

Qui L'azienda

LA STORIA/IMPRESA LEADER NEL MECCANOTESSILE

UNA SFIDA IN UN "DADOMONDO"

TECNOMECCANICA BIELLESE LANCIA UNA NUOVA LINEA DI OGGETTI DI DESIGN IN ACCIAIO

Della serie: quando la staffetta generazionale fa rima con creatività. E' il caso di Tecnomeccanica Biellese, una piccola ma consolidata realtà del panorama industriale locale che si sta oggi spingendo anche oltre i confini della sua produzione tradizionale per approdare, con una nuova linea speciale, alle terre del design. A sdoganare l'acciaio, trasformandolo da mera materia prima esclusivamente per macchinari e impianti tessili nel supporto glamour di oggetti di arredamento ad alto gradiente di design, c'è lei, Stefania Ploner, la giovane esponente della terza generazione di imprenditori biellesi che, dagli anni Sessanta, gestisce l'azienda di via Molino a Camburzano, alle porte di Biella. Un'azienda, Tecnomeccanica Biellese, che ha saputo consolidare nel tempo una posizione di leadership nel settore meccanotessile e a cui Stefania Ploner reca oggi in dote le competenze dei suoi studi di architettura, capitalizzandoli nella nuova linea "SP by Tecnomeccanica Biellese".

Storia. «L'azienda - spiega Stefania Ploner - è stata fondata nel 1968 da mio nonno Giuseppe e, attualmente, è gestita dai suoi tre figli: mio zio Mario, addetto alla parte commerciale, mia zia Paola che si occupa della parte amministrativa, e mio padre Luigi, che cura la parte tecnica e progettuale».

Dalla sua fondazione, Tecnomeccanica Biellese si è specializzata nella progettazione e nella costruzione di macchine ad impianti completi di preparazione delle fibre tessili alla filatura, sviluppando negli anni competenze sempre più specifiche in tutti i settori dove vengono lavorate fibre sciolte nonché nel settore dell'aspirazione e delle tecnologie per la depolverizzazione di locali, macchinari e fibre stesse con sistemi di filtraggio automatico ed imballaggio delle polveri. Su questa realtà così concreta e tecnologica, è planata ora la genialità creativa di Stefania Ploner con la sua determinazione a sondare nuovi territori dove poter declinare contemporaneamente la miglior tradizione familiare con l'arte ed il design. Insomma, in un contesto in cui sempre più si parla di interazione tra arte ed impresa, Tecnomeccanica Biellese accetta la scommessa e si lancia in una linea produttiva di arredi ed oggetti di design in acciaio.

Design. «Terminati gli studi in architettura (gli ultimi mesi di università li ho trascorsi in Australia), prima di spendere nell'azienda di famiglia la formazione acquisita, ho cercato di completare le mie competenze con varie collaborazioni - spiega Stefania Ploner -. In particolare, con Luisa Bocchietto e con la Fondazione Pistoletto. Ho, insomma, voluto iniziare con esperienze concrete sul campo, mentre coltivavo già il sogno di poter compiere un percorso nel design con prodotti nuovi».

Se, da un lato, il nome di Luisa Bocchietto evoca il miglior design nella plastica di eccellenza, Stefania Ploner ha scelto di percorrere un itinerario simile, mettendo invece al centro l'acciaio, il profumo del cui truciolo ella ha respirato sin da piccola.

«Lo scopo era quello di creare qualcosa di mio - continua Stefania Ploner -. Nella generazione imprenditoriale dei miei nonni e dei miei genitori e, soprattutto, nella loro tipologia produttiva, il

LA CURIOSITÀ

E NEL CORE BUSINESS NUOVO INVESTIMENTO

Tecnomeccanica Biellese, azienda leader nel settore meccanotessile, non si limita a lanciare una nuova linea di oggetti e arredi di design ma continua ad investire sul suo core business. E' di questo inizio d'anno, infatti, l'acquisto di una nuova avveniristica macchina per il taglio laser (TruLaser 3040 della tedesca Trumpf) la quale, con una potenza di 5 KW, è in grado di tagliare lastre e tubi in ferro dello spessore di 2,5 centimetri. Per Tecnomeccanica Biellese, un investimento importante che fa rendere ancora più competitiva tra le aziende di settore.

«fare bello», la tecnologia con l'estetica, stimolando una particolare sensibilità anche nei dipendenti la cui esperienza accumulata nel tempo è, per noi, preziosissima. Da parte mia, poi, c'era e resta la premura di inserire questa nuova esperienza in un'azienda storica senza alterare il core business, ma aprendo piuttosto nuove frontiere».

Così, ecco nascere la linea "SP by Tecnomeccanica Biellese" con cui l'azienda di Camburzano, con i suoi trenta dipendenti, comincia a navigare in un pelago tutto nuovo.

Prodotti. Tanto per cominciare, proprio lo stabilimento di Tecnomeccanica Biellese diventa una sorta di biglietto da visita della sua nuova linea di design: qui, in vari colori, fanno bella mostra le sedie austere ed es-



senziali che Stefania Ploner ha progettato e fatto realizzare nei laboratori di famiglia, le grucce che rappresentano, in scala reale,

figure umane, le lampade che uniscono un tocco leggero di old design ad una dimensione avveniristica. Ma chi l'ha detto che

il metallo, l'acciaio, il ferro sono freddi? Gli oggetti firmati da Stefania Ploner per "SP by Tecnomeccanica Biellese" sanno sfatare alla perfezione questo luogo comune.

«Siamo una piccola manifattura - spiega sempre Stefania Ploner -. Questo significa che la nostra non può essere una produzione di grandi numeri ma, piuttosto, resta polarizzata sulla qualità e sull'originalità».

