



di Lara Mazza

OCCHIELLI HAUTE COUTURE

VICINA A FESTEGGIARE 50 ANNI DI STORIA, L'AZIENDA VARESENA VA OLTRE LA QUALITÀ DEI SUOI PRODOTTI: LA SUA ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ LA RENDE UN ESEMPIO DA SEGUIRE PER TUTTI COLORO CHE AMANO LA QUALITÀ E IL RISPETTO DELL'AMBIENTE.



Davide Ambrosetti

Alle porte di Varese, tra panorami mozzafiato e montagne lussureggianti, sorge una storica realtà produttiva che da quasi cinquant'anni si dedica alla produzione di occhiali di alta qualità. Questa azienda si chiama Ambrosetti Srl, e rappresenta un punto di riferimento per la produzione di occhiali per abbigliamento, calzature e accessori. Fondata nel 1977, l'azienda si è sempre distinta per la qualità artigianale dei suoi prodotti e per l'attenzione ai dettagli. Oggi, Ambrosetti è una realtà snella e dinamica a conduzione familiare guidata da Davide Ambrosetti, figlio dell'omonimo fondatore, che ha ereditato dalla famiglia non solo la passione per il lavoro ben fatto, ma anche l'amore per la tradizione e la cultura del territorio. La produzione di occhiali spazia tra diversi materiali, come ottone, acciaio, alluminio e inox, e in diverse forme e dimensioni, per soddisfare le esigenze dei clienti più esigenti. La lavorazione avviene internamente e utilizza macchinari e tecnologie di produzione all'avanguardia, ma senza mai perdere di vista la tradizione artigianale che contraddistingue l'azienda. Ma non è solo la qualità dei prodotti a distinguere questa realtà dalle altre: Ambrosetti, infatti, si contraddistingue anche per la sua attenzione all'ambiente e alla sostenibilità. Tutti i materiali utilizzati per la produzione degli occhiali sono selezionati con cura, privilegiando quelli a basso impatto ambientale. Inoltre, l'azienda si impegna nella riduzione dei rifiuti e nel riciclo dei materiali, contribuendo così alla salvaguardia del nostro pianeta. Davide Ambrosetti e Marco Mazzoleni, socio e responsabile gestione produzione, entrambi di seconda generazione, da noi intervistati, guidano una realtà artigianale che dimostra come la passione per il lavoro ben fatto e l'attenzione per l'ambiente possano andare di pari passo, creando prodotti di alta qualità che rispettano la natura e le persone. Una realtà che rappresenta un esempio di eccellenza italiana nel mondo della produzione di occhiali, e che merita di essere conosciuta e apprezzata da tutti coloro che amano l'eccellenza e la sostenibilità.

Grazie per averci dato l'opportunità di entrare nella vostra azienda. Poter vivere, anche se per un breve periodo, tutti gli aspetti della vostra realtà ci ha permesso di vedere molte cose che, limitandosi ai risultati finanziari o economici, sarebbero sfuggite. In altre parole, questa esperienza ci ha offerto una prospettiva più completa e dettagliata dell'azienda. Da dove iniziamo?

"Ci troviamo nel magazzino dove è presente una parte del prodotto finito" introduce Davide Ambrosetti. "Nel corso degli anni, il mercato è cambiato e di conseguenza la quantità di prodotto finito nel magazzino si è ridotta sempre di più. Quando abbiamo iniziato, c'era una vasta gamma di prodotti disponibili sul catalogo e il magazzino era un'importante risorsa per garantire tempi di consegna rapidi. Adesso invece ci concentriamo soprattutto sulla produzione di articoli specifici per i singoli clienti, con marcature, incisioni e finiture personalizzate, in base

ai capitolati richiesti. Nel tempo abbiamo complicato notevolmente la produzione, in quanto, sebbene ci concentriamo principalmente sulla realizzazione di occhiali, questi si declinano in numerose forme, dimensioni, finiture e materiali diversi."

Quindi, per voi, oggi, non è più conveniente avere un magazzino di prodotto grezzo?

