

WONDER TRA LE 50 ECCELLENZE AUTOMOTIVE ITALIANE SELEZIONATE DA GAZZETTA MOTORI

«Persone, innovazione e gestione»

Matteo Gosi: «Strategia di crescita prudente e capacità di anticipare i tempi»

di Stefano Frati

Si è tenuta il 9 aprile scorso a Palazzo Mezzanotte, sede storica della Borsa di Milano, la cerimonia di premiazione delle 50 ECCELLENZE AUTOMOTIVE italiane, alla presenza del direttore de La Gazzetta dello Sport Stefano Barigelli, di ospiti illustri come Riccardo Patrese e di numerose aziende protagoniste del settore. Un riconoscimento prestigioso che ha visto fra i protagonisti Wonder, storica azienda cremonese a cui è stato assegnato nell'ambito di un'analisi (svolta in collaborazione con Italy Post) che ha coinvolto circa 5.500 imprese del comparto automotive italiano, valutate sulla base di performance aziendali, crescita, solidità e capacità di innovazione.

Anche Cremona tra i grandi nomi dell'automotive italiano

Tra le aziende selezionate figurano alcune delle realtà più rappresentative del Made in Italy legato al settore auto (e non solo), tra cui Ferrari, Piaggio, Ducati, Dallara, Brembo e Pagani Automobili. L'inserimento di Wonder in questo contesto rappresenta un riconoscimento significativo per il percorso di crescita dell'azienda - nata a Cremona nel 1946 e da sempre operativa nello storico stabilimento di via Nazario Sauro - e per il contributo offerto allo sviluppo del settore automotive italiano.

«Essere inseriti tra aziende che hanno fatto la storia dell'automotive italiano - commenta Matteo Gosi, GM di Wonder - è per noi motivo di grande orgoglio. È un riconoscimento che valorizza il percorso costruito nel tempo e il lavoro quotidiano delle persone che contribuiscono alla crescita dell'azienda».

Un riconoscimento che guarda al futuro. L'iniziativa di Gazzetta Motori punta a individuare le imprese che stanno contribuendo in modo attivo e concreto all'evoluzione dell'automotive in Italia e nel mondo.

«Questo riconoscimento - continua Gosi - conferma la direzione che abbiamo intrapreso negli ultimi anni. Wonder è oggi sempre più riconosciuta come una realtà capace di fare la sua parte nell'evoluzione del settore, grazie a un approccio che unisce competenze industriali, innovazione e visione di lungo periodo».

Crescita e credibilità nel panorama nazionale e internazionale

Essere selezionata tra le principali eccellenze italiane rafforza il posizionamento di Wonder nel settore automotive e consolida la credibilità dell'azienda - in Italia e all'estero - nei confronti di clienti, partner e stakeholder.

«Lo consideriamo non un punto di arrivo - conclude Gosi - ma una tappa importante del nostro percorso di crescita. Un risultato che nasce dall'impegno di tutti e che ci spinge a continuare a investire nello sviluppo e nell'innovazione».

Ottant'anni di produzione ininterrotta, clienti in oltre sessanta paesi, componentistica originale su ogni auto nuova che esce dalle concessionarie europee. Wonder, azienda cremonese specializzata in valvole per pneumatici, componenti per sospensioni è uno di quegli esempi di manifattura italiana virtuosa: 40 milioni di euro di fatturato nel 2024, EBITDA stabile al 20% - soglia eccellente nel comparto - e presenza ininterrotta, dal 2019, tra le mille imprese Champions d'Italia secondo la classifica ItalyPost/Corriere della Sera. L'ultimo riconoscimento è la selezione tra le 50 aziende automotive top del Paese. Abbiamo intervistato Matteo Gosi, amministratore delegato di Wonder, per analizzare nel dettaglio le strategie dell'azienda.

Ingegnere Gosi, oggi un'auto nuova su due in Europa monta componentistica originale Wonder. Essere tra le 50 aziende automotive top d'Italia è un traguardo significativo: a cosa attribuisce questo successo e come descriverebbe l'andamento di Wonder negli ultimi due anni?

«Essere selezionati tra le cinquanta eccellenze dell'automotive italiano è stata, inizialmente, una grande sorpresa. Eravamo stabilmente nella lista delle mille Champions, ma non ci aspettavamo quel salto. Quando mi sono trovato in quella serata con il gotha del settore mi sentivo un pesce fuor d'acqua. Molto gratificante, però. Gli ultimi due anni hanno segnato una pausa rispetto alla crescita media annua del 6,2% del quinquennio precedente, determinata in parte da una riduzione programmatica su un cliente. La marginalità però è rimasta integra, attorno al 20% di EBITDA sul fatturato. Abbiamo navigato due anni di grande incertezza: nonostante le avversità, comunque, abbiamo attraversato quel periodo con una certa tranquillità. Il successo si deve a tre ragioni: le persone - un team manageriale di alto profilo, che sa guardare avanti e gestire il presente -, l'innovazione continua di prodotto e processo, e il controllo di gestione. Per tenere la barra dritta bisogna avere una bussola affidabile e leggere in tempo reale tutti i parametri produttivi ed economici. Per il biennio 2026-2027 contiamo di avere una crescita del fatturato attorno al 10 per cento all'anno».

