

MalpensaNews

La personalizzazione del prodotto piace ai clienti, ma l'automazione ti rende competitivo

Michele Mancino · Friday, September 4th, 2020

Fbm srl è un'azienda di **Legnano** specializzata nella produzione e vendita di macchine per la lavorazione del cioccolato e dei biscotti. **Umberto Boscolo**, proprietario e ceo, ha iniziato questa avventura imprenditoriale nel **1997**.

La Fbm ha clienti in tutto il mondo: si va dalle piccole pasticcerie alle cioccolaterie, dai ristoranti agli hotel, fino ad aziende industriali e multinazionali. È famosa sul mercato per la sua capacità di **personalizzare il prodotto** a seconda delle esigenze dei clienti.

Boscolo, che cosa ha fatto per migliorare il suo lavoro in un'ottica futura?

«Quando gestisci un'azienda, che opera in tutto il mondo, il domani è già il passato. Ho iniziato più di vent'anni fa con un'azienda che era fortemente impegnata in Italia, e che aveva una presenza nei mercati esteri attorno al 20%. Avevo intravisto fin da allora l'importanza del web, tanto che avevo acquistato il dominio **Boscolo.it** prima della famosa compagnia di hotel e di tour operator che negli anni ha sempre cercato di acquistarmela. Siamo stati tra i primi a creare un sito web per cercare di essere maggiormente presenti a livello internazionale. Nei primi 10 anni del 2000 abbiamo creato **una rete di rivenditori** in tutta Italia e in alcune nazioni dell'Europa; abbiamo iniziato a fare una o due fiere in Europa per riuscire a trovare nuovi mercati. Tra il **2008 e il 2011 c'è stata la grande crisi** internazionale che ha portato una regressione del mercato italiano a meno della metà e alla chiusura di alcuni tra i nostri più importanti distributori europei che nel frattempo avevano portato il nostro business alla percentuale di 70 Italia e 30 estero. È stato nel 2010 l'anno nel quale ho deciso di operare in maniera totalmente diversa».

In che cosa consiste la nuova strategia?

«I distributori e i rivenditori, tranne un paio che hanno sempre avuto un'organizzazione ed una presenza commerciale importante, sono stati esclusi ed ho iniziato ad attivarmi in prima persona con un blog aziendale aggiornato quotidianamente e con una presenza attiva nei principali social dell'epoca: Google Plus, Facebook, YouTube e Twitter. Ho iniziato un importante investimento in una nuova, nascente tecnologia di nicchia che a quell'epoca non esisteva. Questa tecnologia ha richiesto investimenti di marketing importanti, che sono andati oltre la presenza nel web attraverso una quantità di manifestazioni internazionali in ogni parte del mondo. Lo scorso anno abbiamo partecipato a 41 manifestazioni in ogni continente. Oggi questo ha portato il nostro business per il 25% in Italia e per il 75% all'estero. Il blog è in italiano, inglese è anche in spagnolo ed è presente anche su Instagram. Fbm ha aperto 5 scuole dove insegna la produzione di nicchia nella quale siamo diventati leader mondiali, e promuove il proprio brand e la propria tecnologia. Nonostante tutto questi, il domani non è garantito in quanto negli ultimi due anni, i competitor storici, a cui si

sono aggiunti i nuovi provenienti dai paesi emergenti, hanno iniziato a produrre macchinari simili ai nostri. Per questo che abbiamo deciso di creare delle filiali commerciali negli Stati Uniti e in Asia per riuscire non solo ad essere più presenti ed attivi a livello finanziario nelle aree lontane ma anche ad offrire una presenza maggiore. Oltre a questo, il nostro ufficio di ricerca e sviluppo si sta attivando per poter offrire una gamma più completa e differenziata dei nostri macchinari in modo da seguire ogni nostro cliente nel suo sviluppo di crescita, cosa che attualmente non accade. Nello stesso tempo stiamo cercando nuovi partner per aprire altre scuole per mantenere sempre più capillare la nostra visibilità nel mondo, mantenendo costante la nostra presenza nelle fiere internazionali».

Come immagina il futuro del lavoro nella sua azienda?

«Il sistema di produzione dei macchinari della mia azienda in questi 23 anni è diventato sempre più rapido, economico, modulare e sempre meno costoso. In questo anno lavoreremo maggiormente sulla produzione in **catena di montaggio** avendo ormai ottenuto il volume commerciale adeguato per riuscire con questo sistema. Obiettivamente il risparmio della costruzione attraverso la catena di montaggio è importante e supera il 30% del tempo di produzione. Purtroppo, le decine di modelli differenti che noi abbiamo ci impediscono di poter produrre tutte le serie di macchinari con questo metodo, anche se, durante quest'anno, cercheremo di ampliare la gamma nel maggior modo possibile. Sicuramente la concorrenza di alcuni paesi emergenti come la Turchia, l'India e la Russia ci pone di fronte al gap importante del costo del lavoro che in Italia è maggiore, giustamente per una qualità professionale migliore, ma anche estremamente costoso per tutti i costi che il Paese impone alle società produttive. È triste dirlo ma molto probabilmente entro dieci anni anche Fbm sarà costretta a cercare in alcuni semplici sistemi automatici di montaggio una migliore competitività produttiva».

Gli studenti della Liuc raccontano il lavoro del futuro

This entry was posted on Friday, September 4th, 2020 at 10:54 am and is filed under [Economia](#), [Lavoro](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.