"Noi abbiamo due filoni di mercato distinti: uno industriale, che è più tradizionale e meno dinamico, e consente di gestire un magazzino a rotazione in modo efficiente con i clienti storici. L'altro filone, invece, è quello legato al mondo della moda, che comprende la pelletteria e l'abbigliamento. In questo settore, le collezioni cambiano di stagione in stagione, rendendo la gestione del magazzino più complessa. Sebbene la produzione di occhiali possa sembrare un dettaglio tecnico, è in realtà un elemento di grande importanza per molti accessori di moda. Nel complesso, il settore della moda è ancora molto dinamico, nonostante il periodo di blocco del 2020. Si tratta di uno dei settori più importanti dell'economia italiana, con un fatturato di circa 63 miliardi di euro nel 2021, pari al 3,2% del PIL nazionale".

www.ambrosettisrl.com



On the edge of Varese, amidst breathtaking views and lush mountains, stands a historic manufacturing company that has been dedicated to the production of high-quality eyelets for almost fifty years. This company is called Ambrosetti Srl, and it is a benchmark for the production of eyelets for clothing, footwear and accessories. Founded in 1977, the company has always stood out for the quality craftsmanship of its products and its attention to detail. Today, Ambrosetti is a streamlined and dynamic family-run business led by Davide Ambrosetti, son of the founder of the same name, who has inherited from the family not only a passion for a job well done, but also a love for tradition and the culture of the area. Eyelet production ranges from different materials, such as brass, steel, aluminum and stainless steel, and in different shapes and sizes, to meet the needs of the most demanding customers. It is a complete processing that uses state-of-the-art machinery and production technology, but without ever losing sight of the craftsmanship tradition that sets the company apart. It is not only the quality of the products that distinguishes this reality from others: Ambrosetti, in fact, also stands out for its attention to the environment and sustainability. All materials used for the production of eyelets are carefully selected, favouring those with low environmental impact. In addition, the company is committed to waste reduction and recycling of materials, so helping to safeguard our planet. Davide Ambrosetti and Marco Mazzoleni, partner and production management manager, second generation, whom we interviewed, are leading an artisanal enterprise that demonstrates how passion for a job well done and attention to the environment can go hand in hand, creating high-quality products that respect nature and people. An entity that represents an example of Italian excellence in the world of eyelet production, and that deserves to be known and appreciated by all those who love excellence and sustainability.

Thank you for giving us the opportunity to enter your company. Being able to experience, even if for a short time, all aspects of your reality allowed us to see many things that, limited to financial or economic reports, would have been missed. In other words, this experience has given us a more complete and detailed perspective of the company. Where do we begin?

"We are in the warehouse where some of the finished product is located" introduces Davide Ambrosetti. "Over the years, the market has changed and consequently the amount of finished product in the warehouse has become smaller and smaller. When we started, there was a wide range of products available in the catalog, and the warehouse was an important resource to ensure quick delivery times. Now, on the other hand, we focus mainly on producing specific items for individual customers, with custom branding, engravings and finishes, based on the requested specifications. Over time we have made production considerably more elaborate, because although we mainly focus on making eyelets, they are available in many different shapes, sizes, finishes and materials."

Then, for you today, is it not convenient anymore to have a warehouse of unprocessed product?

"We have two distinct market strands: one industrial, which is more traditional and less dynamic, and allows us to run a rotational warehouse efficiently with long-term clients. The other strand, however, is related to the fashion world, which includes leather goods and apparel. In this industry, collections change from season to season, making warehouse management more complex. Although the production of eyelets may seem like a technical detail, it is actually a very important element for many fashion accessories. Overall, the fashion industry is still very dynamic, despite the 2020 lockdown period. It is one of the most important sectors of the Italian economy, with a turnover of about 63 billion euros in 2021, accounting for 3.2 percent of the national GDP."

EYELETS HAUTE COUTURE

CLOSE TO CELEBRATING 50 YEARS OF HISTORY, THE VARESE COMPANY GOES BEYOND THE QUALITY OF ITS PRODUCTS: ITS FOCUS ON SUSTAINABILITY MAKES IT AN EXAMPLE TO FOLLOW FOR ALL THOSE WHO LOVE QUALITY AND RESPECT FOR THE ENVIRONMENT.

