



# Il senso della fiducia alle radici del futuro

Nel panorama italiano le piccole aziende, nate negli anni '60 e cresciute maturando con l'evoluzione delle materie plastiche e del design industriale, si riscoprono forti nel segno della propria storia e competenza. È il caso della Nova Angelo che punta all'esaltazione del proprio passato per comunicare ai nuovi clienti il senso di fiducia indispensabile alla nascita di un rapporto di lavoro continuo e stimolante. Imprescindibile in questo contesto la figura dell'imprenditore e del suo ruolo di protagonista nell'azienda

**M**arco Nova si allontana dalla macchina su cui sta lavorando e in tutta fretta ci guida in una saletta che dovrebbe essere appartata, ma non riesce nemmeno ad attutire il rumore forte delle macchine al lavoro in officina. Lui non sembra esserne disturbato. È una vita che si muove fra macchine come quelle, da quando suo padre ha aperto l'officina, e lo sentirà forse per lo stesso tempo di una vita anche il figlio Francesco che si prepara a prendere le redini dell'azienda. Marco, figlio di Angelo e padre di Francesco, è la storia degli stampisti e degli stampatori fatti persona.

**Entrando in officina si ha la sensazione di respirare l'intera storia della piccola industria italiana.**

In effetti la nostra è una lunga storia. L'azienda è stata fondata nel '37 da mio padre per costruire stampi per gomma (allora la plastica non era ancora nata), ma quasi subito ha

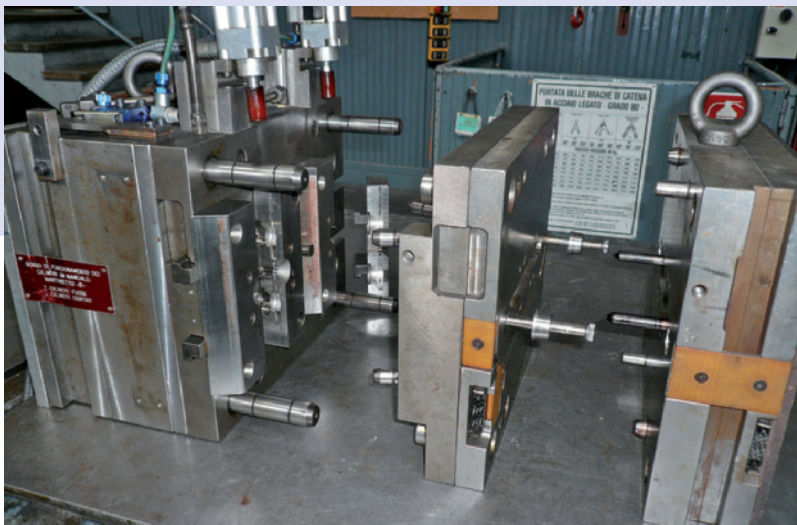
incominciato ad acquisire ordini di stampaggio. Il primo grande cliente è stato la Magneti Marelli che in quel momento si era data il compito di mettere una radio nella casa di ogni italiano. Io avevo vent'anni e nel frattempo la gomma era stata sostituita dalla bachelite, materiale termoindurente come la gomma, sulla quale quindi l'azienda era già preparata. Nel dopoguerra, assieme alle materie termoplastiche è arrivata anche l'Olivetti. Erano i primi anni '60 e le sue macchine da calcolo erano ancora interamente costruite in ferro e alluminio. È stato mio padre a proporre ai tecnici di Olivetti di sostituire alcune parti in metallo con materiali termoplastici. Mentre la Magneti Marelli saturava il mercato con le sue radio e pian piano riduceva gli ordini, si è presentata un'altra grande azienda, la Bonaldi di Crema (oggi Bosch), costruttrice di torri di frazionamento per le raffinerie in un momento di grande sviluppo nel mercato del petrolio. La Bonaldi aveva da poco acquistato la licenza per la costruzione del servofreno, novità apparsa da poco sul mercato americano, e si



