

## INTERVISTA AL CEO E FOUNDER DI COG srl GIACINTO COLUCCI, L'IMPRENDITORE PUGLIESE DEGLI SCAMBIATORI DI CALORE

a cura di Giuseppe Starace

Università LUM SS.100 km 98 70010 Casamassima (BA), [starace@lum.it](mailto:starace@lum.it)

A 21 anni, Giacinto Colucci coltiva il desiderio di dimostrare, prima di tutto a se stesso, di poter essere l'artefice del proprio destino. Questo desiderio lo spinge a prendere una svolta rispetto all'attività imprenditoriale di famiglia, di dimensioni ridotte e focalizzata sul mercato locale. Nella sua Lecce, progetta per nove anni di passare dalle piccole lavorazioni meccaniche su radiatori automobilistici alla loro stessa produzione. Si ispira principalmente all'organizzazione produttiva di aziende manifatturiere che già operano in Paesi del Nord Europa. Dopo essere entrato in contatto con realtà aziendali organizzate per ruoli e reparti, assimila il loro spirito e, consapevole dei vincoli della realtà in cui vive, riflette a lungo su come mettere in pratica ciò che ha appreso. Avvia la sua azienda focalizzandosi dapprima sulla produzione di scambiatori in rame, tecnologia predominante all'epoca. Successivamente, decide di puntare sull'alluminio, scelta che gli porterà successo grazie alla tecnologia di brasatura e alla realizzazione di diverse geometrie costruttive adatte a vari settori merceologici, tra cui l'agricoltura, il movimento terra, l'automotive, i macchinari industriali e i gruppi elettrogeni di grandi dimensioni.

Nata nel 1990 con 7 collaboratori, oggi la COG è una realtà che conta 180 unità e produce tutto al suo interno, grazie alla progettazione eseguita da un team di ingegneri capaci di utilizzare sistemi avanzati, software di modellazione 3D e setup sperimentali appositamente concepiti, anche in collaborazione con istituti di ricerca e università.

In questa intervista, Giacinto Colucci ci svela i retroscena della sua storia, che racconta di un uomo deciso, abituato a ragionare su fatti concreti e su soluzioni praticabili, nonché fortemente legato alla realtà che ha creato con sacrificio e passione. La sua è una storia di innovazione permanente, che ha saputo cambiare il contesto in cui è nata, adattandosi con grande resilienza a un mercato esigente e in continuo mutamento.

**D.:**

**Dott. Colucci, lo stabilimento COG srl accoglie chi lo visita con spazi ampi e molti capannoni, tutti pieni di un personale attivo e operoso. Questo risultato è certo il frutto di un percorso lungo con un esito di grande soddisfazione, ma la curiosità più grande sta nel capire come sono andate le cose sin dal principio, sin dall'idea.**

**R.:**

L'azienda nasce nel lontano 22 agosto 1990. Il brand COG esiste da 33 anni. In realtà, però, l'idea imprenditoriale, molto ben meditata, nasce ben prima. L'incubazione è durata molti anni.

Io sono della classe del 1962 e avevo solo 21 anni quando decisi che avrei dovuto fare qualcosa di mio. A quell'età affrontai molte difficoltà, tra le quali, quelle più importanti erano legate al contesto nel quale mi muovevo.

Ho iniziato a pensare a un'azienda tutta mia quando ero ancora un ragazzo e avevo voglia di emergere. Avevo fame. Era un desiderio forte che coinvolgeva non solo il livello economico, ma certamente quello personale, umano. Volevo emergere come persona per dimostrare prima di tutto a me stesso di valere qualcosa.

Certamente **sono** queste le molle che mi hanno spinto a concepire l'azienda che poi è diventata la COG srl che conosciamo (non certo subito pensata per com'è ora... ci avrei messo la firma per molto meno!). Ricordo che il desiderio di costituirlo era quasi inarrestabile e



Giacinto Colucci, fondatore e CEO della COG srl di Lecce dal 1990, ha visto crescere l'azienda in misura importante, raggiungendo traguardi di grande rilievo. COG srl esporta in tutto il mondo gli scambiatori che progetta e realizza completamente al suo interno.

sentivo che sarebbe stata fondamentale per creare valore per me, per la mia famiglia, per il territorio.

**D.:**

**Quali le prime mosse della COG srl ? Quanti gli addetti al principio?**

**R.:**

L'azienda nasce con sette persone prese qua e là dal mondo artigianale e nel contesto salentino di allora, che era prevalentemente dedicato alla manifattura del settore del TAC (tessile, abbigliamento e calzature).

