

ePaper

2/2015

Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Sonderausgabe



INHALTSVERZEICHNIS

FAHRZEUGBAU

Palinal Vernici S.r.l.

Italiener im Farbrausch

03

MASCHINEN-, APPARATE- UND ANLAGENBAU

INTEA ENGINEERING SRL

Elektronikpartner und mehr

05

METALLBE- UND -VERARBEITUNG

Sidertaglio Lamiere S.r.l.

Kompetenz in Stahl aus Italien

06

WERKSTOFFE, WERKSTOFFVERARBEITUNG

FRATELLI GUZZINI SPA

Schön praktisch

07

CHEMIE, PHARMA & BIOTECHNIK

PH & T SPA

Nischenprodukte mit Wachstumspotenzial

09

PAPIER, DRUCK UND VERPACKUNG

LIC PACKAGING SPA

Packende Lösungen

11

MEDIA UND WERBUNG

Havas Worldwide Milan Srl

Mit dem Erreichten nie zufrieden

13

TEXTIL, MODE

Yarns Srl

Abenteuer aus einem besonderen Garn

15

Vitale Barberis Canonico SpA

Erfolg, aus einem besonderen Stoff gesponnen

17

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wirtschaftsforum Verlag GmbH

Redaktion:

Sassestraße 14, 48431 Rheine

Bundesrepublik Deutschland

Tel.: +49 5971 92164-0, Fax: +49 5971 92164-838

info@wirtschaftsforum.de, www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

M. Brinkmann, Dipl.-Kaufmann



Italiener im Farbrausch

Palini Vernici S.r.l.

Via San Gerolamo, 14 - Z.I.
25055 Pisogne (BS)

Italien

+39 0364 882727

+39 0364 880540

mail@palinal.com

www.palinal.com

Die Zeiten, in denen bunte Autos das Straßenbild dominierten, sind längst passé. Neutrale Farben sind en vogue, denn Schwarz, Grau und Silber wirken seriös und hochwertig. Die Farbe spielt eine entscheidende Rolle beim Kauf eines Autos, wirkt sie sich doch nachweislich auf Körper und Psyche aus. Die Wissenschaft von der Farbe ist auch für Palini Vernici S.r.l. eine spannende Herausforderung. Das italienische Unternehmen ist ein international gefragter Farb- und Lackhersteller.

Quality made in Italy, Innovation, Forschung und Entwicklung, kundenorientierte Lösungen – das sind Charakteristika, die eng mit dem Namen Palini verbunden sind. Seit mehr als 70 Jahren setzt das Unternehmen in Sachen Farblack neue Akzente.

Das Familienunternehmen Palini Vernici wurde 1945 gegründet. Heute ist in der Firma operativ mit den Brüdern Alberto und Luigi Nichetti sowohl die zweite Generation als auch die dritte Generation tätig; sie koordinieren über 100 Mitarbeiter. Die kontinuierlichen Investitionen in Human Resources und Technologien haben Palini

im Laufe der Jahre erlaubt, die Präsenz in Italien zu konsolidieren und sich gleichzeitig auch im Ausland bekannt zu machen und als geschätzter Partner zu etablieren: Heute exportiert das Unternehmen in über 40 verschiedene Länder weltweit, mit einer Exportquote von über 45% auf den Gesamtumsatz.

Das Kerngeschäft von Palini bleibt das Car-Refinish. Gleichwohl hat man im Laufe der Jahre dank konstanter Investitionen auch andere Welten ausgekundschaftet und erfolgreich erobert. Von Karosserien von Industriefahrzeugen wie Bussen, LKW oder Erdbewegungsmaschinen, in Zusammenarbeit mit

den angesehensten Herstellern, wie Irisbus, Barbi, Adiamoli, Iveco, Volvo, MAN und Manitou bis hin zur Industrie.

Dort arbeitet man mit einigen der herausragendsten Firmen auf nationalem und internationalem Niveau zusammen, wie etwa Ducati, Piaggio, Aprilia, MV, Honda, KTM, Yamaha und Motoguzzi. Ferner konzentriert Palini Vernici auch viele Ressourcen auf die Entwicklung von Farben und Lacken, die für andere Träger, vor allem solche aus Kunststoffmaterialien, geeignet sind. Dadurch konnte das Unternehmen mit der Zusammenarbeit mit Firmen aus den Bereichen

elektronische Haushaltsgeräte, Beleuchtung, Kosmetik, Elektronik, sowie Fitnessapparate beginnen - wie beispielsweise mit den Firmen Whirlpool, Ariston, Technogym und Philips Saeco. "Die Erfahrung, die im Bereich Refinish gereift ist, hat uns auch im Bereich Nautik zu wichtigen Erfolgen geführt", so Geschäftsführer Alberto Nichetti.

Rund 740.000 verschiedene Farben können dank innovativer Mischsysteme von Palini hergestellt werden – eine beeindruckende Menge, die das profunde Farb-Know-how der Italiener



eindrucksvoll widerspiegelt. „Jedes Jahr werden in den Pallini-Labors ca. 1.500 neue Farbtöne entwickelt. Dadurch halten wir immer Schritt mit den Neuheiten, die auf dem Markt eingeführt werden“, erklärt Alberto Nichetti.

Die Philosophie jedes Mischsystems ist dieselbe: sehr hoch konzentrierte Grundlagen, gekoppelt an unterschiedliche Bindemittel, die es ermöglichen, die Qualität verschiedener Lacke zu erreichen (direct gloss und base coat mat

unserer Endkunden zu antworten, sondern auch mit der Unterstützung, die wir unseren Kunden geben“, sagt Alberto Nichetti.

“Der wichtigste Aspekt für uns ist die Zufriedenheit des Kunden, und

wird dem Kunden die Möglichkeit gegeben, sich direkt mit dem Personal des Labors und der technischen Anwendung auszutauschen. Die Farbmessungsabteilung steht dem Kunden auf Anfrage für die Zusammensetzung von neuen



Das Unternehmen produziert und bietet alle nötigen Produkte für einen vollständigen Lackierungszyklus an: Grundierung, Spachtelmasse, Lacke, Klarlacke, Katalysatoren und Verdünnungsmittel. “Die Speerspitze sind jedoch unsere Mischsysteme“, so der Geschäftsführer.

Für jedes Mischsystem bietet Pallini Lösungen und Produktlinien entsprechend der europäischen Vorschriften in Bezug auf die VOC-Emissionen an.

Das Angebot der Mischsysteme Pallinis vervollständigt sich mit der folgenden instrumentellen Ausrüstung: Mischmaschine, elektronische Waage, Chromacard (Farbreferenz), Spektralphotometer, sowie Palcolorfinder (die Software, welche die Zusammensetzung aller Farben enthält, die mit jedem Mischsystem hergestellt werden können. Die Aktualisierung ist monatlich vorgesehen, und zwar gratis über einen Link).

im Falle der Mischsysteme für die Karosserie, während über 50 binders vorgesehen sind im System 607 Polypal. Dies bedeutet bemerkenswerte Vorteile gegenüber der Konkurrenz, da weniger Anfangsinvestitionen nötig sind, und da die Kompaktheit des Systems weniger Platz- und Raumbedarf bedeutet.

Einer starken Wertschätzung des Marktes erfreut es sich nicht nur aufgrund der Qualität des Produkts, sondern auch aufgrund seiner reduzierten Dimension und seiner Kompaktheit. Besonders das System 120 Hydral, für das Pallini alternativ zum traditionellen System die Verpackung SMART-BOX vorsieht.

