

# COLORE

La rivista per il mercato dei prodotti vernicianti e delle finiture decorative

**MAGGIO 2010**  
EDIZIONE 302

**& hobby**

**22**  
opinioni

Adriano Teso:  
"Credo nell'uomo e nelle sue capacità: così ho costruito un'attività leader".

**28**  
copertina

le pareti prendono vita con i nuovi decorativi Elio Collection!

**48**  
attualità

Bergamo adotta il Piano del Colore. E Akzo Nobel è sponsor tecnico con il marchio Sikkens.

**144**  
focus

sostanze pericolose: tutto quello che è indispensabile conoscere.



## nuova linea decorativi

le pareti prendono vita



[eliocollection.info](http://eliocollection.info)



# Il successo di un imprenditore liberale per vocazione

Nella foto, Adriano Teso, presidente del Gruppo IVM.

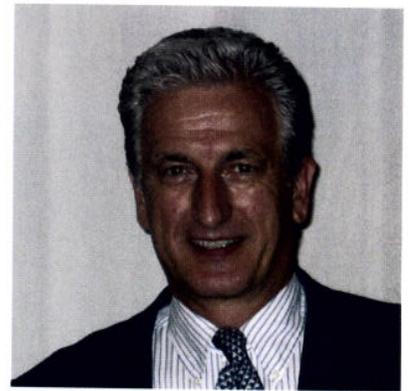
Lo spirito e la formazione profondamente liberali di Adriano Teso, presidente del Gruppo IVM, traspaiono da ogni sua espressione e si ritrovano evidenti nella sua carriera di uomo politico e di pensiero, in quella di imprenditore e, persino, nella figura più privata di padre dell'attuale vice presidente e consigliere delegato del Gruppo IVM, Federica Teso. Il suo 'credo' nell'uomo e nelle sue capacità è un tema che ricorre durante tutta l'intervista ed è la solida base su cui è fondato il successo dell'impresa che oggi è ai vertici del mercato mondiale nel comparto delle vernici per legno, delle resine e degli elastomeri.

Il Gruppo IVM, infatti, controlla e gestisce direttamente alcune tra le più importanti aziende in Europa con marchi di rilevanza storica come Milesi, Ilva e Croma Lacke, mentre con il marchio Intercoating presidia il comparto dei prodotti vernicianti ed elastomeri per il settore delle pelli sintetiche.

La diffusione dei prodotti nel mondo, l'esistenza di sedi in Francia, Germania, Spagna, Grecia e Polonia e una presenza in oltre 70 Paesi attraverso distributori specializzati, confermano il rilievo internazionale del Gruppo e ne rendono evidente il percorso di successo.

A colloquio con Adriano Teso si acquisisce la consapevolezza di avere a che fare con un imprenditore che 'ha una visione' chiara e determinata

“ Un credo profondo nell'uomo e nelle sue capacità: così Adriano Teso ha costruito il suo successo e quello del Gruppo IVM, fino a farlo diventare leader mondiale nel settore delle vernici per legno.



del contesto economico e commerciale e forse è proprio questo che fa sembrare così 'lineare' l'evoluzione industriale del Gruppo, una diretta espressione di strategie altrettanto chiare e, si potrebbe dire, spontanee, ispirate evidentemente da una logicità di pensiero che è riuscito a tradurre in fatti, oggi sotto gli occhi di tutti.

Un imprenditore vincente è colui che ha la visione del mercato, che riesce a guardare al di là del proprio 'orticello', in una dimensione globale se pur non spersonalizzante. ■■■ Sicuramente l'analisi di un'azienda non può essere avulsa dal complesso scenario di cui fa parte: non si può, quindi, descrivere l'andamento di un'attività senza prendere in considerazione il contesto mondiale. A tal proposito io credo che oggi si parli erroneamente di crisi mondiale: si tratta, infatti, di

una crisi europea e, parzialmente, statunitense mentre tre quarti del mondo si stanno rivelando, al contrario, in fase espansiva.