La metalmeccanica c'era, ma era basata prevalentemente su dinamiche di indotto Fiat, perché all'epoca c'era la Fiat Allis, l'attuale CNH. Al di là di Fiat Allis non c'erano vere e proprie aziende industriali.

C'era semplicemente un insieme di aziende artigianali che poi si sarebbero evolute all'ombra del mondo Fiat. Ma rivendico che la mia idea nacque da subito come industriale. Volli sin da subito avviare una produzione, cosa che ho fatto all'epoca puntando dapprima sui radiatori in rame, perché quello era il prodotto utilizzato nel settore automotive.

Lo feci entrando gradualmente nel mondo industriale. Cominciai visitando le aziende del Nord Italia, sulla base di una conoscenza dei prodotti che dovevo a mio padre, titolare di un'attività commerciale di manutenzione e commercializzazione di radiatori per auto, alla quale mi ero avvicinato con interesse e curiosità da quando avevo 16 anni.

Presto ho cominciato a viaggiare per visitare le realtà tedesche e scandinave trovando particolarmente illuminante l'esplorazione del loro modello produttivo e organizzativo, certamente diverso da quello che avevo visto dai vari artigiani che pure conoscevo in Italia. Mi sarei in futuro ispirato sempre a quel modello nordeuropeo di produzione ben strutturata, e con dinamiche legate a un'efficiente suddivisione del lavoro per reparti e per compiti. E questo mi rese ancora più chiari gli obiettivi da raggiungere.

**D.:**  
**Oggi la COG srl che dimensione ha? Quanti siete diventati?**

**R.:**  
Adesso siamo diventati poco meno di 180 persone e l'area complessiva dell'insediamento è di circa 60.000 m<sup>2</sup>, con una superficie coperta che supera i 15.000 m<sup>2</sup>. Questo corrisponde a circa 10 volte quello che c'era 33 anni fa quando eravamo su un terreno di 7500 m<sup>2</sup> e occupavamo un capannone di circa 1500 m<sup>2</sup>, che a me appariva enorme. Ricordo bene quando arrivarono le prime macchine e dissi ai miei di metterle le une lontane dalle altre per paura che il capannone, ai miei occhi immenso, paresse vuoto.

Ora abbiamo il problema opposto. Non abbiamo più spazio per le nuove macchine di cui sentiamo l'esigenza. Proprio in questi giorni stiamo ragionando sulla possibilità di costruire una struttura coperta aggiuntiva di superficie non inferiore a 4000 m<sup>2</sup>.

Perché negli spazi attuali, non abbiamo la possibilità di aggiungere macchinari, se non eliminando quelli vecchi, cosa che non è sempre possibile.

**D.:**  
**Le storie di successo destano sempre grande curiosità per il fatto di mostrare evidenza di come esistano soluzioni reali a problemi che tutti affrontano o sognano di affrontare, ma solo pochi, pochissimi risolvono. All'imprenditore che ci è riuscito, allora, viene spontaneo chiedere quale sia stata l'idea innovativa che ha consentito la svolta, quale il segreto della crescita e dell'affermazione sul mercato?**

**R.:**

La svolta per COG viene sostanzialmente dalla scelta dell'alluminio come nuovo materiale per la costruzione degli scambiatori. L'azienda nasceva in un mercato ormai maturo (quello del prodotto rame, degli scambiatori di rame) e, nel settore dell'automotive, si avvertiva l'esigenza di un'innovazione di prodotto, con il ricorso a materiali differenti con cui si potessero realizzare scambiatori più leggeri.

L'esigenza era sentita, anche se in minor misura, anche in altri settori (costruzioni, edilizia, macchinari industriali, trattori), dove si doveva utilizzare meno materiale, per avere una riduzione dei pesi.

Di qui la svolta verso l'alluminio, che non è stata solo legata a una mia scelta, ma anche a quella di tutti gli ingegneri che, dagli uffici di progettazione delle multinazionali dell'epoca, trovarono nell'alluminio la soluzione più adeguata per il suo peso specifico molto inferiore a quello del rame (il rapporto è di quasi uno a tre) e per le sue ottime proprietà termiche.

A favore di questa scelta c'era anche il costo legato alla materia prima, di gran lunga inferiore per l'alluminio rispetto al rame. Attualmente il rapporto è uno a tre, cioè, la materia prima rame costa tre volte di più rispetto all'alluminio. E questo già la dice lunga su quello che è stata l'evoluzione tecnica oggi a livello globale.

