

Quelli che producono

Seconda intervista ai manager delle aziende lecchesi emergenti. È la volta della Fontana Spa di Calolziocorte. Coccolata da clienti illustri nel campo automobilistico. Merito di una strategia ottimista...

Nel settore automobilistico c'è un bicchiere mezzo pieno

DARIO BOLIS*

Abbiamo già incontrato: Aag Stucchi Spa, Olginate ***

L'economia a volte è fatta di concetti semplici. Spesso mutuati da altre scienze. Prendiamo la teoria dei vasi comunicanti, ad esempio. Cosa c'entra con la congiuntura negativa, con l'Italia e con Lecco? Centra. Anzi, più che una teoria, per Walter Fontana, Presidente Ceo della Fontana Pietro Spa, è una filosofia aziendale che trasforma i problemi in opportunità. Il problema, manco a dirlo, ancora una volta, è rappresentato



dalla concorrenza dei Paesi orientali, vero e proprio spauracchio, negli ultimi tempi, delle aziende nostrane, ma anche di buona parte del resto del mondo. Walter Fontana è di quelli che vede il bicchiere mezzo pieno...anzi più che il bicchiere l'ampolla, se ritorniamo alla teoria. "Il nostro mondo, il nostro mercato, fino a qualche tempo fa era rappresentato da un'ampolla nella quale il contenuto, cioè gli affari, saliva sempre di

più, quasi ad arrivare a traboccare - spiega - Poi è successa la cosa più naturale del mondo: la seconda ampolla, l'altra parte del mondo, quella vuota, è riuscita a comunicare con la prima, attraverso un tubicino chiamato globalizzazione. Così il contenuto della nostra ampolla è comin-



ciato a calare, andando a riempire il secondo recipiente. Oggi siamo nella fase di transizione, per questo viviamo male.

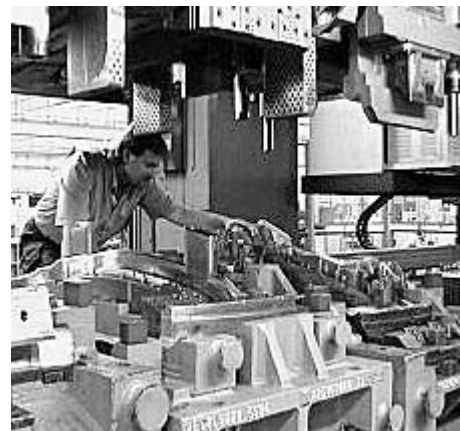
Quando le due ampolle saranno in stasi, avremo raggiunto l'equilibrio". Utopia? Forse...E nel frattempo? "Intanto dobbiamo cercare strategie che tengano conto dei vantaggi di cui disponiamo e degli svantaggi che ci troviamo di fronte". Occorre usare il cervello. "E se possibile esportarlo - aggiunge Fontana - E' inutile confrontarci con i concorrenti Orientali o altri Paesi emergenti sul piano della produzione. I loro costi sono nettamente inferiori. Noi però abbiamo la managerialità, il know how, si dice..." E così che negli ultimi tempi la Fontana Spa è arrivata a concludere accordi proprio con la "terribile" Cina. Loro producono, noi gli insegniamo come. E ci guadagnano tutti. "Questo è il futuro delle nostre aziende: anche noi abbiamo fatto la scelta di rimanere a lavorare qui dove siamo nati e cresciuti,

ma selezioniamo i giovani lecchesi laureati, diplomati, cervelli qualificati, insomma...". La filosofia diventa dunque strategia che si concretizza poi nei risultati. La svolta per l'azienda di Calolziocorte è avvenuta all'inizio degli anni Novanta; quando l'industria automobilistica mondiale decise di ristrutturare l'indotto, facendo una feroce selezione: dei 50 mila fornitori della filiera ne rimasero 5000. La Fontana era tra questi "perché nel frattempo ci siamo fatti trovare pronti all'appuntamento - riprende il presidente - Nel 1988 attuammo una riconversione sofferta: da 50 dipendenti passammo a 22. Abbiamo rimischiato le carte e siamo ripartiti da capo, convinti che se volevano andare a una cena di gala dovevamo metterci l'abito elegante e gli invitati giusti...". Oggi Fontana Spa ha clienti illustri come Audi, BMW, Ferrari...Si è seduta, insomma, al tavolo con gli ospiti d'onore. "Abbiamo

sviluppato un progetto a Detroit; anche in questo caso non abbiamo spedito un grammo di ferro, ma semmai tanto cervello e spesso via cavo, senza neanche spostarci da qui...". C'è stata una fase di delocalizzazione: il primo maggio del 2003, giorno della festa dei lavoratori (sarà un caso?) è stata posizionata la prima pietra dello stabilimento di Istanbul; 12mila metri quadrati di capannone per un investimento di 25milioni di euro. Un anno dopo l'impianto è già funzionante e rappresenta uno degli stabilimenti più potenti in Europa per la produzione di stampi destinati all'industria automobilistica, ma non solo... "In Turchia la manodopera costa di più che in Oriente, questo è vero, ma a differenza di certi Paesi di matrice comunista, le persone sono abituate a sviluppare le loro capacità, sono intraprendenti. Noi puntiamo sul giusto mix: costi e facoltà di pensiero. E poi è uno dei Paesi con cui abbiamo rapporti da più anni. E, fatto non da trascurare, ha settanta milioni di abitanti". Ecco qui il bicchiere mezzo pieno. Dentro Fontana ci ha messo anche un po' di sake.