“Wir sind stolz darauf, dass wir nicht nur mit der Qualität unserer Produkte punkten und mit unserer Fähigkeit, mit der Zeit zu gehen und mit innovativen Produkten zu überraschen, die in der Lage sind, auf alle neuen Anforderungen

es wäre reduziert, diese nur der Qualität des Produktes zuzuschreiben“, erklärt Alberto Nichetti, und fügt hinzu: “Unser Labor widmet sich mit extremer Leidenschaft und Hingabe der Qualität des Produktes. Aber der Rest des Teams ist dafür zuständig, die menschliche Beziehung zum Kunden zu managen, indem sie seine Anforderungen, seine Wünsche und auch seine Probleme aufnehmen und ihn bei der Implementierung der besten Lösung begleiten.“ Pallini organisiert schon seit jeher für seine eigenen Kunden Schulungs- und Aktualisierungskurse im firmeneigenen technischen Zentrum, um die Karosseriebauer bestmöglich zu instruieren, sie up-to-date zu halten, das Vertrauensverhältnis zu den Produkten und zu den Mitarbeitern stetig zu verbessern, und, nicht weniger wichtig, um ihnen Leidenschaft für das Produkt und die Arbeit des Lackierens zu vermitteln. Um eine bessere After-Sales-Assistenz zu garantieren,

Farbtönen zur Verfügung oder um eventuelle Korrekturen von bereits existierenden Farbtönen vorzunehmen: In kürzester Zeit, meistens binnen weniger Stunden, liefert die Farbmessungsabteilung die gewünschte Zusammensetzung.

Pallini Vernici erweist sich in Punkto Qualität als mittelständisches Familienunternehmen im Vergleich zu den Firmenkolossen der Konkurrenz als kompakter und schneller bezüglich der Entscheidungswege, als flexibler und persönlicher, wenn es um Anfragen der Kundschaft geht.

Im Kalender 2015 des italienischen Herstellers von Lacken für Autos ist die Teilnahme an den folgenden beiden Messen vorgesehen:
2015 Bologna/Italien - Autopromotec 20 - 24 Mai
2015 Paris/Frankreich - Equip Auto 13 - 17 Oktober



Elektronikpartner und mehr

Bei der Entwicklung und Fertigung elektronischer Steuer- und Kontrollgeräte für hochsensible Sensoren sind Know-how, Präzision und Erfahrung gefragt – Voraussetzungen, die INTEA ENGINEERING SRL aus Sale Marasino erfüllt. Das Unternehmen ist ein zuverlässiger Partner anspruchsvoller Global Player und genießt nicht nur in Italien einen hervorragenden Ruf.



INTEA entwickelt und produziert komplexe technologische Bauteile, die in den unterschiedlichsten Bereichen zum Einsatz kommen. Das Anwendungsfeld reicht von Haushaltsgeräten über verschiedenste Fahrzeuge und Klimaprojekte hin zu Lichttechnik und Elektromedizin. Kunden steht INTEA von der ersten Idee bis zur Realisierung eines maßgeschneiderten Produktes zur Seite.

MEHRWERT IN DER GRUPPE

Gegründet wurde das Unternehmen 1998 als Teil der bereits 1972 von Giuseppe Novali aufgebauten Mont.El Group. Neben INTEA gehören auch Euroswitch Srl, Ame Srl sowie die in Rumänien ansässigen Firmen Sire und Techtron zur Gruppe. „Unser Vorteil ist, dass

wir dank unserer Struktur wie ein Großunternehmen agieren können“, erklärt Geschäftsführer Ivano Novali. „Weil sich einzelne Kompe-

„

Kunden profitieren von einer umfassenden Produktpalette und haben mit uns nur einen Ansprechpartner.

tenzen ideal ergänzen, profitieren Kunden von einer umfassenden Produktpalette rund um elektronische Bauteile für Schaltkästen, haben aber nur einen Ansprechpartner. Produkte können problemlos untereinander getauscht werden. Während eine Firma sich auf die Elektronik konzentriert, bieten andere Sensoren, Kabel oder Schalttafeln. Gleichzeitig haben wir die

Kontrolle über sämtliche Prozesse. Diese Synergien sind entscheidend für unseren Erfolg.“

FLEXIBLER PARTNER GROSSER UNTERNEHMEN

Heute sind 70 Mitarbeiter für INTEA tätig. Der Umsatz liegt bei rund 16 Millionen EUR und steigt kontinuierlich. Seit jeher kooperiert das Unternehmen mit renommierten Großunternehmen, darunter Osram, Daikin, Johnson Controls und Philips. „Unsere Kunden sind

global operierende Unternehmen“, so Ivano Novali. „Daher werden unsere Produkte indirekt zu 100% in die ganze Welt exportiert. Für uns sind die Märkte interessant, die Wert auf Qualität legen; das sind zum Beispiel Österreich und die Schweiz.“

“

Lesen Sie den kompletten Artikel auf www.wirtschaftsforum.de

INTEA ENGINEERING SRL

Via Chiusure, 20
25057 Sale Marasino
Italien

+39 030 9824406

+39 030 9824407

info@inteaengineering.it

www.inteaengineering.it

Kompetenz in Stahl aus Italien

Die Wirtschaftskrise hat italienische Unternehmen besonders stark getroffen und einige Betriebe kämpfen noch heute mit den Auswirkungen. Die Sidertaglio Lamiere S.r.l. mit Sitz in Meledo di Sarego gehört zu den italienischen Firmen, die sich schnell wieder erholt haben, dank ihrer schlanken und flexiblen Struktur, einem Kundenstamm im Ausland und qualitativ hochwertigen Produkten.

Sidertaglio Lamiere ist Experte auf dem Gebiet der Metallurgie und hat sich auf die Bearbeitung und das Schneiden von Stahlblechen spezialisiert. „Wir können Stahl in Stärken zwischen drei und 600 mm schneiden; damit bieten wir unseren Kunden einen besonderen Vorteil“, bemerkt Geschäftsführer Giambattista Callegari, der das Unternehmen zusammen mit seinem Bruder Roberto Callegari gegründet hat. „Wir sind in Italien bekannt für unser umfangreiches Know-how, unsere hohe Verfügbarkeit und unsere Flexibilität, und wollen unseren guten Ruf auch im Ausland weiter ausbauen.“

nimmt Sidertaglio Lamiere auch das Walzen und Schneiden von Platten, Spulen und Kesselblechen aus Stahl. „Wir versuchen stets, die Anforderungen unserer Kunden zu erfüllen, selbst wenn es um komplizierte Formen oder besonders hohe Stärken von bis zu 600 mm geht“, betont Giambattista Callegari.