COG, all'epoca, ebbe il coraggio di seguire queste indicazioni sviluppando attività e tecnologie senza sbagliare tra le alternative possibili. Un po' come adesso si parla dell'elettrico, dell'idrogeno, dell'ibrido, e bisogna prevedere quale sarà la tecnologia vincente del futuro, anche allora non si poteva sbagliare su quale dovesse essere la strada da seguire. Commettere errori da parte di un'azienda piccola avrebbe significato facilmente una disfatta.

La scelta è stata molto impegnativa e non è avvenuta in poco tempo; è stata ragionata ed è arrivata seguendo lo stesso modello delle origini... ovvero dopo un anno di viaggi in giro per il mondo (Germania, Paesi scandinavi, poi soprattutto Stati Uniti) per conoscere opportunità, tecnologie e sbocchi.

Così nel 1998, COG avvia le fasi propedeutiche ai primi investimenti nella tecnologia dell'alluminio che si realizzeranno nel 2000. Allora, per l'azienda quello della brasatura dell'alluminio era un mondo sconosciuto, insieme a tutti i macchinari a corredo (alettatrici, tubi, etc.).

Si trattò di un'incognita, davvero di un'avventura; tuttavia con la consapevolezza che, pur dovendo attraversare serie difficoltà, quella sarebbe stata la direzione giusta.

Perseverai senza mai mollare per un istante, anche di fronte a ostacoli particolarmente rilevanti, sino a quando non risolsi le dinamiche che man mano si presentavano nella mia piccola azienda (all'epoca lo eravamo), che ambiva a comportarsi come un'azienda di dimensioni ben maggiori e con un approccio produttivo che in quegli anni ero tra i primi ad adottare tra tutte le piccole aziende europee.

I fatti poi mi hanno dato ragione. Nel settore dell'alluminio abbiamo cominciato con una prima tecnologia applicata a un prodotto e poi abbiamo diversificato nel corso degli anni su più prodotti. Il risultato finale, ad oggi, è quello di un'azienda in grado di offrire molte soluzioni nel settore dell'alluminio. Le gamme di prodotto sono diverse: *tube and fin* per scambiatori acqua olio, aria e per intercooler, e poi *plate and bar* per raffreddamento acqua, aria e olio, utili e richiesti nel mondo delle costruzioni, in quello delle macchine movimento terra e nelle applicazioni costituite dai carrelli elevatori, o dalle piattaforme per le manutenzioni impiegate in edilizia. Una curiosità: avete presenti quelle macchine che vedete in TV per il recupero a bordo pista delle macchine da corsa in Formula uno, quelle con quei grandi bracci? Bene... in gran parte il primo impianto di raffreddamento è opera di COG.

Dopo la svolta del 2000, la produzione di scambiatori in alluminio non si è mai arrestata e ancora continuiamo a investire.

Negli anni abbiamo dato il nostro importante contributo allo sviluppo di nuove soluzioni nello scambio termico e nei loro processi di produzione, anche in collaborazione con *competitor* di più grandi dimensioni.

Ormai la brasatura ha per noi pochi segreti, tanto che abbiamo progettato tutta una serie di miglioramenti nella gestione in collaborazione col produttore tedesco dei forni anche presso il nostro sito. Il PLC Siemens che governa le fasi del processo di brasatura, già nella sua ultima versione che opera da noi, pone ora in essere strategie sviluppate insieme a COG.

Nel corso del 2024 questa tecnologia sostituirà tutti i forni che già abbiamo in casa: arriveranno due nuovi forni in sostituzione di quelli acquistati rispettivamente nel 2007 e nel 2008, con a bordo tutti gli upgrade firmati anche da COG.

E le nuove potenzialità dei forni ci consentiranno di studiare e sviluppare prodotti, sempre più **adatti al** settore dell'elettrico, dell'ibrido e dell'idrogeno, dove comunque siamo certi che vi saranno esigenze di scambio termico e di raffreddamento.

**D.:**

**E della produzione in rame che ne è stato?**

**R.:**

Non lo abbiamo abbandonato. Continuiamo ancora a produrre i nostri scambiatori in rame, ma prevalentemente per l'*after market*, ovvero per la ricambistica. Lo facciamo per l'Europa, dove quei prodotti ancora circolano, ma soprattutto per i paesi del Nord Africa (Algeria, Tunisia) e per quelli dell'Est, dove si fa ancora largo utilizzo e c'è ancora forte richiesta di scambiatori in rame. Il nostro prodotto "rame" è comunque avanzato e beneficia delle nostre conoscenze sviluppate sul resto dell'attività COG.

