



FRATELLI RODA SA: UN'AZIENDA FAMILIARE AL PASSO CON I TEMPI

Da quasi 70 anni (che saranno festeggiati nel 2012), la Fratelli Roda SA cavalca l'onda del successo. Abbiamo incontrato il Direttore Generale Franco Roda ed il Responsabile Marketing Marcel Scheidegger



Franco Roda, Direttore generale



Marco Roda, Direttore tecnico

Direttore Roda, può ripercorrere con noi le tappe fondamentali della storia della vostra azienda?

“La Fratelli Roda SA nacque nel 1942 quale produttrice di scatole di cartone. La sede era a Lugano, e i fondatori furono mio padre e mio zio, i fratelli Emilio e Luigi Roda. Tre anni dopo, nel 1945 venne introdotto il reparto tipografico, nel 1947 la società si trasferì a Viganello che restò la nostra sede fino al 1991, segnando una tappa importante per la società. Nel 1950 cambiammo forma societaria, divenendo una SA, ed investendo in modo continuo in tecnologia, e nuovi macchinari – ben diversi da quelli di oggi! – ci siamo sempre mantenuti sul mercato ticinese con una salda posizione. Nel 1961 ci siamo trasferiti in uno stabile più grande, sempre a Viganello, arrivando ad occupare una superficie produttiva di 6'300 m². Infine nel 1988 io e mio fratello Marco siamo entrati in azienda, con lo scopo di garantirne la continuità”.

La Fratelli Roda SA ha sempre avuto un'impronta familiare nella sua conduzione; peculiarità imprescindibile per la sua filosofia. Risale al 1991 il cambio di testimone alla conduzione della società. Com'è avvenuto questo passaggio?

“In maniera molto naturale e senza problemi di sorta. Io e mio fratello abbiamo portato continuità e nuovi stimoli all'azienda. Dopo pochi anni ci siamo trasferiti nella nostra sede attuale, a Tavernes. Abbiamo ampliato il parco macchine come pure la superficie disponibile, passando dai 6'300 m² agli attuali 8'000 m². La nostra idea è stata quella di creare un gruppo che avesse una buona posizione sul mercato, composto da diverse attività complementari, riunite sotto il cappello Fratelli Roda SA. Abbiamo quindi continuato a vagliare opzioni per delle acquisizioni societarie, scegliendo con cura tra diverse aziende ticinesi, che sono entrate nel tempo nel nostro gruppo. Oggi occupiamo circa 90 dipendenti nella sede di Tavernes, e arriviamo a 135 contando gli altri due stabilimenti produttivi di Lamone e Novazzano. Siamo specializzati nella trasformazione del cartone per il packaging e nella produzione di stampati, ma non solo: del gruppo fa parte anche la casa editrice Edizioni Trelingue, con la quale pubblichiamo la rivista «Ticino Junior», dedicata al tempo libero in Ticino; altre pubblicazioni del gruppo sono la rivista di cultura «Cenobio» e i nuovi «Tascabili di Fotografia della Svizzera Italiana»”.

La vostra filosofia aziendale si basa su tre criteri: sostenibilità, qualità e competitività. Come soddisfatte questi criteri giorno per giorno?

“Con un impegno costante. Per quanto concerne la sostenibilità, crediamo che rispettare la natura sia un'arte, che anche il nostro lavoro debba proteggerla; per questo ci sta molto a cuore la protezione ambientale. La scelta