*Vice direttore di *Tempo Economico*

La ricetta? Automazione e tecnologia



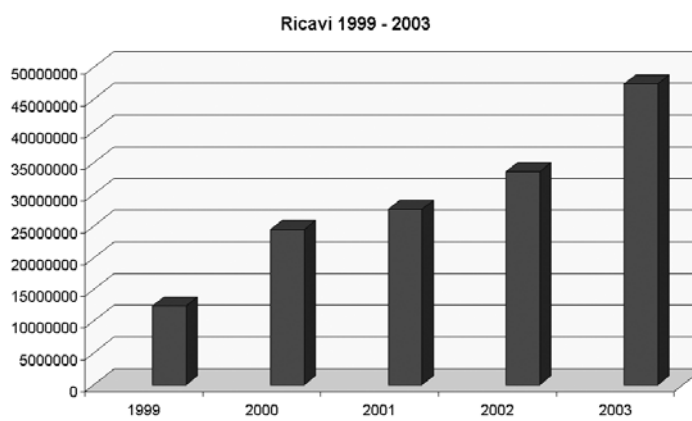
LA FONTANA PIETRO SPA è vicina ai 50 anni: venne fondata infatti nel 1956 come officina adibita a lavorazioni meccaniche e di trancitura. Poche settimane fa, in occasione della visita a Lecco di Luca di Montezemolo, ha ricevuto un prestigioso riconoscimento, proprio per la tenacia imprenditoriale mostrata in tutti questi anni. Oggi è un'azienda leader nell'engineering, nella produzione di stampi e nella realizzazione di elementi di carrozzeria per auto. L'elevato livello tecnologico, caratteristica determinante del processo produttivo, è accompagnato da un forte grado di informatizzazione aziendale che consente un costante coordinamento tra le diverse aree e una maggiore efficacia della gestione interna (il numero delle stazioni di lavoro interne corrisponde al 60% dei dipendenti). "Nel 1993 a Berlino - ricorda Walter Fontana - ero stato invitato a una convention alla Volkswagen. Allora comandava un certo Lopez, grande uomo dalle geniali intuizioni e dalla invidiata lungimiranza. Al mio fianco c'erano altri invitati: persone importanti di grandi aziende di fama mondiale. Mi chiedevo che cosa ci stessi a fare in quel posto, rappresentando la Fontana. Oggi, devo ammettere, che ci sediamo al tavolo di relatori importanti, senza nessun timore riverenziale".

Tra le caratteristiche del processo di lavorazione della Fontana vi è un grande livello di automazione e di tecnologia, aspetti strategici su cui l'azienda ha puntato per restare alla pari dei principali attori del settore. "Gli strumenti tecnologici disponibili ci garantiscono una collaborazione continua con il cliente nel corso dell'intero processo di produzione, così che qualunque modifica o miglioria possa essere apportata rapidamente ed economicamente".

Tra i punti di forza della Fontana Pietro S.p.a. vi è dunque un grande know-how, che deriva da quasi mezzo secolo di esperienza nel settore degli stampi e da una politica aziendale fortemente orientata agli investimenti. "E' soprattutto il cervello ciò che vogliamo esportare: lo abbiamo fatto anche di recente con un prestigioso accordo in Cina (nella foto in apertura); c'erano persino le televisioni di Stato a riprendere la firma del contratto" dice il presidente.

IN CINQUE ANNI FATTURATO QUADRUPPLICATO

Nel 1995 Fontana Pietro Spa aveva 127 dipendenti; quattro anni più tardi il personale era costituito da 188 unità e il fatturato ammontava a circa 12 e mezzo di euro; nel 2000 il fatturato era raddoppiato, raggiungendo i 24 milioni e mezzo di euro, con 222 dipendenti. L'azienda ha chiuso il 2003 con 47 milioni e 423 mila euro. Da sottolineare che l'azienda sta per realizzare operazioni importanti nel mercato cinese nei prossimi mesi.



IL PERSONAGGIO

Pietro, il fondatore, è sempre un riferimento

✓ Pietro Fontana (nella foto a destra), il fondatore, è scomparso lo scorso anno. Resta ancora oggi un punto di riferimento nella filosofia aziendale.

✓ Ai vertici dell'azienda oggi ci sono Walter Fontana, Presidente, Chairman e Ceo, Marco Fontana, Vicepresidente, A.D. e Cto, Maria Teresa Barbieri, Vicepresidente, A.D. e Cfo e Fabrizio Tagliabue, Vicepresidente, Responsabile Area Engineering e R&S; altri membri del CdA sono Tontori Giovanni Responsabile Tecnico.

co, Silvio Gnocchi Responsabile Area Capi Progetto, Matteo Ripamonti Responsabile delle risorse umane.

✓ Dal 2002 al 2003 la performance dell'azienda ha assunto valori notevoli passando dagli oltre 33,5 Milioni di euro di fatturato agli oltre 47 Mil.

✓ Per il 2004 e 2005 sono previsti ulteriori variazioni importanti, il target è nel medio periodo il raggiungimento di volumi per circa 100 Mil.



Questa pagina è stata realizzata con il contributo della



Banca Popolare di Milano