

LA PRESIDENTE DEL GRUPPO: «CON L'USO DELLE NUOVE TECNOLOGIE FIDELIZZIAMO IL CLIENTE»

Boero scommette sugli Stati Uniti e sull'Industria 4.0

Il colorificio con sede a Genova e fabbrica in Piemonte, Tortona, apre una nuova filiale a Chicago. «Per crescere dobbiamo puntare sui nuovi mercati»

Francesco Margiocco /

INVIATO A TORTONA

Ci vuole un po' di follia per spingere un'azienda di medie dimensioni a competere con i giganti e per giunta in terra straniera. In casa Boero la follia si chiama «ossessione per i colori». Boero Spa è il più grande colorificio italiano, ma è un nano rispetto ai grandi marchi come l'americana Ppg. Ma è proprio in America che l'azienda italiana ha deciso di aprirsi un varco, con l'inaugurazione, di questi giorni, del suo primo ufficio commerciale oltreoceano, a Chicago. «Oggi l'export pesa per un 10% sul nostro fatturato, ma in futuro dovrà pesare sempre di più. L'Italia non ci basta».

Sono passati dieci anni da quando Andreina Boero ha trasferito l'industria di famiglia da Genova a Tortona. Una scelta forzata, dettata dalla deci-

sione del Comune di convertire l'area industriale di Molassana in un quartiere residenziale. L'azienda ne ha colto l'occasione per ingrandirsi, e a Tortona ha costruito capannoni per 135 mila metri quadrati di superficie, con 1.350 metri quadrati di laboratori di ricerca e sviluppo e una capacità produttiva di 7 mila tipologie diverse di vernici al giorno; anche se oggi le diverse tipologie giornaliere si fermano a un centinaio.

«I tempi, purtroppo, sono cambiati. Fino al 2009 il settore edilizio in Italia era in espansione, dal 2009 ad oggi ha perso il 20%». L'azienda presieduta da Andreina Boero ha cercato di reagire alle difficoltà: nel 2015 ha acquisito il colorificio Brignola, suo concorrente genovese, e nel 2016 ha inaugurato, nel polo tortonese, il suo centro di ricerca e sviluppo; con più di 500 tra dipendenti e collaboratori e 85 milioni di fatturato, è di gran lunga la maggiore azienda italiana di vernici.

Per crescere all'estero, e rivaleggiare con aziende del calibro di Ppg (15 miliardi di dollari di fatturato, 47 mila dipen-

denti) ha almeno un paio di buone frecce al suo arco. «Siamo alfieri del "made in Italy", siamo stati pionieri, negli anni Settanta, nelle vernici decorative e siamo molto richiesti da grossi clienti internazionali», riassume il responsabile acquisti dell'azienda, Alessandro Beneventi. Nel suo portafoglio clienti ci sono il restauro del Teatro America all'Havana, la fornitura di vernici per il nuovo ospedale di Bossura in Iraq, la firma di un accordo con un nuovo importatore cinese.

Contro un colosso da decine di migliaia di dipendenti e miliardi di fatturato, Boero può anche usare l'arma della flessibilità, coniugata alle nuove tecnologie: i principali rivenditori Boero, in Italia e all'estero, hanno un tintometro che dosa e mescola i colori per ottenere la tinta voluta dal cliente. Dal suo centro di ricerca di Tortona l'azienda controlla tutti i tintometri, ed è in grado di sapere quali sono le tendenze di ciascun mercato e su quali colori le conviene puntare. «Un'ossessione per i colori - dice Beneventi - che ci permette di rivaleggiare con i grandi». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Andreina Boero davanti allo stabilimento di Tortona

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.