Ci spostiamo ora nella zona di confezionamento degli occhiali dove macchinari di ultima generazione lavorano incessantemente. "La nostra linea di confezionamento è dotata di macchine innovative, come quella che conta gli occhiali attraverso un sistema ottico integrato a tre telecamere, anziché basarsi sul peso specifico. Questo macchinario ci consente di avere una precisione di conteggio elevata, evitando contestazioni sui numeri. Inoltre, ogni busta riporta un codice a barre che permette di accedere ai dati di tracciabilità del prodotto, come l'articolo, il materiale utilizzato, il lotto di produzione e il contenuto di vari metalli, un dato che viene monitorato attentamente. In questo modo, è possibile tracciare l'intero percorso del prodotto, fino al produttore del nastro grezzo di ottone. Stiamo inoltre lavorando sulla nostra Carbon Footprint. Entro ottobre, otterremo la certificazione ambientale ISO 14001, sia per la parte commerciale che per quella produttiva, per dimostrare il nostro impegno verso la sostenibilità ambientale".

A quanto ammonta la vostra produzione annuale?

"Produciamo circa 150 milioni di occhiali all'anno, destinati principalmente alla fascia alta del mercato della moda o a nicchie ben specifiche. Il nostro vantaggio competitivo risiede nel servizio che offriamo, poiché la qualità del prodotto è ormai considerata una caratteristica implicita. Attualmente, il nostro obiettivo principale è quello di eliminare completamente l'utilizzo di plastica. Tuttavia, gestire le minuterie senza plastica rappresenta una sfida importante, poiché non ci sono soluzioni industriali facilmente implementabili. Dobbiamo quindi stare al passo con le esigenze del mercato, che per noi sono rappresentate dalle richieste dei brand, mentre per i nostri clienti sono le esigenze dei consumatori. Al di là di ciò che il mercato richiede, per noi è importante agire con responsabilità nei confronti delle future generazioni."

Facciamo un passo indietro: com'è nata la Ambrosetti Srl?

"L'azienda è stata fondata nei primi anni '70 come azienda di servizio per le pelletterie e le valigie della zona di Varese, che in quel periodo era ricca di piccoli laboratori artigianali e di aziende medio-grandi. Nel tempo, i nostri genitori hanno acquisito la parte di produzione dell'azienda, consentendo alla nostra attività di trasformarsi da un'azienda commerciale a una azienda sia commerciale che produttiva. Poco dopo, abbiamo iniziato a cercare nuovi mercati al di fuori di quello originario dell'occhiale industriale, combinando le nostre conoscenze del mondo della

pelletteria e della calzatura con la produzione di occhiali. Questo ha dato vita a un nuovo mercato, quello degli occhiali destinati al settore della moda, dell'abbigliamento e della pelletteria. L'unione delle nostre competenze produttive e commerciali ci ha permesso di sviluppare l'azienda, esplorando nuovi mercati legati al mondo fashion. In origine, gli occhiali che producevamo non erano destinati al settore della moda, ma erano considerati prodotti commerciali standard per settori industriali legati ai trasporti e all'arredamento d'interni. Nel tempo, siamo riusciti ad aprirci ad altri settori e a proporre occhiali personalizzati ai nostri clienti, differenziandoci per forma, presentazione e sostanza rispetto ai prodotti standard. Questo ci ha permesso di esplorare nuovi orizzonti e di andare alla ricerca di nuovi mercati. La strada che abbiamo intrapreso ci ha già portato a nuove opportunità di crescita e sviluppo. Siamo stati realmente dei precursori".

Oggi siete anche una azienda 4.0, corretto?

"Esatto" risponde Marco Mazzoleni "Abbiamo fatto diversi interventi all'interno della nuova struttura, tra cui la creazione di un nuovo laboratorio dotato di macchinari di ultima tecnologia dove verificare i vari processi di rifinitura e un nuovo impianto per il riciclo delle acque che è in fase di attivazione e ridurrà gli sprechi. È stata anche l'occasione per vedere tutti i flussi all'interno dell'azienda: da come e da chi viene gestito ogni singolo ordine cliente sino ad arrivare all'ordine produzione. Il nuovo software gestisce tutta la parte produttiva e che si interfaccia anche tra il software amministrativo e la produzione, raccogliendo dati che diventano patrimonio dell'azienda. È un cambio di mentalità molto stimolante".