30 JAHRE ERFAHRUNG

Das Unternehmen hat rund 30 Jahre Erfahrung in der Stahlbearbeitung und hat seinen Ursprung im Jahr 1979, als der Vater der Callegari-Brüder eine Firma in

„ Wir können Stahl in Stärken zwischen drei und 600 mm schneiden; damit bieten wir unseren Kunden einen besonderen Vorteil. “

STÄRKEN BIS ZU 600 MM

Der Betrieb hat sich dabei auf das Plasmaschneiden und das Brennschneiden von Stahlblechen spezialisiert. Darüber hinaus über-

Brendola gründete. Seit 1983 sind Giambattista und Roberto Callegari für die Führung des Familienbetriebes verantwortlich und haben ihn kontinuierlich aufgebaut. Heute beschäftigt die Sidertaglio La-



Das Firmengelände am Sitz in Meledo di Sarego, das zurzeit 7.000 m² umfasst, soll in Zukunft noch erweitert werden



Stärken bis zu 600 mm gehören zur Kompetenz von Sidertaglio Lamiere



Der italienische Familienbetrieb ist für seine Flexibilität bekannt



Das Unternehmen schneidet Stahlbleche in den verschiedensten Dimensionen



Sidertaglio Lamiere realisiert auch komplizierte Formen

mire S.r.l. am Standort in Meledo di Sarego 30 Mitarbeiter und realisiert einen Jahresumsatz von 13,6 Millionen EUR. Etwa 42% werden durch den Export in 25 Länder weltweit generiert. „In Zukunft wollen wir das Auslandsgeschäft weiter aufbauen und vor allem unsere Präsenz in den deutschsprachigen Ländern erhöhen“, sagt der Geschäftsführer. █

Sidertaglio Lamiere S.r.l.

Via dell'Agricoltura, 9
36040 Meledo di Sarego (VI)
Italien

☎ +39 0444 823059

☎ +39 0444 823201

✉ info@sidertaglio.com

🌐 www.sidertaglio.com

Schön praktisch



Kunststoffprodukte sind aus unserem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Als Ersatzmaterial für die Herstellung von Billiardkugeln, die bis dato aus Elfenbein gefertigt worden waren, wurde 1870 der erste Kunststoff entwickelt. Der endgültige Durchbruch kam in den 1930er Jahren, als die ersten Haushaltswaren und Spielzeuge aus Plastik auf den Markt kamen. Heute kommt Kunststoff in verschiedensten Formen in den unterschiedlichsten Bereichen zum Einsatz. Dafür sorgt unter anderem die FRATELLI GUZZINI SPA aus Recanati.

Ein Blick auf FRATELLI GUZZINI's Produktpalette beweist, dass Nützlich auch schön sein kann. Das

stoffs. Gleichzeitig ist FRATELLI GUZZINI ein starker Partner für die Industrie.

des erfolgreichen Familienunternehmens. Bereits Enrico Guzzini verband bei der Firmengründung 1912 Innovation und Tradition, indem er feine Gegenstände aus Ochsenhorn herstellte.

wird die Zusammenarbeit mit Designern forciert, aus der anspruchsvolle Designprodukte für das Haus hervorgehen. Beispielhaft sind zweifarbige Schüsseln, die seit den 60er Jahren mittels Spritzgusstechnologie gefertigt werden.

”

Wir bieten schöne Dinge, die einfach funktionieren.

“

Mit der nächsten Generation der Familie wurde 1938 das Plexiglas eingeführt, das zunächst für Flugzeugfenster, später dann für Löffel und Behälter verarbeitet wurde und zur damaligen Zeit eine kleine Revolution war.

In den 50er Jahren bestimmt formbares Acryl die Produktion, zudem

SCHÖNE DINGE, DIE DIE WELT BRAUCHT

Bis heute ist FRATELLI GUZZINI seiner Strategie treu geblieben, mittels innovativer Technologien

italienische Unternehmen meistert mühelos den Spagat zwischen Funktion und Ästhetik, indem es schöne Dinge produziert, die praktisch sind, und setzt damit neue Akzente in der Welt des Kunst-

POTENZIALE NUTZEN

Kreativität, Neugierde und die Leidenschaft für schöne, nützliche Dinge ziehen sich wie ein roter Faden durch die Geschichte



FRATELLI GUZZINI in Recanati – kreative Ideenschmiede für schöne, praktische Dinge



immer wieder neue Kunststoffprodukte zu entwickeln. Beispielhaft sind die Blastechnologie oder die Pro-Injektion, mit der unter anderem Karaffen, Zeitungsbehälter, Brotkörbe oder Schüsseln gefertigt werden.

FRATELLI GUZZINI ist heute Teil einer Holding, zu der auch der Beleuchtungsspezialist Iguzzini sowie die im Wellnessbereich aktive Firma Teuco gehören.

170 Mitarbeiter sind für FRATELLI GUZZINI tätig, der Umsatz liegt bei rund 30 Millionen EUR – Tendenz steigend. Das Produktangebot ist ebenso vielfältig wie attraktiv und reicht von Trolleys, Nudelsieben, Zitruspressen, Unterteilern für Kühlschränke oder Wasserflaschen über Becher und Shaker hin zu Babyartikeln wie Tellern, Bechern, Aufbewahrungsboxen und Besteck.

Designed to be used oder reused lautet ein FRATELLI GUZZINI- Credo – heute gibt es FRATELLI GUZZINI-Produkte in Haushalten, Restaurants und Hotels in über 100 Ländern der Welt. Immer ist es die Verbindung aus Nützlichem und Schönen, das zu begeistern weiß.

Frankreich, Deutschland, Südkorea, Spanien, die Benelux- Staaten und der Mittlere Osten bilden FRATELLI GUZZINI's Kernmärkte.

„Unsere Zielgruppe ist klar definiert“, sagt Henk Beeuwkes, seit September 2012 B2B Sales Manager bei FRATELLI GUZZINI. „Wir bieten schöne Dinge, die einfach funktionieren und richten uns an Kunden, die Qualität im Kunststoffbereich suchen. Sie profitieren von Qualitätsprodukten Made in Italy, technischen Know-how, Erfahrung und nicht zuletzt unserer Neugierde auf spannende Innovationen.“

MASSGESCHNEIDERTE INDUSTRIEPRODUKTE

Bereits seit den 1960er Jahren beliefert FRATELLI GUZZINI erfolgreich Kunden aus dem Industriebereich. „Wir sind stets auf der Suche nach versteckten Potenzialen“, betont Henk Beeuwkes. „Diese Haltung hat Tradition bei FRATELLI GUZZINI. Es ist immer wieder eine spannende Herausforderung für uns, exakt maßgeschneiderte Produkte für die Industrie herzustellen.“ Als idealer

Zulieferer für Komponenten und Produkte aus Kunststoff aller Art bietet der Spezialist seinen Kunden ein komplettes Paket, welches Produktentwicklung, die gemeinsam mit den Kunden erfolgt, Werkzeugkonstruktion, Industrialisierung, Logistik sowie natürlich die Produktion aus einem breiten Materialspektrum - mit 31 Spritzgießmaschinen bis 1.700 t - einschließt. „FRATELLI GUZZINI ist ein bekannter, angesehener Markenname; wir haben zahlreiche Auszeichnungen wie den Red Dot Award oder den Compasso D'Oro“, so Henk Beeuwkes. „Das wird uns helfen, den Industriebereich weiter auszubauen. Wir sind gespannt und sehr optimistisch. Ein jährliches Umsatzwachstum von 40% scheint uns durchaus realistisch.“

FRATELLI GUZZINI SPA

Contrada Mattonata, 60
62019 Recanati (MC)
Italien

☎ +39 071 9891

☎ +39 071 989260

✉ info@fratelliguzzini.com

🌐 www.fratelliguzzini.com



Babyartikel – auch für die Kleinsten wird Nützlich mit Schöнем verbunden

Nischenprodukte mit Wachstumspotenzial

Anfang Januar 2015 wurde das italienische Pharmaunternehmen PH&T S.p.A. aus Mailand von WISE SGR SPA im Auftrag des geschlossenen Fonds Wisequity III übernommen mit dem Ziel, einen Hub aufzubauen, der kleine und mittelständische italienische Pharmaunternehmen eingliedert. Damit profitiert PH&T von einer breiten Kapitalbasis und neuen Synergien für eine wachsende, erfolgreiche Forschung sowie einer Erweiterung seiner Kapazitäten für die Entwicklung von Pharmazeutika für ausgesuchte Nischenbereiche.