Marco Nova esegue una lavorazione di rettifica

## “SONO PER LA CONCRETEZZA DELLA PRODUZIONE”

“La nostra è una lunga storia. L’azienda è stata fondata nel ‘37 da mio padre per costruire stampi per gomma, ma quasi subito ha incominciato ad acquisire ordini di stampaggio. Il primo grande cliente è stato la Magneti Marelli. Nel dopoguerra, assieme alle materie termoplastiche è arrivata anche l’Olivetti. Erano i primi anni ‘60 e le sue macchine da calcolo erano ancora interamente costruite in ferro e alluminio. È stato mio padre a proporre ai tecnici di Olivetti di sostituire alcune parti in metallo con materiali termoplastici. Si sono poi presentati i tecnici di Bonaldi di Crema (oggi Bosch), società che aveva da poco acquistato la licenza per la costruzione del servofreno, nel cui meccanismo del servofreno c’era un pistone da realizzare in metallo chiedendo se fosse possibile immaginare per quel cilindro un materiale diverso. Noi abbiamo risolto il loro problema realizzando lo stampo per il pezzo in materiale plastico. Per premio abbiamo cominciato a stampare per loro raggiungendo presto i 200.000 pistoni al mese che mandavamo in giro per tutto il mondo. I tempi sono certamente cambiati anche se dico con orgoglio che è dal 1965 che non fermiamo le macchine, ossia lavoriamo su tre turni. Sono a volte in contrasto con mio figlio che ha in mente un ripensamento più generale dell’azienda, che tenga conto di tutte le fasi di gestione del prodotto. Io resto più legato alla concretezza della produzione. Lascio a mio figlio il compito di occuparsi di tutto il resto. Chissà che, una volta lui al comando, non abbia finalmente il tempo per dedicarmi alla vela che da sempre è la mia grande passione”.



Stampo a svitamento con canali isolati e pistoni esterni

accingeva a iniziare la produzione in Italia, avendo la Fiat come cliente di riferimento. Nel meccanismo del servofreno c’era un pistone da realizzare in metallo. Venendo da queste parti in cerca di una fonderia, i tecnici della Bonaldi si sono imbattuti nella nostra insegna e si sono chiesti se non fosse possibile immaginare per quel cilindro un materiale diverso. Noi li abbiamo ascoltati e abbiamo risolto il loro problema realizzando lo stampo per il pezzo in materiale plastico. Per premio abbiamo cominciato a stampare per loro raggiungendo presto i 200.000 pistoni al mese che mandavamo in giro per tutto il mondo. Eh, sì, quel periodo è ormai definitivamente chiuso.

### Che cosa c’era allora che oggi non c’è più?

Basta un esempio. Alla fine della guerra, dopo le razzie dei tedeschi, a mio padre erano rimasti alcuni stampi per la produzione di interruttori da abat-jour, quelli con il pulsantino color avorio. La sera stampava con quegli stampi e la mattina, fuori dall’officina, vendeva gli interruttori agli elettricisti che aspetta-

vano in fila. Questo per dire che, qualunque cosa si producesse, lo si vendeva senza difficoltà. Oggi il problema non è produrre, ma vendere. L’entusiasmo è durato fino alla fine degli anni ‘70. Poi si è avuta una stabilizzazione degli ordini, dovuta soprattutto al moltiplicarsi delle aziende concorrenti per effetto di una domanda sempre più forte. Oggi si dice che il numero delle aziende che stampano sia salito a 23.000 circa.

### È un numero abnorme, soprattutto se si pensa che tutte queste aziende devono fronteggiare un mercato in calo.

È però un numero che accomuna aziende troppo diverse fra loro. Bisogna distinguer-

re fra stampatori e stampatori. Chi stampa i cucchiaini da gelato e fa solo quello, non è uno stampatore, ma un produttore di cucchiaini da gelato.

Lo stampatore è un’altra cosa. Lo stampatore vero è una figura poliedrica, lo stampatore vero può stampare e stampa qualsiasi cosa gli venga commissionata.

Non è solo un produttore di oggetti, ma possiede la competenza per seguire l’intero ciclo dello stampaggio a cominciare dalla progettazione dello stampo e dalla scelta del materiale.

Se contassimo gli stampatori con queste caratteristiche, vedremmo il loro numero ridursi a poche migliaia.



