



Economia

L'intervista Dopo la stagione di Luna Rossa, l'azienda di Nembro punta sull'innovazione e su un'organizzazione perfetta per le prossime sfide

«La passione per il lavoro può battere la crisi»

Pierino Persico: resto a Nembro e punto sulla voglia d'inventare sempre qualcosa di nuovo. Ma sbarcherà anche in Usa

■ Soffia un vento brutto, ma brutto davvero, sull'economia bergamasca. Il crollo della produzione industriale (2,6% nell'ultimo trimestre, record negativo lombardo) è uno schiaffo che fa male, specie per chi fino a qualche tempo fa, dispensava ancora pillole di ottimismo. Di fronte al mare in burrasca, chi meglio del «papà» di Luna Rossa può aiutarci a tener saldo il timone e a governare la nave? Pierino Persico, lui, procede ancora a vele spiegate: con tre settori chiave, stampaggio rotazionale per la plastica, automotive e naturalmente nautica, la sua azienda regge con sicurezza la sfida dei mercati globali, ma per affrontare il mare aperto, ogni giorno da 32 anni, è abituato a rimettersi sempre in discussione.

Le tracce della crisi arrivano fino a pochi passi della sua «tolda» di Nembro, con la chiusura choc della Lorenzini e i suoi 66 licenziamenti. D'accordo, i settori sono diversi, ma le ricette per cercare una via d'uscita possono trovare un denominatore comune. Il patron propone tre parole chiave: «Innovazione, organizzazione e soprattutto passione». Insieme a lui ragionano e si confrontano i tre figli, Claudia, Alessandra e Marcello, segno che il ricambio generazionale, spesso autentica spina nel fianco dell'imprenditoria orobica, qui ha già cominciato il suo percorso virtuoso.

«Il mondo cambia a una velocità spaventosa: io ho cominciato con la fonderia. Se avessi continuato così avrei già chiuso da anni»

Persico, la crisi è arrivata, anche se non per tutti: e nella Bergamasca si rischia davvero un autunno caldo.

«I segnali erano evidenti, le cause, dalla crisi immobiliare Usa al super euro, fino all'impennata dei costi delle materie prime, erano sotto gli occhi di tutti. Facendo un esempio che ci tocca da vicino, ogni giorno arrivano da noi tir carichi d'alluminio e acciaio. Ma i prezzi di questi carichi, a differenza di un passato anche recente quando le stime erano ben delineate, adesso si fanno sul momento, con oscillazioni anche molto significative. Capirete che a questo punto i nostri preventivi diventano un qualcosa di assolutamente aleatorio, dove i margini sono sempre più esigui ed incerti».

E così diventa più difficile prendere le contromisure a questa crisi.

«Un aspetto va sottolineato. Rispetto anche solo a qualche lustro fa, il mondo cambia a una velocità spaventosa. Nessuno può più pensare di vivere di rendita. Noi anni fa eravamo tra i massimi produttori di stampi per giocattoli. Ora grandissime multinazionali del giocattolo hanno dovuto drasticamente ristrutturarsi, delocalizzare o addirittura chiudere. Se avessimo puntato tutto solo su quel filone, avremmo fatto la stessa fine: ci ha salvato la voglia di esplorare sempre stra-



filiera, tanto che anche i motori vengono montati a Nembro».

Anche qui, per restare competitivi, dovettero centuplicare gli sforzi.

«Lo stiamo già facendo. Ottimizziamo l'azienda, perfezionare le risorse in tutti i reparti: in una parola, rendere perfetta l'organizzazione. E l'unica strada per continuare ad avere appeal sul mercato. Anche se facciamo sempre più fatica a reperire il nostro personale».

Avete tanti ingegneri?

«Sì, ne abbiamo tanti e bravissimi: quelli per fortuna riusciamo ancora a trovarli. Invece i periti meccanici, altra figura vitale per la Persico, sono in via d'estinzione. Credo sia anche venuta a mancare la voglia di soffrire».

Appena assunti, tutti s'improvvisano manager. Per fortuna tantissimi da noi hanno ancora passione. E questo il motore di tutto. Invece vedo in giro gente che non aspetta altro che finisca il turno, che arriva al lavoro e ogni giorno chiede: «Cosa devo fare?», o che è adibito a una mansione che sta scomparendo e non si apre al nuovo. Io li chiamo "i ripetenti". Invece se sei davvero appassionato, provi, ti arruoli: prima o poi inventi qualcosa, qualsiasi cosa. Così cresci tu e fai crescere l'azienda».