„Wir haben uns auf die Forschung und Entwicklung von hochwertigen, speziellen Generika, innovativen Medizinprodukten und Nutraceuticals spezialisiert, die unter

Gruppe von Managern aus der Pharmaindustrie gegründet wurde. „Ich habe schon vorher bei der Firma gearbeitet, aus der das Spin-off hervorging“, erklärt sie. „Ich

der Gruppe Ares Serano AG mit Sitz in Genf verantwortlich für ein Projekt im Bereich Diagnose, auf dem Gebiet der Wachstumspathologie. PH&T gründeten wir auf die Idee, neue Generika für Nischenmärkte zu entwickeln. Sie sind wie dafür gemacht, einen Mehrwert im Portfolio unserer Geschäftspartner zu bieten.“

Lösung mit einem einzigartigen und bereits vor fast 25 Jahren innovativen Businessmodell. „Mit unserem Know-how in der Forschung und Entwicklung übernehmen wir die Entwicklung für Firmen, die sich stattdessen auf Marketing und Vertrieb konzentrieren können. Wir geben ihnen unsere Lizenz auf die Produkte und werden so Partner“, erklärt Antonella Segù.

„Dabei machen wir alles, von der Auswahl von zu entwickelnden Produkten über experimentelle pharmazeutische und klinische Studien bis hin zu allen erforderlichen Validierungen. Wir stellen

”

Mit unserem B2B-Businessmodell waren wir Pioniere in Italien.

“

Lizenz an Pharmaunternehmen für den Vertrieb weltweit angeboten werden“, sagt Antonella Segù, Geschäftsführerin von PH&T. Als Mitbegründerin hat Antonella Segù das Unternehmen mit aufgebaut, das 1991 als Spin-off von einer von Fabrizio Niccolai geführten

habe eine Ausbildung im Bereich Biologie, bei der ich die Gelegenheit hatte, am CDI, dem Centro Diagnostico Italiano in Mailand, zunächst unterschiedliche Erfahrungen auf dem Gebiet der biochemischen und klinischen Diagnostik zu sammeln. Danach war ich bei

WEGWEISENDES BUSINESSMODELL

Die Unternehmen können nur durch die Entwicklung neuer Produkte wachsen. In der Pharmabranche ist das aber nicht so einfach und sehr kostenintensiv. Die Gründer von PH&T boten die

»»»



PH&T S.p.A.

Via Marostica, 1
20146 Mailand
Italien

+39 02 4385041

+39 02 48195301

info@phtpharma.com

www.phtpharma.com

das Dossier für den Antrag auf Zulassung zusammen und oft übernehmen wir auch das ganze Prozedere für die Zulassung in Italien und auf internationalen Märkten. Damit geben wir Kunden die Möglichkeit, ihre Produktpalette zu erweitern, ohne sich selbst mit Forschung und Entwicklung befassen zu müssen. Wir bieten darüber hinaus weitere Dienstleistungen wie die Bereitstellung des Endproduktes, indem wir alle Aktivitäten übernehmen, von der Produktion und Kontrolle bis zum Management der Pharmakovigilanz, die sowohl in Europa als auch in anderen Ländern sehr strengen Standards unterliegt.“

ERFOLGSKURS MIT HINDERNISSEN

Mit dem neuen Businessmodell erlebte PH&T in den Folgejahren eine anhaltend positive Entwicklung. Das Unternehmen wuchs nicht nur auf dem heimischen Markt, sondern auch im Ausland, wo PH&T heute in 40 Ländern weltweit aktiv ist.

„Bis 2008/2009 sind wir ständig gewachsen“, betont Antonella Segù. „Dann gab es einen deutlichen Umsatzrückgang durch die beginnende Wirtschaftskrise. Es folgten schwierige Jahre, vor allem wegen des konstanten Preisverfalls

für pharmazeutische Produkte, verursacht durch Restriktionen in vielen Märkten. In der Krise mussten die Staaten ihre Ausgaben zurückfahren und hatten dabei die Preise für pharmazeutische Produkte im Visier, vor allem die für Generika, unseren Kernbereich. In Italien beispielsweise haben manche Produkte Lieferungskosten, die von der Herstellung bis

”

Wir sind ein zuverlässiger Partner, der alles für die Kunden übernimmt, von der Entwicklung bis zur Markteinführung, und sie auch bei der Vermarktung unterstützt.

zum Großhändler bei einem Euro liegen, so viel wie eine Tasse Kaffee. Und das bei einer erheblich höheren Anwendung von Ressourcen und Kapitalanlagen bei der Entwicklung, ohne das Qualitätsniveau für alle Aspekte des Managements des Medikaments zu berücksichtigen, sowohl für die Garantie für die sichere Anwendung als auch für den Kampf gegen Fälschungen. Trotz des Rückgangs haben wir während der schwierigen Jahre weiter investiert, und seit 2013 haben wir wieder angefangen zu wachsen, mit guten Resultaten. Wir erwarten für 2015 ein Wachstum von sieben bis acht

Prozent auf 11 Millionen EUR, 90% davon im Export.“

AUFBRUCH

Für Antonella Segù ist die Übernahme durch die Private-Equity-Gesellschaft Wisequity ein entscheidender Wendepunkt, um PH&T weiter zu konsolidieren und die Position weltweit zu stärken. Neben Europa

sind der Nahe Osten und Fernost derzeit wichtige Märkte.

„Wir haben einen sehr guten Exportzugang nach Hongkong und eine gute Präsenz in Singapur, einem Hub für die nahegelegenen Länder, und wir verhandeln Lizenzen in China. Wir sind präsent in Russland und in einigen Ländern des CIS. In Lateinamerika, einem interessanten Wachstumsmarkt, sind wir in der Registrierungsphase. Dabei sind unsere Nischenprodukte ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Für die deutschsprachigen Märkte würden wir gerne unsere Präsenz entwickeln, sowohl in der Pharma- als auch in der Nutrazeu-

tikaindustrie, die besonders dort, aber auch weltweit ein Wachstumsmarkt sind. Sie machen heute einen kleinen Anteil unseres Umsatzes aus, aber wir denken, dass ihr Potenzial wichtig ist. Unsere Strategie ist es jedoch, Generika weiter zu entwickeln, die keine Massengenerika sind, sondern gut definierte und gepflegte Nischenprodukte mit speziellen medizinischen Zielen. Therapiegebiete von besonderem Interesse für uns sind Atemwege, Augenheilkunde und die sogenannte ‚women’s healthcare‘. Diese sind wichtige Anwendungsbereiche für unser Know-how.“

Für den Bereich Atemwege hat die Firma beispielsweise Produkte in Pulverform zum Inhalieren, die in Entwicklung sind, und dazu ein Gerät zur Verabreichung der Medikamente kreiert. Für dieses Gerät hat das Unternehmen eine Lizenz zum Verkauf an einige Firmen vergeben.

