

**GENTE
D'IMPRESA**

*I fratelli
Zanettin*

L'azienda di Giorgio
Paolo e Stefano Zanettin
dalla cava di ghiaia
in val di Cembra
alla pietra di qualità
per le pavimentazioni

Il robot che sceglie i ciottoli più belli

FEDERICA PASSAMANI

L'innovazione, in tempi di crisi e non solo, è una buona strada da percorrere se si vuole tentare di migliorare. Per cambiare è necessario infatti deviare dai soliti tragitti, sia nella vita personale, sia in quella d'impresa. Certo, ci vuole coraggio e inventiva.

Tutte caratteristiche, queste, che sembrano non aver fatto difetto ai tre fratelli Zanettin, Giorgio, Paolo e Stefano, quando, dopo anni passati a macinare sassolini estratti dalla loro cava in val di Cembra, hanno iniziato a cercare qualcosa di diverso e l'hanno creato.

La storia imprenditoriale della famiglia Zanettin risale al 1957, quando da un terreno di circa tre ettari appartenente alla famiglia, all'epoca ancora una collinetta, si inizia a scavare con una piccola pala per estrarre ghiaia e sabbia da consegnare con un trattore alle imprese edili o ai piccoli muratori della valle che dovevano costruire una strada o una casa.

I tre fratelli Zanettin partecipano fin da piccoli all'impresa dei genitori, che si occupava anche in minima parte di agricoltura, acquisendone poi, da adulti, il controllo e dedicandosi solo all'estrattivo.

«Quindici anni fa - racconta Paolo Zanettin - sapendo che altrimenti, in breve tempo, avremmo consumato tutto il giacimento, abbiamo cercato di lasciare un po' da parte sabbia e ghiaia e abbiamo iniziato a selezionare ciottoli di fiume, che sono naturalmente presenti nel nostro terreno, rivendendoli per farne pavimentazioni di centri storici, rivestimenti, decorazioni per giardinaggio. Abbiamo puntato a valorizzare di più la qualità del materiale estratto, piuttosto che la quantità e, oltre a recuperare questi sassi rotondi dal nostro giacimento, utilizziamo anche materiale portato da fuori».

Il problema era dover passare ore e ore davanti ad un nastro trasportatore per selezionare manualmente, uno ad uno, i ciottoli, che variano in colore, forma, dimensione.

Le pietre scelte, infatti, misurano dai 3 fino ai 12 centimetri di diametro e possono essere rosse o nere porfidi, pepesale bianche e nere o rosa se dal granito, chiare se calcaree, verdi basalto e così via.

«Non sono molte le aziende che operano in questo settore - spiega Zanettin - ma tutte lavorano a mano e la concorrenza si fa sulla qualità del materiale offerto e sul prezzo». Si sa che la valle di Cembra, a parte i tempi d'oro del porfido, ormai in crisi, e di quelli propizi del vino, colpiti negli ultimi anni dalla crisi della Cantina La Vis, non è mai stata una vallata in cui è facile fare impresa. Per questo è necessario innovare.

«Volevamo migliorare le condizioni di lavoro, la qualità, quantità e varietà dei prodotti, cercavamo d'introdurre un'analisi dei costi e di riuscire a programmare le commesse - prosegue Zanettin - Così, tre anni fa, abbiamo iniziato a pensare come si potesse automatizzare la selezione dei ciottoli, attività che, nel tempo, era diventata la nostra principale come valore aggiunto».

Sul mercato, tuttavia, macchinari di questo tipo non esistevano. I tre fratelli cominciano quindi a studiare, disegnare, individuare i fornitori e testare singoli componenti per realizzare un nuovo prototipo, ad hoc per le loro esigenze.



Affidano la realizzazione della parte elettrica e del software che gestisce l'automazione ad un ex dipendente della Whirlpool, Edoardo Gabos, e individuano in una ditta di Chieti, la Vision Device, il sistema di visione che fa al caso loro.

Il risultato, dopo due anni e quattrocentomila euro spesi in realizzazione, di cui un 45% dovrebbe essere finanziato per l'innovazione dalla Provincia, è un impianto altamente innovativo, in grado di «vedere», attraverso delle videocamere, le pietre che scorrono su un nastro trasportatore, capirne il colore, la forma, le dimensioni e quindi suddividerle in 40 tipologie diverse.

Il tutto senza bisogno dell'intervento umano, salvo il caricamento periodico del materiale da vagliare e lo svuotamento dei contenitori del prodotto finito.

