



Cristina e Fulvio Boscolo

Fare squadra, strategia vincente per l'aerospazio

Aggiornamento continuo e cura del cliente il segreto per sbarcare all'estero

Attenzione particolare al mercato estero, innovazione tecnologica e formazione, prodotto e servizio completo al cliente. Sono queste le chiavi attraverso cui si è declinato lo sviluppo degli ultimi 15 anni della LMA, azienda che si occupa di meccanica di precisione per velivoli ad ala fissa, elicotteri, satelliti e missili. Il debutto della nuova generazione della famiglia Boscolo, a fianco del padre Giuseppe, con Fulvio come direttore generale e la sorella Cristina alla gestione finanze ha segnato verso la fine degli anni '90 una svolta radicale, con l'avvio di un'importante strategia di internazionalizzazione, grazie alla quale oggi LMA ha fra i suoi clienti molte aziende estere, e con un profondo cambiamento organizzativo: "Da una gestione di carattere imprenditoriale - spiega Fulvio Boscolo - siamo passati a una gestione manageriale: in azienda ci sono 15 manager, su un totale di 60 dipendenti, ognuno dei quali ha un ruolo fondamentale, in quanto responsabile di una parte importante della nostra attività.

Nell'insieme, si è trattato di una trasformazione che ha richiesto una profonda e articolata ristrutturazione amministrativa dell'azienda". Oggi tra i clienti italiani di LMA figurano tutti i principali membri di Finmeccanica, ma lo sguardo commerciale della ditta di Pianezza spazia all'Europa, in parte agli Stati Uniti e ultimamente anche ai mercati emergenti dell'Est asiatico: "Il nostro obiettivo - spiega ancora Boscolo - è consolidare i rapporti con i clienti internazionali che abbiamo acquisito negli anni, mantenendo alto il livello di qualità tecnologica del nostro prodotto ed espanderci ancora. La cura del cliente per noi è fondamentale, tanto che insieme alle fasi della produzione in senso stretto, che vanno dall'acquisizione del materiale grezzo, alla progettazione, alla lavorazione meccanica, ai trattamenti, fino all'assemblaggio e al controllo qualità, seguiamo con uguale attenzione tutta una serie di servizi che definire collaterali sarebbe sbagliato, dall'elaborazione di tabelle di avanzamento della produzione, all'analisi dei mi-

glioramenti introdotti su richiesta del cliente, per un aggiornamento continuo sul procedere della produzione". La formazione del personale, in questo quadro di attività, è quindi importantissima, e resta uno degli obiettivi dell'azienda anche in periodo di crisi. "Ma la cosa fondamentale - sottolinea con forza Fulvio Boscolo - è riuscire a costruire una rete sul territorio. Ed è quello che sta facendo ad esempio Torino Piemonte Aerospace, progetto della Camera di Commercio di Torino, gestito dal Centro estero per l'Internazionalizzazione, a cui abbiamo aderito e in cui crediamo molto, che ha lo scopo di sostenere le aziende nel percorso di negoziazione con la committenza. Il Torino Piemonte Aerospace fornisce una piattaforma permanente per il mutuo scambio, l'apprendimento di policy innovative e la cooperazione, per raggiungere alti livelli di performance tra i cluster aerospaziali europei, che sembra l'unica strada percorribile per trovare soluzioni efficaci alle sfide del mercato internazionale".