

La storia

Novant'anni, cento collaboratori
Fatturato in crescita: 28 milioni

La Bellotti è stata fondata nel 1927, quindi ha superato i novant'anni di vita e negli anni Sessanta ha affrontato l'industrializzazione: oggi in azienda a Cermenate ci sono i fratelli Pietro e Valentina, oltre alla moglie del ceo, Rosanna. Ma naturalmente ogni giorno è ancora al lavoro papà Eugenio, 75 anni e una passione per ciò che si fa in via San Francesco più forte che mai.

Un'azienda che ha mantenuto l'impronta familiare e l'attaccamento al territorio, aprendosi però anche nel resto del Paese e in particolare nei distretti toscano e campano in cui sono salde le competenze richieste dai mercati che si stanno sviluppando. Il fatturato è di circa 28 milioni, oggi legato per il 30% ai trasporti, che un tempo era molto più ridotto, e alla nautica che è risalita al 25% e si appresta a tornare ai livelli precisi.

Un centinaio i collaboratori, compresa una trentina di indiretti.

Si sta riflettendo su un campo che si potrebbe aprire, quello navale, di cui la nautica sta mostrando tutte le prospettive: proporre logiche di sistema a questo mondo, potrebbe essere importante e alla Bellotti interessa molto.

C'è anche un aumento di richiesta del prodotto riscaldato: Bellotti lo montò per la prima volta sei anni fa sul Malpensa Express. Da una nicchia, sta diventando importate a livello internazionale. Inoltre la squadra di Bellotti viene sempre più richiesta per le installazioni. Con un concetto base: mai sostituire, bensì integrare sempre. Con l'idea che l'azienda deve continuare a evolvere, ma tutta insieme. Che dev'essere sì internazionale ma favorisce scambi di formazione anche all'interno del territorio italiano.

Grazie anche all'attività del Laboratorio di Ricerca&Sviluppo interno si sono potute sviluppare tutte queste attività che si intrecciano in azienda: innovazione, garanzia di qualità e attento servizio al cliente. Con la sfida non solo di offrire ciò che il mercato chiede, bensì di anticipare ciò che potrebbe volare domani. Questa capacità di trasformarsi è stata cruciale, proprio per il capovolgimento delle dinamiche dei processi oggi. La qualità - conclude Pietro Bellotti - è qualcosa che si dà per scontato, è un prerequisito. Su tutto il resto bisogna lavorare, per poter andare dritti nel futuro.



Pietro Bellotti, ceo della storica azienda di famiglia che ha sede a Cermenate



Cresce la quota di ordini nel settore dei trasporti



Il legno resta il cuore del know how aziendale

Bellotti, l'evoluzione del legno

«I progetti sui treni e la nautica»

Il percorso. Giunta alla quarta generazione, l'azienda di Cermenate sta rapidamente cambiando. In avvio un nuovo reparto produttivo: dalla vendita dei prodotti a quella dei sistemi complessi

CERMENATE

MARILENA LUALDI

Lo slogan dell'azienda è "Bellotti l'evoluzione del legno". Ma quell'evoluzione è ormai a 360 gradi e riguarda tutta l'attività della storica impresa di Cermenate, dove oggi è al lavoro la quarta generazione.

Perché qui non esce più un prodotto, bensì un sistema, un progetto. Causa e risultato insieme, il lavoro insieme alle società più prestigiose del mondo, a partire dai trasporti e nautica. I primi sono diventati un settore trainante, che ha spinto l'azienda a cambiare sempre più pelle e professionalità, creando anche nuove figure all'interno. Non solo: è nato anche un nuovo reparto di produzione, che entrerà a regime nei prossimi mesi.

Del resto, è il lavoro stesso che è molto cambiato. «Prima vendevi i pannelli - osserva il ceo Pietro Bellotti - dal 2010 dal fare il pannello è diventato un discorso di sistema. Che cosa significa? L'ufficio tecnico elabora con il cliente un progetto e qui si crea appunto il sistema complessivo». Dietro questo c'è un ufficio commerciale che sa di non dover più vendere il solo prodotto, oltre a un'organizzazione diversa anche di competenze.

Oggi il tema del trasporto pubblico è fondamentale e sul mercato la differenza si avverte tutta. Quasi un terzo del giro d'affari, rispetto agli 800mila euro di dieci anni fa oggi è diventa-

to più del triplo: «Lavoriamo con produttori di treno, metropolitane e tram - osserva Pietro Bellotti - E poi con quelli di bus per la città e soprattutto pullman di gran lusso. Ci siamo strutturati, il primo progetto importante è stato il Frecciarossa 1000 (per cui della sola cabina abbiamo fatto anche il progetto). Cinquanta treni consegnati allora. Poi Alstom, il pendolino, che stiamo facendo dal 2011. Una trentina di treni. Questo - precisa ancora - per treni ad alta velocità, quindi con caratteristiche di performance acustica, leggerezza, massima sicurezza. Ciò ha portato alla rivoluzione citata sopra».

