



Nata centotredici anni fa come azienda grafica, la A. De Robertis è oggi una delle più importanti e innovative cartotecniche del Centro-Sud con 65 dipendenti, 35.000 m<sup>2</sup>, di cui 15.000 coperti e oltre 10 milioni di euro di ricavi.

*"I grandi gruppi hanno una forza superiore, noi cerchiamo di competere con la rapidità delle decisioni e una flessibilità a 360 gradi"*

20 - L'industria grafica, un futuro da reinventare  
Intervista con Fabio Contegiacomo,  
amministratore delegato di A. De Robertis

## INVESTIRE IN TEMPO DI CRISI

di **ACHILLE PEREGO**

Centotredici anni di storia alle spalle. Non capita tutti i giorni di raccontare l'avventura imprenditoriale e familiare di un'azienda così "vecchia". Ma, lo confermano gli ultimi importanti investimenti (tre nuove KBA e quattro fustellatrici Bobst), rimasta sempre "giovane". E, come i giovani, capace di innovare e trasformarsi. Così, da piccola tipografia aperta da Alessandro De Robertis nel lontano 1899 a Putignano, la "Monza delle Puglie" perché da sempre questo Comune in provincia di Bari si è distinto per le attività industriali (a cominciare dall'abbigliamento), oggi la A. De Robertis & Figli Spa è una delle più importanti aziende cartotecniche del Sud. Merito di una svolta (abbandonare la stampa editoriale, dai libri al bigliettino da visita) per concentrarsi solo nel packaging. Una svolta cominciata negli anni Sessanta con l'acquisto delle prime fustellatrici per l'imballaggio in cartoncino e conclusa nel 1972 quando Giuseppe Contegiacomo, abbandonata l'azienda tessile di famiglia, scelse il ramo della stampa per fare l'imprenditore acquisendo la maggioranza della tipografia di Putignano e subentrando nella conduzione ai De Robertis, destinati a uscire completamente dall'attività sette anni dopo. «Si può dire che mio padre sia stato il vero fondatore della cartotecnica A. De Robertis come la si conosce oggi», racconta Fabio Contegiacomo ricordando che in quegli anni, mentre l'azienda si espandeva in metri quadrati di capannoni, furono vendute tutte le dieci Heidelberg Stella tranne una rimasta per gli stampati interni. Fabio ha 55 anni ed è l'amministratore delegato della A. De Robertis che guida insieme con il fratello Cesare (presidente), che di anni ne ha 67 e ha cominciato prima l'esperienza in azienda. Lui, tra le macchine da stampa, ha messo piede nel 1981, richiamato dagli studi per laurearsi in Economia e Commercio a Milano «perché la mia presenza serviva qui».

**Cosa significa oggi essere un'azienda a conduzione familiare?**

Che io e mio fratello seguiamo, insieme con i nostri collaboratori (65 dipendenti che lavorano su 15 mila m<sup>2</sup> e fatturano oltre 10 milioni di euro), tutte le fasi lavorative. Ma soprattutto che le decisioni si prendono in maniera molto veloce. In una grande azienda, in una multinazionale, per approvare un investimento servono anche uno o due



## IL PERSONAGGIO

Fabio Contegiacomo, 55 anni, laureato in Bocconi nel 1982, è amministratore delegato della A. De Robertis & Figli spa. Guida l'azienda insieme con il fratello Cesare, 67 anni, presidente. In azienda è entrato nel 1981 quando l'azienda, per volontà del padre Giuseppe, aveva completato il passaggio dal settore grafico-editoriale a quello cartotecnico. Fondata nel 1899 a Putignano (provincia di Bari) da Alessandro De Robertis, oggi questa azienda (interamente controllata dalla famiglia Contegiacomo dalla fine degli anni Settanta) è una delle più importanti e innovative cartotecniche del Centro-Sud con 65 dipendenti, 15mila metri quadrati coperti e oltre 10 milioni di euro di ricavi. Il 65% del fatturato deriva dalla stampa di imballaggi per il settore alimentare con clienti importanti come Barilla, De Cecco, Divella, Ferrero, Heineken, Peroni. Nell'ultimo anno sono stati effettuati forti investimenti per rinnovare gli impianti produttivi con l'installazione di quattro nuove fustellatrici Bobst e il rinnovo totale del parco macchine da stampa per il packaging, con l'installazione nei mesi scorsi di due nuove KBA 145 a 6 e 7 colori con gruppi verniciatori e con una KBA 105 a 7 colori con doppio gruppo verniciatore entro dicembre.



