



ALTO VICENTINO. Il fondatore Walter Pizzolato ha passato il testimone a due figlie: «Ci servono ingegneri meccatronici»

La "piccola" che sforna giganti

La thienese Az ha conquistato un mercato mondiale per macchine rettificatrici anche nell'aerospaziale. Tra i suoi clienti Boeing, Lufthansa e Rolls Royce

Cinzia Zuccon
THIENE

All'ingresso dell'azienda, in via dell'Elettronica a Thiene, c'è una grande foto con la scritta: "Too big to show", troppo grande per mostrarlo. "Az spa" espone quell'immagine negli stand fieristici: del resto, se lavori parti di motori lunghe fino a 14 metri e pesanti più di 20 tonnellate, effettivamente è un bel problema portarle in Fiera per dimostrare che la tua azienda è specialista nelle rettifiche di questi pezzi.

«In questo caso si trattava dell'albero a gomiti di una nave, lavorazione che ci ha impegnato per 18 mesi, e tra due mesi ne consegneremo uno anche in Cina».

Il business passa per le fiere ma anche per i social: «Dalla Rete giunte richieste di lavori per 3 milioni»

A spiegarlo è Sarah Pizzolato, responsabile marketing di Az che con la sorella Anna, amministratrice delegata, guida l'impresa meccatronica di famiglia. E a due delle tre figlie, infatti, che Walter Pizzolato, fondatore dell'azienda, ha passato il testimone affiancandole nel delicato momento del passaggio generazionale.

PEZZI GIGANTI, AZIENDA DI NICCHIA. Az è nata 40 anni fa producendo ponti sollevatori per autotifine, oggi sono due gli ambiti di business: oltre a quello delle macchine rettificatrici nel settore della riparazione, anche una linea di rettificatrici per l'ambito aerospaziale, marino-ferrovio e automotive. «La nostra», spiega Walter Pizzolato «è un'azienda di nicchia e quello che ci distingue è la capacità di progettare e costruire macchine di rettifica su misura per qualsiasi esigenza. I nostri maggiori concorrenti sono i tedeschi, ma noi abbiamo il vantaggio di essere molto più flessibili. Diciamo che servendoci di tecnologie tede-

sche, noi li superiamo trovando soluzioni su misura, forti anche di un centinaio di fornitori che ci garantiscono lavorazioni eccellenti».

CHE FATICA TROVARE INGEGNERI. Nell'ambito dell'aerospazio, in particolare, Az produce macchine rettificatrici di parti di motori, come assali dei turbo reattori e carrelli di atterraggio. I suoi clienti sono Boeing, Rolls Royce, Lufthansa, Pratt & Whitney e le case più prestigiose al mondo nel settore automobilistico. Negli ultimi tre anni il fatturato di Az è passato da 4,5 milioni a 7 milioni e mezzo; 30 i dipendenti impegnati tra progettazione, montaggio e collaudo. «Gli utili», spiegano Walter e Sarah Pizzolato «sono tutti reinvestiti in azienda, in particolare in ricerca e sviluppo, per trovare soluzioni sempre più all'avanguardia che anticipino i concorrenti. I nostri progettisti lavorano in stretta collaborazione con i fornitori, ma il problema maggiore», spiegano «è proprio quello di trovare ingegneri meccanici



Anna e Sarah Pizzolato, la nuova generazione di imprenditrici

La mostra "Oltre il sogno" a Schio

«A chi l'avete assegnato il lavoro? Agli italiani? Non ce la faranno mai. E questo che dicono i tedeschi. E gli italiani, invece, dimostrano che garantiscono prodotti e servizi di altissima qualità». Walter Pizzolato, fondatore di Az spiega che la nomea dell'affidabilità tedesca nel mondo penalizza anche i più bravi. «Comporta sacrificare un 5% sul prezzo di vendita dei nostri prodotti. Inoltre, Space Valley sono nate un po' ovunque: Polonia, Corea...». Eppure «nell'Alto vicentino il settore vanta molte aziende eccellenti. Perché

non cominciate a pensare in questa logica? E con questo obiettivo che abbiamo aderito all'idea di una mostra dedicata». È l'esposizione "Oltre il sogno: dal volo allo spazio" organizzata al lanificio Corte di Schio da Pleiadi, specialisti della divulgazione scientifica, per conto del Comune di Schio e degli imprenditori locali per promuovere il Distretto della Scienza e della Tecnologia. «Presentarci al mondo con la forza di un territorio ad alto tasso di tecnologia», conclude Pizzolato «ci dà un vantaggio in termini di immagine e competitività». cz

e meccatronici e per questo siamo in contatto stretto con le università, in particolare di Trento e Padova, partecipiamo ai career day e finanziamo borse di studio. Abbiamo bisogno di ingegneri altamente formati, che abbiano la passione per questo lavoro e quando li troviamo capita che si trasferiscano all'estero, da clienti che ce li strappano perché vogliono affidare la manutenzione delle loro macchine a chi le conosce».

EFFETTO SOCIAL. Az sta sviluppando una rete commerciale in Italia, ma fino al 2015 esportava la quasi totalità della produzione. «Un mercato creato negli anni partecipando a Fiere in tutto il mondo», ricorda Sarah Pizzolato «ma per farci conoscere è stato utilissimo anche curare il nostro sito web e avviare un progetto di social media marketing. Postiamo diversi video sul sito e sui social e appena tre giorni dopo aver creato il sito, ci è arrivato un ordine da 800 mila euro da un nuovo cliente, ma tramite Facebook sono arrivate richieste per lavori anche fino a 3 milioni di euro». È l'effetto social, ma anche il valore aggiunto che deriva dall'unire in azienda vecchie e nuove generazioni. •

© BORGIOLORE SERIZI/VA