Nonostante le ovvie difficoltà legate al momento, il mercato continua a mostrare segnali di buona salute e la moda a generare lavoro. Siete soddisfatti dei risultati ottenuti fino ad ora?

"Sì, siamo soddisfatti dei nostri risultati, anche se dobbiamo ammettere che, come azienda, siamo un'infinitesima parte del mercato della moda e quindi non rappresentiamo un indicatore unico dell'andamento del settore nel suo complesso. Tuttavia, i dati di mercato dimostrano che la moda ha affrontato egregiamente alcune difficoltà negli ultimi anni, magari con tassi di crescita inferiori rispetto al passato, ma nel complesso non è un settore stagnante e continua a mostrare segnali di vitalità".

Che ha consentito anche a voi di crescere, corretto?

"Negli ultimi anni, abbiamo fatto molti investimenti come azienda. Abbiamo visto una crescita del nostro personale, non tanto in termini di quantità di lavoro, ma principalmente perché ci stiamo avvicinando al cambio generazionale e dobbiamo introdurre nuovo personale e formarlo. Il nostro lavoro è molto di nicchia e non esiste una scuola o figure professionali già esperte in questo campo; quindi, la formazione avviene principalmente sul campo, soprattutto per quanto riguarda la produzione, che è la parte più complessa. Abbiamo investito molto nella struttura, nella tecnologia, in impianti nuovi, nell'industria 4.0, in macchinari per il laboratorio e in nuovi

TECNOLOGIA E ARTIGIANALITÀ



Marco Mazzoleni



tangibile e quindi difficile da proteggere, ma attraverso l'industria 4.0 e i software necessari, abbiamo potuto raccogliere queste informazioni in modo sistematico e preciso. È importante possedere questo patrimonio di conoscenze in modo indipendente dalle singole persone, poiché le metodologie di lavoro basate solo sul saper fare delle persone sono vulnerabili e instabili. Tuttavia, è altrettanto importante che le persone che lavorano in azienda possiedano una conoscenza approfondita, poiché sono loro a dare vita alle idee e alle soluzioni. Le macchine e i software possono essere d'aiuto, ma il lavoro è sempre legato alla manualità e alla competenza delle persone. Le persone non possono essere proprietarie di queste conoscenze, ma devono essere responsabili della loro applicazione e sviluppo".

La vostra azienda che non spreca nemmeno un grammo delle vostre materie prime perché lavorate metalli costosi. Anche questo si traduce in sostenibilità...

"La sostenibilità è un tema centrale nella nostra azienda e ne facciamo un'attenzione costante in ogni fase del processo produttivo. Partiamo dall'approvvigionamento energetico: abbiamo installato numerosi pannelli fotovoltaici per produrre energia e ne stiamo installando ancora di più nella parte di produzione. Cerchiamo di diventare sempre più autonomi dal punto di vista energetico. Quello che non produciamo lo acquistiamo solo da fornitori che ci garantiscono la produzione da fonti rinnovabili. Da anni compriamo materiali prodotti con energie derivanti da fotovoltaico e idroelettrico, nonostante i costi maggiori, poiché crediamo che sia una spesa eticamente ripagata. La sostenibilità si estende anche alla nostra produzione perché utilizziamo materiali che generano il minor quantitativo di scarti e rifiuti. Fortunatamente, l'ottone è altamente riciclabile: infatti una parte di ciò che compriamo diventa il nostro prodotto finito, mentre i ritagli e gli sfridi vengono rifusi e riutilizzati come materia prima. Questo vale sia per l'ottone che per l'alluminio. Anche i materiali ferrosi, che costituiscono una piccola parte dei nostri acquisti, sono gestiti in modo sostenibile. In pratica, nulla finisce in discarica. Il nostro impatto ambientale è ridotto al minimo, con una quantità di rifiuti urbani davvero minima".

Siete un'azienda che si impegna attivamente per la sostenibilità, ma non lo fate solo per seguire una moda.

