

Veneto economia

«Industria 4.0? Le Pmi fanno da sé»

Piovesana agli studenti di Economia: «Non abbiamo aspettato il governo»

► PADOVA

«Le pmi venete da tanti anni investono nel digitale, se avessimo dovuto attendere l'Industry 4.0 del governo avremmo già chiuso da tempo». Il corso di Strategia d'impresa dell'Università di Padova ha avuto ieri una "prof" speciale, l'imprenditrice del mobile Maria Cristina Piovesana, presidente e ad del gruppo Alf e numero uno di Unindustria Treviso. Per tre ore, ospite del professore Giovanni Costa, ha illustrato ai giovani i "segreti" dell'azienda, che da sempre investe in tecnologia, e

risposto alle loro numerose domande. Oggi il gruppo Alf Uno spa con sede a Gaiarine ha 350 dipendenti, ai quali si aggiungono i 1.500 dell'indotto. Tutto il lavoro viene realizzato in Italia e il fatturato 2016 è stato di 76 milioni. Esporta in 91 paesi nel mondo, dove spedisce 1400 container l'anno. Fin dall'inizio (l'anno di fondazione è il 1951), l'azienda ha presidiato i mercati esteri con una presenza diretta «per conoscere le esigenze dei clienti».

Il Gruppo Alf ha tre sedi, a Cordignano, Francenigo di Gaiarine e Vallonto di Fontanelle

ed è presente nei mercati con i marchi Alfdafre (design moderno), Alfitalia (mercato estero), e Valdesign (cucine). Fin da piccola in azienda, dal 2010 è stata catapultata alla sua guida all'improvviso, dopo la scomparsa del papà Oliviero, morto in un incidente in fabbrica. «Dopo un mese dal tragico evento io e mio fratello Piero abbiamo compiuto un lungo viaggio negli Stati Uniti e in Russia per rassicurare tutti i nostri clienti - ha spiegato - e contemporaneamente abbiamo spinto con nuovi prodotti». «Maria Cristina ha saputo coniugare l'azienda familiare con

lo sviluppo», ha commentato il professor Giovanni Costa. Da 33 anni l'azienda trevigiana è presente negli Usa, che resta ancora oggi il mercato principale. Poi c'è l'Italia (20%), Europa (15%), Russia (10%) ed Emirati (10%). Ma per arrivare nel mercato Usa è stato necessario passare per Colonia. «Qui ad una fiera abbiamo incontrato dei buyer americani - ha ricordato - Sono piaciute le nostre cucine e ce ne hanno chiesto mille, l'equivalente di anno di lavoro per noi: ma abbiamo assicurato che eravamo in grado di farlo». Un azzardo che ha aperto il

grande mercato Usa, che è cresciuto fino agli inizi degli anni 2000. Con l'euro il dollaro si è deprezzato e i prodotti Alf sono andati fuori mercato. La situazione difficile si è trascinata fino al 2005, quando Alf segna il primo rosso della sua storia: 2,5 milioni. «Due possibilità: mollare o reagire - ha raccontato Piovesana -. Abbiamo iniziato la rivoluzione aziendale: 20 milioni di investimenti, con un fatturato di 45, il tutto garantito dai beni della famiglia. Sindacati e collaboratori hanno dato la massima collaborazione: abbiamo chiuso uno stabilimento, siamo ripartiti. Abbiamo fatto una crisi, prima della crisi - ha proseguito Piovesana -. Prima del 2008 eravamo gli unici in quella situazione, ma arrivata la grande crisi eravamo già pronti ad affrontarla».

Nicola Brillo