„In diesem Jahr werden wir ein komplexes, spezielles Generikum auf den Markt bringen, ein Steroid für die Behandlung von allergischem Schnupfen. Mit den Synergieeffekten aus der neuen Gruppe und den größeren finanziellen Ressourcen wollen wir weiter Nischenproduktneheiten entwickeln, vor allem Supergenerika.“

“

Packende Lösungen

Es ist alles andere als ein Modetrend – Versorgungsengpässe und sinkende Margen zwingen Verpackungshersteller zu kreativen Lösungen. Um die Abhängigkeit von knappem Rohöl zu reduzieren, kommt dabei immer häufiger Papier als nachwachsender Rohstoff anstelle von Kunststoff zum Einsatz. Auch für die LIC PACKAGING SPA aus Verolanuova ist umweltfreundliche Pappe das Material erster Wahl. Das 240 Mitarbeiter starke Unternehmen ist Inbegriff für innovative Verpackungslösungen aus Pappe Made in Italy. Nun sollen diese auch im Ausland überzeugen.

LIC steht für eine Gruppe von Einzelunternehmen, die ihre Kompetenzen gebündelt haben, um umfassende Komplettlösungen im Bereich Verpackung zu lancieren. „Wir können heute die produktiven und kreativen Synergien der Firmen optimal ausnutzen“, erklärt Geschäftsführerin Cristina Bertoldo. „Wir sind sehr breit aufgestellt, haben unsere Märkte diversifiziert und sind damit bereit für die gezielte Internationalisierung unseres Geschäfts. Insbesondere das deutschsprachige Ausland ist für uns ein interessanter Markt.“

KOMPETENZ INNOVATIV VERPACKT

Die Geschichte von LIC zeigt, dass das Unternehmen immer von der Vision getrieben war, seinen Kunden als zuverlässiger und kompetenter Lösungsanbieter zur Seite zu stehen. Neue Produkte, neue Märkte, neue Kunden – so lautet ein zentrales Credo. Das 1952 von der Familie Bertoldo gegründete Unternehmen agiert zunächst als klassische Druckerei, bis in den

1960er Jahren Papier- und Kartonverpackungen für die Bekleidungsindustrie das Angebot ergänzten. 1991 sorgt die Unternehmensintegration der Fraber Cartotecnica für frischen Wind. „Wir konnten das Know-how der Papierherstel-



Internationale Marketplayer wie Lindt setzen auf die Verpackungskompetenz von LIC

lung mit der Herstellung von Wellpappe erfolgreich verbinden und erhielten damit Zugang zu neuen Märkten“, unterstreicht Cristina Bertoldo. „Seit rund zehn Jahren laufen Druckerei und Packaging nun erfolgreich nebeneinander.“

NEUE PRODUKTE, NEUE MÄRKTE

Neben der Bekleidungsindustrie arbeiten längst auch Hersteller von Nahrungsmitteln, Reinigungs- und Körperpflegeprodukten und Elektroartikeln mit LIC zusammen, darunter Global Player wie Henkel, Lindt und Barilla, durch die LIC-Verpackungen indirekt auch auf ausländischen Märkten vertrieben werden. Neue Impulse bringt das Jahr 2001, als Saica International, internationaler Leader für hochwertiges Leichtpapier und bisheriger Anteilseigner von 20%, integriert wird und es so zu einer Erhöhung des Stammkapitals kommt. „Mit Saica können wir gezielter multinationale Großkonzerne beliefern“, so Cristina Bertoldo. „Das wäre als Privatunternehmen nicht möglich gewesen. Zudem konnten wir Technologien modernisieren, unser Portfolio um innovatives Leichtpapier und Displays bereichern und neue Kunden gewinnen.“ Auch die Übernahme der Majrani Group, eines Display-Spezialisten



»»» Interview mit Cristina Bertoldo, Geschäftsführerin der
LIC PACKAGING SPA

LIC PACKAGING SPA

25028 Verolanuova
Brescia – Gardasee
Italien

Sandro Sartori, Vertreter für Österreich
und Deutschland

☎ +49 178 2006890

✉ sandro.sartori@lic.it

🌐 www.lic.it



mit Niederlassung in der Schweiz, ist in diesem Zusammenhang zu sehen. Mit Majrani stieg der Display-Anteil auf 23 Millionen EUR bei einem Gesamtumsatz von 73 Millionen EUR. „Displays stehen für technologische Kompetenz, Kreativität und Designideen mit italienischer Note und passen daher perfekt zu LIC“, betont Cristina Bertoldo. „Entscheidend ist, dass wir keine Katalogprodukte führen, sondern gemeinsam mit Kunden Lösungen erarbeiten.“ Jüngstes Highlight sind HT-Boards aus innovativem Monomaterial. „Die HT-Boards haben sehr großes Potenzial“, ist Cristina Bertoldo überzeugt. „Das umweltfreundli-

”

Unser Ziel ist, mit innovativen Verpackungen und exzellentem Service auf neuen europäischen Märkten Fuß zu fassen.

“

che Material ist extrem leicht und gleichzeitig außergewöhnlich robust. Wir sind davon überzeugt, mit diesen Verpackungen auf neuen Märkten in Europa Fuß fassen zu können. Als europäisches Unternehmen bürgen wir für ‘quality made in Italy.’“



LIC steht für umfassende Verpackungslösungen von einfachsten Schachteln bis zu innovativen Displays

Wirtschaftsforum:

BRANCHE DES MONATS SEPTEMBER 2015

MASCHINENBAU & TECHNIK



Sie sind Maschinenbauer oder Techniker?
Präsentieren Sie Ihre Produkte
und Services auf

wirtschaftsforum.de

SPRECHEN SIE UNS AN

☎ +49 5971 92164-0



Mit dem Erreichten nie zufrieden

In Mailand, der lombardischen Metropole und zweitgrößten Stadt Italiens, ist die Havas Worldwide Milan Srl angesiedelt. Das Unternehmen gehört zur weltweit größten familiengeführten Werbeagentur Havas und ist auch in Italien die größte PR-Agentur. Betreut werden sowohl Firmen aus Italien wie auch internationale Kunden. Dabei steht die optimale Lösung für den Auftraggeber immer im Mittelpunkt des Handelns sämtlicher Mitarbeiter.

In einer Art Firmencredo ist die Philosophie der Havas Worldwide Milan Srl zusammengefasst. Darin finden sich Werte wie Ehrlichkeit und Fairness ebenso wie Treue und Loyalität zu den Kunden. Doch Treue und Loyalität beweist die Agentur auch gegenüber ihren Mitarbeitern. Die zeigen sich unter

Aufträgen von Firmen außerhalb Italiens liegt unter 40%. Vor allem aus Frankreich kommen wichtige Auftraggeber, zum Beispiel die Automobilkonzerne Peugeot und Citroën. Für das deutsche Unternehmen Müller Milch organisiert Havas Worldwide Milan dessen Werbekampagnen in Italien. Ge-



Menschen im Mittelpunkt: Anzeigenmotive für den italienischen Telefonanbieter Telecom

”

Zu den Charakteristiken unserer Agentur gehört die Treue unserer Kunden.

anderem in einer angemessenen Bezahlung sowie einer guten Arbeitsatmosphäre. Unerlässlich für den Qualitätsanspruch von Havas Worldwide Milan sind auch Tugenden wie Professionalität und Kreativität.