"La sostenibilità è un tema di grande importanza per noi e lo mettiamo volentieri in pratica. Tuttavia, non è sufficiente perché la sostenibilità sta diventando sempre più un tema a 360 gradi che coinvolge anche la produzione e gli imballaggi. Per questo motivo, abbiamo adottato numerose strategie per rendere i nostri imballaggi più sostenibili. Utilizziamo solo scatole con carta FSC e plastica rigenerata e riciclabile. Inoltre, tutti gli imballaggi sono identificati secondo la normativa vigente, con i simboli e le modalità per riciclarli, in modo che chi li riceve sappia come smaltirli correttamente. Anche i nastri adesivi che utilizziamo per sigillare le scatole sono di cartone, mentre sulle etichette dei sacchetti di plastica, se non le stampiamo direttamente, utilizziamo etichette di plastica riciclabile. In questo modo, vogliamo facilitare il cliente finale nel corretto smaltimento degli imballaggi. Siamo consapevoli che questi sono solo i primi passi e che la sostenibilità è un tema che richiede un impegno costante e sempre più approfondito, ma siamo determinati a fare la nostra parte per un futuro migliore".

stampi per produrre nuovi prodotti. Insomma, siamo un'azienda dinamica e pronta a adattarsi alle nuove sfide del mercato".

Come l'industria 4.0 ha rivoluzionato la produzione e quali vantaggi competitivi ha portato all'azienda?

"Abbiamo deciso di introdurla nella nostra azienda per migliorare la fase di produzione che riguarda la lucidatura del metallo. In passato, utilizzavamo macchinari tradizionali per la burattatura, ma abbiamo scelto di investire in tecnologie avanzate per incrementare l'efficienza dell'impianto e introdurre nuovi software di gestione. Abbiamo colto l'opportunità di usufruire dei vantaggi fiscali legati all'industria 4.0 per modernizzare e digitalizzare l'azienda, compiendo un importante passo in avanti nella nostra crescita. Siamo riusciti a ottenere grandi risultati nella gestione grazie alla raccolta di informazioni e dati, che sono diventati una conoscenza fondamentale dell'azienda. Questo patrimonio di conoscenze non è

A DAY WITH... ambrosetti s.r.l.

We now move to the eyelet packing area where the latest machinery works incessantly. "Our packaging line is equipped with innovative machines, such as one that counts eyelets through an integrated three-camera optical system instead of relying on specific weight. This machinery allows us to have high counting accuracy, avoiding number disputes. In addition, each bag carries a barcode that provides access to product traceability data, such as the item, material used, production lot, and the content of various metals, data that is closely monitored. In this way, it is possible to trace the entire path of the product, all the way back to the manufacturer of the raw brass strip. We are also working on our Carbon Footprint. By October, we will obtain ISO 14001 environmental certification for both the commercial and production side to demonstrate our commitment to environmental sustainability."

How high is your annual production?

"We produce about 150 million eyelets per year, mainly for the high-end fashion market or for very specific niches. Our competitive advantage lies in the service we provide, as product quality is now considered an implicit feature. Currently, our main goal is to completely eliminate the use of plastic. However, managing plastic-free small parts is a major challenge, as there are no easily implemented industrial solutions. Therefore, we have to keep up with the needs of the market, which for us are the demands of brands, while for our clients are the needs of consumers. Beyond what the market demands, it is important for us to act responsibly toward future generations."

Taking a step back: how did Ambrosetti Srl come into being?

"The company was founded in the early 1970s as a service company for leather goods and luggage manufacturers in the Varese area, which at that time was full of small artisan workshops and medium to large companies. Over time, our parents acquired the manufacturing part of the business, allowing our business to transform from a trading company to both a trading and manufacturing company. Soon after, we began to look for new markets outside the original industrial eyelet market, combining our knowledge of the leather goods and footwear worlds with eyelet production. This gave life to a new market, that of eyelets for the fashion, apparel and leather goods industry. The combination of our manufacturing and business skills allowed us to develop the company, exploring new markets related to the fashion world. Originally, the eyelets we produced were not intended for the fashion industry, but were considered standard commercial products for industries related to transportation and interior design. Over time, we were able to open up to other sectors and offer custom eyelets to our clients, differentiating ourselves in shape, presentation and substance from standard products. This has allowed us to explore new horizons and go in search of new markets. The path we have taken has already led us to new opportunities for growth and development. We have truly been pioneers."

Today you are also a 4.0 company, correct?

