

**SPECIALE IMPRESE STORICHE**

A FIRENZE PULSA IL  
CUORE DELL'ECCELLENZA  
ULTRACENTENARIA.

**IN AZIENDA**

I NOSTRI PRIMI 40 ANNI:  
UN BILANCIO DELLE  
SCELTE STRATEGICHE.

**AZIENDE DI FAMIGLIA**

IN ESAME I SETTE PRINCIPI  
CHE RENDONO RESILIENTI  
LE CONDUZIONI FAMILIARI.

# madein®

informazione e cultura tecnica nella moda a cura di 2C Coveri



## Imparare dalle imprese famigliari.

Come le società quotate in borsa  
possono ispirarsi alle strategie  
delle imprese famigliari per essere  
più forti sul mercato.





**Scandicci, maggio 2013**

"madein" è una pubblicazione di proprietà esclusiva di 2C di Coveri Srl destinata esclusivamente all'informazione aziendale sia ad uso interno sia presso il pubblico. Ai sensi del comma 2° legge 62/2001 sono esclusi gli adempimenti di cui alla legge 47/1948.

**GRAFICA, LAYOUT E PRODUZIONE**

esociety marketing

**TESTI**

esociety marketing

**FOTOGRAFIE**

Yakir Yahish

**STAMPA**

Grafiche Leonardo

**STAMPATO SU**

Carta ottenuta impiegando materiale riciclato. Disinchiostata senza impiego di sbiancanti e priva di brillantanti. Certificata per il controllo delle emissioni durante la produzione e per il rispetto dell'ambiente.

**© COPYRIGHT 2012**

Tutti i contenuti, salvo dove indicato, sono di proprietà di 2C Coveri Srl e sono tutelati ai sensi delle leggi sul diritto d'autore e sul diritto di proprietà industriale. I marchi eventualmente citati a scopo informativo, didattico o didascalico appartengono ai rispettivi titolari. I dati personali sono trattati nel rispetto del Decreto Legislativo 30 giugno 2003 n. 196.

**EDITORIALE**

**3**

Un numero speciale dedicato ai primi Quarant'anni della nostra impresa. Una occasione per riflettere e imparare.

**SPECIALE IMPRESE FAMILIARI**

**4**

I sette principi che rendono più forti le aziende di famiglia messi sotto la lente dagli esperti. Una bella lezione per le tradizionali imprese quotate in borsa.

**L'AZIENDA**

**5**

Una minuscola azienda familiare cresce fino a diventare una solida impresa e un partner affidabile del settore moda.

**GENIUS LOCI: FIRENZE**

**10**

L'eccellenza imprenditoriale ultracentenaria ha un cuore che pulsa a Firenze. Speciale Unione Imprese Storiche Italiane.

**PERSONE AL LAVORO**

**11**

Focus sul reparto microfusione: una squadra preparata e una tecnica con radici molto antiche sono i segreti di questo reparto.

# Quarant'anni di innovazione al servizio della moda.

Uno sguardo indietro per tirare le somme e nuovi sogni per andare avanti.



**Alcuni momenti della vita si prestano per fare i conti col passato, per riflettere, magari rammaricarsi, ma anche per dare energia ai sogni e alle visioni future.**

Mi viene in mente uno slogan pubblicitario degli anni ottanta, molto celebre in Italia, dove l'attore Nino Castelnuovo e il portiere della

Nazionale Campione del Mondo Dino Zoff esclamavano: "quarant'anni e non sentirli". Nel nostro settore la longevità, di solito, è un pregio. Ma quarant'anni di attività ininterrotta in crescita continua non vengono da soli. Sono il frutto di intuizioni, impegno, successi quanto di sacrifici, rinunce e duro lavoro. L'idea imprenditoriale di mio padre si è rivelata buona quanto il contesto che l'ha incubata. Erano altri tempi, bastava una buona intuizione, una discreta manualità e il senso di responsabilità della famiglia faceva il resto. Mi sono preparato ai quarant'anni dell'azienda andando a scovare vecchie fotografie di mio padre, quelle del primo laboratorio, poi della fabbrica. Tutte hanno in comune il lavoro: in ogni foto qualcuno lavora sodo, con le sue mani. Anche oggi attraversando l'attuale stabilimento,

