

LA RIVINCITA DELLA OLD ECONOMY

Delle cinque famiglie fondatrici, quattro sono ancora presenti nel capitale. Tra queste, quella del finanziere Alberto Albertini. Il rilancio con la presidenza di Giacomo Bozzi, ex capo italiano dell'orologeria di Richemont

di **Stefano Righi**

I numeri

32,3

milioni di euro
Il fatturato 2018

10

per cento
La quota target di export

Un secolo dopo sono ancora tutte lì. Era il 2 febbraio 1919, un lunedì, quando nello studio del notaio Gaetano Maspero (fu Giuseppe), in via Volta 60, a Como, si riunirono i rappresentanti di cinque famiglie lombarde per costituire, partendo dalle strutture del Molino Sociale Pedretti, la Anonima Molini Lario. I soci fondatori furono Giacomo Valsecchi, Alessandro Castelli, Emilio Pedretti, Emilio Testoni e Pompeo Camocini. Il capitale sociale era rilevante per l'epoca: 440 mila lire. I Pedretti avevano conferito alla società due impianti produttivi, il mulino di Como e quello di Monza. Gli altri soci contribuirono finanziariamente alla nascita della società e avevano tutti chiara un'idea: già allora era necessario crescere per assorbire i rilevanti costi fissi. Oggi Molini Lario è la settima azienda italiana del settore, capace di pro-

ria di lusso: da Lange & Sohne a Baume & Mercier, passando per Cartier, Iwc, Jaeger-LeCoultre, Officine Panerai e Vacheron Constantin. Passava dalla collezione donna, meglio se con diamanti, ai cronografi sportivi per uomo. Sapeva tutto delle manifatture svizzere e non perdeva un appuntamento al Salone dell'Alta orologeria di Ginevra. Un mondo fatto di secondi e *tourbillon*, di complicazioni meccaniche, metalli preziosi e design. Poi, è arrivato il momento di concludere l'esperienza. «Nell'orologeria ho vissuto anni entusiasmanti. Poi ho pensato un poco a me e alle mie passioni. Uscito da Richemont sono salito sulla mia barca a vela e per tre anni ho girato il mondo». Fino a che, nel 2011, quella che era una quota arrivata a lui da generazione in generazione non è diventato il centro di un nuovo interesse. Messi alle spalle gli orologi, ricondotta in porto la barca, Giacomo Bozzi si è andato a sporca-

ma qual è la condizione italiana in questo campo. Così arrivare a un risultato positivo, a un *ebitda* confortante, è stato molto complesso».

Bozzi diviene presidente della Molini Lario nel 2011. Un momento in cui la materia prima, il grano, ha marcate oscillazioni di prezzo. L'azienda non andava bene. «Questo è un mondo che si divide in due. La produzione di un mulino può finire all'industria o agli artigiani. Il settore dell'industria dolciaria e della panificazione nel 2011 valeva il 75 per cento del nostro fatturato: offre maggiori garanzie sui volumi, ma con margini estremamente ridotti. Gli artigiani invece, panificatori, pasticceri e pizzaioli, sono disposti a pagare qualcosa di più in cambio di un prodotto di qualità che permetta loro di differenziarsi. Così abbiamo deciso di riequilibrare le proporzioni e otto anni dopo il canale artigianale vale per noi il 35 per cento di un fatturato cresciuto a 32,3 milioni di euro». Non male, considerando che i dipendenti sono 32.

Interessi

Come talvolta accade, l'equazione di equilibrio aziendale si è trovata allargando l'interesse a nuovi mercati e incentivando la conoscenza di nuovi prodotti. «La farina è un prodotto base, utilizzato in moltissimi campi dell'alimentazione umana, ma si fatica a comprenderne la qualità. È quasi una *utilities*. Ecco, noi dal 2015 ci siamo battuti per dire che non tutte le farine sono uguali e lo abbiamo voluto dimostrare ai nostri clienti. È nata così l'Accademia Farina di Molini Lario, con un centro di ricerca e sviluppo dove sperimentiamo nuove farine e con i clienti pensiamo a nuovi prodotti e facciamo formazione». L'obiettivo è allargare il mercato all'estero. Le esportazioni nazionali valgono circa l'8 per cento della produzione italiana, mentre Molini Lario ha volumi frazionati. «Siamo sempre stati convinti che la qualità paghi e questo avverrà anche sui mercati esteri — conclude Bozzi —. L'obiettivo è arrivare a esportare una quota tra il 5 e il 10 per cento del fatturato. Oggi siamo presenti a Toronto, in Canada, un po' in Messico e negli Stati Uniti, che è un mercato straordinariamente grande, ma anche in Scozia, Germania e Olanda. Vogliamo crescere, ma solo attraverso produzioni di qualità». E arrivare puntuali, come un orologio svizzero, con la crescita del mercato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MOLINI LARIO «UN SECOLO DOPO ANDIAMO ALL'ESTERO»

dure 425 tonnellate al giorno di farine. Dopo qualche stagione difficile da quasi otto anni è guidata da Giacomo Bozzi, pronipote di Giacomo Valsecchi, mentre nel capitale sociale vi sono altre famiglie note: il finanziere Alberto Albertini era infatti nipote di Alessandro Castelli e oggi gli eredi sono in società, come avviene per quattro dei cinque fondatori. Solo i Pedretti han lasciato. «È una tipica azienda lombarda — dice Bozzi — che rischiava di essere spazzata via dal tempo e dai cambiamenti sociali. Ne abbiamo recuperato l'anima e rilanciato i prodotti, ma resta molto da fare». Bozzi è un elegante signore di 74 anni che per 27 stagioni è stato uno dei manager più in vista nel settore dell'orologeria mondiale. A lungo direttore generale di Cartier Italia, negli ultimi dieci anni della sua carriera è stato amministratore delegato del gruppo Richemont in Italia. A lui facevano capo, oltre a Cartier, alcuni marchi simbolo dell'orologeria

le mani di farina, nel tentativo di applicare i principi di *management* che hanno fatto grande l'orologeria del gruppo Richemont ad un *business* del tutto diverso e molto *old economy*. «La lontananza con il mercato dell'orologeria di lusso è abissale — dice Bozzi — qui i margini sono ridotti e nelle farine semplici i costi fissi e di trasporto comprimono i prezzi. A complicare il quadro di riferimento, il settore è energivoro e sappia-

«Vogliamo allargare i mercati di sbocco: Usa, Canada, Messico. Ma senza rinunciare a un prodotto di qualità»



Al vertice
Giacomo Bozzi, presidente e azionista della Molini Lario. La sua famiglia è nel capitale dal 1919