dei fornitori di materie prime, il riciclaggio al 99% degli scarti di lavorazione, l'impiego di materiale riciclato fino al 95% sono scelte improntate allo sviluppo sostenibile. Impieghiamo colori e lacche ecologici e organizziamo la logistica per la movimentazione delle merci operando con trasporti integrati gomma-rotai. Abbiamo altresì ottenuto la certificazione ambientale FSC, aderendo ad un programma che garantisce la gestione del patrimonio forestale basato su severi principi ambientali e sociali. Il discorso della qualità invece è più ampio: investiamo in maniera costante in macchinari, tecniche e tecnologie al fine di garantire ai nostri clienti l'avanguardia nella stampa e nelle lavorazioni speciali. Ciò significa dotarsi delle migliori macchine sul mercato, abbinate alle più innovative tecniche di lavorazione e di produzione. Possiamo offrire ai nostri clienti stampe particolari abbinando la nostra esperienza a speciali procedimenti di impreziosimento del prodotto. Un'attenzione particolare la diamo al packaging, in quanto per noi è fondamentale poter rispondere alle esigenze dei consumatori in relazione a informazione, tracciabilità, produzione, provenienza, sicurezza (per il settore alimentare), inviolabilità e sostenibilità. Per questo possiamo garantire una serie di soluzioni che soddisfano tutte le richieste: ologrammi, procedure di riconoscimento automatico (codici EAN, alfanumerici progressivi, RFID), codici Braille, chiusure a prova di bambino, imballaggi per persone anziane e protezione contro la falsificazione. Da tempo ci siamo dotati di una certificazione di qualità ISO: 9001-2008, che ci consente un controllo di tutti i processi aziendali. La nostra competitività è data dunque dalla somma di questi fattori, e dal fatto che per nostra natura siamo una società fortemente orientata al mercato, con investimenti mirati all'incremento della qualità e all'innovazione tecnologica".

Per gli speciali procedimenti di stampa di cui mi ha accennato prima, sono necessarie macchine all'avanguardia. Può farci qualche esempio di entrambi i processi?

"Per le stampe, si tratta di particolari procedimenti che ci consentono di offrire al cliente delle soluzioni speciali, uniche nel loro genere, utilizzando strumenti, tecniche, macchinari, lacche e colori all'avanguardia con un occhio di riguardo all'ecologia, perché hanno un ridotto impatto ambientale. Posso citare la produzione di fustelle con l'aiuto di sistemi CAD-CAM e al laser, che permettono forme di taglio sempre più sofisticate; la combinazione di vernici offset opache o UV lucide, che consentono giochi di luce accattivanti, le laminature opache protettive, che permettono un'esperienza tattile, rendendo la stampa più vellutata. Stampiamo in esacromia, impieghiamo nuovi colori che permettono di stampare non solo su carta ma anche su pellicole trasparenti (PET/PVC), utilizziamo microcapsule profumate nella stampa che conferiscono al risultato finale un effetto affascinante: si ampliano le tentazioni sensitive nei confronti del consumatore finale, aumentando l'impatto sensoriale della confezione; un nuovo strumento del marketing insomma. A supporto di quanto descritto disponiamo di un parco macchine importante, nuovo e performante. Come già detto, ci piace investire regolarmente in nuove tecnologie per essere pronti a qualsiasi sfida. Ad esempio la nostra KBA Rapida 142, è stata in Svizzera, la prima macchina da stampa grande formato messa in funzione a 6 colori predisposta per l'impiego di inchiostri ibridi in grado di impreziosire gli stampati grazie ai forni IR (infrarosso) ad aria calda e UV (ultravioletto) con l'impiego di colori a base d'acqua. Ha una velocità di 15'000 fogli/h, un formato di stampa fino a 100 x 140 cm, il cambio lastra automatico, consente la stampa in esacromia e verniciature e lacche di prote-



A COLLOQUIO CON IL RESPONSABILE MARKETING



Marcel Scheidegger,
Marketing &
Communication
Manager

Signor Scheidegger, avete lanciato la nuova campagna "a regola d'arte". Su che cosa si basa?

"Il concetto che sta alla base di questa campagna è il lavoro eseguito "a regola d'arte". Quest'espressione si usa nel settore artigianale per definire un lavoro ben fatto e riuscito. Noi abbiamo trasformato questo concetto in una realtà artistica avendo constatato come nel nostro settore esista la convivenza tra tecnologia, produzione, macchinari e materiali da un lato e creatività, design, grafica e inventiva dall'altro. Questo binomio tra concretezza industriale e creatività lo interpretiamo attraverso l'esperienza dell'uomo artigiano: l'artefice, colui che sa fare bene le cose".

