

Tripepi, una ceramica che “vale un perù”

Pubblicato: Venerdì 25 Luglio 2014

L'Impresa delle Meraviglie



Nonostante la giornata grigia le grandi vetrate illuminano l'interno del capannone di una luce diffusa e brillante. «Le abbiamo volute noi così – dice Andrea – lo esige la nostra attività».

Nel capannone della ceramica Tripepi tutto è studiato con metodo e precisione; gli scaffali, il posizionamento dei banchi di lavoro, i forni per cuocere i lavori modellati e rifiniti a mano.

Sembra un'attività d'altri tempi e in un certo senso lo è. Questa azienda ha raccolto l'eredità di una tradizione ormai esaurita in provincia e oggi, nella mischia della competizione globale, rilancia con caparbietà e coraggio.

Andrea, come nasce la vostra ceramica?

La storia della ceramica Tripepi parte da mio padre, che nel '55, dalla Calabria, si trasferisce a Cislago. Qui, nella ceramica del paese si forma, diventa un modellista e dopo qualche anno accetta un incarico in Perù per avviare una nuova azienda. A fine anni '70 torna in Italia e si mette in proprio e da lì, praticamente si parte e diventiamo la ceramica Tripepi.

Oggi cosa produce?

In questo momento accessori per le pipe, accessori per i sigari, arredo bagno, articoli promozionali e oggettistica in genere, lampade e tutto quello che un designer con un progetto vuole sviluppare.

La ceramica Tripepi conta pochi dipendenti, eppure riuscite a sopravvivere alla concorrenza. Chi sono i vostri clienti?

Nel settore degli accessori per il tabacco lavoriamo con Savinelli Spa, conosciuta in tutto il mondo per le sue pipe. Anche pipe Brebbia e Lubinski srl sono nostri clienti in questo settore, così come la Stanwell, un'azienda scandinava. Poi lavoriamo parecchio con la Germania e con Diadema Spa che è il distributore italiano dei sigari cubani. Inoltre lavoriamo molto nel settore dell'arredo bagno, con ditte

rinomate e di qualità, una su tutte Boffi S.p.A.

Come avete fatto a farvi notare?

Molti dei nostri clienti li abbiamo "intercettati" tramite internet. Siamo andati alla ricerca di tutte le aziende nei settori che ci interessavano e da lì abbiamo trovato gli indirizzi mail o i numeri di telefono a cui presentarci.

Cioé?

Trovati i contatti, chiedevamo se potevamo mandare la nostra mail di presentazione con le immagini e le specifiche della nostra azienda.

E ha funzionato?

Secondo me questo sistema di presentarci via internet ha pagato ; nel senso che abbiamo avuto dei buoni riscontri, magari non subito, non immediati, ma a distanza di qualche mese, o addirittura di un anno, ci hanno richiamato.

Quindi per la sua ceramica non conta così tanto il passaparola?

Il passaparola da noi vale per la vendita al dettaglio. All'interno della ceramica abbiamo creato uno spaccio aziendale, dove vendiamo al pubblico degli oggetti fatti artigianalmente a nostro gusto. Ma a livello aziendale, dove bisogna fare dei numeri e sviluppare dei progetti, internet è fondamentale.

Se uno pensa al suo settore pensa alla concorrenza spietata dei prodotti fatti in Cina. Come avete retto allo scossone asiatico?

Sicuramente abbiamo avuto dei cali di lavoro per via della concorrenza cinese. Qualche anno fa lavoravamo parecchio con gli oggetti promozionali per conto di grandi marchi.

Ovviamente, non essendo articoli di nicchia, la Cina ha portato via la stragrande fetta di mercato in questo settore, anche perché non c'è la richiesta della perfezione. In questo caso la Cina la fa da padrone.

Quindi come vi siete rialzati?