**D.:**

**Oltre al prodotto in sé quali altri elementi sono stati importanti nella consacrazione del successo COG? Vi sono, cioè, caratteristiche proprie della realtà COG in grado di soddisfare esigenze dei clienti diverse da quelle delle performance di prodotto? Penso, ad esempio, alle capacità di personalizzazione delle soluzioni, di gestire le commesse e di dare risposte in tempi prestabiliti?**

**R.:**

Direi che, a parte la tecnologia che ha pesato in maniera decisiva, c'è tutta una serie di elementi determinanti nel far sì che il cliente scelga un fornitore. Ma se ne dovessi scegliere uno che ha contribuito alla causa COG, direi la "customizzazione".

Per noi è stato fondamentale riuscire a dare un prodotto perfettamente tagliato sulle esigenze del cliente già consolidato o potenziale. E questo ci ha consentito di generare prodotti per il primo equipaggiamento, quindi OEM, sviluppati in stretto contatto con loro.

Per fare questo c'è stato bisogno di far nascere in COG un gruppo di progettazione, che fornisce il servizio di *engineering*.

A volte si ha la fortuna di entrare nel momento in cui viene concepita una nuova macchina e diventa determinante proporre soluzioni pensate e complete affidandone lo sviluppo al reparto di progettazione interna, che è capace di dialogare con quello del cliente. L'attività di co-design è stata quindi decisiva per inquadrare il cliente e affezionarlo a noi.

**D.:**

**E intervenite anche nella sostituzione di prodotti sviluppati da altri?**

**R.:**

Sì, se i clienti sono di una certa dimensione e la richiesta riguarda un numero elevato di pezzi. A questi clienti proponiamo anche soluzioni migliorative nell'ambito dei vincoli termodinamici e di ingombro che ci comunicano. A volte si tratta di adeguamenti derivanti da nuove normative, a volte di esigenze di maggiore performance.

Un esempio è dato dalle normative ambientali sui motori a combustione interna poiché le nuove specifiche richiedono una maggiore efficienza dei motori e, di conseguenza, una maggiore dissipazione termica. Molti dei fornitori originari non riuscivano ad adeguare le produzioni e in queste situazioni COG ha rappresentato una soluzione attuabile ed efficiente dal punto di vista del prodotto, del dialogo tecnico, e dell'affidabilità commerciale.

**D.:**  
COG è stata protagonista di un importante e graduale programma di digitalizzazione, con un massiccio ingresso delle tecnologie ICT nel suo processo produttivo.

**In cosa è consistita questa rivoluzione e cosa è successo all'interno dell'azienda con riguardo al lavoro, ai rapporti aziendali, dai quadri alle maestranze?**

**R.:**  
COG ha sempre investito nel digitale, fin da quando queste tecnologie hanno cominciato a essere ritenute affidabili per garantire la continuità e la competitività aziendale.

Nel nostro caso i dipendenti sono sempre aumentati e quindi, in termini numerici, non posso concludere univocamente se la digitalizzazione abbia avuto conseguenze occupazionali. I dipendenti sono aumentati perché abbiamo portato più lavoro a casa, perché riusciamo a fare cose che altri non sapevano fare.

Certo è che con la digitalizzazione ora si fanno cose e si svolgono attività che prima erano impensabili.

Sono di moda la realtà aumentata e l'intelligenza artificiale, ma mi basterebbe evidenziare i vantaggi che la digitalizzazione ha portato nella gestione degli adempimenti fiscali e/o di *business intelligence*.

L'attività amministrativa di controllo di gestione, con le ovvie ricadute fiscali, che è attualmente richiesta alle aziende è almeno di venti volte superiore a quanto succedeva in passato. Se si fosse continuato con i metodi tradizionali, le persone impiegate in amministrazione sarebbero quattro volte quelle che abbiamo oggi. Ma questo, se apparentemente sembra negativo per l'occupazione, va visto alla luce del fatto che un apparato amministrativo sovradimensionato genera costi di gestione non superabili, a danno della competitività dell'intera azienda che, solo badando alla propria efficienza, mantiene o incrementa i propri livelli occupazionali.

Poi la digitalizzazione a livello dei sistemi di gestione direzionale fornisce potenti strumenti che consentono all'imprenditore di comprendere per tempo le dinamiche aziendali, così da attuare strategie correttive e consolidare gli obiettivi.

