

UN CAVATAPPI

PER BRINDARE
AL MADE IN ITALY

Storie d'azienda/2. Da Trasmissioni Buzzolan una bella variazione sul tema meccanico



Trent'anni e già alla guida della Trasmissioni Buzzolan di Thiene, una laurea in Economia del Commercio Internazionale "conquistata" nel tempo libero dagli impegni aziendali, tanta grinta e tante idee. Sara Buzzolan è una giovane artigiana che ha deciso di investire nel design e nell'originalità, tanto che ha affiancato alla produzione meccanica anche quella di... cavatappi.

«La nostra azienda – spiega – si occupa di automatismi per cancelli, una produzione che ci impegna soprattutto nella prima parte dell'anno. Per questo mi sono chiesta come poter sfruttare al meglio macchine e conoscenze tecniche per continuare la produzione anche negli altri mesi. Da qui è nato il marchio Artis, che raggruppa una serie di cavatappi caratterizzati da funzionalità, qualità e look». Un progetto che si è sviluppato anche grazie alla collaborazione con Giuseppe Todeschini (già ideatore del celebre cavatappi Campagnolo), con cui la Buzzolan già lavorava per il settore meccanico: «Nel 2007 le prime idee, e poi il lancio sul mercato nel 2009. Ora contiamo su 200 clienti in tutta Italia, mentre all'estero abbiamo ordini da Stati Uniti, Norvegia, Olanda, Francia, Germania e anche dalla Cina».

Questa è quindi la storia di un'azienda che ha intuito il valore, non solo economico, del design. Spiega infatti Sara che «la collaborazione con Todeschini è nata proprio per offrire al mercato un prodotto nuovo di cui si percepisse subito la qualità, valorizzata da un design accattivante. L'«anima» di cavatappi, pinze e degli altri nostri prodotti parte da un blocco di metallo che viene «scavato»: non utilizziamo stampi né assembliamo pezzi, e questo permette di avere un prodotto particolarmente

solido. Il tocco finale è poi dato proprio dalle forme, studiate per essere immediatamente riconoscibili senza andare a scapito della funzionalità, anzi». E i risultati, per questo tipo d'investimento, non mancano. «In termini economici, anche perché siamo sul mercato da un tempo relativamente breve, i vantaggi sono difficili da rendicontare. Ma di certo – aggiunge Sara – un prodotto dal particolare design è più facilmente identificabile. Per quanto riguarda i mercati esteri, un design azzeccato moltiplica l'«effetto Paese», ovvero l'attenzione per quel Made in Italy che ci rende famosi nel mondo. La collaborazione tra azienda e designer, poi, favorisce anche l'innovazione del prodotto, infatti nel processo di produzione l'idea originale viene ulteriormente perfezionata: non di rado, come è accaduto a noi, portando a studiare e depositare più di un brevetto».

L'azienda di Thiene però non si limita alla cura del prodotto: «Abbiamo scelto di investire anche sulla parte promozionale, altrettanto importante, realizzando brochure, confezioni ed espositori in grado di valorizzare il prodotto e le sue peculiarità. Non è infatti pensabile che un imprenditore si improvvisi esperto di settori che non conosce». Ma se è ancora difficile per la Trasmissioni Buzzolan quantificare il ritorno economico degli investimenti più recenti, più facile è parlare di benefici derivanti dal design.

«Di sicuro – precisa Sara – è necessario un po' di coraggio per investire parte degli utili aziendali, calcolando i rischi secondo le proprie possibilità, in creatività e innovazione. Credo che la scelta migliore sia quella delle collaborazioni con i designer, che unisce relativa economicità e

produzione a lungo termine. Poi è utile anche mantenere i rapporti con le scuole».

«L'altro ostacolo da superare è la conquista del mercato – continua Sara –. Da un lato infatti ci si scontra con i marchi più conosciuti, dall'altro si ha a che fare con la concorrenza sleale. Ciò che accomuna l'uno e l'altro aspetto, però, è che i prodotti non vengono realizzati in Italia, il che significa costi ma anche qualità molto bassi.

Ciò che invece caratterizza molta manifattura artigiana è proprio il fatto che viene realizzata qui, utilizzando materiali di qualità e proponendosi poi al mercato con prezzi non eccessivi. Peccato solo che ci manchi la forza promozionale dei grossi brand: per questo mi piacerebbe che si riuscisse a creare un consorzio del «Made in Italy garantito» proprio a tutela delle aziende e a garanzia dei consumatori».

Difficoltà che però non spaventano la Trasmissioni Buzzolan e che, anzi, la stimolano: per questo i progetti per il futuro non mancano. «Durante un corso promosso dal Centro Produttività Veneto proprio sul design, sono venuta a contatto con alcuni docenti della Scuola Italiana Design, con cui ho parlato per la creazione di una linea di «sale e pepe» che mi piacerebbe realizzare – confessa Sara –. Quanto invece al settore dei cavatappi, stiamo progettando un modello adatto alle bottiglie «magnum», che ci è stato più volte richiesto: saremmo i primi in Italia a confezionare un prodotto del genere». Ecco un altro vantaggio della produzione artigianale: il contatto diretto con i clienti, i venditori, che permette alle professionalità presenti in azienda di sviluppare quanto richiesto dal mercato. ■

