

26 novembre 2014

Pio Nahum: "I cinesi ci copiano tutto, ma noi li battiamo sul tempo"

Il ceo di Clay Paky rivela i segreti del successo dell'azienda di Seriate (Bg): "Sulla qualità non si scende mai a compromessi"

08:05 - "I cinesi ci copiano tutto, dai brevetti ai nomi dei prodotti. L'unico modo di combatterli è correre, correre e correre. Dobbiamo sempre essere un passo avanti". Dalle parti di Seriate (Bergamo) non ci si arrende facilmente. Neppure di fronte a una concorrenza sleale e spietata. E in Pio Nahum, ceo della società leader nella produzione di sistemi per l'illuminazione del mondo dello spettacolo, si ritrova tutta la filosofia che ha portato l'azienda a conquistare tutto il mondo.



"La parola d'ordine è qualità. Su questo non si può **mai scendere a compromessi**. Quando si parla del mondo della moda o di quello dell'artigianato, il **Made in Italy** è considerato eccellenza ovunque. Quando si parla di tecnologia, invece, c'è sempre un po' di diffidenza. Claypaky è riuscita a diventare lo stesso proprio un marchio di eccellenza e questo è stato soprattutto il risultato di un'intensa di attività sulla qualità".

L'economia arranca da ormai sei anni. Eppure la società di Seriate la crisi sembra proprio non sentirla: "Gli ultimi anni sono stati per tutti i Paesi del mondo e per tutti i settori anni di crisi. Noi, dal 2008 a oggi, **abbiamo quasi triplicato il fatturato** passando da 25 milioni a 65 milioni di euro. La crisi economica si può battere ma occorre tanta determinazione, coraggio, investimenti e serve un'apertura verso i mercati internazionali".

La vocazione internazionale è nel Dna di Clay Paky: "Abbiamo un nome internazionale nel

suono anche se **siamo un'azienda italianissima**. Anzi, oserei dire proprio bergamasca. Lavorando in un settore di nicchia, abbiamo fin da subito guardato **oltre i confini**. Un mercato nazionale, infatti, non sarebbe stato sufficiente ad alimentare il nostro business. Inizialmente vendevamo all'estero il 40-50% della nostra produzione, **oggi il 95%**.

Dallo stabilimento di Seriate, che **dà lavoro a 150 persone**, escono circa **20mila prodotti all'anno**. "Ogni anno mettiamo sul mercato dai tre ai cinque prodotti completamente nuovi. Ogni volta sono accolti con grande entusiasmo perché sempre innovativi. Sono prodotti che aiutano chi fa spettacolo a divertire il pubblico, a creare l'effetto sorpresa e per questo sono sempre benvenuti dai light designer. E a noi consentono di essere sempre sul mercato per primi, di **battere sul tempo la sleale concorrenza** dell'Estremo Oriente. Prima che la loro copia sia in vendita, noi siamo già pronti con un nuovo modello".

Anche il web garantisce a Clay Paky di continuare a riscuotere successo: "Ha davvero rivoluzionato il nostro modo di fare impresa e di vendere il prodotto. Ci ha consentito di ridurre al minimo il cosiddetto *time to market*, il tempo necessario per portare il prodotto sul mercato. E di moltiplicare i nostri canali di comunicazione facendo arrivare l'informazione sulle scrivanie o pc di tutti i potenziali clienti, in qualsiasi angolo del mondo. **La potenza del web è incredibile** ed è stato uno degli strumenti che ci ha aiutato a crescere così rapidamente".

Clay Paky, fin dal 1967, non si è mai allontanata dall'Italia. "La tentazione di spostare la produzione all'estero è molto grande. Devo però dire che nel mix del costo del nostro prodotto, quello della manodopera incide in una percentuale piuttosto bassa. Quello che costa sono i componenti, tutti di alta qualità: i nostri prodotti sono dei veri e propri robot che contengono elettronica e meccanica di precisione. Incide invece molto nel risultato finale **l'esperienza, la qualifica della manodopera, difficilmente replicabile** in un Paese dove è a basso costo. Spostare la nostra produzione in Cina o nei Paesi dell'Est porterebbe forse un piccolo vantaggio dal punto di vista economico, ma sarebbe un disastro dal punto di vista del prodotto finale. Quindi la nostra scelta è: **rimaniamo in Italia**, dove abbiamo maestranze estremamente qualificate e molto motivate, che condividono le scelte e i sacrifici dell'azienda e che sono coprotagoniste del nostro successo".