

Molle: quasi 80 anni di passione

Coinvolgimento delle risorse umane e sguardo al futuro: questi i plus di una storica impresa familiare fondata nel 1932 e oggi leader nel settore

Nel 1932 il fondatore ufficiale del Mollificio Lombardo fu il nonno Emilio: poi il testimone passò al padre Piero e allo zio Gianni e oggi, dopo quasi ottant'anni, vi è ancora un Emilio Longoni alla guida dell'azienda, a.d. e direttore generale. "Del Consiglio di Amministrazione fanno sempre parte mio padre, mio zio, mia cugina e un nostro collaboratore di lunga data: il mio avvento una ventina di anni fa ha coinciso con una riorganizzazione aziendale che amo definire 'dal basso', ossia con un coinvolgimento importante dei dipendenti e un'ottimizzazione delle risorse" esordisce l'a.d. Non a caso proprio il fattore umano è uno dei punti di forza del Mollificio, che ha superato egregiamente il periodo di crisi, fatturando più di 7 milioni di euro nel 2010, con un incremento del 19% rispetto all'anno precedente. "Destiniamo il 3% delle ore lavorate alla formazione: questo induce a un'implicazione positiva dei dipendenti nei nostri progetti che concorre a un miglioramento qualitativo dell'azienda. Un atteggiamento condiviso anche dai miei predecessori, per cui la società è sempre stata pervasa da uno spirito di fedeltà e di correttezza dai parte dei collaboratori - che attualmente sono una settantina - percepito anche dai clienti. Abbiamo conquistato la customer loyalty sul campo anche grazie a un codice etico ben defini-

to all'interno dell'azienda". Infatti, scorrendo la monografia dedicata ai "75 anni di molle in famiglia", si legge che "280 collaboratori sono rimasti in azienda per ben 36 anni, spesso due o tre generazioni della stessa famiglia". Il Mollificio Lombardo produce componenti elastici, ossia parti che tornano ad uno stato primitivo dopo una sollecitazione esterna, per i comparti elettromeccanico, elettronico, automobilistico, aeronautico, comunicazione e sicurezza. Il 70% del fatturato è generato dal mercato italiano, il 30% da quello estero. "Il 10% del fatturato viene investito in tecnologia produttiva e macchinari, il 2% in sistemi hardware e software, l'1% in R&S. Stiamo per acquisire un paio di aziende specializzate

**Il Mollificio
destina il
3% delle ore
lavorate alla
formazione**

sul territorio, abbiamo già deliberato un ulteriore ampliamento della struttura e stiamo portando avanti un progetto per la realizzazione di una unità produttiva in India, con un nostro partner di fiducia (per il solo mercato indiano), mentre un'altra nostra azienda con sede a Milano è in fase di implementazione dei prodotti. Si tratta di Dim, per la vendita delle molle a catalogo in piccoli quantitativi, con spedizione garantita in 24 ore e servizio just in time". Ma che cosa distingue il Mollificio Lombardo dai suoi competitor, che a detta dell'a.d. non sono pochi? "Direi una concezione aggiornata di qualità, che non s'identifica solo con l'eccellenza di un prodotto o un di servizio. Oggi qualità significa destinare la massima attenzione a tutta la filiera organizzativa aziendale, ossia massimizzare il rapporto costi-prestazioni e controllo introducendo metodi di lavoro come Smed, Kaizen, Lean Six Sigma e Muda. Solo in questo modo si evitano tempi morti e sprechi di ogni genere, oltretutto garantendo al prodotto un giusto prezzo". Infine, il termine qualità si lega a quella virtù che accomuna tutti i grandi imprenditori: la passione per il lavoro, quella che dà emozioni a non finire e che la famiglia Longoni conosce bene.



Emilio Longoni