

a colloquio con Valerio Giovagnini



EURO INFISSI

Gestione familiare, dimensione industriale

L'azienda di Sansepolcro punta al raddoppio della produzione di serramenti e persiane in PVC con un nuovo centro di taglio.

Valerio Giovagnini, titolare, vede un futuro ricco di opportunità

di Davide Cinquegrani*



Sansepolcro, provincia di Arezzo, patria di Piero della Francesca, è una cittadina di circa 16.000 abitanti, situata nella Val Tiberina, sulla direttrice Perugia-Cesena. Qui nell'ultimo trentennio si è sviluppato, accanto ad un paio di grandi, note aziende alimentari, un fitto tessuto di piccole-medie imprese edili e manifatturiere.



Sede di Euroinfissi



Una piccola bottega e fiducia nel PVC

Ed era il 1970 quando Luigi Castellani apriva nel centro storico di Sansepolcro una piccola bottega dove avviava la produzione di tapparelle di legno. Nasceva così **Euro Infissi snc**, un'azienda che poi avrebbe fatto molta strada con non pochi cambiamenti, come ci racconta Valerio Giovagnini che oggi ne è contitolare assieme alla moglie Stefania Castellani.

Il primo cambiamento, decisivo per il futuro dell'azienda, avveniva molto presto con l'acquisizione di un estrusore per la produzione di profili in PVC da tapparella.

Una decina d'anni dopo, con l'ingresso in azienda dei figli, l'attività veniva trasferita nella zona industriale dove si era reso disponibile un capannone che aveva i requisiti necessari per corrispondere agli obiettivi di sviluppo dell'azienda stessa.

Lì, dopo pochi anni, cominciò anche la produzione dei primi serramenti in PVC, "assemblati in modo molto artigianale - sottolinea Valerio Giovagnini - con profili monocamera e squadrette a pressione e quindi non ancora saldati".

Nel nuovo insediamento l'attività proseguì negli anni successivi senza novità particolari, fino al 1990 quando l'azienda fu rilevata da Renato Castellani, figlio del fondatore, e da suo genero Valerio Giovagnini, appunto.

Il cambiamento gestionale si accompagnò

ad un nuovo indirizzo produttivo verso i serramenti in PVC, acquistando il macchinario necessario: una saldatrice a due teste, una pulitrice a due gruppi fresa ed altre piccole macchine utensili per forare i profili.

Allora in azienda lavoravano tre persone.

Le tipologie di serramento proposte consistevano in finestre e persiane in PVC bianco o pellicolato effetto legno.

Oggi Valerio Giovagnini ricorda la fatica e l'energia impiegate in quel tempo (ma per alcuni aspetti necessarie tuttora) per imporre un materiale come la 'plastica' in un territorio fortemente tradizionalista per quanto concerne l'utilizzo del legno nei serramenti.

"La domanda classica dei potenziali clienti - ricorda - era: *ma cos'è 'sta plastica, non si 'squaglia' col sole?*"

"L'attività promozionale e dimostrativa - prosegue Castellani - era solo in embrione. Non c'era uno show room; solo un paio di campioncini in un angolo del capannone. Partecipazione a manifestazioni fieristiche? A Sansepolcro, durante la fiera paesana 'di mezza Quaresima' (due o tre espositori in ferro si presentavano con qualche serramento avvitato) e ad Arezzo, nel corso di *Italia Arreda*."

Ad ogni modo, in sordina ed a partire da piccole commesse, anche grazie al passaparola dei clienti altri lavori cominciarono a pervenire ed a crescere.

Euro Infissi snc di Castellani & Giovagnini

Via Carlo Dragoni, 28
Zona Ind. S. Fiora
52037 San Sepolcro AR
Tel. 0575 720139
Fax 0575 749911

www.euroinfissisnc.it
info@euroinfissisnc.it

* Responsabile Marketing di Alphacan





Svolta industriale

“Nel 1998 - ricorda poi Valerio Giovagnini - Renato Castellani lascia l'attività ed inserisce nell'azienda sua figlia Stefania”.

“A quel punto - prosegue - decidiamo di affrontare un importante investimento allargando la sede produttiva e costruendo una palazzina a due piani con ampio show room ed uffici”.

Uno show room, oltre a quello della sede, con un addetto alle vendite attualmente è aperto anche a Poppi, nel cuore del Casentino.

“Lo sviluppo dell'attività produttiva nel segmento dei serramenti in PVC - sottolinea Valerio Giovagnini - portò anche all'avvio, nel

1995, dei rapporti - tuttora in corso e più che mai proficui - con **Alphacan**, inizialmente con l'acquisto di profili *System Persiana* e successivamente, a partire dal '96, col passaggio all'utilizzo del *System Master*”.