Se penso poi all'*engineering*, molti sono gli elementi che hanno consentito a COG di rimanere sulla cresta dell'onda. Penso alla progettazione 3D seguita a stretto giro dalla realtà aumentata, alle enormi potenzialità che sviluppa la possibilità di scambiare i file con il cliente per operare in co-design quasi in tempo reale. I vantaggi per COG sono stati enormi, perché c'è stata la possibilità di dimostrare ai clienti di essere interlocutori affidabili nel trovare per loro conto le soluzioni alle loro esigenze, ricevendo "deleghe progettuali" ed entrando effettivamente a far parte del loro team di progettazione.

Lo stesso avviene a noi verso i nostri fornitori. Per noi, loro rappresentano una soluzione affidabile perché comunichiamo continuamente con loro, stando virtualmente insieme alla scrivania grazie alla potenza dei

mezzi digitali. Il rapporto cliente/fornitore, grazie al mezzo digitale, si è venuto a configurare come un rapporto di partnership basato su livelli profondamente diversi da quelli che guardano solo al prezzo.

Il digitale è poi trasversale a tutti i settori. È nel modello organizzativo, nella finanza aziendale, nell'amministrazione, nella produzione, nella progettazione, nella qualità... non c'è un settore in cui non sia presente.

Qui, nella produzione di COG, l'informatizzazione è decisamente spinta in tutti i reparti e in tutte le fasi di lavorazione. L'approccio è quello 4.0, attuato correttamente e vissuto come un serio cambio di paradigma, utile all'efficienza aziendale. Diversamente da quanto purtroppo si sente dire in giro, circa il fatto che gli imprenditori acquistino "macchine 4.0" (modo di dire già di per sé sbagliato) per ottenere solo maggiori agevolazioni per i propri investimenti.

Il concetto 4.0 è una filosofia che riguarda l'azienda nella sua interezza. Fare investimenti 4.0 significa avere un'idea di un sistema interconnesso e unico a livello aziendale, in grado di raccogliere il beneficio di disporre di dati rilevati sull'andamento reale della produzione, per prendere decisioni informate o provvedere a correttivi verso gli obiettivi aziendali.

Si tratta di un cambiamento radicale nel modo di pensare l'azienda.

**D.:**  
**Il periodo Covid ha dato uno scossone al ribasso al mercato dell'automotive, settore nel quale siete protagonisti. Come è stato possibile fronteggiare il terremoto che ne è derivato? Come è stato possibile uscirne senza le ossa rotte? E, se si può svelare, c'è un segreto per star dietro alle richieste talvolta schizofreniche, del mercato?**

**R.:**  
Riassumo tutto in un concetto, o meglio, in una parola talvolta abusata o poco compresa, che è "resilienza".

È chiaro che sconvolgimenti come il Covid ridisegnano il mondo produttivo. Chi ha la forza di sopravvivere è perché è resiliente ed è capace di risalire.

Quando un tempo il trasporto merci era affidato al mare, quindi alle navi e queste andavano a remi o, nella migliore delle ipotesi a vela, accadeva sovente che a mare fossero esposte a burrasche.

Qualcuno ci lasciava la pelle perché veniva inevitabilmente scaraventato in mare da qualche onda. Ma qualcun altro riusciva a salvarsi afferrando le cime gettate a mare dai fortunati marinai rimasti sul ponte e a risalire sulla nave dopo quella brutta avventura.

Una volta risalito sulla barca, il marinaio era anche più forte di prima e veniva considerato dagli altri più valoroso. Non più uno dei tanti, ma uno che, finito in mare, aveva avuto la forza e la capacità di risalire salvandosi la pelle.

Con le aziende succede la stessa cosa. Il problema non è finire in mare, o nella burrasca del mercato. Il problema vero è come se ne esce, quali che siano le situazioni turbolente, com'è stata quella del Covid.



Se da una parte il Covid ha certamente provocato una serie infinita di danni, dall'altra ha generato dei vantaggi. Le aziende che hanno mostrato resilienza sono ora aziende molto più forti di prima del Covid.

E soprattutto si sono cementate al loro interno nei rapporti umani e nei ruoli.

Perché se è vero che la guida del proprietario o dell'amministratore è importante, la resilienza di un'azienda nel suo complesso è il risultato delle azioni di tutte le componenti umane che la costituiscono.