Anche voi finite per scontrarvi con un certo tipo di mentalità burocratica.

«Continuiamo a considerare il lavoro solo come un diritto. Ma il posto, a mio parere, va simbolicamente riconquistato, giorno per giorno, altrimenti diventa una palude. Il nostro mondo si basa su motivazioni forti ed è essenzialmente un gioco di squadra: chiunque s'impegna, che ha voglia di crescere, sa che da noi troverà una risposta, sia sul fronte della carriera che della retribuzione».

Le istituzioni bergamasche non aiutano le aziende a reperire le risorse umane?

«Si fa fatica, le risposte sono spesso lente, tardive. Poi la scolarità bassa, che un tempo aguzzava l'ingegno di tanti, che compensavano così le carenze di base, oggi non paga più. Occorrono preparazione solida e flessibilità, mentre la scuola dovrebbe promuovere maggiormente le materie scientifiche, creare figure che possano conciliarsi meglio con il mondo del lavoro».

Silvio Albini, nell'analizzare i motivi che hanno portato a questa crisi, che a suo parere non sarà breve né indolore, invitava gli imprenditori bergamaschi di ogni settore a unire le forze per fronteggiare insieme l'emergenza, «attaccando e difendendo uniti il mercato».

«Credo sia importante una presa di coscienza collettiva: noto che anche per Albini l'innovazione resta fondamentale per risalire la china. Poi il confronto può servire, ma credo più ad alleanze settoriali. Comunque dove si può crescere insieme noi ci siamo: la nostra presenza in Kilometro Rosso è lì a testimoniare».

Maurizio Ferrari

L'azienda

FATTURATO A 60 MILIONI - Con 280 dipendenti e un fatturato previsto a fine anno sui 60 milioni di euro, la Persico di Nembro è una delle realtà più innovative del panorama orobico. Presidente e fondatore è Pierino Persico, 60 anni, vulcanico e grande motivatore.

NATA IN UNO SCANTINATO - Pierino Persico fondò l'azienda nel 1976 in uno scantinato dell'Acerbis di Albino, iniziando a realizzare modelli in legno per la produzione di stampi per materie plastiche. Oggi le commesse Persico riguardano per il 60% il mercato estero. **L'AVVENTURA DI LUNA ROSSA** - Il culmine, a livello mediatico, per l'azienda di Nembro è quando realizza gli scafi di Luna Rossa per

la Coppa America di Valencia, costruiti dalla divisione nautica. Al progetto per la barca di Prada in fibra di carbonio hanno lavorato 28 tra tecnici e ingegneri provenienti da Usa, Inghilterra, Australia, Nuova Zelanda e Argentina.

I TRE FIGLI IN FABBRICA - Il fondatore è oggi affiancato in azienda dai tre figli: Claudia si occupa del settore di stampaggio rotazionale, Alessandra di automotive, mentre Marcello è sulla gestione. Tra i passaggi fondamentali quello del 2003, quando nasce «Leonardo», la prima macchina per stampaggio rotazionale completamente automatica per realizzare di prodotti in plastica con corpo cavo.

de nuove».

Una flessibilità intellettuale non sempre riscontrabile nelle nostre aziende.

«Mi rendo conto, lo sforzo è importante. Io ho cominciato in uno scantinato, la mia vita era la fonderia. Se avessi continuato in quella direzione, avrei già chiuso da anni. Poi naturalmente ci vuole innovazione. Assoluta, di grande qualità. Ormai le aziende vengono da noi con un problema e ci chiedono di risolverlo: vendiamo idee, o meglio engineering, e know how, tutte risorse che da immateriali prendono pian piano forma».

Lei ha sempre tenuto tutta l'azienda a Nembro: il mercato non la spinge altrove?