moderno, tecnologico, meccanizzato, l'immagine che si ha è la stessa: si vedono persone impegnate con le proprie mani a dar forma alle idee. Avremmo potuto sicuramente guadagnare di più, approfittando dei momenti di crescita, ma abbiamo preferito l'adattamento - la resilienza, come la chiamano oggi gli esperti - al profitto. Per questo siamo sopravvissuti ai tempi più duri, evitando licenziamenti e investendo nelle persone e nell'innovazione. Un comportamento tipico delle aziende di famiglia, il tema - appunto - di questo terzo numero di "madein". Buona lettura.

**MASSIMO COVERI**



**“ Vorrei dedicare questi quarant'anni a mio marito Giovanni e ai tanti clienti, dipendenti, collaboratori e fornitori che in questi anni hanno lavorato e sono cresciuti con la nostra famiglia. Il loro contributo ha permesso di essere quello che siamo oggi. È per loro che teniamo duro e continuiamo a crescere e concretizzare nuovi progetti con passione. ”**

Anna Corti, madre di Massimo, cofondatrice dell'azienda insieme al marito Giovanni Coveri.

**Resilienza:** se ne parla sempre di più nei mercati e nella società moderna. È, infatti, un'abilità molto importante per gli individui e per le organizzazioni, necessaria soprattutto nei periodi di crisi o di cambiamento. Gli esperti la definiscono come la capacità di affrontare le avversità, di superarle e di uscirne rinforzati e addirittura trasformati positivamente.



Macchina microfusione



Processo microfusione

# Imprese familiari

una risorsa e un modello per la crescita.



LA FAMIGLIA AL LAVORO - FINE ANNI '60

Parlare di imprese di famiglia come di un "modello" potrebbe sembrare naif quanto immodesto. Ma se pensiamo che colossi come Samsung, Tata Group, Porche, Walmart, Michelin sono società controllate da un'unica famiglia, il tema potrebbe diventare più realistico e concreto. In effetti, secondo un'analisi del Boston Consulting Group le imprese familiari rappresentano oltre il 30% delle aziende con vendite sopra il miliardo di dollari. Ma non serve essere una "big consulting" per osservare che le strutture aziendali a proprietà unica, tipiche delle imprese di famiglia, hanno un indirizzo di lungo termine che le tradizionali società quotate non hanno (affatto!).

Si potrebbe discutere molto sui pregi e sui difetti dell'impresa familiare ma, certamente, alcune caratteristiche saltano all'occhio. Una su tutte: secondo gli economisti le aziende a controllo familiare

guadagnano meno di quelle a proprietà più frammentata, almeno durante le fasi economiche positive. Ma è anche vero che hanno maggiori probabilità di successo durante i momenti di crisi. Una caratteristica interessante che recentemente le ha rese oggetto di ricerca. Secondo gli studi, le imprese familiari sembrano non essere ossessionate dai risultati a breve termine.

Famiglia e dirigenti sono piuttosto orientati a scenari ventennali e a garantire vantaggi per la successiva generazione. Assolutamente quello che - finora - non interessava ai manager delle società quotate, molto più orientati al breve/medio periodo e al proprio ciclo di guida. Ormai ogni società sana incoraggia i propri manager a pensare al lungo termine, proprio come hanno fatto finora le conduzioni familiari in modo naturale.

## Gli economisti individuano alcuni principi delle aziende di famiglia da prendere a modello:

**1.** La prima caratteristica è quella di non spendere il denaro. Investire quello che serve senza fare passi più lunghi della gamba. Il controllo delle spese è la prima vera grande peculiarità.

**2.** La seconda caratteristica è quella di essere molto giudiziose nelle spese in conto capitale: evitano, insomma, di spendere più di quello che guadagnano e solo per progetti veramente importanti (quelli che le salvano nei periodi di crisi).

