

L'impresa familiare protagonista dello sviluppo economico. Soprattutto in Lombardia. La conferma arriva da Top500, la classifica delle 500 imprese più significative del territorio. La ricerca, promossa da Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza e da PwC, ha evidenziato come la Lombardia si ponga ai vertici della categoria. Fra le 500 imprese analizzate, ben 219 sono family business. Con la Brianza a guidare un'evoluzione significativa di questo modello d'impresa che si identifica con il territorio, mostrando una particolare vocazione per l'export. Come attestano alcuni dati: negli ultimi 5 anni le PMI del territorio brianzolo hanno visto crescere le esportazioni del 20,6% (la crescita media italiana è del 18,4%), puntando molto su ricerca e innovazione come chiave fondamentale per la

L'EVOLUZIONE DELLE IMPRESE DI FAMIGLIA IN LOMBARDIA

il territorio di più antica radice industriale

crescita. Ma l'evoluzione dell'impresa familiare in Lombardia è fotografata anche da altri studi che mostrano un risvolto sociale non indifferente. Una ricerca condotta dall'Osservatorio Aub (centro studi sulle strategie delle imprese familiari dell'Università Bocconi di Milano) mostra come nel distretto industriale di Monza e Brianza il passaggio generazionale sia

a favore del gentil sesso. Qui, più che altrove, il ricambio generazionale sembra premiare il genere femminile. E' sempre la classifica Top500 a sottolineare questa evoluzione: dove è avvenuto il ricambio generazionale, con una donna fra gli eredi, la leadership dell'azienda è andata proprio a quest'ultima nella metà dei casi analizzati.

Da trent'anni al servizio dell'illuminazione. Rigorosamente Made in Italy. L'azienda fondata da Claudio Raina più di trent'anni fa è un ideale connubio di tecnologia e design, al servizio dell'industria come del settore terziario. Credere in un prodotto significa saper trasmettere la passione per il proprio lavoro, come racconta il fondatore: "vengo in azienda ogni giorno con lo stesso spirito. Sono mosso dal medesimo entusiasmo degli inizi, e questo lo trasmetto quotidianamente a tutti i miei collaboratori". Nella sede di Cilavegna (PV) si lavora così, giorno dopo giorno, per raggiungere gli obiettivi di assoluta qualità del prodotto. 85 i dipendenti e i collaboratori che danno vita ai tre marchi aziendali: IDEALLUX (per l'illu-

minazione del settore industriale e terziario), LOOKUP (per l'illuminazione tecnico decorativa di interni) e COLOMBO (per l'illuminazione outdoor). Tre brand che vivono sotto lo stesso tetto e che contribuiscono a far conoscere il Made in Italy nel mondo. Tanto è vero che il 35% del fatturato aziendale viene dall'export: Europa ed Emirati Arabi Uniti fra i primi clienti. "De-

vazione". Un esempio? Il sistema Vario Lumen e Vario Kelvin proposti nella linea Lookup. Due sistemi di controllo che rendono l'illuminazione facile, confortevole e conveniente, come racconta Raina: "senza interfacce software è possibile agire direttamente sul corpo illuminante per regolare l'intensità luminosa e la temperatura del colore, per adattare la luce all'am-

IDEALLUX - GRUPPO RAINA,

la tecnologia al servizio dell'illuminazione



stiniamo il 4% del fatturato aziendale per la Ricerca e Sviluppo", racconta Raina, "perché oggi è facile fregarsi di un "Made in Italy" senza produrre in Italia. Noi facciamo tutto in azienda, dall'ideazione del prodotto, alla sua promozione e distribuzione presso clienti che da sempre apprezzano il nostro alto tasso di inno-

viante. Per una totale personalizzazione dell'illuminazione". O ancora la plafoniera INNOVA, pensata per il settore industriale, completamente a LED, oggi il simbolo di una costante ricerca al servizio dell'industria, per un'illuminazione a 360 gradi. "La nostra azienda è certificata 100% Made in Italy e a Km 0, e così sarà sempre. Alcuni mi hanno definito eroico perché non delocalizzo. Ma credo fermamente che fare concorrenza di qualità all'Oriente sia possibile anche in Italia. Lo sto dimostrando, anche se attendo ancora che il mercato ci premi come meritiamo", conclude il titolare.