Il settore automotive sta attraversando una trasformazione profonda verso l'elettrico. Wonder produce valvole per pneumatici e componenti per sospensioni elettroniche, componenti che restano necessari anche sui veicoli elettrici. Come sta evolvendo il vostro portafoglio prodotti in questa fase di transizione, e quali sono i progetti più importanti per il 2026?

«Produciamo per l'automotive da ottant'anni e la nostra fortuna è stata concentrarci su un core business



Matteo Gosi, amministratore delegato di Wonder

che la transizione elettrica non penalizza, anzi: i veicoli elettrici sono mediamente più dotati di sospensioni pneumatiche rispetto ai modelli a motore termico. Una linea aggiunta già dieci anni fa e oggi rivelatasi strategica. Il percorso di evoluzione del portafoglio è netto: abbandono progressivo delle valvole standardizzate, ormai una commodity, a favore di componenti customizzati ad alta complessità. Negli ultimi vent'anni siamo passati da una produzione conto terzi a prodotti interamente nostri. Oggi progettiamo i componenti che monteranno le automobili dei prossimi due, tre, quattro anni: questo ci posiziona come player di riferimento, non come semplici produttori».

Wonder serve clienti in oltre 60 Paesi nel mondo, con un'esposizione internazionale rilevante. Dazi, instabilità dei mercati, tensioni tra USA ed Europa: quanto pesano questi fattori sulla pianificazione strategica di un'azienda come la vostra, e come state gestendo l'incertezza?

«L'automotive è un settore forse esasperatamente interconnesso: l'instabilità di un'area si propaga su tutta la filiera in modi che si scoprono spesso solo a posteriori. È il caso dell'alluminio: il secondo produttore mondiale è l'Indonesia, che per i processi di produzione dipende a sua volta dallo zolfo proveniente in larga parte dal Medio Oriente. Le tensioni nell'area hanno compreso la produzione indonesiana e fatto salire il prezzo del metallo. Il secondo è ancora più estremo: il tungsteno, impiegato per gli utensili di lavorazione meccanica, è aumentato

dell'800 per cento in tre mesi perché la Cina ha deciso di trattenere le proprie riserve. Wonder non può incidere su queste instabilità, ma deve saperle leggere e adattarsi. La risposta è una strategia di crescita prudente: preferire la rinuncia a un business rischioso piuttosto che inseguire il fatturato a ogni costo. Avevamo due grandi clienti americani pronti a partire su nuove piattaforme. Con l'introduzione dei dazi abbiamo scelto di mettere i progetti in attesa. Avremmo rischiato margini zero o addirittura negativi. Non esistono, quindi, grandi ricette: la prudenza, per il momento, ci ha dato ragione».

In passato lei ha parlato dell'importanza della trasformazione digitale, sottolineando che l'azienda di successo non è quella infallibile, ma quella in grado di rinnovarsi continuamente e nel minor tempo possibile. A che punto è il percorso di digitalizzazione di Wonder oggi, e come si concilia l'innovazione tecnologica con la valorizzazione delle persone?

«Siamo follower consapevoli e veloci nell'implementazione: non siamo i leader tecnologici, ma abbiamo anticipato i tempi per una PMI. Lo stabilimento è oggi completamente digitalizzato: le circa 100 linee di produzione sono connesse a un sistema con controllo in tempo reale di fermi, efficienze e parametri di ciclo. L'automazione viene però declinata in chiave ergonomica, non sostitutiva. Abbiamo appena avviato una nuova linea automatizzata per l'assemblaggio dei manometri: non per risparmiare personale, ma per risparmiare fatica al personale. I robot alleggeriscono il solleva-

“

IL PREMIO

Trovarsi con il gotha del settore è stata una sorpresa, ma molto gratificante

PROGRESSO

Lo stabilimento è digitalizzato. I robot alleggeriscono il lavoro. L'AI un treno da prendere

SVILUPPO

Per il biennio 2026-2027 il fatturato dovrebbe aumentare attorno al dieci per cento l'anno

”

menti e i movimenti ripetitivi. Le operazioni sono le stesse, ma più umane. Diverso è il discorso sull'intelligenza artificiale. L'AI è un treno da prendere: la sua capacità di accelerare i processi è talmente grande che non può essere ignorata. Wonder la sta adottando selezionando strumenti che garantiscano la sicurezza delle informazioni, spingendo tutto il management a individuare applicazioni concrete, non per sostituire persone, ma per migliorarne l'output quotidiano. Un esempio personale: cinque minuti fa ho affinato delle slide di presentazione con un software chiamato NotebookLM: in pochi minuti ho ottenuto un risultato che con strumenti di vecchia concezione avrebbe richiesto quasi due ore. Quell'ora e cinquantacinque risparmiate la utilizzerò per svolgere compiti a maggior valore aggiunto. Questo è ciò che chiedo al mio gruppo di lavoro».

Per consultare l'articolo completo pubblicato da Gazzetta Motori