**3.** Inoltre, fanno pochi debiti ed evitano di dare potere alle banche. Anche se la leva finanziaria, si sa, rende possibile lo sviluppo, le imprese familiari tendono ad associarla alla fragilità e al rischio.

**4.** Non cedono alle tentazioni, ai progetti ad alta crescita (e ad alto rischio). Le aziende di famiglia preferiscono crescere in modo organico, preferendo le partnership alle acquisizioni spericolate.

**5.** Poi c'è la diversificazione, spesso sorprendente, una sorta di paracadute o di polizza assicurativa per la famiglia in periodi di crisi.

**6.** La sesta caratteristica è quella di essere ambiziose ed essere portate a lavorare e farsi conoscere all'estero.

**7.** Ultima ma non meno importante, la caratteristica di far rimanere i dipendenti a lungo in azienda, facilitando il concetto di squadra e incentivando con sistemi superiori rispetto a quelli meramente finanziari.

Sette principi che legano le aziende familiari alla crescita e al successo; sette leve molto legate tra loro alle quali dovrebbero ispirarsi anche per le grosse corporation quotate in borsa.

# La risposta dell'azienda

## L'azienda celebra i (primi) quarant'anni di attività!

Ricorrenze come questa sono importanti e fungono da stimolo per guardare avanti e per continuare a fare bene il proprio lavoro. Non è sempre facile, ma 40 ANNI sono un bel premio. L'impegno continua ininterrottamente dai primi anni settanta, quando Giovanni Coveri e Anna Corti intuirono di poter cogliere le opportunità offerte dal mercato della moda e coinvolsero la famiglia in una nuova impresa. Un'idea vincente, che ha portato una microscopica azienda familiare ad affrontare tutte le fasi della crescita e diventare quello che è oggi. Ancora oggi tutta la famiglia è coinvolta, ma l'idea di Giovanni Coveri è andata oltre trascinandoci clienti, dipendenti, collaboratori, fornitori e moltissimi, moltissimi amici.



REPARTO GALVANICA

## QUARANT'ANNI DI FRUGALITÀ PER UNA VITA SERENA.

Basta entrare in azienda per capire che gli spazi sono pensati per lavorare, non per fare bella mostra dei successi. La nuova sede, per quanto curata, è stata progettata per essere funzionale, niente lussi o particolari superflui. La frugalità è un nostro modo di essere e finora ci ha garantito sufficiente serenità anche nei momenti difficili.

## DIVERSIFICARE PER CRESCERE.

Non è mai successo che un cliente se ne sia andato senza aver visto realizzato quanto aveva in mente. Questo perché negli anni ci siamo concentrati nel core business dell'azienda ma al tempo stesso abbiamo protetto la ricchezza della famiglia con la diversificazione. Gli spazi occupati sono passati in quarant'anni da pochi metri quadri agli attuali 3000 metri di laboratori, uffici, officine, magazzini e spazi di accoglienza e progettazione. E lo spazio non basta mai per star dietro alle nuove idee.



ALESSANDRO DURANTE LA CREAZIONE DI UN MODELLO

## INVESTIMENTI OCULATI E PER PROGETTI IMPORTANTI.

Non saremmo mai cresciuti tanto se non avessimo investito in progetti importanti. Abbiamo impiegato moltissime risorse per nuove tecnologie, metodi, strumenti e infrastrutture senza mai rincorrere chimere o scommesse pericolose. Abbiamo modernizzato, addirittura rivoluzionato il modo di lavorare ma sempre valutando con perizia le scelte. Questo modo di crescere può sembrare fin troppo prudente ma certamente è il segreto per garantire solidità e innovazione continua.