**“I cinesi avrebbero potuto farci paura, ma, come si dice, abbiamo preso il toro per le corna, e dai cinesi siamo andati noi”**

**Quindi lo stampatore deve essere necessariamente anche stampista.**

È fondamentale. Per fare gli stampatori bisogna conoscere gli stampi. Nello stesso tempo, la fase di progettazione dello stampo non è avulsa dallo stampaggio. Sono due cose strettamente legate fra loro. Invece, che cosa succede normalmente? Lo stampista non vuole sapere nulla di ciò che succede a valle. Di solito si considera un artista, lavora sul campione o sul disegno ed è incline a giudicare la sua creatura perfetta e il suo lavoro chiuso alla consegna dello stampo. Invece non vanno così le cose. Una delle componenti basilari del lavoro di stampaggio è la presa in consegna dello stampo come utensile, la sua messa a punto, la sua manutenzione. Queste sono attività che non possono raggiungere il massimo livello senza la conoscenza approfondita dello stampo. Con questo, non intendo dire che si debba necessariamente essere i costruttori materiali dello stampo. Noi qui, per esempio, abbiamo finito con il ridurre l'attività della nostra attrezzatura agli interventi di messa a punto e manutenzione, ma continuiamo a essere noi i progettisti dei nostri stampi. Nessuno li conosce meglio di noi.

**Conviene ancora fare stampi? C'è chi afferma che i margini non sono più così remunerativi come...ai bei tempi.**

A noi conviene perché la progettazione la facciamo io e mio figlio che è diplomato in

meccanica di precisione e ha imparato con noi. Se dovessi affidarmi all'esterno per la progettazione, non so se saremmo in grado di farci riconoscere i prezzi di una volta, schiacciati, come siamo, dai nostri diretti concorrenti esteri.

**I cinesi?**

I cinesi avrebbero potuto farci paura, ma, come si dice, abbiamo preso il toro per le corna, e dai cinesi siamo andati noi. Oggi alcuni nostri stampi vengono fabbricati in Cina. Devo riconoscere che, anche da loro, come da noi, ci sono i buoni e i cattivi e i buoni sono molto buoni. A noi l'occhio non manca e nemmeno la strumentazione di verifica e, se dico che sono buoni, so quel che dico.

D'altra parte, il ricorso a fornitori esteri più economici è l'unica strada possibile. Quando il cliente è di medie o piccole dimensioni, lo si conquista proponendogli lo stampaggio con la progettazione gratuita del pezzo e la costruzione dello stampo a un prezzo che oggi solo i cinesi forse possono garantirgli. Rispetto a quei bei tempi, i clienti vivono una situazione di grandissima difficoltà. Da un lato, per effetto della crisi, si sono visti ridurre le risorse economiche, dall'altro, per riprendere a lavorare e a crescere devono ubbidire all'imperativo dell'innovazione a ogni costo. Così stanno tutti progettando nuovi prodotti che però, in questo mercato, devono portare a un rientro dei capitali investiti in tempi sempre più brevi, finché l'innovazione resta tale, rico-

minciando ogni volta che il prodotto decade. In questa situazione i prezzi tradizionali degli stampi, per certi clienti, non sono più accettabili. Naturalmente non stiamo parlando di tutti i clienti. Vi sono clienti per i quali continuiamo a produrre stampi in Italia e abbiamo clienti che gli stampi cinesi non li vogliono neppure vedere. Però per noi è importante diversificare l'offerta: anche questo fa parte del nostro concetto di assistenza al cliente.

**Domanda in calo, concorrenza spietata, anche italiana. Come se ne viene fuori?**

Tornando a vendere. Per vendere ci vogliono però i clienti e noi abbiamo da un anno e mezzo una nuova figura di collaboratore, un commerciale, che ha il compito di promuovere proprio quel tipo di stampatore che noi siamo, al quale ci si rivolge per risolvere il problema affrontando tutte le fasi dello stampaggio. Cerchiamo cioè clienti alla ricerca di consulenti. Non a caso uno dei nostri clienti più importanti di oggi è un'azienda tedesca che produce sistemi frenanti per veicoli commerciali. A quest'azienda abbiamo potuto presentarci con tutta l'esperienza accumulata nel precedente rapporto con un costruttore di servofreni. Sotto questo aspetto la storia di un'azienda può essere un elemento di forza nell'attività di marketing.