Nell'ambito europeo, inoltre, l'Italia è sicuramente uno degli stati più deboli e più colpiti dalla crisi e questo è da addebitarsi al fatto che nel nostro paese ci sia poca cultura economica e maggiori complicazioni dovute alle lungaggini burocratiche e agli oneri fiscali. Occorrono alcuni fondamentali interventi strutturali per lo sviluppo dell'economia italiana, a partire dagli interventi che possono favorire l'attività delle imprese - come la costruzione di infrastrutture logistiche, la trasparenza del mercato, il rilancio della ricerca scientifica, la semplificazione e l'incentivazione della nuova imprenditorialità - passando per quelli che riguardano il lavoro - come il mercato del lavoro flessibile, la revisione degli orari di lavoro, l'ottimizzazione della produttività dell'Amministrazione Pubblica - concludendo con provvedimenti più generici come, per esempio, la riduzione della pressione fiscale e, di conseguenza, dell'evasione.

**Uno scenario come questo cosa ha implicato per il comparto dei prodotti vernicianti? Il**

settore più vicino ai lettori di *Colore & Hobby* non ha subito conseguenze così tragiche lo scorso anno, soprattutto se confrontato al comparto industriale in genere. Hanno sofferto di più le aziende si confrontano/operano a livello internazionale rispetto alle realtà più locali che hanno dinamiche aziendali e gestionali differenti.

Peraltro, anche nel nostro settore occorre evidenziare che la pressione fiscale grava in modo significativo ed è per questo motivo che spesso nella competizione commerciale con realtà estere ci si trova in posizione svantaggiata e si è costretti a fare tagli su ciò che più conta, penalizzando i comparti in genere come la ricerca e sviluppo e la qualificazione professionale.

**Quali sono gli elementi che hanno consentito alle aziende italiane di reagire alla crisi e, nella fattispecie, quali sono stati i vostri provvedimenti? In poche parole, qual è la ricetta del vostro successo pur in un momento così complicato? Non esistono regole precise che determinano il successo di un'industria, però ci sono dei principi a cui da sempre si ispira la**

nostra attività e che sono dei capitali per noi del Gruppo IVM. Innanzitutto, abbiamo sempre creduto nell'attività e nelle sue potenzialità e proprio per questo abbiamo e stiamo continuando ad investire nelle nostre strutture e sui nostri collaboratori. Sono inoltre convinto che nella vita sia fondamentale avere voglia di lavorare, scegliere il lavoro che ci è più congeniale e svolgerlo al meglio ottenendo così i massimi risultati è necessario cercare di immaginare la propria attività a lunga scadenza: è un errore prendere decisioni senza valutare la situazione economica e commerciale nel loro insieme. Operare senza progetti a lunga scadenza è come rimanere in balia degli eventi, senza dare loro la direzione voluta.

**Sulla base di questi ragionamenti avete realizzato, per esempio, il nuovo stabilimento di Parona? ■■■** Proprio ragionando in un'ottica di lungo periodo abbiamo deciso di affrontare ingenti investimenti nell'ampliamento dell'insediamento di Parona, che si estende su un'area di 15 ettari ed è già ora il più grande e il più produttivo stabilimento al mondo nel suo settore di attività.

E' la sede principale degli impianti

## ADRIANO TESO, MOLTO PIÙ DI UN IMPRENDITORE

Dopo una breve esperienza nelle aziende famigliari e una formazione in scuole di management, Adriano Teso ha partecipato alla fondazione del Gruppo IVM e ne ha sviluppato direttamente le attività aziendali, incrementandole sia attraverso acquisizioni, sia fondando e gestendo aziende nelle principali nazioni europee, con partecipazioni in importanti settori affini e con oltre un migliaio di collaboratori e centinaia di milioni di euro di fatturato.