«Guardi, sono sotto assedio da anni, ma resisto. Sono soprattutto i grandi gruppi automobilistici a imporre quasi dei diktat alle aziende fornitrici. Continuano a dirci: "Cosa fate an-

cora a Bergamo? Spostate la produzione nell'Est Europa o meglio ancora in Cina, costruite là gli stampi, abbattete i costi di manodopera, ci saranno maggiori ricavi per tutti". Ma io non ci sto: sono ancora convinto che il nostro vero valore aggiunto sia l'eccellenza

con cui seguiamo tutta la filiera. Ai miei dico spesso che per restare competitivi bisogna puntare a fare sempre qualcosa in più dei nostri concorrenti. E visto l'alto profilo del nostro personale qui a Nembro, difficilmente riusciremmo a riprodurlo in qualsiasi al-

tra parte del mondo».

Quindi il vostro futuro resta solo e unicamente qui?

«Con un'unica eccezione, che è il mercato americano, un po' il mio chiodo fisso. Stiamo ancora studiando il progetto, ma è probabile che apriremo una sede negli Usa, zona dei Grandi Laghi. Qui però i motivi sono di natura strategica, non certo per risparmiare sui costi».

Dopo la grande notorietà internazionale acquisita con Luna Rossa, quali novità riservano i vostri cantieri nautici?

«Anche in questo settore, abbiamo dovuto affrontare in breve tempo una rivoluzione sul fronte dei materiali, un processo che ci ha portati dal vetro resina alle fibre di carbonio. E se prima ci occupavamo solo di scafi, ora, per esempio nel caso delle barche del gruppo Azimut, controlliamo l'intera

La realtà che controlla Leroy Merlin e Bricocenter acquista la rete italiana I centri Castorama al gruppo Adeo

Castorama lascia l'Italia. È il frutto dell'operazione che ha portato la cessione dei 31 punti vendita italiani dal gruppo britannico Kingfisher (a cui fa capo il marchio Castorama a livello internazionale) al gruppo francese Adeo, a cui fanno capo, tra l'altro, i marchi Leroy Merlin e Bricocenter.

Il gruppo Adeo ha annunciato ieri l'intesa sottolineando che l'operazione riguarda, appunto, tutti i 31 punti vendita italiani che contano 2.200 collaboratori e generano un fatturato complessivo di 454 milioni di euro. «L'operazione - recita la nota del gruppo Adeo - è in linea con la strategia di sviluppo in Europa e nel resto del mondo».

«La perfetta complementarietà geografica e la grande competenza del personale ci hanno fatto guardare con interesse alla realtà commerciale di Castorama in Italia» ha sottolineato Damien Deleplanque, pre-

sidente esecutivo del gruppo Adeo. L'acquisizione sarà convalidata alla fine della procedura prevista dalle autorità europee competenti in materia di concorrenza. «È ferma volontà del gruppo Adeo - recita il comunicato diramato - mantenere integri struttura e livello d'occupazione, seguendo in ogni caso quanto indicato dalle autorità».

L'operazione ha ovviamente risvolti anche per la rete distributiva dei tre marchi presente in Bergamasca. I punti vendita Castorama operativi nella nostra provincia sono due: lo storico negozio di Curno e il più recente (è dell'ottobre 2000) centro di Seriate. Il marchio Leroy Merlin, invece, in Bergamasca ha un'unica sede, a Curno, inaugurata nel febbraio 2005, mentre sono due i punti vendita Bricocenter: a Brembate (aperto nella primavera del 2003) e ad Almenno San Bartolomeo (inaugurato nel giugno 2006).

Come sottolinea ancora la nota del gruppo Adeo, «questa acquisizione è la più significativa a livello internazionale dalla nascita del gruppo Adeo» rafforzando la presenza in Italia, ma anche consolidando la propria posizione in Europa.

In Italia il gruppo Adeo conta complessivamente 74 punti vendita: 18 Leroy Merlin e 89 Bricocenter (56 di proprietà e 33 in franchising) e raggruppata 4.318 collaboratori generando un fatturato complessivo pari nel 2007 a 816 milioni di euro.

A livello internazionale il gruppo Adeo include 8 grandi insegne (Leroy Merlin, Aki, Bricocenter, Welldom, Bricoman, Bricomart, Dompro e Zodio). Sono 19 le aziende presenti in 9 paesi con una rete di 374 punti vendita nei quali operano 51.142 collaboratori. A livello globale, il fatturato consolidato registrato nel corso del 2007 è stato pari a 9,2 miliardi di euro.



Il centro Castorama di Curno



Leroy Merlin a Curno



Il Bricocenter di Almenno