

Trainati da esportazioni e snack “E ora abbiamo ripreso ad assumere”

Cavanna e la crisi archiviata: “Cresciamo del 10% l’anno”

La storia

MAURIZIO TROPEANO
TORINO

Packaging
L'azienda
Cavanna
confeziona
snack, biscotti
e cracker



«Il nostro principale concorrente è una multinazionale e in tutti questi anni noi ci siamo difesi con la specializzazione e con la capacità di vendere ai nostri clienti flessibilità». Riccardo Cavanna condivide con la sorella Alessandra, la guida dell'omonima azienda di famiglia nata nel 1960 e diventata leader nella tecnologia dei sistemi di distribuzione e confezionamento in flowpack per snack, biscotti, cracker, barrette di cioccolato ma «anche nel campo della farmaceutica». Dal suo punto di vista vendere flessibilità significa «realizzare, grazie all'esperienza e alla ricerca linee produttive che sono in grado di offrire 2200 differenti combinazioni in grado di adattarsi a qualsiasi tipo di packaging».

E così, a partire dal 2014, il tasso di crescita annuo del-

l'azienda è stato in media del 10%. L'anno scorso, così, l'azienda ha registrato un fatturato di 65 milioni, «il 90% grazie alle esportazioni», aggiunge Cavanna. Un risultato reso possibile dalla scelta di internazionalizzare: «Abbiamo aperto filiali, l'ultima a Bangkok e ci sono 50 agenti in giro per il mondo. E ogni anno io prendo almeno un centinaio di voli aerei per partecipare alle fiere internazionali».

La spinta all'internazionalizzazione, però, è stata accompagnata dalla volontà di rafforzare la presenza sul territorio da dove è partita l'avventura: «A Novara - raccon-

tano i due fratelli - nostro padre è arrivato pieno di entusiasmo e voglia di fare nel 1950 e qui ha trovato un altro grande imprenditore, Mario Pavesi, che gli ha dato fiducia proponendogli di migliorare la prima linea di macchine confezionatrici arrivata dagli Stati Uniti». Ecco allora la scelta di investire nella realizzazione a Prato Sesia del nuovo quartier generale e la messa a punto di un piano industriale che prevede l'anno prossimo una nuova espansione «per ampliare il settore ricerca e sviluppo».

In questo campo e in quello della formazione sono stati investiti 12 milioni che hanno

permesso e permetteranno la formazione continua a rotazione per il 10% dello staff e l'avvio di una scuola di formazione riservata ad una decina di ragazzi «che è stata creata ad hoc».

In questo modo è stato possibile aumentare il fatturato e, nello stesso tempo, «siamo riusciti anche a fare assunzioni. Oggi abbiamo 320 dipendenti che lavorano su quattro stabilimenti». Due sedi produttive sono localizzate in Italia - a Prato Sesia in provincia di Novara e l'altra a Mappano, il nuovo comune nato nell'hinterland di Torino - e le altre negli Usa e in Brasile.

Nel corso degli anni questo ha permesso alla Cavanna Spa di acquisire clienti e quote di mercato in 58 paesi nel mondo, fidelizzando oltre 100 clienti e tra di loro anche importanti marchi internazionali del food. Per Riccardo Cavanna una delle ragioni di questo trend di crescita è legata alla scelta di «rendere evidente la governance di questa family company (i due fratelli hanno il 50% della società a testa, ndr) che ha nel suo consiglio d'amministrazione anche rappresentanti indipendenti».