

Intervista L'amministratore delegato di Seves Spa

Basso: nel design la seconda vita dei mattoni in vetro

Architettura «Ora è un prodotto ad alto valore aggiunto consacrato da Renzo Piano»

Patrizia Ginepri

Palazzi eleganti, torri, stazioni ferroviarie, centri commerciali. Con una caratteristica in comune: intiere pareti in mattoni di vetro. Sono le grandi firme internazionali dell'architettura, Renzo Piano in testa, ad amare l'effetto luce, i colori e le trasparenze che nascono dalla capacità di innovare del gruppo **Seves**, leader mondiale nel settore degli isolatori dell'energia elettrica e in quello, appunto, dei mattoni in vetro per edilizia e arredamento.

Forse non tutti sanno che questa azienda globale, che fattura 450 milioni di euro, con 4.500 dipendenti, 25 unità produttive (10 in Europa, 8 in Asia, e 7 nelle Americhe) ha mosso i primi passi nella nostra provincia. La

sua storia, quella di una piccola realtà nazionale diventata gruppo leader nel mondo, è iniziata nel 1997 a Fidenza. A spiegarla è uno dei protagonisti: il manager parmigiano Enrico Basso, ad di **Seves**.

Sono bastati dieci anni per creare un colosso. Quali sono le tappe della storia di Seves?

Tutto è iniziato con la società Vetroarredo, fondata nel 1928 a Firenze e acquistata nel 1950 dalla Fidenza Vetraria, azienda specializzata nella produzione di isolatori in vetro, vetri da tavola, per illuminazione e mattoni in vetro, attraverso la controlla Sediver Sa. Proprio dal cosiddetto settore del «vetro-mattone», la cui produzione era stata trasferita a Firenze nel 1991, è iniziata l'avventura, con un'importante svolta, nel marzo 1997.

Che cosa è successo?

Io ed altri tre componenti del gruppo dirigente abbiamo realizzato, con il supporto del private equity, un'operazione di management buy-out sulla società fiorentina. Poi, nel 2002 abbiamo rilevato Sediver Sa, leader mondiale del settore dell'isolamento dell'energia elettrica. Successivamente il gruppo ha preso il nome di **Seves**.

La strategia di crescita è proseguita con altre acquisizioni. Oggi qual è il volto del gruppo?

Con le integrazioni più recenti, PPC e Santana, **Seves** è specialista a tutto tondo del settore dell'isolamento elettrico, con una quota di mercato superiore

al 25%. Questo business vale il 70% del nostro fatturato. Nel campo del mattone in vetro, invece, abbiamo il 40% della quota di mercato globale.

Al di là delle strategie di crescita, quale è stata l'idea che ha fatto la differenza?

L'intuizione di trasformare il mattone in vetro, considerato «povero», in un prodotto ad alto valore aggiunto per architettura e arredamento d'interni. E le grandi firme internazionali del design hanno risposto. Altro passaggio cruciale: l'internazionalizzazione, frutto di un lavoro di squadra guidato dal presidente Luciano Zottola.

Dalla splendida Maison Hermès di Tokyo alla stazione ferroviaria di Hannover. C'è qualche aneddoto sulla Seves «artistica»?

La Maison Hermès realizzata da Renzo Piano a Tokyo nel 2001 è stato un trampolino di lancio. Ad Hannover l'architetto Göritz ha voluto le pareti dello stesso colore blu del logo delle ferrovie tedesche. Nel frattempo la ricerca continua e asseconda le esigenze del design. Mattoni trapezoidali e dorici verranno utilizzati in un terminal nei Pirenei e in una biblioteca gesuita a Bilbao, di fronte

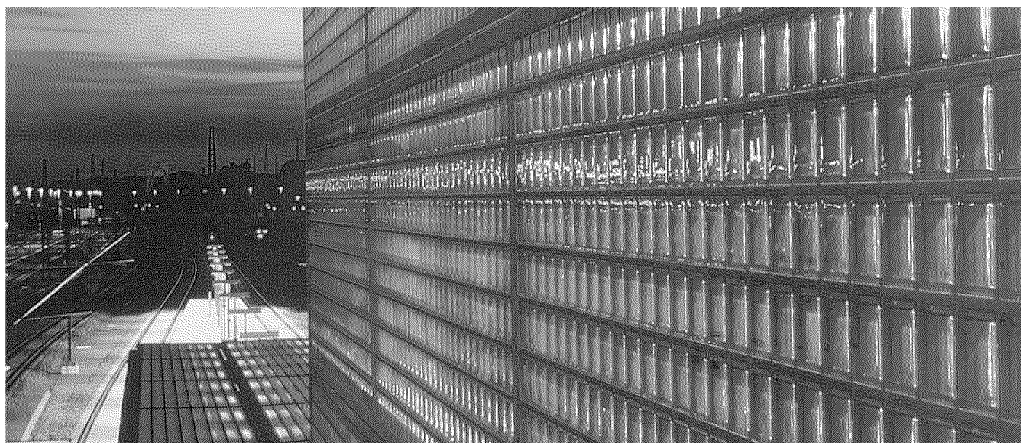
al Museo Guggenheim.

Nel 2006, con l'ingresso di 3 nuovi fondi di private equity vi siete posti un altro obiettivo...

Sì, raddoppiare le dimensioni del gruppo in 36 mesi, passando da un fatturato di 290 milioni a circa 600, una grandezza giusta per accedere ai mercati finanziari. E a distanza di un anno, con PPC e Santana che ci hanno potenziato nel settore degli isolatori, siamo a quota 450 milioni. Ora l'ambizione è quella di crescere in modo significativo anche nel building.

Quali armi deve avere un imprenditore e cosa consiglia alle giovani generazioni?

La crescita di **Seves** è al di là di ogni più rosea previsione, merito di un po' di fortuna, ma anche di un gruppo di lavoro molto unito, con gli stessi valori. Ai giovani dico che la cosa più importante è avere un sogno, un progetto. E poi bisogna affrontare ogni esperienza, anche la più modesta, con serietà e determinazione. Quello che noto nei ragazzi è uno spirito che io definisco minimalista, cioè arrendevole. Al contrario bisogna essere ambiziosi e capaci di soffrire. E oggi mi pare che siano le donne ad essere più determinate e disposte a sacrificarsi. ♦



Ai giovani
«Nel lavoro
non dovete avere
uno spirito
minimalista»



Seves In alto la stazione di Hannover progettata da Göritz, qui sopra l'ad del gruppo Enrico Basso.