Ma una metamorfosi tira l'altra: «Abbiamo dovuto girare per l'Italia, abbiamo squadre dalla Toscana e da altri distretti. Nel frattempo Hitachi ha già aggiudicato una gara per trasporto regionale, 500 treni e noi ce ne siamo aggiudicati 350. Per gli altri - di Alstom - abbiamo realizzato solo sviluppo, studio e produzione delle cabine guida, non i pavimenti».

I primi 130 convogli andranno in Emilia Romagna, Toscana, Liguria, Lazio, più avanti il Piemonte. Una partita a sé con la Regione Lombardia: qui infatti Trenord ha ordinato un centinaio di treni, che a Cermenate si stanno producendo proprio in questo momento. All'inizio di giugno verrà consegnato il siste-

La scheda



Un'operaia in produzione

Crisi finita In rimonta le barche

Ben ritrovata con grinta, nautica. La Bellotti storicamente è legata a questo settore, con i principali clienti in Italia, nei distretti della Toscana e dell'Adriatico. Gruppi come Ferretti, Azimut, Benetti e altri ancora bussano qui. «Fino a un paio di anni fa - sottolinea Pietro Bellotti - abbiamo sempre lavorato fornendo pannelli alle varie carpenterie. Con la riorganizzazione aziendale da prodotto a sistema avvenuta per i trasporti, ci siamo strutturati per la gestione della commessa». Dunque non si fornisce solo il materiale alle carpenterie, piuttosto ai cantieri nautici si assicurano progettazione e fornitura del

sistema (le sezioni verticali della barca). La nautica ha scontato gli anni dalla crisi, all'inizio del nuovo millennio il fatturato era di 60 milioni di euro, di cui 35 legati a questo comparto. Oggi il movimento favorevole del settore si avverte, siamo tornati su, al 25%. Tanti cantieri sono scomparsi, una selezione durissima. Il 2023 potrebbe portare a volumi precisi: «Ma arà completamente diverso - afferma Pietro Bellotti - Non si realizza più l'imbarcazione di taglio medio piccolo, ma sempre più grande. Cinquanta, sessanta metri». La differenza sta pure nell'approccio, nel metodo. Si fornisce anche il servizio. Di supporto cioè il committente nella progettazione e nell'installazione. Non più il classico pannello, anche sulla barca, ma qualcosa di lavorato e predisposto per il cliente, in base alle sue esigenze. Questo presuppone anche un percorso sui materiali. «Abbiamo sempre importato il teak dalla Birmania - spiega Bellotti - Oggi ci sono politiche dell'Unione europea che rendono difficile questo passaggio». Invece di prenderne grossi volumi, la Bellotti è diventato produttore di coperte delle barche. La prima commessa importante riguarda un'imbarcazione a vela di 60 metri di Perini. C'è sempre più attenzione alla tracciabilità dei prodotti, oltre che alla sostenibilità della catena di fornitura.

ma pavimento del primo convoglio che entrerà in funzione in terra lombarda: a quattro, cinque sei carrozze.

Tappe del cambiamento

Anche questa commessa annuncia un cambiamento. Nel 2011 abbiamo visto quell'evoluzione da prodotto a sistema, coronata l'anno dopo dalle commesse importanti in questa direzione, quindi sviluppo insieme, con tanto di coprogettazione. E si vede nel nuovo reparto, con un'evoluzione del processo.

Che si riflette anche nel nuovo reparto dedicato, dove lavorano una quindicina di persone.

Qui si tratta di fornire il sistema già pronto per essere installato, non bisogna fare altro che fissarlo: una sorta di plug and play. La mentalità necessaria per affrontare questa nuova tappa è stata presa dai settori come quelli aeronautico e automotive: si è passati da un approccio sartoriale a uno altamente industrializzato.

«Per fare cose nuove, devi rinunciare a cose vecchie» commenta Pietro Bellotti. Meno produzione di volumi, maggiore specializzazione. Ma come adattarsi anche in termini di risorse umane? La risposta: «Abbiamo fatto dei bandi interni per le posizioni ricercate e abbiamo riqualificato il personale. Molti hanno cambiato radicalmente il loro ruolo. Ad esempio, ci sono magazzinoieri diventati operatori di qualità, o responsabili della programmazione che si occupano ora della gestione dei materiali. Il reperimento delle competenze ha portato anche a un discorso di foresterie interne e al welfare che si lega a tutto ciò. Se è stato complicato? Sì, più che altro non trovare tanto i responsabili, quanto gli operatori. E il decreto dignità ha contribuito a rendere tutto difficile».

Questo impegno passa anche dalle collaborazioni con atenei come il Politecnico di Milano e Università di La Spezia.



Il legno rimane protagonista ma cresce lo spazio di altri materiali



La prima commessa sul Frecciarossa. Poi interventi su 50 convogli