

Energia. Piacere. Respira.  
Benessere. Immagina di  
andare oltre. Oltre  
l'efficienza. Oltre il design.

Elica Collection. Concave.  
Perché non è una cappa  
da cucina. È un'altra vita.  
Una vita in cui la qualità

è essenziale proprio come  
l'aria. Ed è tutto più puro,  
più armonioso, più  
perfetto. Anche le emozioni.



www.elica.com numero verde 800.23.11.22

AROMATERAPIA.



Direttore responsabile: Sandro Petrucci - Editore: Elica S.p.A. Direzione e redazione: Via Dante 288 Fabriano (An) - Registrazione Tribunale di Ancona n° 26/98 del 22/09/98 - Spedizione in ab. postale - 70% - DIV. COR. D.C. I. Ancona

# Elica News

anno settimo numero due maggio duemilaquattro



In questo numero:

## Il mese dei record... che possiamo superare

- **Elica presenta OM alla Triennale di Milano**
- **Om Foodloose**
- **Concorso "My Om":** la fantasia viene premiata!
- **Elica investe in Spagna**
- **KBIS 2004:** I nuovi prodotti Fox Chicago, anni... 2004
- **Lead free**
- **Fime:** come costruire un sistema di Qualità
- **Mirko Ponzetti ci racconta...**
- **Qualità:** Elica aderisce alla Settimana Europea
- **Maratona:** Ferrara, 21 marzo 2004

**elica**  
GRUPPO



## Il mese dei record... che possiamo superare

Cari lettori,  
abbiamo chiuso il mese di marzo con molti, un po' inattesi, record di fatturati.  
E' stato il mese più alto in assoluto, nella storia di Elica, Jet air, Fox.  
Il marzo più alto, rispetto a quelli passati, di Fime.  
Possiamo dare diversi significati a queste performance, proviamo a farlo.  
Sicuramente il mercato è cresciuto e la propensione all'acquisto di oggetti belli e di qualità sta migliorando, nella stessa direzione stanno andando le quote di mercato che le aziende del nostro gruppo stanno conquistando in giro per il mondo.  
Ma le stiamo conquistando come?  
Penso che a questo non ci siano molte risposte, innovazione, competitività e comunicazione sono le più immediate.  
Sotto a queste ci sono la passione, l'aggressività positiva e la voglia di crescere di tutti (spero) noi.  
Per il futuro questo non basta.  
Ci vuole più squadra, più determinazione e più professionalità.  
Se devo dire che sono completamente soddisfatto e tranquillo direi una falsità.  
Vedo tante aree di miglioramento da esplorare, costi da ridurre e processi da sistemare.  
Ognuno di voi sa di cosa sto parlando, chi mi conosce bene sa che sto aumentando la pressione su tutti questi fronti.  
La partita sarà dura e non mi accontenterò di cose mediocri, so che il nostro gruppo può esprimere grandi potenziali e raggiungere alti risultati.  
Non mi aspetto nulla di meno.  
Buon lavoro.

*Francesco Casoli*

Francesco Casoli chef  
all'OM FOODLOOSE



## Om Foodloose ovvero un Chiosco Elica alla Triennale di Milano

di Riccardo Diotallevi

Questa mostra è stata una sorta di esercitazione progettuale sul tema: il Chiosco stradale e ovviamente la sua realizzazione. Sono state mantenute tutte le promesse del concetto progettuale, così abbiamo trasportato all'interno del chiosco, metafora di un cesto, i cibi e le vivande da consumare nella gita fuori porta, in questo caso a Milano. L'allegria e la convivialità le ha portate per primo il nostro capo, che in tenuta da chef ha preparato da mangiare, assieme a due cuochi professionisti, al mot-

to di "vi serviamo con passione" per i giornalisti e visitatori golosi e divertiti che si sono accalcati al bancone che correva lungo il perimetro del chiosco Elica. Sono state dure giornate di relazioni con parole strappate a bocca piena per informazioni su Elica e soprattutto sulla nuova cappa Om, simbolo di purezza e vera rivoluzione in tema di design in cucina. Il chiosco, un intreccio di vimini costruito con fasce di ferro come un canestro tecnologico, deriva da un pensiero antico, perché le buone idee non vengono solamente dal futuro, ma

molto spesso dalla tradizione. Con questa idea abbiamo espresso apertamente le nostre origini, a dimostrazione che le Marche prima di essere la regione primatista mondiale di produzioni industriali come le cappe, è una regione storicamente dedicata alle coltivazioni di ortaggi e cereali. La tradizione industriale di Elica ha una lunga e sapiente storia alle proprie spalle. ■

## Elica presenta la nuova cappa OM alla Triennale di Milano

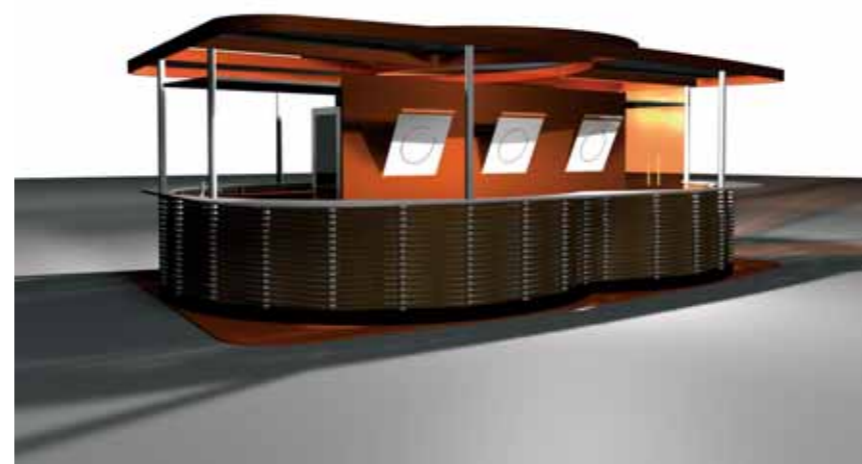
di Donatella Vici



## Elica lancia il concorso My Om: la vostra fantasia viene premiata!

Si chiama OM la nuova cappa aspirante Elica, concepita nell'estetica come oggetto assolutamente decorativo, che nasconde perfettamente la sua funzione di apparecchio elettrico per la casa. Disegnata da Lorenzo Lispi, OM si presenta come un pannello dalla superficie in vetro quasi verticale, completamente piatta e pura nelle sue forme, un quadrato che contiene un cerchio: quasi un quadro astratto. Il materiale predominante è il vetro, serigrafato nella sua parte posteriore in tinte unite (il bianco, il nero, il silver), ma anche pronto ad accogliere qualsiasi tipo di motivo, pattern o decoro, dall'optical allo sten-

cil, dall'impressionista, al divisionista. Sarà anche semplice, data la sua costruzione, sostituire dopo 2 o 3 anni il vetro, e quindi cambiare completamente il suo aspetto: da un disegno di Vasarely all'immagine di Marilyn dipinta da Andy Warhol. OM è stata presentata in questi giorni nell'ambito di Street Dining Design che si sta svolgendo alla Triennale di Milano. L'esposizione è stata curata dalla rivista Interni in base ad una selezione di alcuni noti architetti chiamati a sviluppare, per le aziende espositrici, il concetto di "chiosco". Per Elica, l'architetto Riccardo Diotallevi ha ideato un chiosco "cesto delle vivande"...



Mettere alla prova la vena artistica di aspiranti grafici o pittori: Elica sollecita la fantasia di artisti affermati, in erba o per diletto, lanciando il concorso My Om, collegato alla nuova cappa prodotta dall'azienda fabrianese. Om si può prestare ad ogni forma di decoro, come la tela di un quadro su cui un artista può dare libero sfogo alla propria immaginazione. Ed è questo il proposito di Elica, che attraverso il proprio sito internet offre a tutti la possibilità di cimentarsi nell'arte del decoro, dall'optical al minimal, dal pop alla riproduzione di un quadro rinascimentale. Nel sito [www.elica.com](http://www.elica.com)

si possono trovare tutte le indicazioni per il concorso. Partecipare è molto semplice: basta inviare entro il 30 giugno le proprie proposte via internet al sito, oppure per posta a Elica S.p.A., all'attenzione dell'Ufficio Design e potrete vincere uno dei fantastici premi, fra i quali viaggi nelle capitali europee del design. Le proposte più originali e curiose finiranno dritte... in una mostra, in un catalogo, e perché no, anche in produzione. Per saperne di più quindi basta cliccare. Elica augura a tutti i partecipanti un caloroso in bocca la lupo!!! ■ D.V.

Lo show room  
di Barcellona



## Elica investe sulla Spagna e punta al 30% del mercato di fascia alta.

di Donatela Vici

Raggiungere entro due anni il 30% del mercato spagnolo di fascia alta: è questo l'obiettivo sul quale si sono concentrate negli ultimi mesi le strategie commerciali per l'Europa di Elica, che ha investito su una capillare rete di distribuzione per l'affermazione in Spagna del marchio Elica Collection. In questi giorni Elica ha compiuto la terza tappa del suo tour itinerante nella penisola iberica per la presentazione della sua collezione, con un evento che ha riunito a Bilbao i principali clienti e, per la prima volta, tutti i 10 distributori a cui l'azienda fabrianese ha affidato la commercializzazione dei propri prodotti di alta gamma, cappe

aspiranti e kitchen units ad elevata tecnologia e ricercati nel design, molti dei quali portano la firma di David Lewis. Presenti in oltre 300 punti vendita tra i più importanti del mercato spagnolo, i prodotti Elica Collection sono esposti da circa un mese anche in uno show room esclusivo a Barcellona, a cui presto se ne aggiungerà uno a Madrid, di cui è imminente l'apertura. La stessa Barcellona sarà la quarta tappa del tour Elica che prevede presentazioni anche a Madrid, Cadiz ed alle Isole Baleari. Tra gli obiettivi della strategia per l'affermazione del marchio Elica Collection in Spagna, c'è anche quello di triplicare i punti

vendita, raggiungendo quota mille. Intanto è già stata avviata la campagna pubblicitaria sulle principali riviste spagnole d'arredamento, fedele all'immagine che Elica ha scelto per promuovere i propri prodotti in Italia. Anche in questo caso l'azienda si è affidata alla creatività della Nuova Agenzia di Michael Gottsche, che ha firmato la campagna Aromaterapia. ■



fox



## I nuovi prodotti Fox al Kbis 2004

di Paolo Tarquini - Direzione Tecnica e Sviluppo Prodotto

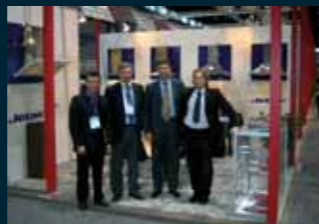
Dal 2 al 4 Aprile si è tenuto a Chicago, dopo la parentesi di Orlando del 2003, il Kitchen/Bath Industry Show, la rassegna più importante, negli Stati Uniti e forse nel mondo, dell'industria del bagno e della cucina. Circa 900 espositori con in testa i grandi gruppi quali GE, Electrolux, Whirlpool, Maytag, BSH, hanno presentato i loro prodotti e servizi, in un mercato, come quello Americano, che è senza dubbio il più promettente e con le maggiori opportunità di crescita nel settore degli elettrodomestici. Molte sono state le novità nel campo dell'aspirazione domestica grazie soprattutto alla presentazione dei nuovi modelli da parte del nostro Gruppo ed in particolare della Fox. La Fox è presente negli Stati Uniti dal 2000 e grazie ad una proficua collaborazione con il gruppo Zephyr, azienda ormai leader nel settore delle cappe aspiranti e nostro importatore esclusivo, abbiamo raggiunto importanti risultati grazie al continuo sviluppo e all'introduzione di prodotti mirati sul mercato. Nel 2003 siamo diventati gli unici fornitori del gruppo Maytag per le cappe decorative superando un'agguerrita concorrenza ed i severi standard di qualificazione che i grandi gruppi, specialmente americani, impongono ai loro fornitori. In questo scenario dalle prospettive molto interessanti (e speriamo che anche il cambio euro - dollaro torni a valori più ragionevoli) abbiamo lanciato negli ultimi mesi un importante piano di sviluppo che ci ha permesso di arrivare alla rassegna di Chicago con 13 nuovi modelli, presentati negli stand di Zephyr e Maytag, divisi su 3 linee di prodotto. Tutti i modelli proposti vanno a collocarsi nel segmento medio alto di mercato dove ci sono i maggiori spazi di crescita. Tra i campioni presentati vorrei ricordare il *downdraft*, un prodotto non da grandi numeri ma strategico per il completamento di gamma, esposto anche nello stand Jet Air. L'obiettivo è di sviluppare un

*downdraft* che tenga conto anche delle esigenze delle altre società del nostro Gruppo ottimizzando le risorse e sfruttando le sinergie tra le nostre aziende. Abbiamo inoltre portato a Chicago i nuovi modelli della linea, completamente nuova, Natura Collection (4 cappe murali e 1 isola). I campioni esposti evidenziano le caratteristiche principali di questa gamma ed in particolare le linee semplici e sottili i bordi saldati ed il dosaggio acciaio/vetro che ne esalta la leggerezza. Questi modelli saranno equipaggiati con una nuova tastiera per il comando elettronico caratterizzata da un design molto tecnico ispirato al new trend del settore della telefonia e dei computer palmari. Il progetto della linea Natura Collection sviluppato dal design team di Fox ed al quale hanno collaborato anche colleghi di Elica si basa su concetti di modularità, standardizzazione e facilità di personalizzazione. Questi principi, da sempre ispiratori dei prodotti Fox, ci danno quella flessibilità e capacità di reazione che ci caratterizzano come azienda fortemente orientata al mercato capace di seguirne ed in qualche caso di anticiparne le evoluzioni ed i cambiamenti che sono sempre più rapidi. I prodotti della Natura Collection saranno in produzione nell'ultimo trimestre del 2004 e costituiranno la spina dorsale dei nuovi modelli che proporremo anche ai nostri clienti Europei. Infine presso lo stand Zephyr sono stati presentati 3 campioni della linea Cheng Design progettati e realizzati da Fox partendo dalla proposta estetica di Fu Tung Cheng, designer californiano molto noto e apprezzato con atelier a Berkeley ([chengdesign.com](http://chengdesign.com)). I 3 modelli presentati, Okeanito, Trapeze, Shade sono stati sicuramente una delle attrazioni principali della fiera e, grazie anche all'ottimo lavoro di promozione e comunicazione (ed in questo Zephyr è specialista), hanno riscosso un successo da parte degli operatori al di sopra di ogni aspettativa.

Si tratta di prodotti che coprono un segmento di mercato dal target sicuramente alto considerando che queste cappe si andranno a collocare in cucine per le quali l'investimento è in media di 50,000 - 80,000 USD. I primi modelli della linea Cheng design saranno in produzione dal prossimo autunno ed andranno ad arricchire la nostra gamma con prodotti veramente esclusivi. Degni di nota sono stati gli eventi organizzati da Zephyr durante la fiera, quali il distributors' meeting, gli incontri con la stampa, le interviste ed i servizi con televisioni a diffusione nazionale che hanno confermato le enormi prospettive e opportunità che si stanno presentando. Torniamo quindi da Chicago carichi di entusiasmo e con la consapevolezza che esistono le basi per poter dare una svolta importante nel mercato americano. Indubbiamente il KBIS 2004 ha rappresentato per la Fox un importante risultato raggiunto grazie ad un'accurata pianificazione, al gioco di squadra, alle sinergie di gruppo con le altre aziende (Elica, Roal, Fime) e soprattutto alla passione e alla determinazione che ogni giorno ci spingono a ricercare obiettivi sempre più ambiziosi. ■

## Chicago, anni... 2004

di José Ramon Perez Vicandi



Paolo Tarquini

Istantanee al KBIS 2004



Josè Ramon Perez Vicandi

Dome nei ruggenti anni Venti, anche nel 2004 alcuni italiani "impetuosi" hanno dominato la piazza di Chicago al KBIS 2004. Ma questa volta, nella Chicago degli anni 2000, non parliamo di alcol, gioco ed altro, ma parliamo di qualcosa di più "pulito": cappe aspiranti. Infatti, la "famiglia" degli "Elicani" ha mostrato all'ultimo KBIS (Kitchen&Bath Show 2004, la fiera di settore più importante degli USA) che la sua presenza nella piazza nordamericana si espande anno dopo anno, guadagnando quota e togliendo spazio alle "famiglie" rivali. In un mercato così lontano e difficile, con una altissima richiesta di qualità e affidabilità, praticamente la metà delle aziende di cappe presenti al KBIS 2004, espongono cappe prodotte da aziende del gruppo Elica. Dalla Zephyr (leader specialista nelle cappe) alla General Electric (leader nel settore

elettrodomestico in generale) passando per diverse realtà grandi, medie e piccole hanno tutti scelto Elica come partner. Inoltre, anche quest'anno come i precedenti, la JetAir aveva un stand proprio e presentava una collezione di prodotti pronta per il mercato USA. Le visite presso lo stand sono state tante, il buon lavoro fatto punta a sfruttarle al massimo, il che vuol dire che di opportunità se ne vedono molte. Il mercato USA cresce, e cresce proprio nella fascia e nel tipo di prodotto dove siamo bravi e dove abbiamo puntato dall'inizio le nostre risorse da spendere su questo mercato. E qui si vede la "qualità" della squadra che supporta il commerciale: dal Product Manager nella scelta e definizione dei prodotti; ai progettisti che li sviluppano in base alle necessità di un mercato tecnologicamente molto diverso; ai prototipisti che

realizzano "opere" molto, molto convincenti; alla logistica, che gestisce situazioni di pianificazione e spedizione non sempre facili oltre oceano; alla produzione che ha "sofferto" questa crescita dei volumi; fino alla qualità che lavora per garantire i livelli, altissimi, richiesti dai clienti USA. Le basi per costruirsi uno spazio importante nel settore in Nord America ci sono. Il prossimo passo è far conoscere il nostro brand e farlo conoscere come sinonimo dei massimi livelli di design e tecnologia del settore. Ma attenzione, le "famiglie rivali" non dormono e i rischi sono tanti, dal dollaro yo-yo alle materie che lievitano, quindi: prudenti ma potenti e sicuri (proprio come le macchine americane). Prossimo appuntamento: Las Vegas 2005,... Si spera il meglio per un segno fortunato come il nostro. ■



## Lead Free

di Luca Giannisi



Nel corso degli ultimi anni si è andata diffondendo una sempre maggiore attenzione - nell'ambito dei processi di produzione - verso la salvaguardia dell'ambiente, in modo particolare verso l'eliminazione delle sostanze più inquinanti e pericolose. Tra le molte sostanze ritenute incompatibili con il rispetto dell'ambiente c'è il piombo che è senz'altro quella più nota, tanto che già da diversi anni si è avviato un vasto progetto di studio per l'eliminazione di questo elemento dai processi produttivi, in particolare dalle creme/leghe saldanti e dai materiali utilizzati in elettronica. Il Gruppo Elica anche questa volta ha voluto accettare la sfida, dimostrandosi subito attento e sensibile a quello che è considerato oggi uno dei più grandi problemi a livello mondiale.

La nostra azienda, in quanto parte del gruppo, ha costituito un Team interfunzionale dagli inizi del 2003, dedicandovi notevoli risorse, per consentire un passaggio quanto più indolore possibile dall'attuale tecnologia a quella senza piombo (Lead Free).

Il gruppo è stato formato non a caso coinvolgendo diversi reparti dell'azienda, come

il reparto Industrializzazione, il Rep. Qualità, il Rep. Acquisti e non ultimo il reparto Produzione, che sarà quello che più di tutti e da vicino vivrà questa nuova esperienza. Questo progetto avrà molteplici impatti in Roal, in particolare sulla progettazione, dove i nostri progettisti si troveranno a dover fronteggiare una nuova sfida legata alla sperimentazione di nuova componentistica, ed avrà impatto rilevante anche sulle linee di produzione dove bisognerà affidarsi alla nuova composizione delle creme e delle leghe saldanti, rivedendo le nuove temperature di fusione sia nei forni che nelle saldatrici.

Anche queste apparecchiature, saranno oggetto di revisione in alcune delle loro parti vitali. Occorrerà infatti sostituire il pozzetto di saldatura e le pompe, per poi preoccuparsi anche dello smaltimento della vecchia lega Sn/Pb.

Sarà necessario modificare alcuni processi produttivi, quello di riparazione delle schede, dove bisognerà introdurre filo senza piombo. Quale ulteriore conseguenza di questo nuovo processo, si dovrà prestare molta attenzione alla manutenzione, in quanto a causa di temperature più elevate, avremo una maggiore usura di alcune parti delle macchine con conseguente aumento dei costi dovuti alle parti di ricambio.

Sicuramente l'impatto più importante lo si avrà nell'aspetto qualità, in quanto bisognerà rivedere e riprogettare l'intero processo di saldatura, verificandone l'efficacia e l'affidabilità delle saldature. Si dovrà provvedere all'aggiornamento del Workmanship, modificando i criteri di accettabilità e quant'altro.

In tutto ciò la supply chain, cioè i nostri Fornitori avranno ancora un ruolo fondamentale: gli Assemblatori, per ciò che

riguarda l'aggiornamento delle leghe, dei forni e delle saldatrici presso i loro stabilimenti; i Costruttori di Pcb, per la scelta delle finiture superficiali; i Fornitori di componenti custom, per quel che riguarda la stagnatura dei pin e la lega dei terminali;

i Fornitori di componenti standard, impattati nella gestione di codici con entrambe le leghe: le vecchie che non possono essere dimesse dall'oggi al domani e le nuove per le quali ad oggi c'è ancora molta confusione. Come potete facilmente capire, il fatto di coinvolgere così tanti soggetti interni ed esterni all'azienda, comporta da parte della stessa uno sforzo organizzativo non indifferente. L'obiettivo della Roal è quello essere in grado di garantire produzioni conformi con la normativa "Lead Free", entro la fine del 2004, anticipando di 2 anni l'attuale richiesta della Direttiva Europea.

Ovviamente verrà data priorità alla tipologia di clientela che prima ha recepito l'importanza della nuova normativa. L'introduzione della nuova tecnologia avrà inoltre degli impatti considerevoli sulla nostra organizzazione in quanto tutti i processi produttivi dovranno essere riqualificati ex novo. L'incombente ed inevitabile eliminazione del Piombo dai nostri processi evidenzia tre punti fondamentali che dovremmo tenere a mente, che sono:

#### **Tecnologia - Ecologia - Scelte di mercato.s**

La tecnologia può orientare gli investimenti in base alle prestazioni tecniche dei processi, l'ecologia può portare delle "forzature" di tipo legislativo a cui non è possibile sottrarsi, ma le scelte del mercato saranno, come al solito la soluzione finale a cui tutti gli operatori si dovranno adeguare a dispetto delle opinioni dei singoli e delle prestazioni tecniche effettive. ■

## Fime: come costruire un sistema Qualità

di Yanil Ballarini



L'evoluzione continua del concetto "Qualità" e la presenza di modelli organizzativi più evoluti, corrispondenti alle attuali esigenze delle aziende e dei mercati, hanno migliorato i concetti base della Qualità portandoli ad una visione più globale, completando i controlli nelle aziende con la formalizzazione dei processi. Tutto ciò si traduce in un completamento dei sistemi di controllo nelle aziende ed alla formalizzazione dei relativi processi. Nella nuova edizione ISO 9001:2000, si fa riferimento ad un modello di "Gestione della Qualità". La stesura della "VISION 2000" (nome in gergo della norma) è stata effettuata tenendo presenti gli otto principi del "Quality Management":

1. **Orientamento al Cliente**
2. **Direzione**
3. **Coinvolgimento del Personale**
4. **Gestione basata sui Processi**
5. **Orientamento ai sistemi di gestione**
6. **Miglioramento continuo**
7. **Decisioni basate su dati e fatti**
8. **Relazioni vantaggiose tra l'Organizzazione e il Fornitore.**

La tanto auspicata deburocra-

tizzazione ha ridotto il Sistema Qualità a solo 6 Procedure, ma ha evidenziato la necessità di documentare in qualche modo i Processi aziendali. Tutte le attività aziendali sviluppate all'interno della FIME (Divisioni: Fime ed Acem), sono riconducibili ad una "Rete di processi interconnessi".

Siamo passati da diverse Procedure sviluppate per ogni Ente a dei Processi e Sub-Processi, che permettono di controllare ancora più in dettaglio ed efficacemente il ciclo evolutivo del nostro prodotto.

Questo Sistema, applicato nella realtà FIME, ha permesso, in data 15 Dicembre 2003, di ottenere la nuova certificazione di Qualità...

Un traguardo raggiunto analizzando, definendo e pianificando gli obiettivi ed i miglioramenti insieme alla Direzione Generale, sempre con l'attenzione rivolta alla soddisfazione del Cliente e degli altri soggetti interessati (dipendenti, fornitori e collettività). Il progetto Qualità è stato sviluppato in un tempo record di 6 mesi di lavoro!

A partire dagli ultimi mesi del 2003, il progetto ha richiesto un'ampia attività ed ottenuto il

necessario spirito di collaborazione tra tutte le risorse interne, in accordo alla nostra Politica, ai Valori ed ai Comandamenti Aziendali: ci riferiamo ai Reparti Produttivi, ai Valutatori Interni, alla IT, agli Uffici, ed infine, a tutte le mansioni che fanno il corpo-mente della nostra organizzazione.

Oggi stiamo lavorando alla fase successiva: "Responsabilizzare il proprio personale nell'assicurare la Qualità all'interno della propria funzione".

All'Assicurazione Qualità è assegnato il compito di rappresentare l'autorità per garantire l'attuazione ed il continuo miglioramento. ■



## Qualità: Elica aderisce alla Settimana Europea

di Sabato Volpicelli

Comunicare la Qualità dà importanti ritorni. La comunicazione, infatti, è cultura e nel caso della Qualità, fare bene è anche farlo sapere. Dall'8 al 14 novembre 2004 Elica aderirà alla Campagna Nazionale promossa dalla Galgano nell'ambito della 10ª Settimana Europea della Qualità sotto lo slogan "Quality through diversity". E' una Campagna di comunicazione condivisa, che ha raccolto il sostegno delle più alte istituzioni nazionali e ha riunito negli anni migliaia di organizzazioni pubbliche e private,

impegnate a testimoniare il ruolo strategico della Qualità a beneficio del Sistema Paese. Elica ha sempre creduto ed investito nella qualità, impegnandosi a diffondere tra tutti i suoi dipendenti, a qualsiasi livello, la cultura della qualità in qualsiasi fase del lavoro, dalla progettazione alla produzione. La partecipazione all'appuntamento di novembre sarà una ulteriore occasione di confronto e approfondimento di esperienze e strategie che contribuiranno ad accrescere l'affidabilità del nostro marchio. ■



## Mirko Ponzetti ci racconta...

di Pietro Partenzi



Mirko Ponzetti

C'è una luce negli occhi di Mirko che racconta più delle parole: si accende a ogni domanda sul suo nuovo lavoro, sui colleghi, sui progetti a cui ora può pensare con più serenità e con la fiducia e la determinazione dei suoi 29 anni. Mirko Ponzetti lavora in Elica da dicembre, un impiego come addetto al controllo qualità che svolge forse con un pizzico di entusiasmo in più di altri, perché per lui quel posto rappresenta non solo una sicurezza e il riconoscimento di una dignità professionale che chiunque ricerca nel lavoro, ma anche la conferma che con la forza di volontà tanti degli ostacoli che ognuno di noi può incontrare sulla propria strada, possono essere superati. Mirko è sordomuto dalla nascita, ma possiede una capacità di comunicare più forte del suo limite al quale non si è mai arreso.

Terminata la scuola media si è iscritto ad un corso per "operatore di automazione ufficio" e con il diploma è entrato nel mondo del lavoro fino all'assunzione in Elica, nello stabilimento di Mergo. Farsi degli amici è stato facile, a cominciare da Andrea Novelli, responsabile di stabilimento, insieme a Massimo, Paola, Andrea, Enrico, Gianni, i suoi "angeli custodi", i colleghi d'ufficio che vuole siano nominati uno per uno per l'aiuto prezioso che da loro riceve sul lavoro. In Elica ha ritrovato anche Francesca, sua compagna di scuola che di Mirko bambino ricorda la grande dolcezza, quella che gli ha ispirato un tema scritto su di lui alle elementari. E poi ci sono i suoi due "maestri", Walter Santoni e Raffaele Barchiesi, che hanno il compito di verificare la qualità sul prodotto finito e quindi il lavoro di Mirko:

dai loro suggerimenti e consigli riceve un continuo stimolo a migliorare. Per i suoi genitori non ci sono dubbi, Elica è stata una fortuna per il territorio e anche per la loro famiglia e il loro ringraziamento alla signora Gianna ed a Francesco è profondamente sincero. Ora Mirko ha un'auto nuova, comprata da papà e mamma come premio per l'assunzione. La sua prima busta paga la conserva come una reliquia, sa per certo che l'opportunità di essere inserito in un ambiente disponibile e dinamico permetterà anche alla sua vita di fare un salto di qualità e chissà che non migliori anche quel piccolo difetto che lui stesso riconosce, una certa reticenza a mettere mano al portafoglio e a rispettare il suo turno quando si tratta di pagare il caffè... I colleghi aspettano fiduciosi! ■

## Ferrara, 21 marzo 2004

di Andrea Cardinali



Quella di Ferrara è stata la terza maratona che ho corso in un anno. La preparazione è stata alquanto dura, per 3 mesi, con i tre amici fedeli che hanno condiviso con me questa esperienza, sveglia alle 5 per correre un'ora e mezza quasi tutti i giorni. Considerando il periodo (da gennaio a marzo) abbiamo sfidato i rigori di un inverno particolarmente freddo. Questo per non rubare tempo alle poche ore libere dopo il lavoro. Il sabato e domenica... allenamento extra, con ripetute e corse fino a 30 chilometri. I risultati ci hanno premiato: tutti sotto le tre ore. Quanto a me, ho conquistato il

miglior tempo personale di sempre: 2h, 46' e 40". Siamo partiti alle 10, il tempo era buono, forse anche troppo, visti i 22°: davvero una temperatura record per una gara di inizio primavera! Ferrara è bellissima e se non fosse stato per il troppo vento sarebbe stato tutto perfetto. Comunque la gara si è svolta senza troppi problemi. Alla fine siamo tornati a casa soddisfatti e premiati: il risultato ci ha garantito il rimborso spese e la gratificazione del risultato conseguito è stata grande. Prossimo obiettivo: Firenze. Il sogno di sempre? New York (chissà, prima o poi...!!!). ■