Innovare restando nella tradizione. La sfida delle imprese di famiglia

"Sfida". E' questa la parola chiave per il gruppo Raina. Una sfida che per questa impresa di famiglia si declina sotto varie forme. La sfida è essere al contempo un'impresa familiare, il produrre in Italia, il continuare a investire in innovazione, il produrre a Km 0. Solo così si comprende la filosofia aziendale che oggi, anche grazie all'adesione al circuito ELITE - programma per le imprese nato in Borsa Italiana nel 2012 con la collaborazione di Confindustria, dedicato alle aziende ambiziose, che hanno determinati requisiti di alto profilo - fa del Gruppo Raina un esempio emblematico ma allo stesso tempo concreto di Made in Italy certificato a Km 0. "La nostra sfida è anche sapere guardare oltre, dove altri non hanno posato l'occhio. Per questo miriamo a nuove acquisizioni e all'espansione a nuovi mercati emergenti, come quello Australiano", racconta il fondatore Claudio Raina. Infine, stimolare i clienti con prodotti sempre innovativi, come la plafoniera ZITA: la lampada a LED più economica e performante della sua categoria. Pensata per l'illuminazione di impianti industriali, esercizi commerciali ma anche per appartamenti e loft.

Varcando i cancelli della sede di Buffoli Transfer in via Stretta a Brescia si ha quasi l'impressione di entrare in un atelier della tecnologia e di toccare con mano lo stato dell'arte delle macchine utensili multi-mandrino Made in Italy. In 60 anni di vita la Buffoli non ha mai interrotto la sua crescita ed evoluzione, aggiungendo sempre un mattone ad una storia di creatività ed innovazione meccanica ed elettronica. L'ultima tappa è stata la costituzione di un

gruppo industriale in grado di installare in tutto il mondo impianti all'avanguardia per la produzione in serie di componenti metallici. Così nel tempo si è costituita la Buffoli Automazioni e la Buffoli Meccanismi, si è acquisita la Electro Engineering - un'eccellenza in grado di progettare soluzioni hardware e software personalizzate - si è stretta una collaborazione con il gruppo tedesco HB-Turnkey, che nella sua nuova sede ospita Buffoli Deutschland, si è dato vita alle filiali americana e cinese, a una rete di imprese in India e



Francesco ed Edoardo Buffoli

Buffoli Industries, i valori delle family company in una multinazionale tascabile

una per la promozione del sistema operativo Cloud Mindsphere. Oggi il Gruppo Buffoli Industries conta 110 dipendenti fra meccanici ed elettronici, ha chiuso il 2018 con oltre 35 milioni di valore prodotto e un portafoglio ordini di 12 mesi da parte di aziende leader dei settori automotive, pneumatica, idraulica, gas e serrature. Ma il prossimo step sarà rappresentato dal nuovo polo tecnologico di 15.000 mq che sta ultimando a poche centinaia di metri dalla sede. "L'obiettivo è di

crescere differenziando ulteriormente la nostra produzione e integrando tecnologie accessorie per fornire sistemi complessi chiavi in mano. Intendiamo realizzare a Brescia nel sito dismesso dalla Metallurgia Cidnea una concentrazione di tecnologia che spazierà in molti ambiti di una moderna fabbrica 4.0 e diventerà una vetrina internazionale per la manifattura del futuro" - spiega Francesco Buffoli, che insieme al fratello Edoardo è alla guida dell'impresa di famiglia fondata dal padre Mario nel 1958 e che sta crescendo in tecnologia, struttura ed ambizioni, sempre nel rispetto dei valori fondativi dell'impresa di famiglia.



sione questo lavoro assieme ai figli Carlo (29 anni, responsabile del settore fiere e del marketing e comunicazione) e Vittoria (31 anni, responsabile dei ricambi). "La nostra azienda ha fatto la storia della nautica e oggi siamo ancora un nome che conta, come dimostrano le recenti partnership con marchi internazionali", racconta Maurizio Selva. Fra questi Yamaha, che dal 1999 è socio di Selva Marine. Una collaborazione fondamentale, strategica,

fama del marchio fra gli appassionati con 40 titoli mondiali, 65 europei, 150 nazionali. "Selva Marine è l'unica a livello europeo a possedere un ciclo completo di produzione: dalla creazione del pezzo fino all'imballo finale e alla sua spedizione. Abbiamo anche l'unica camera certificata per i test finali dei motori", sottolinea Maurizio Selva, che è anche Presidente di settore motori di UCINA (la Confindustria nautica). Le previsioni per il futuro sono buone e poggiano tutte sulla consapevolezza di essere stati i primi in molti campi e di detenere ancora molti primati, come ricorda il figlio Carlo: "tutto ciò che è stato innovativo nella nautica è uscito da Tirano. Abbiamo realizzato il primo motore turbo diesel fuoribordo, quello più potente al mondo che raggiunge i 627 CV, i primi motori elettrici per fuoribordo ed i primi package motore/barca o gomme sul mercato italiano".