La macchina, inserita all'interno di un capannone di 300 metri quadrati, lungo una ventina di metri, funziona giorno e notte e se ci sono problemi o si blocca, invia automaticamente un Sms ai proprietari, che possono quindi intervenire.

«La difficoltà maggiore è stata quella di trovare un sistema che sapesse riconoscere pezzi che

sono tutti completamente diversi uno dall'altro, per forma e struttura, e ne individuasse anche la qualità. Questa macchina - aggiunge Zanettin - riesce a fare il lavoro di alcune persone e soprattutto offre la continuità anche fuori dagli orari di lavoro. A noi premeva avere costanza nella qualità dei prodotti che forniamo e ora ogni pezzo che passa viene controllato in tutti i suoi parametri, certamente in modo migliore rispetto a quello che può vedere una persona dopo essere stata alcune ore ferma davanti ad un nastro che scorre».

Per ora il macchinario, che è in funzione da circa un anno, non è ancora stato brevettato, ma ha già prodotto risultati positivi sull'azienda, che lavora dai dieci ai ventimila metri cubi annui di materiali e di cui la quantità di ciottoli è circa il 20% del totale. Il fatturato annuo si aggira sul mezzo milione di euro e le prospettive sono buone, nonostante la crisi dell'edilizia, a cui l'attività è legata, si faccia sentire.

«Credo che con un po' d'intelligenza e buona volontà si possa uscire dalla crisi - dice Zanettin - Bisogna innovare e parlare molto, fra aziende, allora ti

Da sinistra
Stefano
Paolo
e Giorgio
Zanettin
imprenditori
innovatori
nella val
di Cembra
del porfido
Sotto
i tre fratelli
nella loro
azienda
tra le pietre
da selezionare



“

Pensavamo a come automatizzare la selezione dei ciottoli. Il risultato è un impianto che «vede» colore, forma, dimensioni delle pietre

Bisogna innovare e parlare molto fra aziende, allora ti aiuti. La corsa al ribasso dei prezzi è deleteria, occorre puntare sulla qualità

”

aiuti. Puntare solo a correre al ribasso dei prezzi è deleterio, bisogna puntare sulla qualità. Noi siamo una piccola azienda e non ci conosceva nessuno, ma, anche grazie a Internet, ci arrivano diverse richieste da molte parti perché il nostro prodotto è particolare».

Zanettin prosegue: «I materiali delle nostre zone per fortuna hanno ottime caratteristiche, sono resistenti al gelo e selezionandoli bene e facendo prezzi onesti, si riesce a far emergere la qualità anche rispetto a quanto viene dall'estero».

Il giacimento dei Zanettin dovrebbe esaurirsi, si stima, in 15 o 20 anni, anche se molto dipende da quanto materiale lavorato verrà importato da fuori. Per ora il mercato si estende in tutta Italia, con clienti soprattutto al nord.

C'è stato qualche calo nell'utilizzo per pavimentazioni tradizionali, per questo l'azienda punta a diversificare notevolmente i prodotti, riuscendo a seguire il cliente anche nelle piccole commesse.

«Ci sono sempre più materiali in giro - sottolinea Zanettin - quindi devi avere qualcosa in più, di diverso. Noi cerchiamo di avere oltre alla qualità anche flessibilità. Un po' alla volta abbiamo ribaltato l'azienda, all'inizio facevamo pochissimi prodotti, mentre ora ne facciamo più di cento».

Naturalmente, non tutto è oro quel che luccica, o meglio, volendo stare in tema, le pietre non sono oro puro.

Anche se all'apparenza potrebbe sembrare che l'attività abbia costi di produzione quasi nulli e quindi tutto il ricavo sia utile, qualche nota negativa c'è.

«Il nuovo impianto ci ha permesso da un lato di controllare meglio i costi di produzione, oltre ad un miglior utilizzo della materia prima e alla riduzione degli scarti con un minore impatto ambientale, ma dall'altro sono invece aumentati enormemente i tempi e di conseguenza i costi delle attività extra produttive: burocrazia, certificazioni, gestioni e tracciabilità dei rifiuti eccetera».

«Dobbiamo inoltre tener presente - spiega Zanettin - che noi non possiamo produrre un determinato ciottolo ma solo selezionarlo dal materiale che il nostro giacimento ci offre e cercare di avvicinare le richieste dei clienti alle disponibilità riducendo per quanto possibile la parte della produzione che rimane invenduta».

E conclude: «Il nostro obiettivo è quello di riuscire a superare senza troppi traumi questo periodo più difficile, continuando a innovare e migliorare sia sul piano tecnico, sia commerciale e formativo per essere pronti a raccogliere i risultati quando le cose incominceranno a girare un po' meglio».