

LA SAN MARCO SPA: un secolo di macchine da caffè



L'ingegner Roberto Nocera, CEO di La San Marco spa

Cent'anni di attività, 100 dipendenti, quasi 21 milioni di fatturato nel 2019 (+ 5% sul 2018), un export al 55% e circa 800mila macchine da caffè distribuite nei cinque continenti.

Sono i numeri che fanno de La San Marco Spa di Gradisca d'Isonzo, associata a Confindustria Udine, un esempio unico nel panorama dei produttori di macchine da caffè italiani e internazionali.

Fondata nel 1920 a Udine dai fratelli Giovanni Battista e Francesco Romanut, trasferitasi nell'83 a Gradisca d'Isonzo (Go), La San Marco è divenuta nel tempo un punto di riferimento per il comparto sia per la grande capacità di innovazione, sia perché è la principale produttrice di macchine da caffè a leva, ossia della tipologia di macchine da caffè meccanicamente più avanzata, nonché più apprezzata, dai professionisti del settore. Un ruolo di leadership tecnologico-produttiva che l'azienda conferma con continue innovazioni, come è stato nel caso del lancio (un paio d'anni fa) dell'avveniristico V6, accolta con entusiasmo dal mercato e, come sarà prossimamente, con un'ulteriore splendida macchina che sarà presentata in occasione della festa per i cent'anni dell'azienda il 21 giugno prossimo. Da diversi anni alla guida dell'azienda c'è il Ceo, Roberto Nocera.

INGEGNER NOCERA, COME SI È EVOLUTA LA SAN MARCO SPA NEI SUOI CENT'ANNI DI VITA?

Ogni giorno, da un secolo, si rinnova il nostro impegno a offrire il meglio a chi, nel mondo, cerca l'eccellenza dell'espresso italiano. Lo facciamo offrendo macchine tradizionali, a leva e non, macchine a capsule, macinadosatori e altre apparecchiature professionali per i bar, i ristoranti e gli hotel con un catalogo che propone oltre 60 modelli diversi con ben 800 varianti di prodotto. Le nostre attrezzature hanno uno stile

che da sempre fa la differenza, con macchine non solo belle da vedere, ma anche ergonomiche e facili da utilizzare, che rispondono alle più stringenti norme internazionali in termini di sicurezza e di alimentarietà (relative, cioè, ai prodotti destinati a venire in contatto con gli alimenti, ndr).

Il filo conduttore che ha guidato l'azienda nei suoi primi cent'anni è stato sicuramente la passione delle persone che in questo secolo hanno contribuito a farla nascere e crescere, partendo da Udine in via Cottonificio e arrivando oggi a esportare in 120 Paesi dei cinque continenti. Certamente nel tempo le aspettative della clientela sono cambiate: una volta "bastava" che la macchina facesse il caffè, oggi deve essere sicura, ergonomica e deve consentire al barista di esprimere la propria professionalità. Se, infatti, in passato il barista poteva essere un ragazzino senza esperienza, oggi nella gran parte dei casi è un professionista che pretende di avere a disposizione una macchina da competizione e ciò obbliga le aziende leader come la nostra a evolversi, innovare e migliorare costantemente la propria offerta.

IL SIGNIFICATO DI AVER RICEVUTO IL 14 FEBBRAIO SCORSO IL PREMIO SPECIALE "ANIMA" DEDICATO ALLE AZIENDE MANIFATTURIERE ITALIANE ATTIVE DA 100 ANNI?

Per me ha avuto un significato molto profondo, quasi ancestrale. In quel momento ho avvertito profondamente la responsabilità di ritirare un premio conquistato grazie alla passione e al lavoro di tanti colleghi che nel corso di un secolo hanno contribuito a rendere grande La San Marco. Un premio che va, quindi, non solo a chi guida oggi l'azienda e a coloro che ci lavorano adesso, ma a tutti coloro i quali nel corso di tanti anni hanno dato il loro contributo per permettere all'azienda di vivere i suoi primi cent'anni senza soluzione di continuità, passando anche attraverso due Guerre Mondiali senza sospendere mai la produzione.

DA AZIENDA NON SOLO CON UNA GRANDE STORIA ALLE SPALLE, MA CHE È FRA I LEADER DI MERCATO, COME IMMAGINATE IL FUTURO?

Dobbiamo certamente continuare a garantire la soddisfazione dei clienti sia in termini di qualità, innovazione e prestigio, sia in termini di affidabilità e di assistenza "sul campo", perché anche le macchine migliori hanno bisogno di manutenzioni programmate per assicurare la costanza delle performance nel tempo. Dobbiamo vendere, quindi, non solo macchine, ma macchine con assistenza. Un vanto della nostra azienda è proprio quello di avere un servizio post-vendita distribuito capillarmente in Italia e abbastanza capillarmente anche nel resto del mondo. Fondamentale, poi, è il rispetto del lavoro degli altri: la nostra azienda è certificata ISO 45001 per la salute e la sicurezza sul lavoro, ISO 9001 per la qualità e ISO

LA SAN MARCO

14001, la norma che fissa i requisiti per un corretto governo di un sistema di gestione ambientale. Sono certificazioni che abbiamo voluto che La San Marco conquistasse per rendere evidente la filosofia che ci guida e l'attenzione che prestiamo sia all'interno dell'azienda nei confronti dei collaboratori, sia all'esterno nei confronti dei nostri fornitori, dei nostri clienti e dei consumatori di caffè e, in generale, di tutti i nostri stakeholders.