Il mare in montagna con Selva Marine: velocità, qualità, tradizione

Valtellina. Un territorio pulsante, famoso per il turismo e le sue eccellenze enogastronomiche. Ma anche per quelle industriali e aziende capaci di valorizzare le proprie competenze. Succede così a Tirano, dove dal 1963 è attiva nella produzione di motori fuoribordo Selva Marine. E' proprio qui, al confine italo-svizzero, che il fondatore Lorenzo Selva trasferisce alla fine degli anni cinquanta tutta la produzione, originariamente dislocata nello stabilimento di Sesto San Giovanni, alle porte di Milano. A capo dell'azienda troviamo oggi Maurizio Selva, che porta avanti con pas-

che ha permesso all'azienda di Tirano di superare gli inevitabili momenti difficili che ha attraversato il settore. Altrettanto importante è la collaborazione con Yanmar, produttore a livello mondiale di motori marini entrobordo, per la quale produciamo trasmissioni di potenza. Oggi il fatturato si attesta intorno ai 15 milioni, con incrementi annui intorno al 3-5%. Entrare nella sede di Tirano significa però rivivere anche un pezzo di storia. Tanti i trofei che accolgono il visitatore, un ricordo nostalgico delle competizioni nautiche che hanno contribuito alla



Aldo Cranchi

Cranchi, da 150 anni rotta verso il futuro

Centocinquant'anni con la prua verso il futuro. È la storia di Cranchi, azienda fondata da Giovanni Cranchi nel 1870 e oggi, dopo cinque generazioni, più che mai lanciata verso il successo. "Abbiamo una storia importante, ma non ci siamo mai fermati. Fare sempre rotta verso il futuro è il nostro modo di essere grandi". A parlare è Paola Cranchi, quinta generazione in azienda dove con la sorella Elena e il fratello Guido e il socio Franco Monzino, affianca il padre Aldo, presidente della ditta nata sulle rive del lago di Como, che oggi conta due stabilimenti produttivi con impianti tecnologicamente avanzati e una forza lavoro di circa 150 persone. "La nostra attività va dall'idea al prodotto finito - spiega Paola - Questo richiede un'organizzazione capillare delle fasi produttive. Le mansioni meno salubri e più impegnative sono affidate in parte o interamente alle macchine. Non siamo rimasti insomma fermi a 150 anni fa: abbiamo portato l'azienda verso un futuro sostenibile con investimenti in tecnologia volti a salvaguardare l'uomo e l'ambiente". Un'azienda proiettata in avanti anche sul fronte dei servizi: da menzionare la realtà di Marine Test Centre, sull'Adriatico, dove sono esposti tutti i modelli Cranchi (attualmente 14) con la possibilità, per il cliente, di provarli direttamente in acqua. In programma c'è l'apertura di un altro centro in Sardegna per un'assistenza ottimale alla clientela. "Siamo inoltre uno dei pochi cantieri al mondo a collaborare nella realizzazione di nuovi sistemi propulsivi - dice Paola Cranchi - Da quasi cinquant'anni collaboriamo strettamente con Volvo Penta alla quale forniamo un ambiente ideale per lo sviluppo dei motori". La forte crisi del 2008 è stata avvertita in azienda trasformandola tuttavia in un'occasione per rinnovarsi. "Abbiamo capito che un certo modo di lavorare non andava più bene - spiega Paola - Dovevamo darci un'organizzazione industriale per ottimizzare la produzione. Un nostro asso nella manica risiede nella forte capacità di generare idee. Una di queste è stata quella di conciliare la nostra competenza tecnica con un design di qualità come quello di Christian Grande: il suo estro ha dato una ventata di freschezza alle nostre barche e i risultati sul mercato sono stati formidabili e immediati". Tanti i programmi per il prossimo quinquennio, a cominciare da un ampliamento della gamma alta dai 45 ai 78 piedi.