"Correct," answers Marco Mazzoleni "We have made several changes within the new facility, including the creation of a new workshop equipped with the latest technological machinery where we test the various finishing processes and a new water recycling plant that is being activated and will reduce waste. It was also an opportunity to see the entire flow within the company: from how and by whom each customer order is handled to the production order. The new software manages the entire production part and that also interfaces between the administrative software and production, collecting data that become assets of the company. It is a very stimulating change of mindset."

Despite the obvious difficulties related to the moment, the market continues to show signs of good health and fashion continues to generate work. Are you satisfied with the results so far?

"Yes, we are satisfied with our results, although we must admit that, as a company, we are a small part of the fashion market and therefore do not represent a unique indicator of the performance of the industry as a whole. However, market data show that fashion has faced some difficulties excellently in recent years, perhaps with lower growth rates than in the past, but overall it is not a stagnant industry and continues to show signs of vitality."



That has also allowed you to grow, correct?

"In recent years, we have made many investments as a company. We have seen growth in our staff, not so much in terms of the amount of work, but mainly because we are approaching generational change and we need to introduce new staff and train them. Our work is very niche and there is no school or professional figures who are already experts in this field; therefore, training takes place mainly on the field, especially in production, which is the most complex part. We have invested a lot in the structure, technology, new facilities, Industry 4.0, laboratory machinery and new molds to produce new products. In short, we are a dynamic company ready to adapt to new market challenges."

How has Industry 4.0 revolutionized production and what competitive advantages has it brought to the company?

"We decided to introduce it in our company to improve the production stage involving metal polishing. In the past, we used traditional tumbling machines, but we chose to invest in advanced technology to increase plant efficiency and introduce new management software. We took the opportunity to take advantage of the tax benefits related to Industry 4.0 to modernize and digitize the company, taking a major step forward in our growth. We have been able to achieve great results in management by collecting information and data, which has become fundamental knowledge for the company. This knowledge asset is not tangible and therefore difficult to secure, but through Industry 4.0 and the necessary software, we have been able to collect this information systematically and accurately. It is important to possess this wealth of knowledge independently of individuals, as working methodologies based only on the know-how of people are vulnerable and unstable. However, it is equally important that the people working in the company possess in-depth knowledge, since they are the ones who bring ideas and solutions to life. Machines and software can help, but the work is always tied to the manual skills and expertise of people. People cannot own this knowledge, but they must be responsible for its application and development."

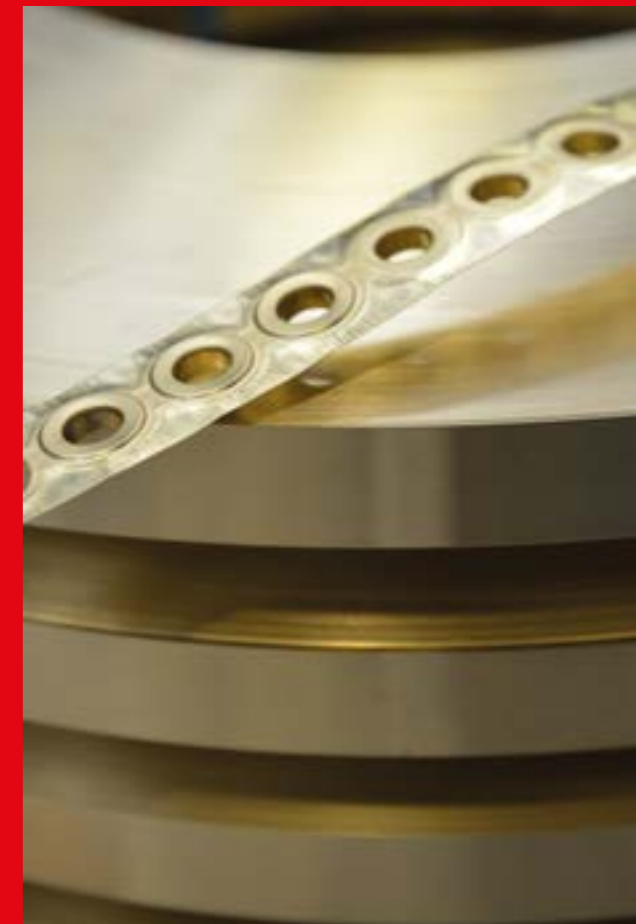
Your company does not waste an ounce of your raw materials because you process expensive metals. This also translates into sustainability...