Attualmente ricopre le cariche di presidente del Gruppo IVM, di consigliere di amministrazione della Boero Bartolomeo e di alcune società partecipate. Parallelamente allo sviluppo dell'attività imprenditoriale, Adriano Teso ha dedicato parte del proprio tempo allo sviluppo delle strategie del settore chimico e più in generale alle problematiche dell'industria italiana, dirigendo importanti centri studi, svolgendo attività

nelle associazioni di categoria e ricoprendo, fin da giovane, importanti cariche in Confindustria, Assolombarda e Federchimica. Nella XII legislatura è stato sottosegretario di Stato per il lavoro e la previdenza sociale. Oltre all'impegno per il Gruppo IVM, Adriano Teso continua nella sua attività pubblica partecipando a think-tank liberali, centri studi e vertici della politica italiana per promuovere lo sviluppo dell'economia.



produttivi del Gruppo IVM. Nel sito è in corso il completamento di oltre 6.000 metri quadrati di uffici che riuniranno le varie sedi lombarde del Gruppo; contemporaneamente si sta concludendo la costruzione del nuovo reparto dedicato alle grandi produzioni dei prodotti all'acqua, di quello riservato alle cere, di quello destinato alle produzioni di servizio e dei nuovi magazzini automatizzati di stoccaggio. Verranno progettati e completati, inoltre, spazi destinati alla ricerca e sviluppo.

Grazie ad un'attenta politica finanziaria e alla capacità di prevedere momenti di difficoltà per il mercato, abbiamo continuato ad investire anche in un periodo di forte recessione, senza mai far ricorso a "cassa integrazione" o a finanziamenti esterni ma al contrario, facendo ulteriori importanti assunzioni nei laboratori di R&D, nelle divisioni commerciali e nella logistica.

**Quanto conta il fattore 'uomo' in tutto questo?** E' forse l'elemento che conta più di tutto, sia che si tratti dell'uomo d'azienda sia che si tratti cliente cui sono destinati i prodotti IVM. Innanzitutto, è importante ribadire che, il Gruppo IVM è un'azienda familiare in cui l'azionista

unica è oggi mia figlia Federica. Ho lasciato che fosse lei a scegliere il suo futuro, convinto, come già detto, che ognuno debba seguire le proprie attitudini e le proprie inclinazioni. Federica, dopo esperienze di alto livello, nazionali e internazionali, ha scelto di quindi di guidare l'azienda di famiglia condividendo l'idea di voler svolgere con passione e al meglio la propria attività per il raggiungimento dei massimi obiettivi: è proprio lei oggi l'elemento essenziale per il futuro del Gruppo. Gli elevati risultati e la leadership nel settore non sarebbero stati possibili senza la collaborazione con un management di alto livello come quello che ha sempre contraddistinto i vertici della nostra azienda.

Lo stesso vale per il team della ricerca e sviluppo che è il motore della nostra attività: abbiamo un numero di ricercatori pari a circa tre volte quello della media dei nostri concorrenti, abbiamo infatti continuato ad assumere negli anni, anche nei più difficili, nuove figure professionali

**E per quanto concerne gli uomini cui sono destinati i prodotti, siano essi applicativi che privati?** L'attenzione e il contatto continuo con il cliente per noi

è fondamentale: cerchiamo di comprenderne le esigenze e soddisfarne le necessità, sia in termini di performance tecniche ed estetiche del prodotto sia in termini di salubrità dell'ambiente di lavoro o dell'ambiente nel quale il manufatto stesso destinato.

**Quali sono i prodotti del futuro nel settore delle vernici per legno?**

Le nuove normative spingono ovviamente nella direzione dei prodotti, meno impattanti a livello di emissioni di VOC e ambientale in genere. Massimo Milesi, da sempre a capo dell'R&D del Gruppo, opera in collaborazione con i dirigenti dei vari settori dei laboratori, verso lo sviluppo dei prodotti che non contengono solventi e che non producono assolutamente emissioni VOC. Con queste formulazioni siamo in grado di ottenere prodotti altamente performanti, soprattutto nell'industria del mobile, garantendo massima tutela ambientale superando anche i prodotti all'acqua, ormai distribuiti in elevatissime quantità. Per ora i prodotti senza solventi sono utilizzabili solo su linee di produzione e impianti industriali, ma presto la loro declinazione per uso artigianale e privato verrà messa a punto.

