

«Artigianato e tecnologia sono la forza del made in Italy»

Gussalli Beretta: il mestiere delle armi? Troppi pregiudizi

di **Nicola Saldutti**

Il mestiere delle armi, inutile nascondere, da sempre divide l'opinione pubblica. Eppure la storia della famiglia Beretta racconta di una tradizione che negli anni è diventata alta tecnologia. Made in Italy combinato con la ricerca più avanzata. Storie familiari (la prima fabbrica d'armi è nata nel bresciano nel 1500) e capacità di stare sul mercato. «Qualche anno fa ci avevano proposto di investire in una delle società della bolla Internet. Per me valeva zero e non la comprammo. Quattro mesi dopo era sparita. Noi invece abbiamo continuato a investire nelle tecnologie informatiche del gruppo».

Se ci sono cose che Pietro Gussalli Beretta ci tiene a raccontare della sua famiglia sono la «prudenza che ha sempre accompagnato le nostre scelte e l'attaccamento alla manifattura. Forse per questo siamo arrivati fin qui».

L'entità degli investimenti non è una delle vostre caratteristiche?

«Qualche tempo fa abbiamo acquisito un'azienda di cannocchiali sportivi leader negli Usa. Siamo partiti dall'idea di completare l'offerta per i cacciatori, poi il ragionamento si è esteso alle forze dell'ordine. Ai visori notturni. Ai sistemi laser. Questo è il punto: per noi è fondamentale essere internazionali e innovativi».

Siete anche a Monterey, a un passo dalla Silicon Valley.

«Vero, lì l'impronta della ricerca è palpabile. Vede, la presenza internazionale per noi è indispensabile e non le nascondo che all'inizio lo abbiamo fatto per sopravvivenza».

Sopravvivenza?

«Sì, i nostri predecessori avviarono l'espansione in Brasile perché l'Italia era un mercato troppo piccolo. Poi mio padre sviluppò il mercato degli Stati Uniti. Adesso l'Italia vale appena il 6% del fatturato consolidato — pari a circa 670 milioni — e gli Usa il 50%, dove abbiamo appena aperto il nuovo stabilimento in Tennessee. Siamo presenti in tutti i continenti. Fabbrica d'Armi Beretta, da cui

tutto è nato, realizza circa il 27% del fatturato del gruppo. Abbiamo solide radici a Gardone Val Trompia ma stabilimenti in tutto il mondo. E siamo un marchio globale, forte e autorevole».

Crescere all'estero è stata una necessità, dunque...

«È così. Non nascondo che vedere nelle pieghe della società italiana atteggiamenti critici nei confronti del nostro settore abbia pesato. Altri Paesi però sollecitavano la nostra presenza, qui sentiamo ancora un certo spirito di riserva. È come se realizzare armi che servono ai cacciatori, allo sport e alle forze dell'ordine fosse un'attività di serie B. Ora però c'è maggiore consapevolezza, soprattutto nei confronti della salvaguardia dell'integrità personale e pubblica».

Quanto conta la ricerca?

«Molto. Investiamo ogni anno oltre 20 milioni (il 3% del fatturato). Ormai per i sistemi di difesa legati alla tutela della comunità dai rischi del terrorismo, contano l'arma e i sistemi opto-elettronici ma sta diventando centrale, penso alle forze speciali, l'abbigliamento tecnico. Noi vogliamo essere presenti in tutte queste aree».

E la caccia? Rappresenta quasi il 50% del totale.

«Posso dirle senza falsa modestia che in questo campo Beretta è un'icona mondiale. Per definizione le commesse pubbliche sono molto ondivaghe e siccome siamo una famiglia che da sempre ha contato sull'auto-finanziamento, la caccia e il tiro permettono di avere maggiore stabilità».

Lei che idea si è fatto del made in Italy? Può davvero restare il motore principale per la nostra economia?

«Sì, ha un appeal molto forte. È associato a un'idea di serietà, tradizione e creatività. Anche per le storie che ci sono dietro, delle famiglie come la nostra. Ma il centro di tutto è la qualità dei prodotti».

Mi aiuta a capire?

«La nostra filosofia, da sempre, è concentrarci totalmente sul prodotto. Artigianale, come i fucili da collezione o tecnolo-

gico come i visori notturni. Quando dobbiamo comprare un'azienda è quello che guardiamo con speciale attenzione. Pensi che le ottiche per noi da zero ormai valgono oltre cento milioni di euro. Siamo diventati tra le prime 3-4 realtà al mondo in un comparto ad altissima tecnologia».

Il segreto?

«Gli investimenti e la ricerca. Beretta holding è nata vent'anni fa per favorire la crescita delle 28 società del gruppo. Armi, optoelettronica e abbigliamento sono sempre più integrati e qui vogliamo ancora crescere».

Avete, tra i pochi, realizzato un'acquisizione in Germania?

«Sì. Con la Steiner ci siamo rafforzati nei binocoli e nelle ottiche. Ma abbiamo fatto molteplici acquisizioni in tutto il mondo, complementari ai nostri core business».

Avete anche aperto una scuola di incisori nel '97?

«Per noi sapienza artigianale e alta tecnologia sono fattori decisivi e strettamente legati. Lo stabilimento di Gardone Val Trompia, cuore e mente del gruppo, da qualche anno è organizzato in questo modo: da una parte potremmo dire la sartoria, l'alta moda, dall'altra la produzione in serie».

La sua famiglia fabbrica armi da cinquecento anni...

«Credo fossimo agli albori dell'industria. Sa, io penso, anche per l'educazione ricevuta, che noi industriali abbiamo il dovere di creare valore per le generazioni dopo di noi. I dipendenti, i fornitori, le comunità dove operiamo».

Beati voi che potete non guardare ai conti trimestrali, come devono fare le società quotate...

«Un imprenditore deve concentrarsi su una strategia di medio-lungo periodo, impegnando tempo e denaro. Mirando a eccellenza e qualità. Dedicarsi significa cercare ogni opportunità di crescita e di creazione di valore».

Da poco lei è vicepresidente dell'Ubi. Oggi contano molto i fondi...

«Noi amministratori emanazione degli azionisti storici dob-

biamo considerare i fondi di risparmio come partner. Dobbiamo avere obiettivi comuni. Si tratterà di lavorare fianco a fianco, con medesime finalità: efficienza, innovazione, redditività, controllo. Ma soprattutto la soddisfazione di azionisti e clienti. La filosofia del prodotto, appunto».

Ubi Banca?

I fondi vanno considerati come partner. Con loro si lavora fianco a fianco con medesime finalità: efficienza e redditività. Soprattutto per la soddisfazione di azionisti e clienti



● Pietro Gussalli Beretta, 54 anni, è presidente e ad della Beretta Holding spa. Sposato, una figlia, con il padre Ugo e il fratello Franco, guida il gruppo di famiglia. È inoltre vicepresidente del consiglio di sorveglianza di Ubi Banca