"Sustainability is a central theme in our company, and we pay constant attention to it at every stage of the production process. We start with energy supply: we have installed numerous photovoltaic panels to produce energy and we are installing even more in the production part. We are trying to become more and more energy self-sufficient. What we do not produce we buy only from suppliers who guarantee us production from renewable sources. For years we have been buying materials produced with energy from photovoltaics and hydropower, despite the higher costs, because we believe it is an ethically repayable expense. Sustainability also extends to our production because we use materials that generate the least amount of waste and discards. Fortunately, brass is highly recyclable, in fact, a portion of what we buy becomes our finished product, while offcuts and scraps are remelted and reused as raw material. This is true for both brass and aluminum. Even ferrous materials, which make up a small part of our purchases, are managed sustainably. In practice, nothing ends up in landfills. Our environmental impact is minimized, with very little municipal waste."

You are a company that actively engages in sustainability, but you don't do it just to follow a trend.

"Sustainability is a topic of great importance to us and we voluntarily put it into practice. However, it is not enough because sustainability is increasingly becoming a 360-degree issue that also involves manufacturing and packaging. For this reason, we have adopted many strategies to make our packaging more sustainable. We use only boxes with FSC paper and reclaimed and recyclable plastic. In addition, all packaging is identified according to current regulations, with symbols and how to recycle it, so that those who receive it know how to dispose of it properly. Even the adhesive tapes we use to seal boxes are made of card, while on plastic bag labels, if we do not print them directly, we use recyclable plastic labels. In this way, we want to make it easier for the end customer to properly dispose of packaging. We are aware that these are only the first steps and that sustainability is an issue that requires constant and increasing efforts, but we are determined to do our part for a better future."

TECHNOLOGY AND CRAFTSMANSHIP



ambrosetti

A DAY WITH...

Siete riconosciuti non solo per la qualità del vostro prodotto, ma anche per il servizio che fornite ai vostri clienti. Quanto è importante questo aspetto oggi?

"Il servizio che offriamo ai nostri clienti è diventato fondamentale" - risponde Dario Sguotti, responsabile commerciale "oltre alla qualità del prodotto che è data per scontata. La nostra assistenza non riguarda solo l'aspetto commerciale ma anche la consulenza gratuita per la scelta del prodotto, la sua modalità di applicazione e gli accorgimenti necessari. Inoltre, assistiamo i clienti nella distribuzione del prodotto fino al montaggio finale. Questo servizio di assistenza è molto apprezzato e contribuisce alla loro fidelizzazione nel lungo periodo. I clienti con cui lavoriamo non sono solo attenti al prezzo del prodotto, ma anche al servizio e alla reattività alle loro esigenze che sono sempre in crescita. Ad esempio, gli audit di parti terze a cui ci sottoponiamo 2 o 3 volte all'anno, sono sempre più attenti alla sostenibilità ambientale e alla parte sociale, come il welfare aziendale. La tracciabilità del prodotto è un altro aspetto importante su cui dobbiamo lavorare. Ad esempio, per l'ottone, la filiera di produzione è complessa e ricostruirla è spesso difficile. Tuttavia, siamo impegnati a reperire informazioni sempre più precise per garantire la massima trasparenza al cliente. In definitiva, offrire un servizio di qualità e rispondere prontamente alle esigenze dei clienti è fondamentale per il nostro successo a lungo termine".

Quali sono state le sfide affrontate dall'azienda in questo complesso passaggio?

"Il nostro percorso ci ha portato dall'essere una piccola realtà artigianale a diventare una piccola industria" - continua Davide Ambrosetti - "Tuttavia, abbiamo dovuto affrontare molte sfide nel corso degli anni. Ad esempio, le informazioni tecniche relative agli stampi e ai prodotti erano poche e male archiviate. Negli ultimi anni, abbiamo avuto una crescita notevole in termini di struttura e di numero di articoli gestiti, perciò era necessario creare una struttura adeguata in grado di gestire anche l'archiviazione in maniera efficiente. Affrontare questo tema è stato fondamentale per migliorare la nostra capacità di garantire un servizio al cliente di alta qualità, con consegne precise e tempi di attesa ridotti. Inoltre, è stato un elemento chiave per la nostra crescita futura. Adesso stiamo lavorando per sviluppare un ufficio o che ci permetta di gestire le

informazioni tecniche in modo efficiente e supportare al meglio la nostra crescita".