Il nostro obiettivo, anche per il futuro, sarà quello di realizzare macchine sicure e all'avanguardia, facili, programmabili, divertenti e ogni giorno sempre più sostenibili anche in termini di consumi energetici.

In particolare, il prossimo progetto, che al momento è ancora nascosto fra il nostro ufficio tecnico e i laboratori prove, sarà una macchina assai innovativa con alti contenuti elettronici, di particolare bellezza, funzionalità e originalità. Volendo fare un paragone con l'automobilismo, direi che se la V6 presentata un paio d'anni fa è perfetta per i rally, la macchina che presenteremo il 21 giugno prossimo sarà perfetta per i circuiti di Formula 1. Di più non posso dire perché non voglio rovinare la sorpresa.

PER COMPETERE DOVETE ANCHE ADATTARVI AI MUTAMENTI DEL MERCATO. COME È CAMBIATO E STA CAMBIANDO NEGLI ANNI IL CONSUMO DEL CAFFÈ NEL MONDO?

Il paradosso del caffè italiano del mondo (includendo anche le macchine da caffè) è che il Belpaese è la patria dell'espresso, l'80% delle macchine al mondo sono made in Italy e nove persone su dieci in Italia bevono caffè, ma in termini di comunicazione, marketing e innovazione sul prodotto caffè (non sulle macchine) c'è chi fa molto meglio di noi a Sidney, New York, Londra, Singapore, ecc. Noi italiani abbiamo il vantaggio di una grande cultura del gusto che è apprezzata nel mondo, però stiamo assistendo a un cambiamento e una rivoluzione nel modo di consumare il caffè. Abbiamo, quindi, il dovere di mantenere vive e difendere le nostre tradizioni, ma al contempo di non trascurare le suggestioni sensoriali che arrivano da altre tradizioni e culture, come gli Usa e il Far East.

PREVEDETE POSSIBILI SVILUPPI OCCUPAZIONALI?

Al momento abbiamo cento dipendenti con numeri stabili da parecchi anni. Il nostro turn over è basso perché i nostri dipendenti, quando lasciano La San Marco, generalmente vanno tutti a "lavorare" per un'altra azienda che si chiama ... Inps! Negli ultimi anni, tuttavia, anche a seguito di Quota 100, abbiamo avuto un notevole ricambio generazionale che ha coinvolto circa il 20% della forza lavoro. Non abbiamo in previsione nuove assunzioni o aperture di nuovi stabilimenti, ma siamo orgogliosi di avere aumentato negli ultimi anni la



La San Marco - Foto storica, la macchina Disco Volante del 1955

presenza femminile in azienda, in special modo nel reparto produttivo, non per moda, ma per scelta cosciente. Le donne, infatti, hanno capacità e caratteristiche diverse dai maschi, che hanno molto arricchito la nostra azienda in passato nel reparto produttivo. Oggi le donne nostre collaboratrici sono circa il 10% nel reparto officina che impiega 66 persone a fronte dei 36 dipendenti del reparto amministrativo dove le donne sono circa la metà.

AVETE DIFFICOLTÀ A TROVARE IN REGIONE LE PERSONE CHE VI SERVONO?

Non abbiamo particolari difficoltà, ma va detto che la nostra regione, essendo

piccolina, non offre un bacino di risorse lavorative sufficiente a soddisfare sempre le esigenze delle aziende industriali che operano sul territorio. Per noi, comunque, è sempre importante valorizzare le risorse interne attraverso percorsi di sviluppo condivisi che premiano l'esperienza acquisita nel tempo.

LE VOSTRE MACCHINE HANNO UN ELEVATO CONTENUTO TECNOLOGICO. LO SVILUPPATE TUTTO ALL'INTERNO O AVETE COLLABORAZIONI CON UNIVERSITÀ O ISTITUTI DI RICERCA ESTERNI?

Le nostre macchine sono interamente progettate e sviluppate utilizzando le risorse aziendali e costruite secondo la logica della Lean a isole. La componentistica delle macchine è al 95% italiana o Comunitaria e i materiali sono scelti prestando la massima attenzione al rispetto per l'ambiente. Da ex ricercatore universitario ritengo che quella tra università e aziende sia un'interazione preziosa che va sostenuta, in quanto capace di apportare vantaggi a entrambe le realtà. Si tratta di un tema sul quale, in Italia, abbiamo purtroppo ancora tanta strada da fare. Per quanto ci riguarda esistono, tuttavia, punti di tangenza interessanti con il mondo della ricerca. Recentemente, ad esempio, uno studente, figlio di un nostro collega, ha svolto la tesi di laurea sul Business Model Canvas, prendendo La San Marco come "case study". Ciò gli ha consentito di superare brillantemente l'esame di laurea in ingegneria gestionale.

QUAL È IL SUO SOGNO NEL CASSETTO?

Più che un sogno nel cassetto, una speranza: che nel settore delle macchine alimentari l'attenzione alla qualità torni ad essere centrale. Anche se spesso intorno a noi prevale la pura logica del prezzo, La San Marco abbraccia da sempre

una filosofia diversa: siamo convinti fautori della qualità, che curiamo al massimo non solo nelle macchine di punta, ma anche in quelle entry level. È anche per questo che continuiamo a produrre solo in Italia, senza cercare scorciatoie in Paesi dove il costo del lavoro è più basso.



Il modello V6 La San Marco a doppia bancata