Per alcuni anni la produzione fu ripartita, in modo sostanzialmente costante, in quote dell'80% circa di persiane e del 20% di finestre, quasi sempre pellicolate con finitura Douglas, Noce, Rovere.

Oggi l'azienda impiega 18 persone: il titolare Valerio Giovagnini sovrintende al settore commerciale e tecnico; due - una della quali è Stefania Castellani - sono in amministrazione; tre, compreso il responsabile Luca Rosini, sono al commerciale; una è incaricata della gestione delle commesse; otto sono addette alla produzione e tre sono installatori.

Nuove macchine e mercato in espansione

“In un'ottica di sviluppo ed implementazione qualitativa e quantitativa - osserva Giovagnini - circa tre anni fa nel reparto produzione abbiamo attuato un rinnovamento di tutto il parco macchine: troncatrice a due teste, centro di lavoro con due linee di saldatura, pulitrice automatica con girapezzo, banco di montaggio ferramenta e linea di vetraggio. Considerata l'importanza della tipologia di prodotto è stato anche attivato un reparto persiane attrezzato. Oggi la produzione giornaliera di serramenti e

persiane si attesta sui 30 pezzi. Ci siamo posti, peraltro, l'obiettivo di raddoppiarla e a tale scopo tra qualche mese vi sarà l'inserimento di un nuovo centro di taglio con qualche modifica al lay-out e l'assunzione di un paio di collaboratori in più”.

“Come si vede, stiamo facendo importanti progressi” dice ancora Valerio Giovagnini, “ma non mancano le difficoltà; in particolare le difficoltà del lavoro che si incontrano soprattutto nel seguire i cantieri. Manca personale qualificato nell'edilizia ed è necessario fare sempre verifiche dei siti prima della messa in opera, cosa che comporta un grande dispendio di tempo e denaro. Spesso si deve verificare come sono stati predisposti alla posa dei serramenti i fori delle pareti, che non siano storti o mal realizzati, o che i falsi telai non siano mal posati”.

“Meglio, fortunatamente - aggiunge Giovagnini - vanno le cose quanto a considerazione nei confronti del PVC. Grazie alle nuove normative sulla certificazione energetica degli edifici, la mentalità dei tecnici sta cambiando, il PVC viene meglio compreso per il rapporto costo/prestazioni ed i committenti privati iniziano a considerare con maggiore interesse le soluzioni proposte da aziende come Euro Infissi. Ovviamente per noi il PVC è fondamentale: produciamo solo infissi con questo materiale e commercializziamo, come complemento, anche porte per interni, porte blindate, garage basculanti o sezionali, tutto quanto occorre avere per soddisfare le richieste della

clientela”.

Richieste tanto più particolari e dirette, come osserva Giovagnini, in quanto il mercato di sbocco di Euro Infissi è costituito principalmente da privati, grazie ai contatti sviluppati negli show room ed a seguito della specifica azione degli addetti commerciali che operano con visite e preventivazioni dirette alla clientela.

Altri canali sono costituiti da medie o piccole imprese costruttrici e dalla partecipazione ad appalti pubblici, come nei recenti casi per la sostituzione di serramenti in due scuole in provincia di Arezzo.

Euro Infissi vende, peraltro, in tutte le regioni limitrofe - Toscana, Marche, Umbria, Emilia Romagna e Lazio - ed occasionalmente anche all'estero (sono stati realizzati i serramenti di tre alberghi in Svizzera).

“In questa zona - rileva concludendo Valerio Giovagnini - nelle preferenze dell'utente e nelle vendite prevale nettamente il serramento in legno, ma da qualche anno il PVC si sta ritagliando un suo spazio, specialmente a discapito dell'alluminio e, come ho già accennato, le nuove normative favoriscono i nostri prodotti in PVC rispetto a quelli più costosi in alluminio a 'taglio termico'. Guardando al futuro siamo quindi fiduciosi perché ci si prospettano delle interessanti opportunità che staremo ben attenti a non farci sfuggire”.

Lo staff di Euroinfissi



ROPECA

Tecnologia d'avanguardia e organizzazione flessibile

L'impostazione del sistema produttivo, il centro logistico e la politica commerciale dell'azienda bergamasca

ROPECA
FINESTRE D'AUTORE

Dalle prime difficili esperienze degli anni '80, che si scontravano con un diffuso scetticismo verso i serramenti in PVC - prodotto innovativo ma poco considerato in Italia - **ROPECA srl**, azienda produttrice di serramenti con sede a Curno (Bergamo), è giunta oggi a consolidare una

struttura efficiente e professionale: tecnologia d'avanguardia ed organizzazione flessibile in continuo movimento; persone motivate dalla passione e della creatività professionale, passaggio obbligato per arrivare al successo.