anni, ci vuole il via libera dei Consigli e quello finale della casa madre, magari all'estero. A noi bastano pochi mesi...

### Qual è il segreto per avere oltre 110 anni di storia alle spalle?

L'impegno costante. Essere qui la mattina presto e non dico tirare giù la saracinesca la sera, ma quasi! La presenza continua e il controllo dell'attività sono fondamentali. Anche se è sempre più difficile competere sul mercato.

### Eppure avete avuto coraggio decidendo, in tempo di crisi, di rinnovare praticamente tutto il parco macchine.

È una decisione che abbiamo preso due anni fa. Con le vecchie macchine, che tanto vecchie non erano, avremmo potuto tirare a campare per altri dieci anni... Ma abbiamo fatto questa grande scommessa. Ci siamo detti: dobbiamo avere macchine al top della tecnologia. Così abbiamo cominciato a viaggiare all'estero per vedere cosa offriva il mercato e cosa ci proponeva nel nostro settore. Individuate le soluzioni che abbiamo ritenuto più adatte per la nostra azienda abbiamo deciso di fare questo passo perché crediamo nel futuro della A. De Robertis e nella sua possibilità di crescere ancora. Certo, sappiamo che ormai il mercato, ogni 6 mesi, se non ogni mese, subisce profondi stravolgimenti. E che i grandi gruppi hanno una forza molto superiore alla nostra. Ma noi cerchiamo con la rapidità delle decisioni, con la flessibilità a 360 gradi, di competere.

### Quanto è stato importante lasciare il settore editoriale per entrare in quello cartotecnico?

Negli anni Settanta la cartotecnica era il "brutto anatroccolo" dell'industria grafica. La stampa editoriale e commerciale era sicuramente più redditizia rispetto all'imballaggio. Quella di mio padre fu una scelta coraggiosa ma, con il senno di poi, fortunata.

### Vuol dire che il brutto anatroccolo è diventato un bellissimo cigno?

Non c'è dubbio che oggi le parti siano rovesciate. Con l'avvento della comunicazione digitale e di internet chi soffre di più adesso sono le arti grafiche. Così molte aziende grafiche, anche nel nostro territorio, si buttano, con scarse competenze, nella cartotecnica.

### Ma la concorrenza non dovrebbe fare bene al mercato?

Non in questo modo. Chi è nuovo e, aggiungo, inesperto, quando entra deve conquistare quote di mercato. Ma non potendo vendere esperienza, servizio e qualità, finisce per rovinare il mercato facendo la guerra solo sul prezzo. Non essendo specializzati pensano che acquistando una fustellatrice e una piega e incolla si diventi cartotecnici dalla sera alla mattina. Ma questa è un'attività che richiede esperienza, professionalità e controllo dei costi, altrimenti si rischia da una parte di alterare il mercato e dall'altra di prendere sberle che affossano le aziende.

### Come avete affrontato questo periodo di crisi del settore?

Che sia un periodo di crisi non c'è dubbio. Del resto la cartotecnica dipende dai consu-



### Investimento in KBA

A sinistra, le delegazioni di KBA e della A. De Robertis & Figli SpA davanti alla nuova macchina installata nello stabilimento di Putignano.

mi e dal Pil. Se loro scendono, soffriamo anche noi. Qui, negli anni Settanta c'era una fiorente industria dell'abbigliamento. In particolare per l'intimo. Poi la produzione si è spostata in Cina ma si continuava a confezionare il pacchetto in Italia. Adesso arriva già tutto confezionato e per noi questo mercato è scomparso.

