

Guido Celada

presidente e CEO di RF Celada

di Antonella Pellegrini

“Il nostro
prodotto
 siamo **noi**”

È una bella storia imprenditoriale italiana quella iniziata settanta anni fa da RF Celada, primario distributore a livello europeo di macchine utensili. La ripercorriamo a tratti insieme a Guido Celada, l'attuale presidente e CEO, che ci racconta anche in che modo l'azienda ha affrontato questo periodo di congiuntura negativa e qual è la sua visione per il futuro

Partire con l'idea di realizzare un'intervista sul mondo della meccanica e ritrovarsi a spaziare in ambiti differenti, con un interlocutore che ci ha conquistato per la profonda conoscenza non solo del proprio settore - sarebbe scontato - ma di tutto ciò che riguarda il mondo dell'arte, le filosofie orientali, i viaggi, le sue passioni...

È quanto è successo in un colloquio con Guido Celada, CEO e presidente di RF Celada, dal quale emerge la personalità di un imprenditore con uno spiccato senso etico del proprio lavoro, e che considera le risorse umane un elemento primario per il successo dell'azienda.

Una attitudine ereditata dal padre, Giovanni, figura carismatica nel mondo della meccanica e scomparso nel 2006. "Con mio padre vi sono state talvolta delle divergenze di idee, come è normale che sia durante un cambio generazionale in azienda - spiega il presidente e amministratore delegato del Gruppo -. Eppure, sulle questioni più importanti abbiamo sempre avuto una visione comune. Un esempio? Siamo sempre stati d'accordo nel dare la massima importanza alle risorse umane e questo sia per motivi etici che imprenditoriali.

A testimonianza di ciò, anche in tempi di congiuntura negativa, RF Celada non solo ha mantenuto tutto il personale, ma anzi lo ha incrementato con nuove figure professionali. Quando finalmente vi sarà la tanto sospirata ripresa, vogliamo essere pronti per affrontare le sfide che il mercato ci presenterà".

Alcuni oggi sostengono che abbiamo toccato il fondo della crisi e che finalmente si intravedono dei segnali di ripresa. Dal suo osservatorio, qual è la situazione al momento attuale?

"A mio parere, da un punto di vista economico il peggio è passato. Si registra molto più interesse da parte dei clienti che hanno ripreso a effettuare ordinazioni. Il peggio, però, ancora non è passato dal punto di vista finanziario. Le imprese continuano ad avere grosse difficoltà nell'accesso al credito e talvolta lamentano problemi anche nell'ottenere un leasing garantito. Questo è certamente un segnale della mancanza di disponibilità da parte delle aziende di credito nei confronti delle piccole e medie imprese e di conseguenza dello stato di malessere della situazione finanziaria italiana. Come se ciò non bastasse, alle PMI viene spesso richiesto di 'aiutare' le grandi imprese, delle quali sono spesso aziende fornitrici, applicando sconti esasperati o ulteriori dilazioni nei termini di pagamento".

Quali strategie RF Celada ha messo in atto per sostenere i clienti?

"L'azienda è nata con mio nonno e mio zio, e l'attività è poi stata proseguita da mio padre,

Giovanni. Dalla prima sede, un negozio a due luci a Milano, di strada ne è stata fatta tanta. La piccola società nata allo scopo di acquisire rappresentanze per la vendita di macchine utensili ha ampliato i propri orizzonti in tutti i sensi. Negli



*In alto: la sede della RF Celada.
A destra: l'esterno e l'interno del nuovo e funzionale Centro Dimostrazione e Formazione.*

Imprese & Mercato

anni 90 siamo approdati nell'attuale sede e, anno dopo anno, è aumentato il numero dei dipendenti, in particolare il numero di tecnici a disposizione della clientela. Oggi abbiamo una organizzazione complessa, composta da più società, R.F. Celada, Celmacch e Mautus, e guardiamo anche oltre confine grazie a Celada France e Celada Middle East, con sede a Dubai. Il nostro approccio al cliente, però, non è cambiato. Quando mio padre è subentrato in azienda, ha sempre messo in atto il concetto di aiutare il cliente. Erano tempi in cui, dopo un'attenta valutazione della serietà dell'interlocutore, delle sue commesse, ma anche e soprattutto della sua volontà di lavorare, la Celada consegnava la macchina, studiando agevolazioni per permettere all'acquirente di pagarla con il valore generato dalla macchina stessa. Ancora oggi, seppur in termini differenti, cerchiamo di dare al cliente la stessa fiducia e utilizziamo lo stesso approccio".

