

SPM, l'azienda si fa in tre e la passione diventa business

Pubblicato: Venerdì 11 Agosto 2017



Quando si entra nello stabilimento della **SPM di Brissago Valtravaglia**, la prima sensazione che si prova è di essere in un luogo che ha molte cose da raccontare, più di quelle che ci si può immaginare osservandolo dall'esterno. L'azienda parla al visitatore attraverso le **foto dei campioni di sci** appese alle pareti, le etichette usate dalle **case di moda** e i loghi delle più famose **industrie automobilistiche** esposti nelle teche di vetro. Lo **sport**, l'**automotive** e la **moda** sono infatti il cuore produttivo di questa media impresa, classica espressione del capitalismo familiare italiano, che dà lavoro a oltre **200 persone** e rappresenta un vero caso di scuola. La SPM ha affrontato con successo **tre sfide** importanti per rimanere sul mercato: la **successione imprenditoriale**, la **diversificazione produttiva** e l'**innovazione di processo e di prodotto**.

«Dal punto di vista commerciale – spiega **Giovanni Berutti**, direttore generale e seconda generazione in azienda – queste tre produzioni è come se fossero tre imprese diverse. Ciò che le tiene legate è il know how tecnico, cioè lo stampaggio e la decorazione di plastica e metalli». (**nella foto Giovanni Berutti con in mano la base di un paletto snodabile per lo sci**)

A fonderla nel **1954** (in origine si chiamava **Berutti & C**) è stato **Gianpiero Berutti** che a ottantanove anni gira ancora negli stabilimenti di via Provinciale in sella alla sua bicicletta. «È lui l'inventivo della famiglia» dice il figlio Giovanni. Nel **1979** da una sua idea è nato il **brevetto del palo snodabile usato nello sci** che ha portato il marchio dell'azienda sulle piste di tutto il mondo. «Un giorno tornai a casa con una ferita alla gamba procurata da una scheggia di un paletto di legno – racconta **Giovanni Berutti** -. Fu così che mio padre si inventò il palo snodato in plastica e mi mandò in **Val Badia** per farlo provare nientemeno che a **Ingemar Stenmark**». Essendo di plastica trasparente, il numero uno dello sci mondiale di allora lo bocciò perché sulla neve non riusciva a vederlo. «Passai la notte a ricoprirli tutti con nastro adesivo colorato – continua l'imprenditore – e il giorno dopo il grande Stenmark diede l'ok».

Quella geniale intuizione oggi ha avuto un'ulteriore innovazione con l'inserimento di alcune **spazzole in plastica** sulla punta, soluzione che rende ancora più facile il loro utilizzo. Il fatto poi che ben nove dipendenti della SPM siano **maestri di sci**, è solo la conseguenza naturale di una passione che diventa un tutt'uno con il lavoro. Il buon imprenditore sa cogliere le opportunità correlate al proprio business e il passo ulteriore dell'azienda è stato la produzione di **sistemi di protezione e di delimitazione** (reti e materassi) per le piste da sci e i circuiti di Formula uno, i pettorali con i numeri e **kit per l'insegnamento dello sci ai più piccoli**.

La Spm fattura **25 milioni di euro**, di cui un buon **60%** è generato **dall'automotive**, produzione iniziata nel **1984** che ha avuto una crescita costante negli ultimi 8 anni. **Realizzare emblemi e loghi per volanti, cofani, pomelli del cambio e ruote**, è una nicchia produttiva che richiede un'alta specializzazione nella decorazione della plastica e del metallo. «Si tratta di una lavorazione complessa – spiega **Giovanni Berutti** -. In alcuni loghi ci sono fino a dodici passaggi con standard qualitativi altissimi che rasentano la perfezione perché devono mantenere la loro qualità estetiche in condizioni particolari. Per esempio, quelli sulle ruote devono resistere alle intemperie, alle polveri, al calore sprigionato dai freni e non devono ostacolare nel cambio della gomma».

Oltre ad avere **tre certificazioni di qualità**, la SPM ha adottato la **produzione Lean** per facilitare il passaggio all'**industria 4.0**. Il ruolo dell'uomo rimane comunque centrale soprattutto nel controllo

finale del pezzo perché «l'occhio rimane ancora il migliore strumento per individuare l'imperfezione». La richiesta di tanto rigore qualitativo è giustificata dai nomi delle case automobilistiche presenti nel portafoglio clienti: **Ferrari, Porsche, Maserati, Bmw, Alfa Romeo, Abarth, Fiat, Ford, Citroen e Lamborghini**. Da quest'anno si è aggiunta anche la **Tesla** che ha commissionato alla Spm la realizzazione del logo per la ruota della **Model 3**, l'ultima nata nella company di **Elon Musk**.

Tutto cominciò nel **1960** con la produzione di etichette per la moda in plastica e metallo, l'acronimo SPM significa infatti **“sigilli in plastica e metallo”**. Due collezioni all'anno per le fiere di settore, fornitori in tutta Italia e clienti di rango. Fondamentale in questi anni è stata la partnership con il gruppo internazionale svizzero **Unisto**, specializzato da quasi un secolo nella produzione di sigilli di sicurezza, che di fatto ha proiettato l'azienda di Brissago sui più importanti mercati internazionali.

Per un'impresa che si trova a due passi dal **confine elvetico**, quell'alleanza può essere considerata quasi naturale, come un'estensione della filiera. E se la **Svizzera per alcuni imprenditori italiani** è stato un richiamo irresistibile, per altri ancora non lo è. Nel caso della SPM sarebbe un danno enorme per tutta la valle, considerato che la **metà dei suoi dipendenti** vive in un raggio di cinque chilometri e che l'azienda nel 2017 tra **Imu, Tarsu e oneri di urbanizzazione** ha versato nelle casse dello Stato e del Comune quasi **180mila euro**. «Ho ricevuto molte offerte per andare di là – conclude Giovanni **Berutti** – ma perché dovrei farlo? Io vivo e lavoro qui da sempre e amo questo territorio. Sono ragioni più che sufficienti per rimanerci».

di **Michele Mancino**