiarità della sinergia che Lughese sta creando fra utensili e macchine. “I grandi gruppi italiani ed europei specializzati in utensileria non guardano al mercato delle macchine, mentre le aziende più piccole sono tentate da accordi con importatori di macchinari, poiché – a fronte di segnalazioni mirate – hanno la prospettiva di incrementare la vendita di utensili a corredo. Per contro, importatori o produttori di macchine non hanno competenze strutturate e la rete di fornitori per dare al cliente quel di più attraverso la vendita di utensili.”

Lughese, nata utensileria e diventata importatore di macchine “partendo da zero” ha imparato sul campo a fare bene entrambi i mestieri ed è nella posizione migliore per mettere a sistema i due mondi e generare valore aggiunto percepibile dai suoi clienti.