Io credo che oggi vi siano ancora tanti imprenditori seri e con tanta voglia di lavorare. E questo ovunque, anche laddove vi sono situazioni complicate da gestire. Mi riferisco, per esempio, a certe zone nel sud del Paese, dove abbiamo clienti di assoluta affi-

Forse un tempo era più facile. Oggi si riesce ancora a valutare la tipologia del cliente che si ha di fronte, la sua serietà e la voglia di lavorare?

Parliamo del mercato dell'usato.

In un anno come quello appena trascorso, è stato di aiuto avere tra le società che fanno capo a RF Celada una struttura completamente dedicata alle macchine usate e al retrofitting (Mautus)?

"I mercati che soffrono maggiormente, anzi che definirei quasi in uno stato di arresto, sono quelli delle macchine a basso livello tecnologico e delle macchine usate. In circolazione vi sono infatti tante, troppe macchine e a prezzi estremamente bassi. Di conseguenza, non direi che il mercato dell'usato ci ha aiutato. Va però sottolineato

Guido Celada: "Il valore di un'azienda sta nel grande patrimonio che deriva dalla forza lavoro".



Nato a Milano il 7 giugno del 1956, Guido Celada entra in azienda appena terminati gli studi in ingegneria. Insieme al padre, Giovanni, ha portato la società ad affermarsi sul mercato, rendendola una delle più importanti realtà italiane nel settore delle macchine utensili, anche grazie a una visione internazionale e moderna. Profondo conoscitore e appassionato delle culture orientali, sia dal punto di vista storico che da quello sociale, tra i suoi hobby figurano la vela, il golf e le arti marziali. Dal 2006 è presidente e CEO di RF Celada.



Guido Celada

Ad Paul Sporn

che - per nostra fortuna - l'usato è un ambito che non incide in larga misura sul nostro fatturato.

Noi proponiamo un prodotto di alta gamma: i nostri clienti d'elezione sono quelli che hanno problemi più complessi e che vogliono da noi quello che altri nostri concorrenti non sono in grado di offrire: un servizio eccellente, assistenza di alto valore. Nell'ambito delle macchine di 'alto valore', invece, stiamo lavorando bene".

Come si è affrontata la crisi in azienda?
"In RF Celada vi sono 310 dipendenti, compresi alcuni collaboratori esterni. Per mia scelta precisa, non abbiamo ridotto il personale e non abbiamo fatto ricorso agli ammortizzatori sociali. Noi ce la caviamo con le nostre forze, come è giusto che sia. Io ho una visione etica del mio lavoro di imprenditore. E vi sono infatti due aspetti che vanno presi in considerazione, uno appunto di carattere etico, l'altro imprenditoriale. Per farmi capire, mi piace usare una metafora velistica (una delle mie passioni): 'Non si butta fuori bordo nessuno durante una tempesta'. Sarebbe, di fatto, una condanna a morte. E io non l'ho voluto fare, anche se tagliare sarebbe stato più semplice. Ma c'è anche un altro aspetto, forse più pragmatico. Io credo che il valore di un'azienda sia il grande patrimonio che deriva dalla forza lavoro. Quando il mercato sarà pronto a ripartire noi saremo un gruppo ben affiatato, ancor più preparato e in pole position per affrontare le nuove sfide che il dopo-crisi ci riserverà".

È sicuramente una visione di impresa responsabile verso i propri collaboratori. Questo atteggiamento deriva anche dal fatto che in RF Celada la proprietà è da sempre nelle mani di una unica famiglia?

"In settanta anni di attività, oggi l'azienda è giunta alla terza generazione, sempre stata guidata dalla stessa famiglia: prima mio nonno e mio zio, poi mio padre, e ora io. Certamente in una multinazionale o in aziende diversamente strutturate, gli azionisti alla fine della gestione hanno l'obbligo di far

quadrare i conti. RF Celada, a differenza, può permettersi di portare avanti l'obiettivo ambizioso di non perdere 'alcun uomo'. Mi sento molto responsabile nei confronti dell'azienda e dei miei collaboratori e ripeto che questa visione etica della gestione dell'azienda si associa alle ragioni puramente imprenditoriali di cui accennavo in precedenza".

