



AZIENDE PAVESI LEADER

La filiera del caffè vale più della tazzina

SIMEONE / PAGINA 8



Qui sopra Andrea Brambati (ad Brambati spa), sotto Andrea Coccia (direttore R&S Cimballi)



Fortemente radicate sul territorio ma con quota elevata di esportazioni in tutto il mondo, la caratteristica comune è la produzione su misura in base alle esigenze dei clienti e l'alto tasso di innovazione



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

081231



Dalla macinatura fino alla tazzina Le eccellenze della filiera del caffè

A Binasco, per "Pavia capitale della cultura d'impresa"
il racconto delle aziende leader Brambati, Goglio e Cimbali

Luca Simeone / BINASCO

C'erano Andrea Brambati, amministratore delegato dell'omonima azienda di Codevilla che disegna e realizza macchinari per macinazione e tostatura; Luciano Sottile, direttore generale della Goglio di Zeccone, dove si progettano e producono macchine per confezionare alimenti e in particolare il caffè; Andrea Coccia, direttore della ricerca e sviluppo della Cimbali di Binasco, tra i marchi più noti di macchine espresso. Insomma, i rappresentanti di tre imprese storiche, solide e affermate, parte di una filiera del caffè radicata sul territorio ma che guarda al mondo, visto che l'export è la parte più consistente dei loro fatturati.

Il racconto delle tre aziende è avvenuto al Mumac (il Museo della macchina per il caffè) di Binasco nell'ambito degli eventi di "Pavia capitale della cultura d'impresa". Caratteristica comune è la realizzazione di prodotti su misura per il cliente e il rapporto costante con Università e istituti tecnici. Brambati, nata nel 1945, 120 dipendenti e una fitta rete di fornitori, si occupa più in generale di impianti e macchinari automatici per l'industria alimentare, che trattano la materia prima. «C'è tanto engineering nella nostra produzione, esportiamo il 70-80% e abbiamo sedi in Australia e tra poco negli Usa, ma teniamo il core business qui, siamo fortemen-

te made in Italy – ha spiegato Andrea Brambati – lavoriamo molto anche sulla sostenibilità. Il futuro? L'automazione avanzata».

DALL'ELETTRONICA ALL'INFORMATICA

Sottile ha parlato di Goglio come piccola multinazionale da 500 milioni di fatturato che offre un sistema completo per il packaging (nella sede principale di Daverio, Varese, si producono i film, in quella di Milano le valvole, a Zeccone, dal 1980, i macchinari). Dalla fondazione, nel 1850, l'azienda è rimasta nelle mani della famiglia Goglio, un caso più unico che raro: «L'innovazione è elemento fondante della nostra strategia, non solo del prodotto ma anche dell'organizzazione: qualche anno fa le macchine erano al 100% meccanica, poi sono diventate al 50% elettroniche e ora c'è un'ulteriore rivoluzione: 25% meccanica, 25% elettronica e 50% informatica». Goglio per il 50% si occupa di packaging del caffè, «per cui è qui che dobbiamo essere leader: più o meno tutti i grandi produttori sono nostri clienti». Le macchine Goglio vendute ai clienti si trovano sparse in tutto il mondo e una nello Starbucks Reserve Roastery di piazzale Cordusio a Milano. «Mai Goglio ha pensato di spostarsi da Zeccone – ha chiarito Sottile – c'è arrivata perché c'era un fornitore, ma col tempo sviluppi relazioni

col territorio che diventano strategiche. La nostra funzione non è solo profitto, ma essere parte della comunità». Il prossimo passo è «spostare l'attenzione dal prodotto ai servizi digitali, per esempio con l'intelligenza artificiale fare in modo che se succede qualcosa è la macchina a suggerire all'operatore come sistemarla».

MULTINAZIONALE TASCABILE

Infine Andrea Coccia di Cimbali, nata nel 1912 a Milano e trasferitasi nel 1962 a Binasco, «che progetta, costruisce e commercializza non solo macchine espresso, ma soluzioni per il mondo del caffè in base ai bisogni dei clienti. Si stima che dalla pianta alla tazzina il caffè venga toccato da duemila mani: noi siamo la parte finale della filiera e per questo sentiamo la grande responsabilità di non vanificarne il valore». Anche Cimbali ha uno sguardo globale, «siamo una multinazionale tascabile da oltre 200 milioni fatturato e 700 distributori in tutto il mondo». E tuttavia è profondo il rapporto col territorio: «Al centro ci sono le persone, e 2-3 generazioni della popolazione locale hanno lavorato in questa azienda. L'innovazione? È dovuta, non una scelta. Abbiamo ormai 7mila macchine connesse sul territorio». —