Per gestire la crescita, alla base, è necessario che l'organizzazione aziendale sia impeccabile. Qual è la nota dolente?

"In Italia, per molte aziende artigiane affrontare un passaggio come il nostro rappresenta una sfida importante. Tuttavia, ci sono anche altre difficoltà da affrontare, come la ricerca di personale qualificato. Oggi, trovare giovani disposti a lavorare in realtà come la nostra è sempre più complicato. Inoltre, la vicinanza della Svizzera crea una situazione di concorrenza per i giovani lavoratori, che spesso sono attratti dai compensi offerti dalle aziende svizzere, nonostante il loro welfare sia lontano dal nostro. La gestione del personale è cambiata molto rispetto a vent'anni fa e oggi l'azienda deve dimostrarsi appetibile per attirare lavoratori qualificati. Anche le aspettative dei giovani sono cambiate: se per la vecchia generazione il lavoro rappresentava un obiettivo, per la nuova generazione è diventato uno strumento per fare altro. Questo ha comportato un cambiamento nelle dinamiche aziendali e nella gestione del personale. Tuttavia, le difficoltà non devono essere viste come ostacoli insormontabili, ma come opportunità per crescere e migliorare. Con un approccio aperto al cambiamento e una forte determinazione a raggiungere gli obiettivi, le aziende possono affrontare le sfide del mercato e continuare a crescere e prosperare nel tempo".

You are recognized not only for the quality of your product, but also for the service you provide to your customers. How important is this aspect today?

"The service we offer our clients has become fundamental" - answers Dario Sguotti, sales manager - "in addition to the quality of the product, which is a given. Our assistance covers not only the commercial aspect but also free advice on how to choose the product, how to apply it and the necessary precautions. We also assist clients in the distribution of the product up to final assembly. This support service is highly appreciated and contributes to their long-term retention. The clients we work with are not only attentive to the price of the product, but also to the service and responsiveness to their needs, which are always growing. For example, the third-party audits we undergo two or three times a year are increasingly focused on environmental sustainability and the social aspect, such as corporate welfare. Product traceability is another important aspect

we need to work on. For example, for brass, the production chain is complex and reconstructing it is often difficult. However, we are committed to finding more and more accurate information to ensure maximum transparency for the customer. Ultimately, offering quality service and responding promptly to customer needs is critical to our long-term success."

What have been the challenges faced by the company in this complex transition?

"Our path has taken us from being a small artisan enterprise to becoming a small industry" - continues Davide Ambrosetti - "However, we have faced many challenges over the years. For example, technical information about molds and products was limited and poorly archived. In the last few years, we have had significant growth in terms of structure and number of items being managed, so it was necessary to create a proper structure that could also do archiving efficiently. Addressing this issue was key to improving our ability to ensure high quality customer service, with accurate deliveries and reduced waiting times. In addition, it has been an essential element for our future growth. We are now working to develop an office or that will allow us to manage technical information efficiently and better support our growth."

In order to manage growth, at the base, the business organization must be flawless. What is the main concern?

"In Italy, for many artisan companies facing a transition like ours is a major challenge. However, there are also other difficulties to be faced, such as finding qualified personnel. Today, finding young people willing to work in realities like ours is increasingly complicated. In addition, the proximity of Switzerland creates a competitive situation for young workers, who are often attracted by the compensation offered by Swiss companies, despite the fact that their welfare is far from ours. Personnel management has changed a lot from two decades ago, and today the company must prove itself appealing to attract skilled workers. The expectations of young people have also changed: whereas for the older generation, work was a goal, for the new generation it has become a tool for doing something else. This has led to a change in business dynamics and personnel management. However, difficulties should not be seen as insurmountable obstacles, but as opportunities to grow and improve. With an open approach to change and a strong determination to achieve goals, companies can meet market challenges and continue to grow and prosper over time."



Dario Sguotti