Qual è la chiave al successo di RF Celada? Forse il fatto di aver diversificato i campi d'azione con R.F. Celada, Celmacch e Mautus, ciascuna società focalizzata su marchi e fasce di mercato differenti?

"In realtà, inizialmente Celmach è partita puntando su marchi qualità ma di fascia meno alta rispetto all'offerta di RF Celada. Oggi, però, l'individualità della società sta piuttosto nel proporre macchine molto grandi (linea You JI torni verticali), destinate al mercato eolico. Questo settore, infatti, ci

ha permesso di andare avanti durante la crisi, nonostante i volumi più bassi.

Tornando alla domanda, certamente aver differenziato i campi d'azione ci ha aiutato nella crescita, ma per un distributore è senza dubbio la capacità finanziaria a fare la differenza. Entro

Una immagine di Guido Celada
insieme al padre.



Giovanni Celada. Scomparso nell'ottobre del 2006, in azienda è ancora vivo il ricordo di Giovanni Celada, e lo testimonia l'elegante ritratto nella hall della società. Entrò in azienda a soli 23 anni dopo la prematura scomparsa del padre, assumendone la gestione strategica e commerciale al fianco del fratello Francesco. Oltre a essere un uomo ricco di passioni, fu un imprenditore forte e orgoglioso della propria azienda, dei propri dipendenti e collaboratori, ma sempre alla ricerca del miglioramento continuo.

la fine dell'anno abbiamo in programma una ulteriore espansione verso l'Est-europeo (presumibilmente Croazia e Slovenia). E, come detto, la chiave al successo sta nell'attitudine a essere sempre al fianco del cliente, grazie a un team di tecnici specializzati che hanno un unico obiettivo, quello di far sempre funzionare le macchine del cliente”.

“Il nuovo centro è una struttura che ho fortemente voluto e realizzato secondo criteri all'avanguardia. Era un capannone di 3.000 m², che abbiamo completamente ristrutturato e trasformato in uno show-room permanente: qui sono messe in mostra le novità delle Case da noi rappresentate, e i visitatori possono toccare con mano le prestazioni delle macchine proposte. Lo stabile ospita anche un settore destinato all'attività di formazione e di addestramento. Il mio obiettivo era proprio quello di creare un ambiente tranquillo, non disturbato dalle attività lavorative, riservato alle attività di training. Nel Centro è altresì at-

La formazione è sempre stato un fiore all'occhiello per RF Celada, come testimoniato dalla recente apertura del Centro Dimostrazione e Formazione. A circa due anni dalla sua inaugurazione, è possibile fare un bilancio sull'attività sino ad oggi svolta?

tivo lo staff tecnico del servizio 'chiavi in mano' dove vengono studiate le problematiche dei nostri clienti e sviluppate soluzioni personalizzate”.

Dal suo punto di vista, come sarà lo scenario del mercato una volta passata la crisi?

“Le macchine utensili hanno un andamento ciclico. La realtà è che noi vendiamo dei beni di investimento che sono durevoli e molto costosi. Vi sono momenti in cui tutti si accalcano a fare acquisti e altri momenti in cui tutti sembrano chiudere con gli investimenti. Al di là di questo, vi sono delle condizioni tecnologiche che sono in variazione continua e alle quali ci si deve adeguare se si vuole mantenere il passo con le richieste del mercato. Al momento, però, le difficoltà in cui tutte le imprese si trovano hanno portato a un crollo totale dei prezzi. Quale estrema conseguenza, questa 'guerra' a colpi di sconti porterà a un degrado sempre più evidente del livello qualitativo delle produzioni. A mio parere, però, le imprese italiane per sopravvivere dovranno puntare sempre di più a una qualità sempre più spinta. È l'unica condizione per riuscire a competere con i Paesi a basso costo di manovalanza”.

READERSERVICE@FIERAMILANOEDITORE.IT - RF CELADA N.65