**Come avete vissuto quest'ultimo anno di crisi? Come avete affrontato la stretta creditizia, l'eccedenza del personale, il calo della produzione?**

Sul piano finanziario, ancora una volta la nostra storia ci ha salvato. Avendo gestito i conti con molta oculosità e rigore, siamo sempre stati considerati dalle banche degli ottimi clienti quindi non abbiamo sentito la stretta come altri. Per quanto riguarda la liquidità, nel periodo più cupo della crisi, che per noi si è collocato fra il dicembre 2008 e il giugno

**“Oggi il problema non è produrre, ma vendere. Si dice che il numero delle aziende che stampano sia salito a 23.000 circa”**



2009, abbiamo scelto di rimandare gli acquisti, dando fondo al magazzino. Questa decisione ci ha permesso di abbassare i nostri costi e di accumulare liquidità. Per quanto riguarda il personale, non abbiamo potuto evitare il ricorso alla cassa integrazione, per la prima volta nella storia della nostra azienda. Da luglio di quest'anno abbiamo ripreso bene, senza strascichi. Il nostro coinvolgimento nell'attività di un cliente con stabilimenti in Brasile, dunque un paese in forte crescita, ci ha permesso di attenuare gli effetti più disastrosi della crisi italiana ed europea.

**Guardando fuori dalla porta, non si può dire che manchino i macchinari. Anche da questo punto di vista la Sua è una lunga storia da raccontare.**

Per quanto riguarda l'attrezzatura, c'è stato nel tempo un continuo ridimensionamento: facendo manutenzione, non abbiamo più bi-

sogno di macchine sofisticate, ma abbiamo e abbiamo avuto tutto quello che occorre in un'attrezzatura autonoma. In passato abbiamo avuto macchine per la costruzione degli stampi e soprattutto tecnici adatti a farle funzionare. Al livello di occupazione più alto siamo arrivati ad avere 25 addetti agli stampi su 100 dipendenti. Oggi, sono io con mio figlio a occuparmi dell'attrezzatura per la messa a punto degli stampi e non potrebbe che essere così vista la mia personale esperienza e la preparazione di mio figlio. Per quanto riguarda invece la stamperia, la nostra storia è un po' più vivace. Abbiamo cominciato con la celeberrima Triulzi per poi passare alla Negri Bossi e successivamente alla Sandretto. Il nostro principio è di avere macchine dello stesso fornitore per ottenere da quest'ultimo il massimo dell'attenzione. Adesso ci siamo fermati sulle macchine giapponesi Sumitomo. Si dice che una macchina deve essere

cambiata ogni dieci anni. Avendo 13 macchine dovremmo cambiare una macchina all'anno. In realtà le macchine di questo tipo durano vent'anni e continuano a fare un lavoro egregio e così la nostra media si aggira ormai sui due anni.

**Le è mai capitato di rammaricarsi di non possedere una certa macchina?**

Sì, ho sempre chiesto ai venditori italiani ed europei che venivano a trovarmi di decidersi a realizzare la versione elettrica della loro macchina. Non hanno mai dato seguito al mio suggerimento. A un certo punto ho scoperto che in Giappone e negli Stati Uniti il 25% delle macchine utilizzate nello stampaggio erano elettriche. Morale: noi oggi abbiamo macchine giapponesi.

**È convinto di avere fatto tutto il possibile per migliorare la Sua azienda?**

Non si fa mai abbastanza anche se dico con orgoglio che è dal 1965 che non fermiamo le macchine, ossia lavoriamo su tre turni. Potremmo sicuramente fare meglio. Per esempio, mi dispiace di non avere il tempo e i mezzi per progettare attorno alle macchine attrezzature di controllo e verifica strumentali ad hoc, che vengano prima del nostro controllo. In questo sono in contrasto con mio figlio che, invece, ha in mente un ripensamento più generale dell'azienda, che tenga conto di tutte le fasi di gestione del prodotto, dall'ordine alla progettazione dello stampo alla gestione del magazzino, senza limitare la visione alla sola produzione del pezzo. Io resto più legato alla concretezza della produzione. Lascio a mio figlio il compito di occuparsi di tutto il resto. Chissà che, una volta lui al comando, non abbia finalmente il tempo per dedicarmi alla vela che da sempre è la mia grande passione. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA