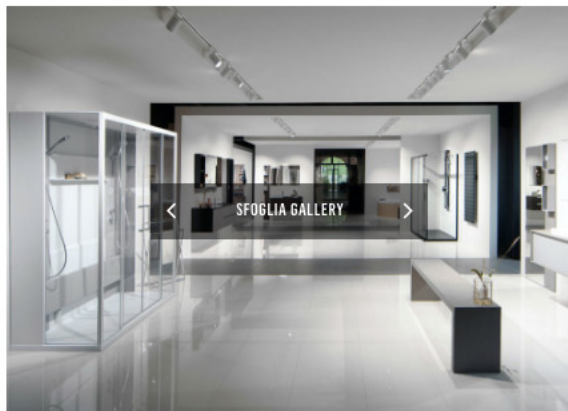


MYBUSINESS . NEWS

Barbara Novellini: «Un lavoro potrà definirsi ben fatto quando ci si sente inutili»

10 OCT, 2018

di LORENA SIRONI



Sguardo (da sempre) rivolto al futuro, all'innovazione e all'ecosostenibilità il gruppo Novellini, eccellenza italiana nella produzione di arredo bagno, festeggia anni di successi inaugurando il suo primo showroom. Abbiamo intervistato Barbara Novellini, alla guida dell'azienda di famiglia assieme al fratello Marco

Un volume di produzione pari a 1.000.000 di componenti realizzati all'anno, 798 dipendenti, 9.000 clienti, 10.000 metri quadrati di magazzino, 250.000 metri quadrati di superficie produttiva coperta e, da qualche settimana, anche un esclusivo showroom di 700 metri quadrati nella sede operativa di **Romanore** in provincia di Mantova. Stiamo parlando del **Gruppo Novellini**, eccellenza italiana nella produzione di **arredo bagno**, guidata dai fratelli **Barbara e Marco Novellini**, rispettivamente presidente e amministratore delegato dell'azienda.

Con lo sguardo da sempre rivolto al futuro Novellini è un gruppo totalmente **Made in Italy**, che ha fatto dell'**innovazione** e dell'**ecosostenibilità** principi fondamentali. Ma non solo, perché tra gli obiettivi della famiglia c'è quello di tutelare e garantire il **benessere** dei suoi dipendenti e delle loro famiglie. Perché, fanno sapere all'unisono i fratelli Novellini «**le organizzazioni si fondano su tre pilastri: la squadra, la squadra, la squadra**». Un esempio di *benefit* per migliorare la qualità della vita dei lavoratori? L'introduzione di un *maggioramento aziendale*, una figura di supporto per sbrigare le attività di tutti i giorni e per conciliare la vita lavorativa con quella privata. E per chi trascorre buona parte della sua giornata fuori casa questa opportunità non è assolutamente una cosa da poco.

Abbiamo incontrato **Barbara Novellini** durante l'inaugurazione dello showroom e con lei abbiamo voluto approfondire alcune tematiche care all'azienda (ma anche a noi).

È qualche tempo che, anche in ambito lavorativo, si parla tanto di benessere.

«Se dovessi riassumere il mio modo di intendere il benessere utilizzerei due parole: equilibrio e armonia. Quando ho imparato a interiorizzare messaggi ed idee e ad esprimerli con le mie parole e con le mie emozioni, quando ho iniziato ad essere confortevole con i miei difetti, a capitalizzare i miei punti di forza e ad evitare le mie debolezze, ecco da quel momento della mia vita mi sento in grado di trarre il massimo beneficio da ogni situazione. Sapersi rilassare, prendere gli eventi con leggerezza, (che non è superficialità) è un'arte che una volta acquisita permette di recuperare le energie necessarie anche in pausa pranzo».

Novellini ha fatto del benessere la sua forza. In che modo?

«Mi piace pensare che anche la Novellini, in qualche modo, interpreti lo stesso mio concetto olistico di benessere che raggiunge la massima interpretazione nei nostri prodotti. Di fatto, a voler ben vedere, nell'ultimo decennio, anche la stanza da bagno ha avuto un'evoluzione importante e da stanza di mero servizio o peggio ancora di status symbol da esibire agli ospiti, si è trasformata in un luogo di benessere e di cura del corpo. Un doccia oggi deve essere anche confortevole e permetterti di rigenerarti, un bagno caldo di rilassarti e conciliare il sonno, gli accessori e i mobili devono rendere fruibile il bagno senza farlo sembrare un disordinato bazar: ecco questo è un po' il risultato della nostra offerta di prodotti e servizi che parte, non dimentichiamolo mai, da un'attenta gestione dei collaboratori e dal loro benessere».

Cosa mettete al centro delle vostre scelte?

«Al centro delle nostre scelte mettiamo sempre 3 fattori fondamentali.

– Il valore delle relazioni e il rispetto delle persone che siano esse dipendenti, clienti, consulenti o fornitori.

– Il rispetto dell'ambiente: ogni nuova tecnologia deve, per quanto possibile, tenere conto di questo aspetto che compete, mi piace sottolinearlo, prima ai singoli individui e poi alle organizzazioni: il caso contrario è una battaglia persa in partenza.

– La passione per l'innovazione e la tecnologia: mai accontentarsi e mai "gingillarsi sugli allori" ce l'ha insegnato nostro padre, fondatore della Novellini e nostro mentore.

In poche parole lo sviluppo durevole e sostenibile».

Quando siete diventati più attenti all'impatto della produzione sull'ambiente?

«Recentemente ho trovato un volantino di fine anni '70 che pubblicizzava le zanzariere avvolgibili (un prodotto di successo che ha dato la prima grande svolta alla Novellini azienda artigiana) utilizzando la leva ecologica in quanto la loro installazione permetteva di abolire l'utilizzo di insetticidi (ve lo ricordate il famoso *flit?*). Quindi mi verrebbe da dire *"Novellini always green"*.

Dal punto di vista tecnologico, gli investimenti più importanti sono iniziati nel nuovo millennio, uno su tutti, l'utilizzo del PVD coating (*Physical Vapor Deposition*) una vera rivoluzione in termini di tecnologia ed innovazione che ci ha permesso di eliminare pressoché completamente il cromo esavalente da tutti i nostri prodotti».

Cosa significa per Novellini e per il suo business essere sostenibili?

«Significa porre al centro delle scelte strategiche lo sviluppo durevole che a volte non coincide con la crescita di breve periodo: vale a dire che servono decisioni lungimiranti che non sempre nell'immediato massimizzano i profitti. L'obiettivo della Novellini è quello di festeggiare i 100 anni nello stesso modo in cui ha festeggiato i suoi 50 anni».

Che posto ha la sostenibilità nella sua vita?

«La coerenza è alla base del successo e della credibilità di ogni individuo e a maggior ragione di un leader. Non riuscirei a gestire un'impresa sostenibile se anche la mia vita privata non fosse sostenibile. Qualche esempio concreto? Ho ridotto il più possibile l'impatto energetico della mia abitazione, installando pannelli fotovoltaici, pompa di calore, caldaia di ultima generazione, ho cercato di mettere in pratica abitudini quotidiane sostenibili che riducano l'utilizzo della plastica e in generale di tutti i contenitori. Utilizzo un'automobile elettrica. Amo il buon cibo biologico, amo il bello e non sopporto gli eccessi. In tutte le scelte della mia vita vince l'essere rispetto all'apparire, vincono le relazioni sulle cose. Insomma diciamo che sono convinta che *"nei cassetti pieni di cose non c'è più posto per i sogni"*».

La vostra è una produzione totalmente *Made in Italy*. Come siete riusciti in quella che, in questo momento, può essere considerata come un'"impresa"?

«Nostro padre, da genio coraggioso quale era, ha realizzato un progetto di verticalizzazione produttiva unico nel nostro settore, proprio quando tutti se ne andavano a produrre nei paesi dell'Est e poi successivamente ancora più a Est. Questo progetto ci ha permesso di rimanere ancorati al nostro territorio, di spendere il vantaggio competitivo del made in Italy. A mio fratello e a me, oltre che a tutta la nostra squadra, il merito di aver adattato e plasmato questa caratteristica di Novellini adattandola alle nuove esigenze di mercato senza perdere in nessun modo il nostro DNA azienda manifatturiera italiana».

Una cosa che non ha ancora fatto, ma che le piacerebbe fare.

«Nella mia vita privata scrivere un libro (anche se temo di doverci lavorare molto per risaltarne all'altezza), nella vita professionale ciò che mi sto accingendo a fare: favorire il nuovo ricambio generazionale non solo legato alla nostra famiglia, ma anche inteso come ricambio generazionale delle nostre risorse umane».

Una collaborazione "sostenibile" che le piacerebbe realizzare?

«Due importanti nello stesso modo: una tecnica e una comunicativa. Quella tecnica: arrivare rendere *green* l'ultimo nostro processo del modo wellness eliminando l'utilizzo dello stirene dalla resinatura delle vasche con l'aiuto di centri di ricerca e la compartecipazione economica all'investimento di attori molto più potenti anche finanziariamente di noi. Quella comunicativa/commerciale: riuscire ad influenzare gli acquisti dei nostri prodotti per il loro valore di sostenibilità».

Il miglior consiglio che ha ricevuto?

«Un lavoro potrà definirsi ben fatto quando ci si sente inutili».