## PENSIAMO LOCALE MA AGIAMO GLOBALE.

Piccoli ma ambiziosi. Oltre la metà dei nostri manufatti viene impiegata da aziende che operano all'estero. Non siamo proprio quella che si dice una multinazionale, anzi tutt'altro: siamo fieri del nostro localismo, fonte per noi di innumerevoli vantaggi. Ma non per questo restiamo fermi, a correre sul posto. Ci piace portare la voce del nostro territorio fuori dai confini del Paese. E ne siamo fieri.



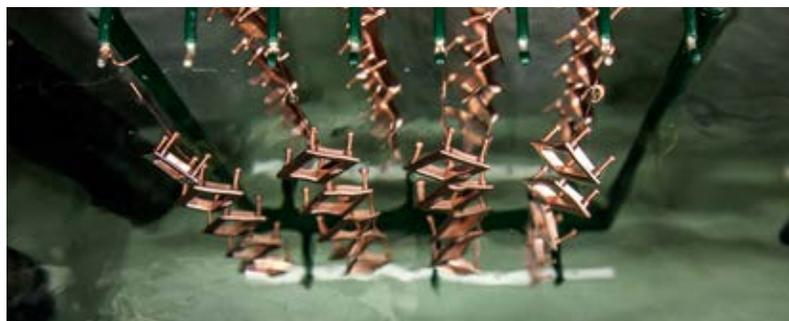
ANDREA E LORENZO

## LA NOSTRA AFFIDABILITÀ VIENE DALLE PERSONE.

Nel primo numero di "madein" abbiamo messo a confronto il dipendente più anziano con quello più giovane. Il fatto è che le nostre persone mediamente rimangono a lungo in azienda. Non abbiamo un ufficio delle Risorse umane che seleziona scientificamente le persone migliori in assoluto, ma siamo capaci di individuare il talento, di investire, di essere pazienti fino a farlo emergere. Per questo quando c'è un problema le nostre persone si muovono come una squadra esperta. Questo è un grande vantaggio per i nostri clienti.

## Impresa e capitale umano.

Se avessimo puntato tutto solo sulle tecnologie e sui macchinari non avremmo potuto affermare alcun vantaggio competitivo sulla concorrenza. Tutti possono investire in nuovi strumenti. Per questo abbiamo puntato tutto e sempre sulle persone, sul nostro capitale umano. Abbiamo creato una cultura d'impresa basata sull'impegno e sullo scopo che ci permette di affrontare ogni situazione a vantaggio dei clienti.



REPARTO GALVANICA



2C inizia a realizzare stampi internamente

La sede viene estesa di altri 300mt<sup>2</sup>.

1994

1990

Viene introdotta la tecnica della vibrofinitura e il reparto pressofusione ZAMA

INGRESSO DI NUOVI MACCHINARI:  
2 MACCHINE DA 80T E 5T  
PER IL REPARTO PRESSOFUSIONE ZAMA.

2C si trasferisce nella  
sua attuale sede in  
via San Colombano a  
Scandicci.

2005

INGRESSO DI  
NUOVI MACCHINARI:  
FRESE A CONTROLLO  
NUMERICO  
E VIBROFINITURA

50 dipendenti



Viene introdotto il reparto Galvanica.

2007

INGRESSO DI  
NUOVI MACCHINARI:  
TORNI A CONTROLLO NUMERICO

Viene introdotto il reparto Tornitura

2010

2009

Viene introdotto il reparto Microfusione

2013

2C si estende di altri 1300mt<sup>2</sup>  
entro la fine del 2013

# I nostri 40 anni

impresa  
prettamente  
famigliare



LAVORAZIONE DI  
SALDATURA MANUALE  
A FILO D'ARGENTO  
E A PUNTATRICE  
PER AZIENDE ESTERNE

1973

nasce 2C, allora  
con il nome  
«Anna Corti»  
in un piccolo  
garage di via Mascagni  
a Scandicci  
fondata da Giovanni  
Coveri e sua moglie  
Anna.



5 dipendenti

1978

INGRESSO DI  
NUOVI MACCHINARI:  
FRESA  
TORNIO  
PRESSA



«Anna Corti» cambia  
il suo nome in «2C» e  
si sposta in una nuova  
sede in via Pisana  
aggiungendo i primi  
uffici amministrativi.