INTERNATIONALE AUFTRAGGEBER

Nur etwa 200 m vom berühmten Mailänder Dom entfernt befinden sich die Räumlichkeiten von Havas Worldwide Milan. Neun Firmen gehören zur Unternehmensgruppe, darunter sechs Kreativ-Agenturen. Die Zahl der

meinsam mit einer französischen Agentur sind die renommierten Mailänder PR-Profis auch für die rund 50 Marken des italienischen Süßwarenherstellers Ferrero verantwortlich. Betreut werden die Märkte in ganz Südeuropa sowie in Belgien, Frankreich und Griechenland. Für Zentral- und Nordeuropa ist Havas Worldwide in Paris zuständig.

FAST ALLE BRANCHEN

Havas Worldwide Milan betreut grundsätzlich alle Branchen. Schwerpunkte sind jedoch Phar-

“

mazie und Nahrungsmittel. Lediglich Banken und Finanzunternehmen werden anderen Agenturen überlassen. Ein starkes Augenmerk wird auf soziale Verantwortung und die sozialen Medien gelegt. Sie bestimmen die öffentliche Meinungsbildung zu einem großen Teil. Obwohl sie häufig getrennt voneinander gesehen werden, sind sie doch aufs Engste miteinander verwoben.

KLASSISCHE KAMPAGNEN

Zu den Aufgabenfeldern von Havas Worldwide Milan gehören neben PR auch klassische Werbekampagnen, die von der Sparte Advertising abgedeckt werden. Au-

Berdem gibt es das Tätigkeitsfeld Digital, das jedoch im kommenden Jahr mit Havas Worldwide Advertising fusioniert.

LANGE TRADITION

Havas Worldwide Milan ist Teil der französischen Havas Gruppe, die ihren Sitz in Suresnes bei Paris hat. Hervorgegangen ist sie aus der 1835 von Charles-Louis Havas gegründeten Nachrichtenagentur Havas, die weltweit zu den ersten ihrer Art zählte. Heute ist Havas die zweitgrößte Werbeagentur Frankreichs und weltweit die Nummer sechs.





Transparenz und Offenheit: Eingang von Havas Worldwide Milan

IN 87 LÄNDERN PRÄSENT

1998 wurde die Havas Gruppe von Vivendi aufgekauft und gehört seit 2002 dem Geschäftsmann Vincent Bolloré. Zur Havas Holding gehören heute insgesamt 233 Agenturen in 87 Ländern. Von den rund 11.000 Beschäftigten arbeiten 360 bei Havas Worldwide Milan, wo ein Umsatz von mehr als 20 Millionen EUR erzielt wird.

TEURE WETTBEWERBE

Neue Kunden akquiriert Havas Worldwide Milan zum Teil über Wettbewerbe, die jedoch sehr kostenintensiv sind. „Zu den

Charakteristiken unserer Agentur gehört die Treue unserer Kunden“, freut sich CEO Dario Mezzano. So ist das Unternehmen für manche Auftraggeber bereits seit mehr als 30 Jahren tätig. „Wir wollen weiterhin mit Intelligenz arbeiten, ohne dabei zu vergessen, dass wir Handwerker sind“, beschreibt Dario Mezzano den Weg in die Zukunft. „Unsere Arbeit werden wir weiter optimieren und uns nie mit dem Erreichten zufriedengeben.“ Dabei steht aktuell der Ausbau des Geschäftsbereichs Digital im Vordergrund, dem eine große Zukunft vorhergesagt wird. ■

Havas Worldwide Milan Srl

Via San Vito, 7
20123 Mailand
Italien

☎ +39 02 802021

☎ +39 02 72000027

✉ infomilano@havasww.com

🌐 www.havasworldwide.it

Wirtschaftsforum:

WIRTSCHAFTSFORUM NEWS LETTER

- MEHR AUFMERKSAMKEIT FÜR IHRE MARKE
- NEUE KUNDEN UND INTERESSENTEN
- ZIELGRUPPENGENAUE ANSPRACHE



SPRECHEN SIE UNS AN!

+49 5971 92164-0



Abenteurer aus einem besonderen Garn

Italienische Mode vereint traditionelle Handwerkskunst mit zeitloser Eleganz. Italiener genießen den Ruf, einen untrüglichen Sinn für Stil zu haben. Mode ist hier selbstverständlicher Teil der nationalen Kultur; weltberühmte Designer wie Armani, Versace oder Moschino sorgen dafür, dass italienische Mode international gefragt ist. Ein Teil dieser ruhmreichen Modewelt ist Yarns Srl aus Castegnero. Das Unternehmen fertigt Garne, die bei großen italienischen Modehäusern äußerst begehrt sind.



State-of-the-art Maschinen dominieren die Produktion



Maschinen mit bis zu 30.000 Spindeln sind auf dem Markt eine Ausnahme

Das sichere Gespür für Trends, mit edlen Materialien stilvoll umgesetzt – das ist typisch italienisch. Sich in gutes Tuch zu kleiden, hat in Italien eine lange Tradition – eine Tradition, die sich in Yarns exemplarisch widerspiegelt. Das Unternehmen wurde im 19. Jahrhundert gegründet und stützt sich damit auf ein Know-how, das es von vielen Mitbewerbern abhebt. Unter dem Namen Torcitura Vittorio Maule wurden viele Jahre unterschiedlichste Garne für die Textilindustrie hergestellt. Erst mit der italienischen Wirtschafts- und Finanzkrise ebte der Erfolg ab. „Ich habe das Unternehmen vor drei Jahren erworben, nachdem

es in finanzielle Schwierigkeiten geraten war“, erklärt Inhaber und Geschäftsführer Maurizio Ceriani. „Mir ist bewusst, dass ich mich mit der Übernahme auf ein großes Abenteuer eingelassen habe – aber das habe ich sehr gerne gemacht. Ein Abenteuer kann man in etwa mit einer Hängebrücke vergleichen. Entweder man geht hinüber oder man lässt es sein. Ich bin hinübergewandert, weil ich an die Firma und ihr riesiges Potenzial glaube. Es ist ein einzigartiges Unternehmen, in Italien gibt es nur einen ernst zu nehmenden Wettbewerber. Eine Firma mit einem derartigen Know-how ist einfach schwer zu finden. Es

”

Unsere Garne sind außerordentlich hochwertig und werden vor allem von italienischen Kunden bezogen.