**Nella foto a destra,** Federica Teso, vice presidente e consigliere delegato del Gruppo IVM.



#### I NUMERI DEL GRUPPO IVM

<b>Fatturato annuale del Gruppo:</b>	€ 330.000.000 (di cui 200.000.000 delle controllate e 130.000.000 delle collegate)
<b>Tonnellate annuali di vendita:</b>	110.000 tonnellate (di cui 80.000 nelle controllate e 30.000 nelle collegate)
<b>Collaboratori:</b>	1.350 (di cui 950 nelle controllate e 400 nelle collegate)
<b>Ricercatori scientifici e addetti alla R&amp;D:</b>	200 (di cui 150 nelle controllate e 50 nelle collegate)
<b>Capitale netto consolidato attualizzato:</b>	€ 160.000.000

La vostra azienda si rivolge maggiormente alle rivendite o ai professionisti? I nostri principali interlocutori sono l'utilizzatore professionista ossia l'artigiano, la piccola-media industria e la grande industria automatizzata. Per quanto concerne la vendita di piccole quantità di prodotto a consumatori sia professionale che di hobbista, per maggior convenienza, ci serviamo di una rete di distributori - rivenditori.

La distribuzione dei nostri marchi, Milesi, Ilva, Croma Lacke e Intercoating si è ampliata nel corso degli anni grazie alle reti commerciali di loro pertinenza.

Nei progetti futuri c'è quello di specializzare e differenziare sempre di più i singoli marchi.

Quali sono le regole del gioco per essere vincenti sul mercato? Offrire un ottimo prodotto al prezzo migliore con il servizio migliore: è solo così che si vince. I nostri clienti sono molto attenti a questi aspetti ed è per questo che continuiamo ad operare perfezionando sempre di più i nostri prodotti, ottimizzandone i cicli produttivi e garantendo un efficace ed efficiente servizio di assistenza tecnica.

Dall'alto della sua esperienza imprenditoriale e anche politica, che valenza può avere l'associazionismo di settore? Esistono obiettivi ottimali perseguibili attraverso l'associazionismo? Io credo che l'associazionismo più funzionale sia quello che permette di ottenere coesione tra aziende che hanno gli stessi interessi unendo sinergie e complementarietà al fine di migliorare le attività, i processi e il know-how che caratte-



**Le regole per essere vincenti sul mercato? "Offrire un ottimo prodotto al prezzo migliore con il servizio migliore -risponde Adriano Teso-".**

rizzano il settore, evitando di unire le energie solo con lo scopo di farne un contrappeso politico nei confronti di terzi.

Lei fa parte del consiglio di amministrazione della Boero Bartolomeo e IVM annovera le aziende del Gruppo Boero tra le sue partecipate: perché è nata questa partecipazione? La nostra partecipazione nel Gruppo Boero risale ad oltre 20 anni fa e con una quota della nostra famiglia superiore al 20% è normale la nostra collaborazione nel consiglio di amministrazione. E' in quella sede che mettiamo a disposizione di Boero tutta l'esperienza per prendere le migliori decisioni per un suo grande sviluppo, che si è ulteriormente ben delineato in questi ultimi anni con la sua leadership italiana nei settori Edilizia, Navale e Yachting.

Se dovesse lasciare un messaggio alla distribuzione, la nostra interlocutrice per eccellenza, cosa vorrebbe dirgli? Per prima cosa ritengo che qualsiasi ruolo si ricopra o attività si svolga sia determinante sempre avere un progetto, un obiettivo, un traguardo da raggiungere, un risultato da costruire, senza accontentarsi di una visione a breve termine, ma sforzandosi di vedere sempre più lontano temporalmente e geograficamente, sempre agendo nel massimo rispetto delle regole. La distribuzione è in grande evoluzione e si sta specializzando in modi assai diversi. E anche per il piccolo distributore con un alto servizio credo ci possa essere un buon futuro. Ma occorre sempre far meglio del concorrente. Il vero "padrone" resta sempre il cliente. ■