Massimo Coveri entra in società e inizia  
ad occuparsi del campionato e dei primi  
approcci con i clienti.

1982

1979

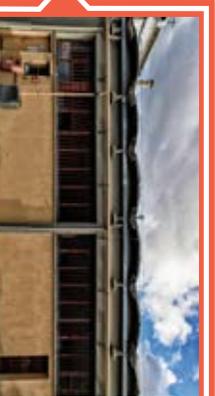
Massimo Coveri a soli 15 anni inizia  
a lavorare per la famiglia come saldatore  
e tuttofare.

15 dipendenti

INGRESSO DI  
NUOVI MACCHINARI:  
PRESSA PIEGA FILO

1986

2C cresce e aumenta  
l'esigenza di spazio, così  
l'azienda si trasferisce in  
via Stagnaccio in una  
sede di 350 mt<sup>2</sup>.



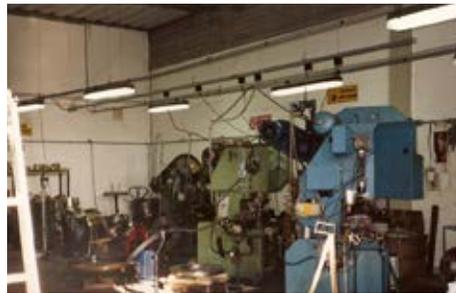
## INSERTO SPECIALE: I NOSTRI 40 ANNI



FINE ANNI '60



OFFICINA ANNI '80



SEDE ANNI '80



SEDE ANNI '80



PRIMA MACCHINA PRESSOFUSIONE ANNI '90



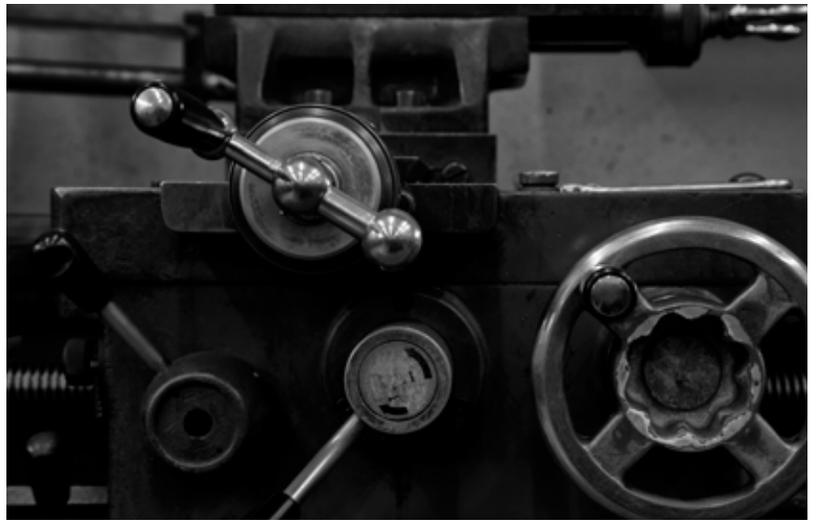
GIOVANNI COVERI AL LAVORO ANNI '80



MAGAZZINO PRIMA SEDE ANNI '80



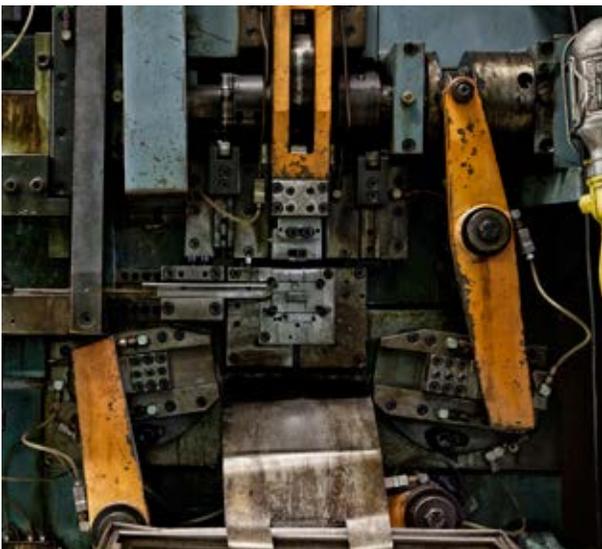
GIOVANNI COVERI



FRESA TRADIZIONALE



SALDATURA



PIEGAFILO ANNI '90

# L'Unione delle Imprese Storiche Italiane.

**Massima espressione di longevità imprenditoriale in Italia, L'Unione delle Imprese Storiche Italiane promuove un nuovo modo di "fare impresa" dove tradizione e innovazione si incontrano da secoli.**

L'eccellenza imprenditoriale ultracentenaria ha un cuore che pulsa a Firenze. Sono infatti 23 (sulle 39 che al momento compongono la UISI - l'Unione Imprese Storiche Italiane) le imprese storiche fiorentine massima espressione di longevità del territorio. Fanno tutte parte di questa associazione nata nel 2000 su scala locale, divenuta toscana nel 2006 e da un anno trasformata in italiana, con l'obiettivo di salvaguardare, valorizzare e promuovere quel sapiente 'fare impresa', dove tradizione, originalità e innovazione si fondono e si rinnovano ormai da secoli. Nel segno di un Codice Etico che custodisce indirizzi commerciali ben precisi e di un marchio di qualità registrato che si eleva a garanzia del più vero Made in Italy. Alcune di queste imprese affondano le proprie radici nel lontano Rinascimento (Marchesi de' Frescobaldi 1340, Archivio Storico Torrini 1369, Marchesi Antinori 1385, Azienda