Se c'è quindi un segreto per resistere nei momenti di difficoltà, **questo** è certamente quello di dare valore alle risorse umane più che alle macchine, perché è tra le risorse umane con le loro competenze sviluppate e con un'opportuna formazione che si crea la squadra o la famiglia in grado di garantire unità e capacità di risalire.

**D.:**

**Dopo queste bellissime parole rivolte alla sua squadra, un'ultima domanda.**

**Parola d'ordine del momento e "sostenibilità".**

**Certamente trascina lo sviluppo, ma stressa i sistemi industriali e le singole aziende. Quale il rapporto della COG con questo driver di innovazione?**

**R.:**

Trovo che il concetto di sostenibilità venga usato comunemente in maniera impropria e talvolta in maniera inopportuna. E che il tema della sostenibilità (economia circolare, riutilizzo, etc.) si leghi prevalentemente alle regolamentazioni nell'ambito delle quali le aziende operano.

Trovo che quanto si richiede a livello europeo circa l'approccio alla sostenibilità ambientale possa costituire uno sforzo inutile se rapportato all'assenza di regole del resto del mondo.

L'impegno per il rispetto dell'ambiente è qualcosa che nessuno può negare, ma il tema vero è che ogni azione fatta verso questo obiettivo trova un suo senso pratico se c'è un approccio globale. Diversamente, ogni azione diventa sterile e, ciò che è peggio, un problema invece che un'opportunità.

Faccio un esempio banale nell'ambito della sostenibilità declinata nel sociale.

Un po' di anni fa il Ministro del lavoro francese voleva ridurre il numero delle ore lavorative per gli operai francesi (cosa che poi è avvenuta, anche se non nella misura che aveva chiesto lui). Il suo obiettivo era quello di rendere il lavoro degli operai più sostenibile, perché essi raggiungessero condizioni di benessere più elevate.

Bene .... il problema non è se avesse ragione o se avesse torto.

Il problema è che se avessero attuato quello che lui aveva in mente, per come lo aveva in mente, la Francia avrebbe perso competitività nel mercato globale, perché a parità di stipendio avrebbe prodotto meno e ciò avrebbe costituito una perdita di produttività, o, se non altro, una perdita di marginalità.

Sarebbe stato un disastro per la Francia intera.

Tutti, io per primo, saremmo felici di lavorare per tre giorni alla settimana, ma questo può avvenire se tutti lavorano tre giorni alla settimana.

La proposta del ministro francese avrebbe funzionato, se tutto il mondo avesse cambiato le proprie abitudini lavorative in quel senso. O magari se vi fossero state compensazioni per questa disparità, ad esempio l'applicazione di dazi all'import delle merci da stati con orario lavorativo completo. Ovvero se vi fossero state compensazioni per lo svantaggio competitivo che ne sarebbe inevitabilmente derivato.

Analogo discorso andrebbe fatto a mio parere per quanto provocano le regole europee in tema di sostenibilità. Ci vorrebbero protezioni adeguate per evitare di creare danni enormi.

I casi attuali riguardano, ad esempio, la scelta dei motori elettrici per l'autotrazione o l'adozione delle tecnologie dell'idrogeno.

Bisogna a mio avviso fare i conti con la possibilità reale di raggiungere gli obiettivi, facendo bene i conti con le condizioni al contorno, senza rischiare di trasferire gli oneri della transizione ambientale tutti al mondo delle imprese.

Questo presuppone un approccio di sistema che ancora non vedo.



COG Srl è un'azienda leader nella produzione di radiatori acqua, olio, intercooler e masse radianti per mezzi industriali, macchine movimento terra, trattori e carrelli elevatori, con tipologia Rame e Alluminio. Da più di trent'anni COG lavora su tutti i livelli, dal marketing alle vendite, dalla progettazione alla produzione e controllo qualità, per migliorare il prodotto e renderlo sempre più competitivo, in un costante perfezionamento dell'esistente e in una continua ricerca del nuovo.

Il sistema qualità e i processi aziendali sono certificati dalla norma ISO 9001 e ISO 14001, e riconosciuti dalla certificazione ambientale EMAS. Inoltre, sono in linea con la norma ISO/TS 16949 e ISO 45001. Numerose certificazioni regolano i processi di saldatura. Membro di ELITE (Borsa Italiana) e associata FEDERUNACOMA (Confindustria), l'azienda ha ottenuto il *Rating 1 "Indice di massima affidabilità"* da CRIBIS e il certificato di Business Excellence da Plimsoll.

Nella foto, l'area aziendale vista dall'alto.