Attualmente ROPECA impiega 72 addetti, oltre a funzionari di vendita esterni o partner diversi sia in Italia, sia all'estero.

Le stime di budget per l'anno in corso indicano una produzione e vendita di oltre 18.000 serramenti per esterno e 2.000 porte per interni, per un fatturato generale superiore ai 9 milioni di euro.

Il Sistema Produttivo ROPECA (SPR)

L'impalcatura operativa del Sistema Produttivo ROPECA si basa sul principio "creare valore e ridurre gli sprechi".

Un aspetto fondamentale ed innovativo del SPR è il suo approccio all'azione.

Primo obiettivo è l'azzeramento delle giustificazioni: "se non si riesce a ottenere un miglioramento rilevante in due/tre giorni significa che si sta sbagliando qualche cosa". Miglioramenti nell'organizzazione e nei processi sono sempre possibili e reali. Se non si ottengono è sterile cercare giustificazioni ed è invece più costruttivo ricercare gli errori in cui si incorre.

Un altro aspetto importante del SPR è la ricerca di un *miglioramento continuo*. Bisogna prestare particolare cura ed attenzione ai dettagli. Questo miglioramento, riguardando i dettagli, può essere realizzato soltanto da chi è coinvolto nei dettagli stessi e cioè dal personale operativo.

In azienda si sta lavorando molto, inoltre, sul *coinvolgimento* del personale; la capacità

di raggiungimento dei risultati si incrementa qualora venga coinvolto tutto il personale operativo.

I diretti interessati si accorgono che non c'è fine al processo di riduzione degli sforzi, del tempo, dei costi e degli errori, se si ha volontà di offrire un prodotto che sia sempre più vicino a quello che il cliente vuole veramente.

Obiettivo di ROPECA è quello di consolidare l'impostazione dei *team*. I diversi processi sono coperti da team, formati da 4-5 persone, che poi sono integrati nel Gruppo. I diversi team devono fornire un concreto contributo per il miglioramento delle operazioni sulle postazioni di lavoro. Questa è l'innovazione che si vuole realizzare: *devono essere gli operai stessi a standardizzare il proprio lavoro*. Gli operai ROPECA non sono solo operai ma soprattutto "membri di un team". Con il team si crea tutta una serie di interazioni giornaliere tra un operaio e l'altro e con l'organizzazione, come un tutto. Il sistema di relazioni porta ad una stretta collaborazione e all'aiuto reciproco.



Centro logistico di Brembate.

In ROPECA è stato deciso di decentrare la gestione dei prodotti finiti, portando tutta la produzione dai due centri produttivi in un unico centro di raccolta: un capannone industriale di 2.100 m² dislocato vicino alla statale per Lecco, con svincolo di facile accesso. In questo centro, oltre ai prodotti finiti, preparati ed imballati con tutti gli accessori per i clienti rivenditori, vengono approntati giornalmente i materiali destinati alle quattro squadre di posa per le attività di vendita diretta nel territorio provinciale.

Il centro logistico di Brembate ha permesso a ROPECA importanti miglioramenti:

- i materiali sono preparati ed imballati alla perfezione;
- il controllo al momento del carico è facilitato;
- tutti i materiali sono conservati con cura e non sono esposti agli agenti atmosferici;
- sono state ridotte le movimentazioni e le perdite di tempo degli addetti;
- sono stati eliminati gli sprechi di tempo dovuti alle interferenze dei clienti (rivenditori) in stabilimento al momento del carico materiali.



Politica commerciale

La nuova politica commerciale della società agisce su molti fronti con l'obiettivo, innanzitutto, di rafforzare la presenza sul mercato locale ed include naturalmente, anche per il futuro, una presenza crescente ed importante alle fiere ed alle altre manifestazioni economiche che si svolgono nel contesto provinciale.

Un altro obiettivo della nuova politica commerciale di ROPECA, non meno importante del precedente, consiste nello sviluppo della sua presenza all'interno di aree più ampie nelle regioni del Nord Italia. Saranno privilegiati i rapporti di partnership e coinvolgimento diretto al fine di portare sul mercato il nome ROPECA ed avere un maggiore controllo decisionale per uno sviluppo più rapido.

Per i nuovi obiettivi di sviluppo, ROPECA ha rinnovato anche la propria immagine. Ha creato una serie di strumenti di marketing coordinati - cartacei, digitali e per la rete - atti a trasferire un messaggio di azienda leader nel mercato che fa dell'innovazione la propria forza motrice. La professionalità maturata dall'esperienza permette all'azienda di offrire, oggi, una qualità dei prodotti e dei servizi ineguagliabile.



Nuovo centro logistico di Brembate



ROPECA srl
Via Dalmine, 10
24035 - Curno BG
Tel. 035 6960200
Fax 035 6960223

www.ropeca.it
info@ropeca.it