Agricola Travignoli 1473, Officina Profumo Farmaceutica di Santa Maria Novella 1612), altre sono figlie del Risorgimento industriale italiano. Tutte sono accomunate da un'attività ininterrotta di almeno 100 anni. E soprattutto, sono vere e proprie imprese che abbiano, come si legge nella definizione, "saputo operare in una dimensione che continui a muovere la Produttività e l'Economia in un contesto Sociale e Culturale".

Parliamo di brand celebri del settore della fotografia (Fratelli Alinari 1852), di storici istituti di credito e di istituzioni finanziarie che hanno scritto

da Firenze la storia d'Italia (Banca Cassa di Risparmio di Firenze 1829, Fondiaria-SAI. 1879, Banca di Credito Cooperativo di Cambiano 1884, Banca Federico Del Vecchio 1889), di prestigiosi marchi del mondo della moda (i cappellifici Grevi Mode 1875 e Filippo Catarzi 1910), di librerie e tipografie dal fascino secolare (Giunti 1841, Gonnelli 1875, Vallecchi 1903, Toccafondi Arti Grafiche 1910), ed ancora di marchi celebri nella manifattura (Giusto Manetti Battiloro 1820, Fonderia Artistica Ferdinando Marinelli. 1905), della medicazione (Luigi Salvadori 1907), dell'edilizia (Giovanni Masini e Figli 1863), dei servizi (Toscana Energia 1845). Senza dimenticare istituzioni storiche quali il Gabinetto G.P. Vieusseux e il British Institute of Florence, alle quali l'Unione Imprese Storiche Italiane ha 'aperto' nel 2011 al fine di divulgare il seme della cultura arcivistica e museale, ovviamente ultracentenaria. Per tutte loro parte da Firenze - grazie alla Unione Imprese Storiche Italiane - una nuova sfida ai mercati nazionali e internazionale tramite progetti di internazionalizzazione e di reti d'Impresa già allo studio. Unisci e persevera, recita il motto dell'associazione. Insieme, dunque, per progettare il futuro ancorati a sane radici storiche, nel rispetto di una longevità - familiare e non - capace sempre e comunque di conservare forti valori identitari. Un bel tratto distintivo nell'attuale mondo globalizzato, spesso senza regole e valori.