Un'originalità che, per esempio, traspare nel "Dadomondo", un oggetto che Stefania Ploner ha voluto appositamente creare per i viaggiatori incalliti (come lei) e che fa il verso al classico mappamondo ma lo trasforma genialmente in un dado sulle cui facce sono incisi terre e continenti.

«Se lo tiri - spiega Stefania -, il "Dadomondo" ti assegna in sorte

Tradizione e novità

Sopra, Stefania Ploner tra gli oggetti della sua nuova linea, con in mano il "Dadomondo". Qui a destra, si lavora nei reparti di Tecnomeccanica Biellese (Foto Sarci)



IL SEMINARIO/ UNICREDIT APRE LA CASSA ANCHE PER BIELLA: 5,5 MILIARDI PER RETI, CRESCITA E INTERNAZIONALIZZAZIONE

BANCHE-IMPRESA: PROVE DI DIALOGO

Prove di dialogo ieri a Città Studi fra Unicredit - seconda banca italiana, uno dei colossi del credito europeo - e il sistema delle migliaia di imprese biellesi messe a dura prova da mercati ballerini, credit crunch, mercati domestici sempre più ristretti, fattori nazionali ai quali vanno sommati quelli locali sintetizzati dal presidente dei commercianti Ascom, Mario Novaretti, quando parla «di rischio di desertificazione commerciale e demografica del territorio». Duplice l'impegno di Unicredit «che - ha spiegato Vladimiro Rambaldi, responsabile Nord Ovest - ci mette la faccia nel road show che ha per meta i territori». Cosa è disponibile a fare la banca per Biella? «Mettere a disposizione delle imprese del Nord Ovest, cioè Val d'Aosta, Piemonte e Liguria - ha aggiunto Rambaldi - un plafond di 5,5 miliardi di euro e accompagnare 2 mila aziende di quest'area nel percorso di internazionalizzazione, oltre a sostenere 4mila start up. Il tutto da oggi al 2015». Obiettivi giudicati interessanti dagli interlocutori associativi della tavola rotonda del seminario aperto dal sindaco Dino Gentile, ma non sufficienti di

pegnativi e decisioni più rapide: da Andrea Fortolan, presidente Confartigianato e vice vicario della Camera di commercio che ha insistito «sulla vocazione all'export delle imprese manifatturiere», ad Emanuele Scribanti, vicepresidente Uib (associazione che ha proposto a Unicredit un'"antenna" interna sul modello Sella e Biver), che ha indicato la via «del sostegno alla filiera

intatta del Biellese» e si è detto preoccupato in generale dalla dittatura del rating; da Gionata Pirali vicepresidente Cna che ha sollecitato «scommesse vere del sistema bancario per le start up» a Novaretti per l'Ascom che si è detto interessato, a nome delle 1600 imprese che rappresenta, «ai sostegni alle reti d'impresa».

«UniCredit per Biella». E' la

declinazione territoriale di "UniCredit per l'Italia", il manifesto dell'istituto per l'economia del Paese presentato a marzo a Roma. «Due i filoni - ha suggerito Rambaldi - il supporto ai piani di crescita delle imprese biellesi e l'incentivazione dell'export e di politiche virtuose di internazionalizzazione». I numeri della banca in provincia sono interessanti del suo radicamento: 8

sportelli, pari a oltre il 6% del mercato, 65 dipendenti, oltre 20.000 clienti di cui circa 600 imprese, 500 milioni di euro di impieghi e depositi per 200 milioni.

Il dibattito. Le posizioni del sistema imprese e del sistema bancario restano ancora distanti sui temi della liquidità da innestare nel mercato. Scribanti: «Ci preoccupa leggere il bollettino della Banca d'Italia che dice che mancano all'appello erogazioni di credito per 2 miliardi per le famiglie e 16 miliardi per le imprese». Si tratta dell'annosa questione dei fondi Bce all'1% che le banche avrebbero utilizzato a garanzia dei titoli pubblici in portafoglio e della loro consistenza patrimoniale. Risposta immediata di Rambaldi: «Sui territori diamo di più di quello che raccogliamo, confidando che ciò che manca arrivi dall'export. E Unicredit ha impiegato tutta la posta acquisita dalla Bce, il cui tasso finito è 1,75%, per il mercato. E va infine detto chiaramente che siamo a fianco delle imprese, ma non di tutte. Il rating è un parametro ineludibile. Il



Qui La scheda

4.000.000

E' di circa 4 milioni di euro il fatturato annuo di Tecnomeccanica Biellese, azienda leader nel settore meccanotessile fondata nel 1968.

30

Sono i dipendenti cui attualmente lo stabilimento con sede a Camburzano dà lavoro.

40

Sono una quarantina, in cinque diversi continenti, i Paesi verso i quali si dirigono le esportazioni di Tecnomeccanica Biellese

il Paese da vistare».

Intanto, la neonata linea "SP by Tecnomeccanica Biellese" ha subito trovato i suoi estimatori.

«Stanno già sbocciando progetti interessanti - conferma Stefania Ploner - ci siamo occupati dell'arredamento di un negozio di prossima apertura a Biella e stiamo collaborando con "La Collina dei Ciliegi" per realizzare un'installazione permanente a Villa Mattarana a Verona e per la riapertura della Gioielleria del Vino, a Porto Cervo. Alla base, c'è la convinzione che oggi, per essere competitivi sul mercato, occorra diversificare e innovare. Siamo fieri del nostro passato e della nostra tradizione ma sentiamo come imprenditori di avere l'obbligo di accogliere tutte le sfide che il futuro ci lancia».

● Giovanni Orso
orso@ecodibiella.it