Dopo aver perso quei clienti, con cui si facevano grandi numeri (50, 100mila pezzi all'anno) abbiamo dovuto reinventarci. Ci siamo guardati intorno e abbiamo provato a capire quale poteva essere una soluzione e secondo noi la soluzione è stata quella di rivolgerci a dei prodotti di nicchia. Ad aziende con un brand importante, conosciuto in tutto il mondo per la sua qualità e credo che questa scelta abbia pagato.

Anche per voi la formula del successo è la qualità?

È un insieme di fattori. Per noi la ricetta giusta è avere un giusto prezzo, un oggetto fatto bene, curato nella forma, nei colori, negli smalti e soprattutto avere una collaborazione con aziende importanti, perché senza brand l'oggetto vale poco meno della metà.

Come è il vostro rapporto con le banche? Avete subito la stretta del credito?

Sinceramente no. Le banche non ci hanno mai negato un credito. Il punto è che ormai come avviene in tutto, sia per quanto riguarda il fornitore delle materie prime o il ceramista nel mio caso, bisogna fare delle scelte. Ci sono delle banche che danno un credito a un tasso piuttosto che a un altro. Ecco per quanto mi riguarda, bisogna stare attenti a guardare quale istituto bancario ti offre il miglior tasso.

E con la burocrazia?

Ci convivo (ride). Quello che mi appesantisce è questa incertezza. Io sono un artigiano di vecchio stampo, nel senso che sto male quando ho poco lavoro. Quello che mi appesantisce è vedere questa incertezza diffusa. La poca voglia di investire da parte delle aziende. Questo è quello che mi rammarica, quello che la mattina, quando mi sveglio, mi dà più tristezza.

Può spiegarsi meglio?

Io parlo con le aziende, parlo con i nostri clienti, proponendogli nuovi prodotti e idee, ma spesso mi dicono: "Tripepi è in progetto, stiamo valutando", poi vanno per le lunghe. Questo prima non accadeva e sono convinto che sia un sintomo di quello che stiamo vivendo. Anche i grossi gruppi viaggiano a basso regime, con i piedi di piombo. Prima di investire nuovi capitali ci pensano a lungo e per un artigiano che è abituato a lavorare con un certo ritmo, perché nel mio caso rendiamo di più quando siamo sotto pressione, tutti questi tempi morti sono deleteri.

Torniamo per un momento a Cislago. Come si trova la vostra attività?

Siamo nati a Cislago, qui siamo conosciuti e la gente quando ha bisogno viene da noi.

Il comune poi ha messo a disposizione quest'area industriale, dove abbiamo costruito il capannone, permettendoci una maggiore visibilità rispetto alla precedente sede. Perciò, da questo punto di vista l'amministrazione c'è stata vicino.

Senta, da artigiano, come vede il futuro?

Con tutta la passione che ho per questo mestiere, mi creda, in questi 25 anni che sono artigiano, mi auguro di farne altri 25 perché non ho nessunissima intenzione di mollare.

Si dice che una volta toccato il fondo, non si può fare nient'altro che rialzarsi. Sarà anche una frase fatta ma è la verità. Mi auguro che le cose cambino, e devono cambiare. Quello che posso dire è che oltre alla passione bisogna migliorarsi, puntare sempre di più sulla qualità, sui servizi per il cliente, proporsi, proporsi, proporsi.

Cosa intende per proporsi?

Io sono un piccolo artigiano e so che abbiamo molto da dimostrare. Sono ancora poco conosciuto tra le aziende, molte non sanno che c'è un ceramista a Cislago, proprio dietro l'angolo. Oggi è fondamentale dire al mondo che esisti, far capire quello che fai, perché se non lo fai, quando arrivano periodi come questo, paghi pegno. Quindi farsi conoscere, e farlo non dico a livello mondiale, ma almeno europeo diventa importantissimo.

L'IMPRESA DELLE MERAVIGLIE

Scheda dell'azienda

Ceramica Tripepi Snc

Via maestri del lavoro 78

21040 Cislago (va) – sp 21 km 2 cislago-gorla m.

Tel. 02 96380258

info@ceramicatripepi.it

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it