

IN BREVE

**FEDERALBERGHI E.R.**
Giorgetti resta al vertici

RAVENNA. Alessandro Giorgetti, presidente dell'Associazione Albergatori di Bellaria Igea Marina, è stato confermato presidente di Federalberghi Emilia Romagna (Confcommercio), dall'assemblea riunita a Cervia. Conferma anche per i quattro vice presidenti: il vicario Amedeo Faenza, Ernesto Baravelli, Ernesto Callegaro ed Emio Incerti.

Nobili fa spallucce alla crisi

«Seminiamo un nuovo modo di lavorare»

Il presidente Mario Rossi vede nel satellite il futuro delle macchine agricole

LEAN PRODUCTION

«Una meticolosa revisione di tutti i processi produttivi ha eliminato le perdite e reso più efficienti le linee della produzione e della logistica»



MOLINELLA DOCET
L'imprenditore bolognese Mario Rossi

IL SEGRETO DEL SUCCESSO

«Facciamo ricerca, sviluppo e investimenti non inferiori al 2% del fatturato. Inoltre collaboriamo con i più importanti atenei italiani»

Marco Tavasani
MOLINELLA (Bologna)

AZIENDA leader nella produzione di macchine per l'agricoltura, la Nobili, nata nel primo dopoguerra, ha chiuso il 2011 con un fatturato di 19 milioni, in crescita del 25% sull'anno precedente. Anche il 2012 registra numeri di tutto rispetto, con un buon 80% di export. La Nobili è guidata da Mario Rossi, presidente e ad dal 1969, entrato in azienda sette anni prima come tecnico.

«Mi ero diplomato in quella straordinaria fucina che è l'istituto Aldini Valeriani di Bologna — ricorda Rossi, 75 anni, affiancato dai figli Giancarlo e Guido —, ho fatto la mia gavetta ma ho intuito che quella era la mia strada. Grazie anche alle capacità degli 80 dipendenti e di quasi altrettanti subfornitori: questi alimentano un importante indotto nell'area di Molinella».

In Italia il settore è in crisi, ma voi siete in controtendenza.

«Perché facciamo ricerca, sviluppo e investimenti non inferiori al 2% del fatturato. Inoltre collaboriamo con le facoltà di Agraria e Ingegneria degli atenei più importanti: sono centri di intelligenza fondamentali per il nostro lavoro, in particolare per la precisione della meccanica che nelle nostre macchine è sempre più spinta».

Come si anticipa la concorrenza?

«Oltre alla ricerca e sviluppo, abbiamo attuato in pochi mesi una forte riorganizzazione della produzione grazie alla lean production».

Cioè?

«Siamo partiti da una meticolosa revisione di tutti i processi produttivi eliminando le perdite e rendendo più efficienti le linee della produzione e della logistica. Ma alla base c'è il forte coinvolgimento del personale e la valorizzazione delle singole capacità».

E' la strada che porta alla gestione?

«No. Ciascun dipendente è fortemente motivato e segnala gli opportuni miglioramenti del processo produttivo. Quando, nel settembre 2011, in un incontro in Unindustria emerse la necessità di innovare anche dall'interno, l'idea mi sembrò molto valida».

Temeva reazioni dei dipendenti per questa mini rivoluzione?

«Certo, dovevamo fare i conti con il personale: mi sono chiesto se ci avrebbero seguito abbandonando un modo di produrre e di pensare ormai superato. La lean production è piaciuta immediatamente e oggi si sentono parte di un sistema, sanno di essere pedine fondamentali e sono entusiasti».

Gli anni del boom?

«Il 2008, grazie ai nuovi prodotti che avevamo studiato da un paio d'anni. Ma abbiamo sempre diversi prototipi nel cassetto. Quando mi accorgo che un concorrente cerca di rubarmi un'idea, anticipo il lancio sul mercato di nuovi modelli».

Avere le radici in un'area vocata all'agricoltura come Molinella ha contribuito al successo?

«Relativamente, il mercato italiano era ed è tuttora limitato. Oggi invece possiamo spaziare dalla Norvegia al Sud Africa, dalla Russia agli Stati Uniti alla Nuova Zelanda. Faccio prima a dirle i pochi mercati ancora scoperti».

Delocalizzare: ci avete pensato?

«Ho avuto tante proposte, alcune veramente interessanti, ma ho sempre deciso di tenere legata la produzione a Molinella: un centro che è la vera fucina anche per la nostra forza lavoro».

Come evolverà il settore?

«Penso alle macchine irroratrici: uno dei settori nel quale siamo più forti. Grazie al satellite sarà possibile mappare il terreno e stabilire le quantità dei trattamenti. Ci stiamo già lavorando».

I NUMERI

19

MILIONI DI EURO

Il fatturato 2011 di Nobili, in crescita del 25% sull'anno precedente

80

PER CENTO

La quota di export prevista per il 2012, grazie al lancio sul mercato di nuovi modelli