

Pagani Pens, quando scrivere diventa una vera e propria arte

PREMIO SVC / L'azienda ticinese impiega circa 300 persone nei siti produttivi di Novazzano, Lamone e Cadempino. Ogni anno produce circa 45 milioni di penne e un miliardo di puntine - Grande attenzione a innovazione e sostenibilità



Roberto Giannetti

Scrivere è una delle prime arti che impariamo nella nostra vita ed è una attività che molti di noi svolgono tutti i giorni per motivi professionali. Ma è anche uno strumento di comunicazione umana profonda. Per questo anche la penna con cui scriviamo può avere un ruolo importante: chi di noi non ha la sua penna preferita? È per questo che molti professionisti e molte società attribuiscono grande importanza alla «penna», che può diventare un oggetto qualificante dell'impresa, oltre che un dono significativo per dipendenti e clienti.

È proprio quello di cui si occupa la Pagani Pens, azienda svizzera con sede in Ticino leader nella produzione di strumenti di scrittura dal 1961. Nata dalla passione del suo fondatore Giorgio Pagani per la micromeccanica, l'azienda si è evoluta nel tempo diventando un punto di riferimento nel panorama mondiale per qualità e innovazione. Oggi l'azienda, che conta circa 300 dipendenti in Ticino più un centinaio all'estero, è presente su tre siti produttivi: Novazzano, Lamone e Cadempino.

Occhio alla sostenibilità

L'adozione di rigorosi standard di produzione, l'utilizzo di materiali sostenibili e riciclabili e l'applicazione di un sistema di gestione integrato confermano l'attenzione che da sempre la Pagani Pens pone ai temi della sostenibilità. Un percorso rigoroso recentemente sfociato nelle certificazioni ISO 9001, 14001 e 45001 che rinforzano l'impegno dell'azienda a favore della responsabilità sociale



La produzione si avvale di tecnologie all'avanguardia, in modo da sostenere la concorrenza asiatica.



L'azienda vanta diversi brand, tra i quali Prodir e Premec, i più storici e noti sul territorio
Rossana Porotti
Chief Operating Officer (COO)



Noi crediamo molto nella formazione professionale e spesso organizziamo corsi di aggiornamento
Alessio Marotta
Chief Financial Officer (CFO)

di impresa nel suo significato più concreto.

Produzione integrata

Cosa produce la Pagani Pens e come è strutturata la sua attività? Ne abbiamo parlato con Rossana Porotti e Alessio Marotta, direttori della società. «L'azienda - nota Rossana Porotti, Chief Operating Officer - oggi vanta diversi brand tra i quali Prodir e Premec sono i più storici e noti sul territorio. Ogni anno produciamo circa 45 milioni di penne e 1 miliardo di puntine grazie ad una supply chain integrata che spazia dalla ricerca e sviluppo alla produzione, al servizio commerciale, fino alla spedizione al cliente. I processi di stampaggio dei componenti plastici, la realizzazione delle puntine in metallo e degli inchiostri per scrittura, l'assemblaggio della penna e la personalizzazione con tecnica di tampografia e serigrafia si svolgono tutte all'interno dei nostri tre siti produttivi in Ticino».

Quali sono le qualifiche più richieste per il personale e come fa la società a sostenere la

concorrenza asiatica, che è molto agguerrita? «Il nostro personale ha mansioni specifiche - spiega Rossana Porotti - che spaziano dalla meccanica alla grafica, grazie alle quali l'azienda è in grado di realizzare e commercializzare prodotti Swiss Made riconosciuti in tutto il mondo per qualità, design e innovazione. Chiaramente, la concorrenza asiatica costituisce un problema per chiunque... figuriamoci per una azienda come la nostra che produce interamente sul territorio svizzero. Per questo motivo non possiamo basare il nostro successo sul prezzo concorrenziale. La sfida è quella di riuscire a farci scegliere dal cliente per ciò che gli possiamo offrire in termini di prodotto, ma soprattutto di valori».

Quali sono i vostri mercati di riferimento e che quota della produzione viene esportata? «Il nostro business si basa principalmente su 2 diverse linee di prodotto. Da una parte il mondo di puntine, sfere, inchiostro e strumenti meccanici di precisione principalmente diretti al mercato asiatico: il

cliente tipico è un'azienda di media/grande dimensione capace di acquistare importanti volumi. Dall'altra parte, il mondo penna che ha come sbocco principale il mercato europeo; il 15% del volume complessivo viene comunque distribuito sul territorio svizzero. Questo prodotto trova la sua ideale collocazione in aziende che scelgono una penna di alta qualità e precisione per promuovere la propria immagine, il che significa ordini personalizzati che richiedono una gestione produttiva e di servizio commerciale altamente dedicata».

Impronta internazionale

Come si sta evolvendo l'occupazione presso la vostra ditta? «L'occupazione - rileva dal canto suo Alessio Marotta, Chief Financial Officer - all'interno della nostra realtà si evolve al passo della tecnologia e delle esigenze del cliente. Vantiamo un team di ricerca e sviluppo eterogeneo composto da collaboratori che hanno competenze in chimica, fisica, meccanica, automazione e materie plastiche».

L'azienda ha una forte impronta internazionale. Nella casa madre in Ticino sono presenti dieci nazionalità, ma l'intero gruppo a livello internazionale include persone di 20 nazionalità diverse. Il turnover è molto basso e l'anzianità di servizio media è di 15 anni. Ciò rispecchia la cultura dell'azienda, votata a prendersi cura e a fidelizzare le proprie persone; la stessa fidelizzazione che l'azienda assicura nella relazione con il cliente.

Avete dei progetti nel campo della formazione? «L'azienda - afferma Alessio Marotta - crede molto nella formazione continuativa del suo personale, formazione che ogni anno tocca diversi settori tra cui sicurezza, aggiornamento tecnico operativo, aggiornamento normativo e procedurale, lingua inglese, gestione e sviluppo manageriale».