“

wäre zu schade gewesen, wenn dieses Know-how aus mehr als 100 Jahren einfach verschwunden wäre. Gleichzeitig ist dieses traditionsreiche Unternehmen technisch hervorragend ausgestattet. Wir haben state-of-the-art Maschinen, deren Gesamtwert bei rund zehn Millionen EUR liegen dürfte. Es sind außergewöhnlich leistungsstarke Maschinen mit bis

zu 30.000 Spindeln, die nur wenigen Unternehmen zur Verfügung stehen. Nach drei schwierigen, von Unsicherheit geprägten Jahren fühlen wir uns nun hervorragend für den Markt gerüstet. Mit der Namensänderung in Yarns Srl beginnt ein neues Kapitel, auf das wir sehr gespannt sind.“

»»»

BESONDERE GARNE, BESONDERE QUALITÄT

Mit Maurizio Ceriani führt ein erfahrener Geschäftsmann das Unternehmen, der bereits in den USA viele Textilunternehmen erfolgreich saniert hat. Mit den Marken Maule, Filglio und Onde ist Yarns ein Spezialist für elastische Viskose, die vor allem im Bekleidungsbereich verarbeitet wird. 32 Mitarbeiter sind heute für Yarns tätig, der Umsatz lag 2014 bei drei Millionen EUR. „Der Umsatz ist sehr variabel“, sagt Maurizio Ceriani. „Weil wir uns bisher auf Vertragsarbeiten konzentriert haben und sich dies künftig ändern wird, rechnen wir mit Umsatzsteigerungen auf acht bis zehn Millionen EUR. Zudem haben wir Produktionskapazitäten von 65 t Garn im Monat, fertigen allerdings nur rund 55 t monatlich. Die Produktion ist also ausbaufähig.“ Die meisten Yarns-Garne bleiben – zunächst – in Italien. 60% werden in Jerseystrickwaren verarbeitet. „Es sind vor allem ita-

lienische Kunden, die auf unsere hochwertigen Garne setzen“, betont Maurizio Ceriani. „Über sie gehen sie dann indirekt in die ganze Welt. Auf direktem Wege liefern wir momentan in die Türkei, ein wenig nach Portugal und Deutschland. Wir sind sehr zufrieden mit unse-

”

Wir fühlen uns nach der Umstrukturierung bestens für den Markt gerüstet.

rem Türkeigeschäft und werden unsere dortige Präsenz kontinuierlich ausbauen. Wie sich das genau darstellen wird, hängt letztlich von unseren italienischen Kunden ab, die ihre Produktion in die Türkei outsourcen. Wir sind und bleiben Zulieferer auf hohem Niveau.“

AUS TRADITION GUT

Viele große Modehäuser wie Armani, Hermès und Louis Vuitton

arbeiten seit langem mit Yarns zusammen. „Aufgrund der Wirtschaftskrise in Italien steigt die Nachfrage momentan eher im Bereich preiswerterer Produkte,“ erklärt Maurizio Ceriani. „Es gibt kaum Innovationen. Unser Vorteil ist, dass wir uns dank unserer Expertise und unserer technischen Ausstattungen deutlich vom Markt abheben. Hinzu kommt, dass unsere Garne nicht nur hochwertig, sondern auch sehr technisch sind.

Yarns Srl

Via Roma, 36
36020 Castegnero (VI)
Italien

☎ +39 0444 739014

☎ +39 0444 739295

✉ info@yarnsgroup.com

🌐 www.maulespa.com

Das heißt, eine Weberei kann nicht ohne Weiteres ihren Zulieferer wechseln, da gleichzeitig sämtliche Maschinen ausgetauscht werden müssten.“ Neben den technischen Kompetenzen ist es auch Yarns' Ruf, seriös und absolut zuverlässig zu arbeiten, der das Unternehmen zu einer Referenzfirma des Marktes macht. „Wenn wir sagen, dass ein Garn aus 2.100 Umdrehungen besteht, dann ist das Fakt“, so Maurizio Ceriani. „Wir haben viele Garne analysiert und mussten feststellen, dass Informationen leider nicht immer verlässlich sind. Falsche Angaben, zum Beispiel hinsichtlich der Umdrehungen, können die Produktion beeinflussen und zum Beispiel Farben verfälschen. Yarns steht für ein umfassendes Know-how im Bereich der Kunstfasern – das ist essenziell für die Qualität. Sowohl beim Einkauf des Rohmaterials als auch bei der Verarbeitung orientieren wir uns an strengen Qualitätskriterien. Je häufiger das Garn gedreht ist, desto feiner ist das Resultat. Wir sind davon überzeugt, dass sich unsere Garne in Zukunft noch stärker auf dem Markt durchsetzen werden. Viele alte Kunden sind bereits zu uns zurückgekommen, weitere werden hoffentlich folgen. Wir werden unser Abenteuer weiter erfolgreich gestalten.“



Je mehr Umdrehungen, desto feiner das Garn



Rund 65 t Garn im Monat können hier hergestellt werden



Yarns – Inbegriff für edle Garne



Seit rund 350 Jahren hält Vitale Barberis Canonico dem Standort Pratrivero die Treue

Erfolg, aus einem besonderen Stoff gesponnen

Biella, rund eine Stunde von Mailand entfernt, ist nicht nur ausgewiesenen Stoffexperten als Welthauptstadt der Wollwaren bekannt. Obwohl man sich auch hier längst der Konkurrenz aus Asien stellen muss, gibt es sie noch: Traditionsunternehmen, die in Sachen Qualität keine Kompromisse dulden und nur die edelsten Stoffe auf den Markt bringen. Eines von ihnen ist Vitale Barberis Canonico SpA aus dem beschaulichen Ort Pratrivero.

Schon in vorrömischer Zeit soll in der Region um Biella Stoff produziert worden sein. Und nach wie vor ist die piemontesische Provinz eine Hochburg der italienischen Woll- und Stoffindustrie. Beispielsweise ist Vitale Barberis Canonico, ein Familienunternehmen, das Italien als Lieferant der feinsten Stoffe der Welt alle Ehre macht. Seit drei Jahrhunderten hält die Weberei an strengsten Qualitätskriterien fest,

der Mitarbeiter, von denen viele seit langem für den Premiumanbieter tätig sind. Qualität ist hier ein ganzheitlicher Prozess.

DER TRADITION VERPFLICHTET

Seit 1663 ist der Name Vitale Barberis Canonico Synonym für die Herstellung feinsten Wollgewebe. Niemand geringeres als die königliche Familie zählte seinerzeit zu

können. Als im 20. Jahrhundert die Textilindustrie neue Herausforderungen meistern musste und Rationalisierung in aller Munde war, bewies Giuseppe Barberis Canonico unternehmerische Weitsicht und errichtete eine neue Fabrik in Pratrivero, die 1909 ihre Arbeit aufnahm. Schon vor dem ersten Weltkrieg setzte das Unternehmen auf den Export und belieferte Kunden in Amerika, Indien und China mit exklusiven Stoffen Made in Italy. Mit dem ersten Weltkrieg wurde der Fokus verlagert, Militärbestellungen dominierten vorübergehend die Produktion. Auch Vitale Barberis Canonico, der die Geschäfte 1921 von seinem Vater übernahm, führte den Betrieb in eine dynamische Zukunft. Gezielte Investitionen in innovative Technologien sowie der stetige Ausbau der Export-

märkte führten zu florierenden Geschäften. 1970 traten die beiden Söhne Alberto und Luciano in seine Fußstapfen und kurbelten den Export weiter an. Während Dr. Alberto Barberis den Vertrieb verantwortete, konzentrierte sich Luciano Barberis auf das Marketing. „Mit Alberto und Luciano Barberis wurde die Marke auf der ganzen Welt bekannt“, so Andrea Perino, Vertriebsleiter für Deutschland. „Irgendwo auf der Welt gibt es eine Nähmaschine – genau dorthin müssen wir unsere Stoffe verkaufen. An dieser Philosophie orientierten sie sich, sie war der Motor für eine anhaltend expansive Entwicklung. Gleichzeitig arbeiteten auch sie daran, die Garne systematisch zu verbessern.“

”

In vielen Bereichen dominiert auch heute Handarbeit.

