

titolo sezione introduzione



# KEZAL Srl

## Trent'anni alla ricerca della "perfezione del prodotto"

Il costante orientamento alla qualità, sia nei prodotti che nei servizi, ha permesso all'azienda di Pieve Emanuele di essere riconosciuta a livello globale in un mercato altamente competitivo



Fondata nel 1984, Kezal Srl è una impresa italiana con 30 anni di esperienza nella produzione di prodotti chimici utilizzati nell'industria delle materie plastiche, della rifinitura delle pelli e degli accessori. "Essere sempre al passo con i tempi e innovare i prodotti..." è la chiave del successo di Luigi Mariani, titolare e fondatore di Kezal e, infatti, i chimici altamente qualificati che lavorano in azienda creano costantemente nuove soluzioni inseguendo la "perfezione di prodotto". Con base a Pieve Emanuele, in provincia di Milano, e una consociata a Civitanova Marche, oggi la piccola e media impresa è presente in tutti i continenti. Abbiamo parlato con la Dott.ssa Beatrice Mariani dei successi che contraddistinguono da trent'anni la Kezal e delle sfide del futuro.

### Qual è il core business dell'azienda e come state affrontando il periodo di difficoltà che contraddistingue l'industria manifatturiera?

«La gamma dei nostri prodotti comprende: vernici per materie plastiche, distaccanti, paste coloranti, prodotti vari per il finisaggio pelli e materiali naturali. Kezal serve i settori footwear, automotive e furniture. Questo orientamento all'innovazione e l'ingresso in nuovi mercati ha permesso alla pmi non solo di non risentire della crisi ma di attraversare una fase di forte crescita».

### L'innovazione è stata una degli ingredienti della vostra ricetta "anticrisi"?

«Da oltre 10 anni la Kezal si è specializzata nella produzione di prodotti eco sostenibili per il poliuretano ed altre materie plasti-

che. La funzione di R&S è orientata all'ecosostenibilità dei nuovi prodotti e la punta di diamante del vasto portafoglio prodotti è il distaccante a base acqua che viene personalizzato in base alle esigenze del cliente e che garantisce effetti più performanti rispetto a quelli del classico distaccante a base solvente ed è ad impatto ambientale zero. Tra le innovazioni tecnico-scientifiche degne di nota e che hanno permesso l'affermazione dell'azienda all'estero si possono annoverare i prodotti a basso impatto ambientale realizzati a "base acqua" e la "verniciatura nello stampo", processo che permette di ridurre i tempi e i costi di produzione delle soles in poliuretano».

### Lavorate con l'estero? Quali differenze e difficoltà riscontrate?

«Il 90% del fatturato proviene dall'estero. La differenza principale è che nei nuovi mercati emergenti le aziende sono aperte a conoscere ed adottare prodotti innovativi mentre in Italia vi è una forte resistenza dovuta a timori nel convertire la produzione con prodotti a base acqua. Nonostante siano stati adottati già da anni da aziende estere con fatturato anche di 600.000.000 euro annuo».

### Prodotti unici?

«Vernici a base acqua per EVA, PVC, TR e PU».

Partecipate a fiere ed eventi? È utile per il vostro lavoro?

«Partecipiamo a fiere di settore nei Paesi d'interesse, collocando uno stand aziendale, in media cinque volte l'anno. Nelle principali fiere la Kezal ha una presenza costante da oltre un decennio. Ciò risulta molto utile per farsi conoscere ma soprattutto per poter mostrare direttamente ai potenziali clienti i risultati ottenibili con l'utilizzo dei nostri prodotti ed instaurare di persona le future collaborazioni. Relazioni personali con i clienti si sono sempre dimostrate importanti nei rapporti commerciali dell'azienda. La Kezal "ci mette la faccia" e costruisce così rapporti basati sulla fiducia e la stima personale».

### Oltre alla particolarità dei vostri prodotti, cosa date "in più" alla vostra clientela?

«Il costante orientamento alla qualità, sia nei prodotti che nei servizi, ha permesso alla Kezal di essere riconosciuta a livello globale in un mercato altamente competitivo. Il personale tecnico e commerciale è sempre a disposizione della clientela per capire e studiare le diverse problematiche legate alle singole esigenze e per rispondere con proposte personalizzate e affidabili».

### Cosa potrebbero fare le istituzioni per sostenere maggiormente l'industria manifatturiera?

«I problemi sono quelli noti diffusamente: mancanza di sovvenzioni e finanziamenti, eccesso di burocrazia, tasse così elevate da

«in Italia vi è una forte resistenza dovuta a timori nel convertire la produzione con prodotti a base acqua»



portare le imprese sane a richiedere prestiti per poter adempiere ai propri obblighi fiscali.

Per ricollegarci all'aspetto delle fiere di settore estere, lo Stato tedesco copre interamente i costi dell'acquisto dello stand delle proprie imprese, pagando per metà il biglietto aereo ai rappresentanti aziendali; l'Italia prevede invece una copertura parziale minima di tutte le spese di rappresentanza».

### Quali possono essere secondo voi le sfide future per le aziende italiane?

«Noi riteniamo che parte del declino del settore industriale italiano sia da imputare alla staticità delle nostre imprese. La resistenza riscontrata verso i prodotti a base acqua non si può spiegare diversamente; nonostante mediamente i prezzi unitari siano maggiori

rispetto a quelli di prodotti a base solvente, la quantità di impiego è di 1:3 o 1:2, permettendo così alla fine un buon risparmio, migliori risultati ed impatto ambientale 0 con conseguente riduzione dei costi di smaltimento e rischi di incendi e danni sulla salute dei lavoratori. Le nostre aziende dovrebbero dunque porsi in gioco, riformularne le regole e scommettere sull'innovazione anziché cercare una cieca guerra di prezzi (che conduce inevitabilmente ad una riduzione o della qualità o dei margini con conseguente diminuzione delle risorse per effettuare nuovi investimenti). Escludendo la strada dell'innovazione, l'Italia porterà sul mercato globale un'offerta obsoleta e dagli scarsi guadagni allontanandoci da quella di successo della Germania che, al contrario, aumenta i prezzi, aumenta la tecnologia e la qualità e aumenta così il proprio successo nello scenario internazionale».

l'orientamento all'innovazione e l'ingresso in nuovi mercati ha permesso alla Kezal non solo di non risentire della crisi ma di attraversare una fase di forte crescita