



Qualità e innovazione al giusto prezzo

la ricetta di Giplast

Giuseppe Marozzi, general manager dell'azienda di Giulianova (Teramo) specialista nei bordi in Abs, ha una idea ben precisa: essere coerenti con la propria "vocazione" e cercare sempre nuove soluzioni.

"Stiamo andando piuttosto bene: il nostro mercato sta rispondendo alle nostre iniziative. Forse siamo un po' egoisti, perché guardiamo solo al "nostro giardino", ma veramente non possiamo lamentarci. Negli anni passati, appena ci siamo accorti che stavano arrivando tempi difficili abbiamo rivoltato l'azienda come un calzino. Una vera e propria ristrutturazione di alcuni processi produttivi. Una scelta pesante, in un momento poco opportuno, ma che ci ha permesso di ripartire prima di altri. Nonostante la grave crisi che attanaglia il mercato, nel 2012 contiamo di aumentare il nostro fatturato del 15 per cento rispetto al 2011".



Giuseppe Marozzi, general manager di Giplast Group, ci fa capire che l'aria è cambiata. Per carità, non è che tutto sia rose e fiori, ma l'aver ricalibrato l'intera attività su scenari nuovi ha dato i suoi frutti. Il recente passato è stato duro: "Abbiamo sofferto in due mercati per noi molto importanti, che insieme rappresentavano un terzo del nostro fatturato. In **Romania** abbiamo chiuso il rapporto con un nostro rivenditore dalla sera alla mattina e abbiamo aperto un nostro deposito, una scelta fatta per lavorare con maggiore convinzione in un mercato per noi fondamentale e che ci ha già dato buone soddisfazioni, con un fatturato 2012 già vicino al milione di euro.

In **Russia** abbiamo pagato la crisi dell'Abs: il prezzo della materia prima è andato alle stelle e in questo mercato, come in altri dove la migliore qualità non è certo al primo posto, la domanda di bordi in Abs è crollata a vantaggio del Pvc, un prodotto che noi non vogliamo più proporre. Anche in questo caso ci siamo organizzati stabilendo un rapporto ancora più stretto con nuovi rivenditori e siamo in pieno recupero".

Giplast Group oggi esporta il 40 per cento della produzione, soprattutto verso Francia, Gran Bretagna, Spagna e Paesi dell'Est Europa, con una serie di esperienze positive in Polonia, Serbia, nel Bacino del Mediterraneo. Per noi il mercato italiano è cresciuto molto, addirittura il 30 per cento in un paio d'anni", ci dice Marozzi. "Dare ser-



Giuseppe Marozzi.

vizi alle imprese è sempre stata la nostra "mission". In Italia questo elemento ci viene fortemente riconosciuto e le aziende apprezzano molto il nostro impegno a supporto dei loro mercati. Abbiamo lavorato con grande passione e umiltà e, su molti clienti, siamo riusciti a diventare punti di riferimento e non più dei piccoli o occasionali fornitori. Con il "Bordo Extralucido" è iniziata la crescente fiducia verso la ns. azienda, ci è stata riconosciuta la grande capacità di innovare e industrializzare prodotti importanti. Occupandoci di tutto il ciclo, dalla materia prima all'imballaggio del bordo finito, possiamo intervenire in ogni passaggio per ottenere il meglio.

"L'innovazione è un capitolo molto importante", prosegue Marozzi. "In un prodotto fondamentalmente "semplice", per avere risultati importanti bisogna concentrarsi sulla tecnica produttiva e sul risultato estetico oltre che funzionale. Ho accennato al bordo extralucido, che abbiamo fatto diventare un prodotto "normale".

Non è facile essere piccoli imprenditori e innovatori, noi ci riusciamo perché abbiamo esperienza e caparbietà, siamo una piccola realtà dove la ricerca e la produzione sono una cosa unica, le due facce della stessa medaglia. Forse nel nostro comparto non c'è più molto da inventare, ma c'è certamente molto da migliorare. In Giplast abbiamo migliorato i processi interni e le modalità di produzione, così da contenere i costi produttivi. In ogni caso la nostra clientela può contare sempre sulla **massima disponibilità**: seguiamo le tendenze e le mode nelle finiture e nei colori. Non siamo solo dei tecnici, ma anche un po' degli artisti, altrimenti certi risultati non potremmo ottenerli. Pensi che facciamo qualcosa come **800 tinte legno diverse ogni anno**".



"DEEP EDGE"

"A completamento della nostra gamma prodotti abbiamo creato questa nuova linea di Bordi realizzati in Pmma con effetto extralucido o opaco, in vari colori tinta unita o bicolor. La produzione è iniziata da poche settimane ma stiamo già pensando di aumentarla visti il gran numero di ordinativi raccolti".

IL BORDO LASER

Il futuro di Giplast sarà fortemente incentrato sul **bordo laser**, "... un altro prodotto sul quale abbiamo fatto molta ricerca, e che proponiamo in versione "industrializzata" al Sicam. Un bordo per questa nuova tecnologia di applicazione che verrà prodotto con criteri industriali. Sono personalmente convinto che è un processo destinato ad avere grande successo e noi ci abbiamo investito molto. Fino a oggi si è pensato a una soluzione "Laser" per bassi volumi di produzione, quasi di elite. Io sono invece convinto che con questa tecnologia si arriverà almeno al 50 per cento di tutti i bordi impiegati, perché offre molti vantaggi all'industria mobiliera: migliore tenuta, migliore qualità della finitura, pulizia dell'applicazione, gestione più semplice dell'intero processo di bordatura, senza avere controindicazioni.

Possiamo dire che il problema della colla passa dalle industrie mobiliere ai produttori di bordo: noi applicheremo una colla poliolefinica sui nostri bordi con un processo funzionale che li renderà pratici, convenienti e industrializzabili.

La ricerca e la messa a punto è stata possibile anche con molti test e importanti collaborazioni, con produttori di tecnologie. Abbiamo fatto un buon lavoro per una soluzione adatta a qualsiasi tipo di macchinario. Un prodotto "base" con caratteristiche fisico-meccaniche, estetiche e prestazionali eccellenti se confrontate anche con il miglior bordo in Abs applicato con i colle tradizionali.



"Per il futuro sono ottimista - conclude Marozzi - perché credo che tutte le aziende possano avere la capacità di andare avanti: tutto dipende dalla determinazione e dalla caparbietà che un management esprime nel ricercare sempre nuove soluzioni e nuovi sbocchi di mercato. Noi siamo attenti al nostro mercato, non dimentichiamo quelle che sono le nostre forze e le nostre reali possibilità". (L.R.) ■

**Sicam
padiglione 5 - stand B8**