

Sei in: Archivio > La Repubblica > 2011 > 10 > 18 > Schiavetti scrive la stor...

Schiavetti scrive la storia del business

DA DANIELE Schiavetti a Luca Pizzorno e Franco Secchi, ci sono cinque generazioni e 150 anni di un'azienda, una storia lunga come quella del nostro paese. L'avventura era cominciata nell'Ottocento con Daniele, nato nel comasco, che più che un classico imprenditore era un importatore di animali esotici dall'Oriente, acquistati per ricchi genovesi, secondo la moda di quel tempo: «E' stato lo spunto che ha spinto il mio trisnonno, uomo acuto e intraprendente - racconta Luca Pizzorno, uno dei due amministratori delegati della Schiavetti, ramo lamiera forate - a realizzare gabbie e recinzioni, il primo passo verso l'attività di ferramenta. In seguito Felice, il bisnipote, è stato l'uomo che ha saputo trasformare la Schiavetti da piccola a media industria, leader in Italia, specializzata con tela metallica, forata e stirata, con ben 400 dipendenti». (segue dalla prima di economia) OGGI invece? «Diamo lavoro a 150 persone, anche noi abbiamo subito la pesante crisi del settore degli anni Settanta, allora eravamo sovradimensionati per un mercato che voleva più leggerezza e flessibilità. Attualmente l'azienda è divisa in 4 rami; io, della famiglia Schiavetti, insieme a Franco Secchi siamo i due a. d. del settore lamiera forate, che fattura 25 milioni di euro». Due teste al timone sempre in sintonia sulla rotta da tenere? «Noi abbiamo optato per una linea di comando tagliata, e divisa in due, per gestire meglio le complessità. Abbiamo scelto anche un'organizzazione orizzontale dove tutti i collaboratori sono a diretto contatto con il vertice. Siamo sostituibili e complementari. Io mi occupo di della parte commerciale, esterna. Secchi di quella interna, organizzativa, finanziaria». Passiamo alla lamiera forata. Le applicazioni? «Infinite. Si tratta di una superficie passante, filtrante, serve per l'acqua, il gas, le sementi, la luce; è impiegata nell'edilizia, nell'arredo industriale, ha funzioni di copertura, estetiche». Tra i vostri clienti? «Forniamo, non direttamente, aziende come Ducati, Ferrari. Abbiamo una gamma estremamente eterogenea di clienti. Si va dalla società svizzera che fa manutenzioni alle centrali nucleari, al produttore di tacchi per scarpe antinfortunistiche, a quello dei bonghi per musica, e dei lumini dei cimiteri». Tra i vostri punti di forza? «Lavoriamo sulla logistica e sulla tempistica. Con la rete sono cambiati i rapporti coi clienti, sono diventati più freddi, meno personalizzati. Noi invece cerchiamo di aggiungere un contatto più stretto, più umano. Continuiamo a investire in innovazione, dal 3 al 5% del fatturato. Cerchiamo di ridurre i tempi di ciclo e di aumentare ancora la flessibilità». Quanto esportate? «Il 50% del fatturato, fino in Cile Indonesia, Nuova Zelanda. Vogliamo investire nei paesi in via di sviluppo, soprattutto in Europa. Abbiamo un grosso progetto nella Repubblica Ceca». Le vostre cifre? «Nel 2010 abbiamo fatturato 22 milioni di euro, quest'anno prevediamo di arrivare a 25». Niente crisi? «Il 2011 è stato un anno eccezionale per le esportazioni, il mondo agricolo è cresciuto molto e anche quello dei trasporti». Qualche previsione per il 2012? «Purtroppo nel mercato attualmente c'è molto pessimismo. Ci aspettiamo alcuni mesi pesanti». Come vi difenderete? «Stiamo consolidando una rete di aziende complementari, partendo da principi etici. Siamo convinti che puoi rimanere piccolo e fare cose grandi se lavori in rete con altre eccellenze».

BETTINA BUSH

18 ottobre 2011 | 9 | sez. GENOVA

TOPIC CORRELATI

PERSONE

ENTI E SOCIETÀ

ferrari (1)

LUOGHI

TIPO