“

kontinuierlich daran arbeitend, Verbesserungen auf den Weg zu bringen – Verbesserungen, die nicht allein Produkte betreffen, sondern auch das Arbeitsumfeld

den Abnehmern der feinen Stoffe. Im Laufe der vielen Jahre bewies das Unternehmen immer wieder, dass Tradition und Moderne eine harmonische Symbiose bilden



Im Lager warten riesige Stoffmengen auf die Weiterverarbeitung

Interview mit Andrea Perino, Vertriebsleiter Deutschland bei Vitale Barberis Canonico SpA

Vitale Barberis Canonico SpA

Via Diagonale, 296
13835 Pratrivero
Italien

+39 015 7388855

+39 015 7388765

info@vitalebarberiscanonic.it

www.vitalebarberiscanonic.com

KONSTANTE QUALITÄT AUF HÖCHSTEM NIVEAU

Mit Alessandro und Francesco Barberis ist seit 2008 die nächste Generation der Familie für die Geschicke des Unternehmens verantwortlich. Auch sie fühlt sich dem Qualitätscredo ihrer Ahnen verpflichtet. Ing. Alessandro Barberis leitet die Bereiche Technik und

Produktion, Francesco sorgt als Kreativ-Direktor für neue Impulse. Nach wie vor befindet sich der Produktionsstandort in Pratrivero – seit nunmehr rund 350 Jahren ohne Unterbrechung, heute mit einer Größe von 46.000 m². 400 Mitarbeiter sind hier tätig, qualifizierte Kräfte, die sich mit der Firmenphilosophie identifizieren, die Spaß an der Arbeit haben.

Nicht wenige Familien des Dorfes arbeiten seit Generationen für Vitale Barberis Canonico. Auch wenn regelmäßige Investitionen zu einem hohen Automatisierungsgrad in der Produktion geführt haben, spielt Handarbeit immer noch eine zentrale Rolle. „Weil uns die Gesundheit der Mitarbeiter extrem wichtig ist, arbeiten wir zum Beispiel mit besonderen Webstühlen, die nicht, wie allgemein üblich, offen sind, sondern Kabinen zur Lärmreduzierung haben“, so Andrea Perino. „Gleichzeitig können wir so die Verletzungsgefahr minimieren. Vor allem in der

Färberei sind die Prozesse vollautomatisiert. In anderen Bereichen wie der Reparaturabteilung ist dies nicht möglich, weil dort Handarbeit noch immer das A und O ist. Es gibt einfach keine Maschinen, die bestimmte Arbeiten in der von uns geforderten Qualität übernehmen könnten. In der Reparaturabteilung sind allein 80 Mitarbeiter mit der Qualitätskontrolle beschäftigt. Die Ware wird hier mindestens viermal per Hand kontrolliert.“ Nicht nur bei der Verarbeitung der Wolle, sondern auch bei der



Die Gesundheit unserer Mitarbeiter ist für uns essenziell.



Hinter der Erfolgsgeschichte stecken Generationen einer Familie, die stets im Sinne des Unternehmens und seiner Mitarbeiter gehandelt hat





In Kürze

Kernkompetenz

Traditionsreicher Hersteller edler Stoffe Made in Italy

Zahlen & Fakten

- 1663 in Pratrivero nahe Biello gegründet
- Seit 2008 geleitet von Alessandro und Francesco Barberis, ebenfalls im Unternehmen aktiv: Lucia Bianchi Maiocchi
- 400 Mitarbeiter
- Seit Beginn sehr exportorientiert; heute weltweit präsent
- Produktionsstandort 46.000 m²

Leistungsspektrum

- Produktion von klassischen und modernen Stoffen
- Klassiker wie Perennial (Super-110-Stoff) und Revenge (Super-150-Stoff)
- Trendbewusste Vintage-Stoffe
- Funktionale Stoffe mit künstlicher Membran, wasserdicht, Teflonbeschichtung

Zielgruppen

Klassische Schneider, große Modehäuser

Philosophie

- Qualität ohne Kompromisse
- hervorragende Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter
- Symbiose von Tradition und Moderne
- kontinuierlicher Verbesserungsprozess

Zukunft

- Stärkung der internationalen Präsenz
- Fokus auf Edel-Produktlinien

Auswahl der Rohmaterialien orientiert sich Vitale Barberis Canonico an strengsten Qualitätskriterien. Dank eigener Schaffarm arbeitet das Unternehmen mit den feinsten Garnen, vornehmlich Wolle von Merino-Schafen, die weder dunkle Fasern noch Verunreinigungen aufweisen. „Die Feinheit der Wolle ist ein Markenzeichen“, unterstreicht Andrea Perino. „Wir suchen nur die beste Wolle aus und sparen nicht am Rohmaterial. Es ist ganz simpel. So wie man mit schlechten Tomaten keinen guten Salat machen kann, kann man nur mit besten Fasern – und ich spreche bewusst von Fasern – edle Stoffe herstellen. Die Qualität liegt hier wirklich im kleinsten Detail.“

TRADITION UND MODERNE HAND IN HAND

Rund acht Millionen Meter Stoff stellt Vitale Barberis Canonico heute pro Jahr her – „ausschließlich feinste Qualität, reine Schurwolle“, wie Andrea Perino betont. Verarbeitet wird sie zu einer Vielfalt an Stoffen. Neben Klassikern wie 'Perennial', einem Super-110-Stoff, oder 'Revenge', dem Super-150-Stoff, führt das Traditionsunternehmen auch moderne, funktionale Produkte wie solche mit Teflonbeschichtung und künstlichen Membranen im Portfolio.

„Wir fühlen uns der Tradition verpflichtet, sind aber neuen Trends gegenüber sehr aufgeschlossen“, so Andrea Perino. „Tradition und Moderne gehen bei uns Hand in Hand und ergänzen sich hervorragend. Beispielhaft ist unsere

Vintage-Kollektion, in der alte Stoffe neu interpretiert werden. Es sind Stoffe im antiken Design, die momentan sehr gefragt sind. Ein anderer Trend, den wir aktuell aufgreifen, ist Jersey.“ Geliefert werden die Produkte an Schneider, aber auch an renommierte Marken in der ganzen Welt. Ein Umsatzwachstum von zehn Prozent im vergangenen Jahr spricht für die Unternehmensstrategie. „Barberis ist ein ganz großer Name auf dem Markt“, sagt Andrea Perino. „Dennoch wollen wir unsere Position auf internationalem Niveau weiter stärken und sind offen für spannende Projekte mit neuen Partnern. Wir arbeiten in der Kommunikation daran, den Namen noch bekannter zu machen – was nicht einfach ist, schließlich sind wir bereits die Nummer eins auf dem Markt. Aber – es gibt immer etwas zu verbessern. Wir werden auf jeden Fall an unserem Kerngeschäft, der Herstellung von Stoffen Made in Italy, festhalten. Ein weiteres Ziel ist es natürlich, Arbeitsplätze zu sichern. Die Menschen arbeiten gerne bei uns, es ist ein gegenseitiges Geben und Nehmen. Sie schätzen Barberis als attraktiven Arbeitgeber und sie bringen wertvolle Erfahrung und Know-how im Umgang mit Stoff mit, was ein wichtiger Input ist. Ihnen allen geht es so wie mir. Ich habe 2013 hier angefangen und mag einfach das Produkt, das wir verkaufen. Dieses enorme Zugehörigkeitsgefühl spürt man auf allen Ebenen. Daraus ergibt sich eine ungeheure Kraft, die dem Unternehmen gut tut.“