

Senza un vero rapporto con il cliente l'artigiano non sopravviverà

Pubblicato: Giovedì 17 Luglio 2014

L'Impresa delle Meraviglie



Una macchina per scrivere **Olivetti** al centro e tutt'intorno i prodotti realizzati in oltre mezzo secolo di **attività**. È il biglietto da visita della **BBL sas di Bombelli Giorgio & C.** dove si fabbricano stampi in acciaio per produrre i fanali delle moto. Nessuno direbbe mai che la missione principale di un'azienda di subfornitura metalmeccanica sia ricercare **bellezza e verità**. Eppure in questo spicchio spremuto di Varesotto, la lezione di **Adriano Olivetti** è passata nelle scelte di fondo, prima di papà **Giancarlo**, il fondatore, e poi del figlio **Giorgio**. Nella fabbrica di **Castiglione Olona** della famiglia **Bombelli** non si fa nulla senza declinare la parola **responsabilità** verso i dipendenti, l'ambiente e la comunità di appartenenza.

Giorgio, che cosa significa per lei essere imprenditore?

«Tendere all'unità del mondo, mettendo in quello che si fa i propri valori. Nel mio caso la fede è importante».

In che senso è importante?

«Io sono un focolarino (movimento laico fondato da **Chiara Lubich**, ndr) e quando devo affrontare certe situazioni riconosco che la fede e il Vangelo sono una palestra quotidiana straordinaria»

Ma se non avesse fatto l'imprenditore che cosa avrebbe fatto?

«Il coreografo, perché ho un talento: mettere in relazione i talenti degli altri»

Beh, se trasferissimo questo discorso in economia questo talento potrebbe utilizzarlo per costituire una rete di imprese?

«La rete di imprese non è una semplice questione di organizzazione. Credo che oggi sia la risposta a un problema esistenziale urgente, poiché è l'unico modo grazie al quale la maggior parte delle piccole

imprese italiane può sopravvivere al cambiamento globale. Non è facile come dirlo. È da vent'anni che ci provo ma mi scontro con un dato antropologico: l'individualismo dell'imprenditore italiano. Penso che la vera missione delle associazioni di categoria sia cambiare questa cultura che è anche una delle ragioni della crisi del sistema di rappresentanza».

La collaborazione tra imprese serve solo ad aumentare i volumi o a rispondere in maniera diversa alle richieste del mercato?

«Ogni giorno io mi chiedo come portare lavoro alla mia azienda. Insomma, mi chiedo perché un cliente dovrebbe venire da me per fare gli stampi se gli costa di più. Credo che la risposta, quando si è in concorrenza con il mondo, non possa essere solo sulle quantità e sui costi».

La Cina e i Paesi emergenti, secondo la tesi prevalente, sono concorrenziali sui costi ma non sulla qualità. È dunque sufficiente mantenere una qualità alta per sopravvivere?

«Sulla questione dei costi forse è vero, ma anche in quei paesi le cose stanno cambiando. Sulla qualità non concordo perché la Cina usa le stesse nostre macchine e ha la nostra stessa qualità. Però quello che mio padre ha fatto in una vita di impresa, loro lo hanno fatto in un solo anno. È quindi ben altro che una questione di costi e qualità».

In questo scenario che cosa può fare la vera differenza per un artigiano?

«Il rapporto tra fornitore e cliente. Chi decide di lavorare con noi ha una motivazione che si basa su alcuni valori condivisi: economia di comunione, rapporti etici e responsabilità sociale. Il vero problema è stato il venir meno di questi rapporti. La chiusura di tante medie aziende del settore ha portato l'anonimato nel rapporto tra un subfornitore come me e la grande azienda. Si appiattisce tutto, perché un manager tra quindici preventivi sceglie quello che costa meno, senza preoccuparsi di sapere chi sei e come lavori. Se non salveremo questo rapporto, non salveremo nemmeno i tanti artigiani che oggi soffrono. Il primo passo di questo salvataggio è costruire un sistema di subfornitura a chilometro zero, dove le piccole imprese abbiano fiducia l'una dell'altra».

Questo ragionamento è affascinante ma per cambiare questa cultura ci vorranno tempi lunghi, perché voi non vi rivolgete al consumatore finale.

«I nostri consumatori sono i clienti, cioè le aziende. Nel raggio di pochi chilometri ci sono almeno sei imprese come la mia, siamo la copia l'una dell'altra, ma se ci chiedono un pomodoro rosso e noi gli proponiamo una cassetta di pomodori verdi la cosa non funziona. Noi siamo poveri di struttura e non ragioniamo abbastanza sulla nostra offerta che è fondamentale se vuoi attirare clienti importanti. Bisogna proporre la nostra diversità collaborando, è l'unico modo per tornare a partecipare ai nuovi progetti di case produttrici importanti».

Come sono andati questi anni di crisi?

«Sono quattro anni che rinuncio allo stipendio perché voglio bene alla mia azienda. Abbiamo cambiato tutti i clienti, ma si continuano a raccogliere solo briciole. Partecipare a un grande progetto di Ducati, Husqvarna o Ktm è tutta un'altra cosa».

Come si concilia il profitto con il vangelo e la fede?

«A volte mi domando che senso ha stare qui a contare i soldi e a lottare con le banche. Ma i dubbi spariscono subito perché il problema non è perché lo faccio ma per chi lo faccio, ovvero per i miei dipendenti, i miei fornitori e per tutta la comunità che conta sul mio senso di responsabilità».

L'IMPRESA DELLE MERAVIGLIE

Scheda dell'azienda

BBL sas di Bombelli Giorgio & C.

Via Gorizia n. 3

21043 Castiglione Olona

Tel: 0331 859490

di [Michele Mancino](#)