### Come fate allora a reggere?

Il 2011 è stato un anno difficile ma con gli sforzi che abbiamo fatto il 2012 sta andando molto meglio. Grazie anche al fatto che il mercato in cui operiamo maggiormente, l'alimentare, risente meno della crisi. Oltre all'abbigliamento, negli anni Settanta lavoravamo molto per la farmaceutica, settore nel quale ancora oggi siamo presenti come in quello meccanico. Ma gradualmente abbiamo spostato l'attività nel packaging alimentare da cui deriva oltre il 65% dei nostri ricavi. Il nostro impegno è aumentare il fatturato conquistando nuova clientela in tutta Italia.

### Per centrare questo obiettivo vi avvalete di una rete commerciale?

No. La scelta di non avere una rete di agenti deriva da esperienze poco fortunate nel passato. Preferiamo seguire direttamente le vendite. Probabilmente non avere una rete commerciale è una pecca, ma può anche essere vantaggioso perché nel commerciale ci sono tanti capitani di ventura... Purtroppo non è facile trovare persone competenti, con una conoscenza tecnica del settore e del nostro business.

### Qual è il tipo di richiesta che viene dal mercato per le cartotecniche e come stanno cambiando scatole e astucci per qualità, tipologia di materiali, ingombri, ecosostenibilità?

Nell'imballaggio alimentare diciamo così più ricco, penso al dolciario, è in atto una tendenza a ridurre il volume degli imballaggi. Nei packaging più "poveri" come quelli che produciamo noi, ad esempio gli astucci per la pasta, questa scelta era già stata fatta da tempo con studi per individuare il tipo di confezione più adatta a essere esposta sugli scaffali, meno ingombrante e con grammature ridotte per essere smaltita facilmente.

### Nessuna novità quindi?

Anche se sul mercato si utilizza ancora una buona fetta di cartoncino riciclato, sta aumentando l'utilizzo della fibra vergine. Se non ci sono studi che abbiano scientificamente dimostrato rischi per la salute nell'uso della carta riciclata per l'imballaggio alimentare, nel dubbio si preferisce usare la materia prima vergine. E sempre in tema di salute e di ambiente, ormai utilizziamo solo inchiostri a bassa migrazione.

### In generale come vede la situazione del settore grafico tra crisi congiunturale e strutturale: meno carta e più internet?

Non bene, naturalmente. Soprattutto c'è una situazione finanziaria che lascia poche speranze, una volta le banche davano credito alle aziende, adesso hanno chiuso i rubinetti.

> segue a pag. 62

## A. DE ROBERTIS

(SEGUE DA PAG. 33)

Così molte aziende grafiche e cartotecniche che avevano pesanti debiti hanno cessato l'attività per mancanza di liquidità. La crisi del settore però è anche strutturale. Si sta verificando una scrematura che porterà ad avere sul mercato una minore offerta e quindi dovremmo assistere a un bilanciamento con la domanda.

### **Le imprese cartotecniche però stanno aumentando con l'ingresso, come ricordava prima, delle aziende grafiche in questo mercato?**

È vero. Eravamo in tanti prima e adesso lo siamo ancora di più con aziende che per sopravvivere si riciclano nel packaging. Noi combattiamo offrendo ai clienti la nostra competenza, la cura e la qualità della lavorazione, puntualità e flessibilità del servizio, formazione interna dei nostri dipendenti e garanzie sul fronte della sicurezza degli imballaggi per alimenti. Già dal 1995 siamo certificati ISO 9002, nel 2001 abbiamo ottenuto la Vision 2000 e l'anno scorso la certificazione UNI EN 15593 per il rispetto delle norme igieniche nella fase produttiva. Qui da noi si entra e si lavora solo dopo aver lavato le mani e indossato camici e cappellini.

