

Quattro domande a tre imprenditori alle prese con un mercato difficile

Le nostre aziende tra luci e ombre

Intervista a Francesco Divella



Divella S.p.A.

Inizio attività aziendale: 1890

Numero dipendenti: 226 in Italia e 24 all'estero (precisamente in Australia dove partecipa al 100% una società di distribuzione alimentare chiamata Bon Food che tra gli altri prodotti distribuisce anche la pasta).

Fatturato aziendale 2004: mil. EU 145

Quota di mercato in Italia e all'estero (in percentuale): in Italia il secondo posto con l'8,5%. Nel segmento mondiale occupa il 3% del totale della pasta italiana esportata fuori dall'Italia. (Rilevazioni Nielsen famiglie)

Sede: Largo Domenico Divella 1, Rutigliano (BA)

Quali sono i punti di forza e di debolezza della sua azienda?

I punti di forza sono sicuramente individuabili nel puntare costantemente ad un prodotto di qualità che si collochi su una fascia di prezzo medio-alta riuscendo in tal maniera ad essere molto competitivi nel rapporto qualità-prezzo.

Punti di debolezza: più che punti di debolezza interni all'azienda, segnalo le carenze infrastrutturali che attanagliano la Puglia ed il Mezzogiorno penalizzando le imprese riducendone i loro margini di guadagno. Mi riferisco alle condizioni delle strade ed autostrade, al basso sviluppo delle strutture portuali (Bari per esempio si è lanciata solo nel traffico crocieristico "dimenticandosi" delle navi mercantili e porta-contanieri), al sistema aeroportuale che oggi nonostante un mega-aeroporto internazionale appena avviato, continuano a mancare i collegamenti importanti con le maggiori città italiane (Roma e Milano) e con le capitali mondiali, al sistema ferroviario che per ciò che riguarda l'Alta Velocità si è fermato ad Eboli (pardon... Napoli).

Quale è la situazione del mercato interno ed estero, rispetto alla sua azienda?

Il mercato nazionale della pasta di semola di grano duro sta allineandosi alla crisi nazionale ed internazionale evidenziando preoccupanti cali di vendite un po' per tutte le aziende.

La mia azienda, cresciuta lentamente nel corso dei suoi 115 anni di storia, si è consolidata parecchio sia sul mercato domestico che su quello estero riuscendo allo stato attuale a fronteggiare la crisi di consumi e la svalutazione del dollaro per

quanto riguarda le vendite in area dollaro appunto. Le armi maggiori utilizzate sono state la qualità del prodotto, una politica di marketing e di fidelizzazione del cliente abbastanza accorta e la massima cura nell'acquisto delle materie prime che, come si può immaginare, in una azienda manifatturiera, rappresentano la più grande voce di costo e che ancora oggi sono condotte in prima persona dalla famiglia.

Le istituzioni pubbliche possono svolgere un ruolo nei confronti delle aziende, in un momento delicato come quello attuale?

Le istituzioni pubbliche, se vogliono che il benessere, il ruolo sociale e lo sviluppo che le imprese generano sul territorio con la loro attività possano superare con i minor danni possibili questo momento

di crisi strutturale, devono obbligatoriamente farsi carico dei problemi collaborando con le imprese e le associazioni di categoria affinché congiuntamente si trovino delle soluzioni idonee ed efficaci per uscire

da questa situazione sfavorevole per le nostre imprese.

Quali sono, a suo parere, le prospettive per l'economia pugliese?

Il mio punto di vista è improntato sulla fiducia e sull'ottimismo anche se i segnali negativi fanno riflettere.

Le potenzialità inesprese nei settori in cui può essere protagonista in Italia e nel mondo come l'agroalimentare, il turismo, l'artigianato, i servizi, possono rappresentare le direttrici dello sviluppo futuro sul quale basare il rilancio della nostra economia e l'allontanamento della crisi attuale. (emmepi)



Michele Piazzolla socio della Pezzol S.r.l. di Barletta

Quali sono i punti di forza e di debolezza dell'azienda?

Un punto di forza è il management giovane, dinamico e creativo.

Il punto di debolezza principale è l'essere inseriti in un contesto sociale e infrastrutturale che non favorisce propriamente la crescita delle aziende.

Qual è l'attuale situazione di mercato?

Il trend degli ultimi tre anni è in crescita, ma è altrettanto vero che le ciclicità a cui la storia economica ci ha abituato vanno riviste al ribasso per il futuro.

Investire nella qualità del prodotto e dei processi produttivi è importante quanto investire nel marketing e nelle politiche di sostegno del brand.

Quale ruolo possono svolgere le istituzioni?

Concordo con quella che viene definita da alcuni economisti la terza via, ove lo Stato regola e sorveglia i mercati e



al contempo garantisce la libera concorrenza degli stessi. E' auspicabile ed indispensabile che questo avvenga in un contesto europeo.

Quali le prospettive future?

Mi sembra doveroso che siano attivati tutti gli strumenti utili a fronteggiare il dumping sociale, ambientale e valutario a cui l'Europa è attualmente esposta, ma l'hardware europeo deve necessariamente evolversi. Senza di questo le imprese, il software, non genereranno risultati.

Pezzol S.r.l.

Inizio attività : 1971

Fatturato :

€ 9.000.000

Tipo attività : Produzione calzature antinfortunistiche

Mercato: Italia, Paesi UE, extra UE.

Sede: via Trani 107, Barletta

Intervista a Cosimo Grimaldi, socio del Maglificio Mariella di Barletta

Quali sono i punti di forza e di debolezza dell'azienda?

Per ciò che riguarda i punti di forza sono senza dubbio il marchio, la ricerca e l'innovazione continua del prodotto. Il punto debole è in parte una qualità che non è ancora al top a causa del nostro indotto che non riesce a garantire materiale e personale di livello assoluto.

Qual è l'attuale situazione di mercato?

Gli ordini sono calati. Abbiamo fatturato un 20% in meno e ciò ci costringe ad una forsennata corsa verso il prodotto più qualificato ad un costo più basso.

Quale ruolo possono svolgere le isti-

tuzioni?

Le istituzioni possono tutto. Ritengo che il vero problema non è la Cina perchè le merci che arrivano legalmente non hanno al dettaglio un costo non concorrenziale, ma un incontrollato contrabbando che permette ai cinesi di vendere all'ingrosso a prezzi imbattibili. Lo Stato come ha sconfitto il contrabbando di sigarette può debellare questo nuovo cancro.

Quali le prospettive future?

Stiamo lavorando per entrare in altri mercati ma se la situazione dovesse continuare con questo trend sarò costretto a togliere una parte della lavorazione e a ridurre il personale.



Maglificio Mariella

Inizio attività: 1986

Fatturato:

€ 5.380.203

Tipo attività: Produzione confezioni abbigliamento sportivo

Mercato: Italia, prossima apertura mercato statunitense.

Sede: via Vecchia Madonna dello Sterpeto 31, Barletta