

EPTA

CAPACITÀ DI ASCOLTARE E DI ACCETTARE CRITICHE

Intervista a **Marco Nocivelli**
Presidente Epta



P

“Per prendere il treno bisogna essere in Stazione”: è uno dei mantra di **Marco Nocivelli**, il presidente di **Epta**. Perché, spiega, non sempre si vince ma bisogna mettersi nelle condizioni per farcela. Marco come Luigi, il pioniere e ispiratore dell'azienda, da letterato raffinato si sentiva l'Hans Castorp della *Montagna incantata*, un uomo favorito dalla vita ma al lavoro per trasformare il futuro in realtà. **Le è mai capitato di essere fuori dalla Stazione?**
“Tante volte, ognuno di noi è la

somma dei propri errori: ma non mi sono mai arreso. Nel 2009 sfumò un'acquisizione negli Usa, non ero preparato, dieci anni dopo ce l'ho fatta”
Siete i re del freddo..
“Una società multinazionale leader nella refrigerazione, con 8000 persone nel mondo a lavorare per la stessa causa”
Il profitto?
“Certo, anche. Ma attenti al minor consumo energetico possibile e al minor impatto ambientale, grazie al lavoro incessante sull'innovazione”
A quali storie e a quali volti si legano le origini di Epta?
“A fondarla fu mio padre Luigi

insieme a zio Franco negli anni '50, poi è rinata nel 2003 puntando sulla refrigerazione commerciale”.

Un'azienda familiare..

“Fin dal nome. Epta sta per sette, i sette figli di papà Luigi: nasciamo come impresa familiare e oggi siamo una multinazionale che vende i propri prodotti in cento Paesi del mondo e su tre continenti”

Ma cosa la fa diversa nei principi e nei valori da tante altre?

“I valori. Il rispetto, il dialogo, la cura dell'ambiente, la capacità di ascoltare e anche di accettare le critiche. Anzi, sono un propellente per migliorare”

Ma in un'azienda così infinita come ci si ascolta?

“Periodicamente sottoponiamo ai nostri dipendenti la survey Great Place to Work, un sondaggio per ascoltare le loro esigenze e uno dei punti di partenza dai quali rivedere le nostre strategie, fare confronti serrati, migliorare la comunicazione. E la Fiera di settore triennale Euroshop è il momento di presentazione di questi sforzi, e al contempo un nuovo momento per rimettersi in discussione”.

Come impostate i rapporti interni?

“Un'azienda grande ha tante

dinamiche e talvolta costringe a scelte dure: il binario resta quello di migliorare insieme, senza sottrarsi mai al rispetto delle persone”

Ma la scelta di mettere al centro prima i valori del profitto, poi paga anche in termini di risultati?

“Rispondo con 4 numeri: 364 milioni di fatturato nel 2004, 500 nel 2012, un miliardo nel 2021 e ora siamo proiettati verso i due. E si cresce proprio perché avere dei valori permette ai nostri dipendenti di identificarsi nell'azienda. Sembra che nell'immediato non sia così, ma il tempo paga”.

Lei ha vinto il premio “Di padre in figlio”, a metà tra sostenibilità e legame familiare: come aiuta a mantenere la barra dritta sul piano dei valori?

“Le radici sono tutto. Ricordo quello che ci ha trasmesso il papà: l'ordine, il rispetto verso le persone, il miglioramento costante del luogo di lavoro”

Un insegnamento che tiene caro di suo padre?

“Ricordati - mi diceva - che dietro ogni dipendente ci sono le loro famiglie: la responsabilità è la base”

Come vi comportate di fronte ai conflitti?

“La ricetta è semplice: dialogare e dirsi le cose, mettere sul piatto i fatti e togliere le opinioni. Non stigmatizzare le persone ma semmai i fatti”.

E che rapporto avete instaurato con il territorio?

“Siamo un'azienda

familiare, è imprescindibile. Abbiamo da anni uno straordinario rapporto con il Fai e abbiamo contribuito a salvare l'Abbazia di San Fruttuoso a Camogli, la Villa dei Vescovi nei Colli Euganei a Padova e le cappelle votive di Crea in provincia di Alessandria”.

Una predilezione per l'arte?

“Sì ma non dimentichiamo il sostegno a enti di ricerca e ospedali in Italia e all'estero.”

Idee innovative?

“Finanziamo le iniziative di volontariato dei dipendenti, dando loro la possibilità di fare 8 ore di volontariato all'anno retribuite permettendogli di scegliere in quale settore applicarsi e dando visibilità a molte associazioni locali. Se vai e lavori sul campo ti viene voglia di continuare”.

Vediamo la sostenibilità..

“Il nostro obiettivo è semplicemente quello di offrire il miglior prodotto possibile

che aiuti i nostri clienti nella transizione ecologica e digitale”

Esempio?

“Lo sviluppo di sistemi a refrigerazione naturale, utilizzando la CO2, che inquina 4.000 volte meno rispetto ai gas tradizionali. Ci davano dei matti, la grande soddisfazione è vedere che anche gli americani li stanno adottando”.

Nei mesi del Covid il vostro settore si è fermato: come avete armonizzato la salvezza dell'azienda con la cura del personale?

“Il nostro fatturato era sceso a zero ma abbiamo continuato a pagare gli stipendi: per principio e poi per ripartire”

Qualche esempio?

“Prima della pandemia avevamo appaltato il rifacimento di parte del tetto dello stabilimento a Limana: tutti mi consigliavano di lasciar stare. Ho preferito onorare l'impegno. Il fornitore non era colpevole

dell'emergenza, rifare il tetto nell'incertezza assoluta era un messaggio positivo, utile per la ripartenza”.

Lei ha da anni ruoli di vertice in Confindustria: come agisce per estendere i principi industriali nei quali crede?

“Dentro un'associazione possono esserci interessi distinti ma la priorità è portare avanti quello che unisce e non quello che divide. A prescindere dal mio ruolo, l'importante è remare per il sistema Paese e per la sua competitività”

L'importante è farsi trovare in stazione?

“Proprio così”. ■



Marco Nocivelli