Una volta definito il concetto di marketing, a chi vi siete affidati per la parte esecutiva?

"Abbiamo lavorato con un giovane artista ticinese, Alex Dorici, il quale impiega scatole ed imballaggi di cartone per avventurarsi in una ricerca concentrata sullo sviluppo di

progetti tridimensionali modulari. Alex è un «artista plastico», le sue origini, la pittura e l'incisione, presentano una ricerca di equilibrio tra forme geometriche, macchie e colore. Alex ha avuto l'incarico di trasformare le scatole di cartone che gli abbiamo fornito, in installazioni artistiche tridimensionali modulari, intervenendo sulle superfici di questi elementi con segni grafici, colori e macchie". L'installazione ci è poi servita per effettuare le fotografie a supporto della campagna di comunicazione.



Quale è stato il risultato finale?

"Alex ha lavorato su tre soggetti principali, concependo e realizzando un'installazione di notevole interesse estetico che ci ha consentito di mettere in luce le nostre peculiarità aziendali:

1. L'arte di trasformare il cartone in elementi utili ed accattivanti, e quindi l'arte di produrre imballaggi di qualsiasi tipo e forma. Questo primo soggetto mette in evidenza le capacità produttive della nostra azienda, riferite a imballaggi e packaging, con l'affermazione: *trasformare il cartone è un'arte!*
2. L'arte di operare in modo creativo, e quindi l'arte di stampare con tecniche che favoriscano esperienze emozionali e sensoriali. Il secondo soggetto si basa sul nostro processo creativo che passa dall'impostazione grafica e dalla pre stampa, all'applicazione del colore, con l'affermazione: *stampare è un'arte!*
3. L'arte di rispettare l'ambiente. Il terzo soggetto mette in relazione la natura con il rispetto per essa, fatto che ritroviamo nella nostra politica di sostenibilità ambientale, con l'affermazione: *rispettare la natura è un'arte!*

In questo modo abbiamo creato un nuovo concetto di comunicazione aziendale che mette in luce le nostre peculiarità con originalità e passione e che ci consente di comunicare in maniera creativa e mirata".

Quali altri servizi implementerete prossimamente?

"Stiamo lavorando alacremente per implementare un moderno webcenter che permetterà una comunicazione più efficace con i nostri clienti: attraverso il web sarà possibile accedere a questa piattaforma da dove ogni cliente potrà gestire online tutte le fasi di pre stampa, proposte grafiche e packaging presentato in 3D. Inoltre stiamo iniziando a pianificare i festeggiamenti per il 70° della nostra attività, che si terranno nel 2012, con un programma allestito a regola d'arte che non mancherà di suscitare interesse e partecipazione".

zione in linea fanno di questa macchina un vero e proprio centro di produzione altamente performante. Stampiamo imballaggi, display e dispenser, blister, stampati di tutti i tipi, libri e riviste, manifesti per l'affissione esterna e cartone ondulato".

Quali sono i progetti futuri per la Fratelli Roda SA?

"Senz'altro consolidare la nostra posizione sul mercato svizzero, con qualche sconfinamento nel Nord Italia, mercato dove vogliamo essere presenti con la nostra ampia offerta, limitata però alla fascia insubrica. Vogliamo mantenerci al top per quanto concerne la tecnologia delle macchine: all'inizio di quest'anno abbiamo acquistato per il settore packaging una nuova piega-incolla, macchina che per le sue qualità ci consente di ottenere ancora maggiori prestazioni e garantire risultati in linea con le esigenze dei nostri clienti".



Fratelli Roda SA

Industria grafica e cartotecnica
Zona Industriale 2, 6807 Taverne
Tel. +41 91 935 75 75, Fax +41 91 935 75 76
info@fratelli-roda.ch, www.fratelli-roda.ch