FRATELLI ALINARI [Firenze]



GIUNTI EDITORE [Firenze]



GREVI MODE [Signa]



TOSCANA ENERGIA

# Dentro l'azienda: le storie e i personaggi

La rubrica dedicata alle persone nel reparto Microfusione: Alessandro, Diana e Raffaele.

## RAFFAELE



### CARATTERISTICHE

- 47 anni
- è con noi da 4 anni e mezzo
- si occupa di tagliare la gomma, di montare gli alberi e della fusione

LA SUA ATTIVITÀ PRINCIPALE

la microfusione.

## DIANA



### CARATTERISTICHE

- 39 anni
- è con noi da 4 anni e mezzo
- si occupa di tagliare la gomma, di creare gli alberi in cera per la fusione e dei gessi.

LA SUA ATTIVITÀ PRINCIPALE

creare cere per la fusione.

## ALESSANDRO



### CARATTERISTICHE

- 49 anni
- è con noi da 4 anni e mezzo
- si occupa della creazione dei modelli in cera o direttamente in metallo.

LA SUA ATTIVITÀ PRINCIPALE

modellista ceselatore



Il reparto della Microfusione è uno dei fiori all'occhiello dell'azienda e gli addetti a questo settore sono consapevoli dell'importante contributo che forniscono. La microfusione, in genere, è una tecnica eccezionale: offre a costi contenuti una flessibilità impensabile per le lavorazioni meccaniche. In questo reparto servono due cose: investimenti in tecnologia e personale eccellente. Solo così si possono realizzare prodotto molto com-

plici, con forme difficili e basse tolleranze dimensionali. La Microfusione ci permette di rispondere sia a richieste molto piccole che a produzioni importanti. La tecnica, a dire il vero, non è proprio nuova, anzi, ha radici molto antiche. La storia e le civiltà sono piene di esempi di impiego di questa tecnica, comunemente chiamata "fusione a cera persa". A Firenze addirittura abbiamo uno degli esempi più illustri di questa tecnica,

il Perseo: una scultura bronzea di Benvenuto Cellini, considerata un capolavoro della scultura manierista italiana ed una delle statue più famose di Piazza della Signoria. Chiaramente nei secoli la tecnica ha fatto molti progressi e oggi la tecnologia ha un ruolo importante. Ma uno dei segreti di questa tecnica rimane legato all'uomo, alla corretta progettazione. Per questo servono persone preparate e responsabili che si sappiano muovere in squadra.



STAMPO IN GOMMA



CERE PER FUSIONE



FUSIONE IN OTTONE



FUSIONE



REPARTO MICROFUSIONE

## NEL PROSSIMO NUMERO



### **DIVERSIFICAZIONE E CRESCITA**

Nel settore moda la collaborazione tra imprese può offrire grandi vantaggi per la crescita, la diversificazione e il mantenimento del vantaggio competitivo. Quali i criteri e le opportunità?

### **FOCUS: TRATTAMENTI GALVANICI. CRESCITA DELL'AZIENDA E L'ATTENZIONE ALL'AMBIENTE**

Le politiche di diversificazione nella moda hanno reso alcuni tipi di trattamenti Galvanici e di finiture superficiali molto popolari e richiesti. L'azienda ha risposto evolvendo la gamma delle lavorazioni e impegnandosi ad aumentare l'efficienza della produzione e il rispetto dell'ambiente. Nel prossimo numero focus sul reparto Galvanica, sulla crescita dello stabilimento e sulla certificazione energetica da fonti rinnovabili VdTÜV 1303.



2C di Coveri Srl accessori per pelletteria calzature e confezioni  
SEDE LEGALE: via Poliziano 5 Firenze p.iva 01357460482  
SEDE OPERATIVA: via San Colombano (loc. Granatieri) 187/a Scandicci  
tel +39 055 7311219 - 720546 fax +39 055 7310156  
[www.coveriweb.com](http://www.coveriweb.com)