### **Cosa consiglia agli stampatori di libri e cataloghi che si inventano cartotecniche?**

Di lasciare perdere. Di cercare un'altra diversificazione produttiva perché siamo già in troppi. Mi lasci dire: non c'è trippa per gatti!

### **Scommetterebbe sulla stampa digitale nella car-**

### **totecnica?**

Il digitale è una forma di stampa interessante per alcune tipologie di lavorazione, penso alle piccole tirature e al dato variabile, o per alcuni mercati come la cosmetica e il farmaceutico, non per l'alimentare. Indubbiamente la stampa digitale ha prospettive di sviluppo nel futuro. Al momento, però, anche rispetto a quanto si è visto all'ultima Drupa, credo si sia in attesa di sapere bene come evolveranno le macchine da stampa digitali. Prima di capirlo, e quindi di investire, come minimo dovrà passare un altro anno.

### **Quanto è importante puntare sull'innovazione?**

Per noi è sempre stato fondamentale. La De Robertis è stata tra le prime aziende in Italia a dotarsi di macchine da stampa e fustellatrici in formato 100x140 e la prima in assoluto a installare, era il 1977, una Roland 800 a 4 colori. Una macchina che stampava per la cartotecnica fino a 8mila fogli/ora contro i precedenti 4-5mila. Una velocità talmente alta che allora le cartiere nostre fornitrici furono obbligate a cambiare tipologia di cartoncino perché a quella velocità quello che ci consegnavano "sbollava".

### **Così, fedeli alla tradizione, state cambiando tutto il parco macchine?**

Abbiamo rinnovato le linee fustellatrici con l'acquisto di tre impianti Bobst anche in formato 105x145. Di conseguenza era inevitabile acquistare anche macchine da stampa per questo formato. Così abbiamo già messo in produzione ad aprile e in agosto due nuove KBA 145 a 6 e a 7 colori più il gruppo di verniciatura. Entro fine anno verrà installata anche una

terza KBA 75x105 a 7 colori con doppio gruppo verniciatore. In questo modo abbiamo fatto un importante salto tecnologico e produttivo aumentando notevolmente la velocità (fino a 17mila fogli/ora), dotandoci di controlli in linea più puntuali rispetto alle vecchie macchine e assicurando una migliore qualità degli stampati con il totale rispetto dell'ambiente, grazie alla scelta di avere intrapreso la strada dello "zero alcol" con buoni risultati. Sicuramente per noi questo è un motivo di vanto come l'aver installato un sistema logistico innovativo per il trasferimento del cartoncino nelle macchine da stampa e nelle fustellatrici. Non lo diciamo noi ma i nostri fornitori che A. De Robertis è la cartotecnica più moderna non del Sud ma d'Europa.

### **Come avete finanziato investimenti così impegnativi?**

La nostra è un'impresa familiare che ha sempre tenuto la liquidità in azienda. E quindi l'autofinanziamento ci ha permesso di poter fare questi investimenti. Devo dire che sono ormai vent'anni che ci siamo piacevolmente liberati dalle banche. Di questi tempi è un grande vantaggio. Certo, anche se autofinanziato, si tratta di un investimento molto importante. C'è voluto coraggio e forse anche un po' di incoscienza per farlo. Se mi intervisterà fra tre anni le dirò se abbiamo avuto ragione! Intanto siamo molto soddisfatti delle nuove KBA che stiamo collaudando in produzione.

### **Siete una piccola-media azienda di successo. Questo significa che si può restare "piccoli" anche in un mondo globalizzato nel settore della stampa?**

### **Non avete mai pensato ad accordi o acquisizioni?**

Nel settore cartotecnico o si viene acquisiti da una multinazionale oppure fare accordi tra aziende familiari è molto difficile. Le multinazionali però non hanno un giudizio positivo del Sistema Italia e non vengono a investire qui per l'eccesso di normative e per la rigidità del mercato del lavoro. Con la crisi e i paletti burocratici che ci sono, chi volesse oggi aprire una qualsiasi azienda dovrebbe essere un santo capace di fare miracoli...