

RASSEGNA STAMPA

A VILLA MASSA IL PRESTIGIOSO AWARD EFQM 2007

Nello splendido quadro della città di Atene, si è svolta in ottobre scorso la cerimonia di consegna dei Premi dell'EFQM Excellence Award, ospitata come ogni anno dal Forum EFQM, noto evento internazionale di promozione della cultura manageriale dell'eccellenza. Finalista nel 2005 e Prize Winner nel 2006, quest'anno Villa Massa Srl ha conseguito l'Award, ovvero il più alto riconoscimento di eccellenza attribuito da EFQM. Per i lettori di Qualità, Liliane Barda(*) ha intervistato l'Amministratore dell'Azienda, il dott. Stefano Massa(**).

Al Gala Dinner della cerimonia, al quale partecipano oltre mille persone, la tensione monta progressivamente: secondo la tradizione, prima vengono annunciati e premiati i Finalisti, poi i vincitori del Prize, sorta di secondo premio, e infine, per ciascuna delle categorie in palio (sono quattro in tutto), il vincitore del relativo Award.

L'Italia non sale sul gradino superiore del podio da ben 10 anni, quando vinse l'Award la SGS Thomson, oggi nota come ST Microelectronics. E ad Atene, intorno ad uno dei tavoli d'onore della cena, c'è un'effervescenza tutta italiana: la folta delegazione dell'azienda sorrentina Villa Massa sa che nella categoria Piccole e medie aziende del settore privato, sono in cinque ad aver raggiunto il livello di Prize Winner e che uno solo di loro accederà all'Award.

E quando, alla presenza del Ministro greco dell'Industria, viene annunciato il vincitore, volano i capelli bianchi della delegazione campana, in una nube di grida gioiose: ha vinto Villa Massa!

Forse non tutti conoscono l'azienda vincitrice, se chiamata con la sua ragione sociale Villa Massa. Ma basta un'altra parola per chiarire ogni dubbio: Limoncello. L'azienda ideatrice e produttrice del Limoncello (oltre ad altri prodotti), dopo un percorso lungo e impegnativo guidato dalla filosofia e dal Modello EFQM per l'eccellenza, ha vinto l'Award EFQM per l'Eccellenza 2007.

Villa Massa diventa così un esempio da analizzare e seguire per le aziende italiane anche piccole, oltreché un modello di entusiasmo e di successo. L'orientamento agli stakeholder e in particolare ai clienti, le raffinate capacità strategiche e manageriali dei leader, l'accurata gestione delle partnership e la cultura del miglioramento continuo integrata grazie al Modello EFQM, sono stati gli elementi che maggiormente hanno contribuito a tale successo.

In una breve intervista svolta dopo la cerimonia, il dott. Stefano Massa, Amministratore di Villa Massa, commenta così la vittoria della sua organizzazione.

Dottor Massa, che cosa rappresenta questo prestigioso Award per la sua Azienda, e per lei stesso?

R. L'Award è certamente il tangibile segno di un percorso di miglioramento continuo che parte da lontano e che non si esaurisce qui. La sera del 2 di ottobre ad Atene resterà per me e per il mio staff un momento indelebile di emozione e soddisfazione. La mattina successiva, mi creda, eravamo già alle prese con altre sfide.



Da quanto tempo e come avete iniziato pesto lungo percorso verso l'eccellenza?

R. La visione e la missione dell'azienda dettate nel 1991, contenevano già i semi di una ricerca continua tesa alla soddisfazione del cliente ed alla valorizzazione delle risorse della nostra ricca "coltura" agricola e "cultura" enogastronomica. Nel 1999 ottenemmo la prima certificazione del nostro sistema ai sensi della normativa UNI EN ISO e da qui tutta una serie di riconoscimenti sui quali spicca nel 2002 il Premio Qualità Italia mentre, nelle ultime tre edizioni dell'EFQM Excellence Award, siamo sempre stati tra i finalisti ricevendo un premio speciale della giuria l'anno scorso a Budapest per il "Customer Focus".

E più precisamente come sono "entrati" il Modello e la filosofia di EFQM nella sua organizzazione?

R. Direi quasi per caso. Nel 2001 partecipammo, vincendola, l'edizione regionale campana del Premio Qualità Italia. Ci rendemmo conto che molte delle attività che il modello, semplificato, di quella competizione richiedeva erano da noi già praticate. Era però necessario, ai fini di una più efficace auto valutazione interna e per analisi di benchmarking competitivo, assumere modelli largamente condivisi che ci aiutassero ad implementare i nostri processi documentandoli con sistematicità di approccio. Quello EFQM è stato di grande utilità e la sua filosofia si è perfettamente integrata in quella del nostro "Sistema per la Qualità".

E' stato difficile cambiare la cultura aziendale? Che tipo di ostacoli ha incontrato?

R. La nostra è un'azienda di piccole dimensione che ha però come mercato il mondo. Siamo ubicati nel cuore della penisola sorrentina, una località amena da sempre meta di turismo. La cultura industriale, ad eccezione di quella legata all'accoglienza, non ha radici profonde le quali, invece, restano per lo più contadine o legate alle attività marittime.

Abbiamo dovuto alimentare un forte senso di identità all'interno e lavorare sulla formazione continua. I maggiori ostacoli sono venuti dall'esterno: non sempre il contesto nel quale operiamo è solidale con la cultura d'impresa. Ancora meno quando un'azienda si prefigge non solo di lavorare ma anche di intraprendere un percorso verso l'eccellenza. Credo, però, che questa sia un'anomalia che riguarda l'intero sistema italiano, seppure con intensità diversa tra il nord ed il sud del paese.

Durante questo percorso, ha ricevuto sostegno da parte delle Autorità? e dalla stampa?

R. Purtroppo la qualità non cattura facilmente l'attenzione del grande pubblico e delle Autorità. Non sono mancati casi individuali di attenzione sia da parte di queste ultime che della stampa. Lamento, forse, la insufficiente considerazione di quanto bisogno ci sia oggi di offrire esempi positivi che aiutino a sviluppare il contesto sociale ed economico in cui operiamo.

Mi rendo conto che ciò né fa notizia, né alimenta a breve il consenso politico. Resta però sul tappeto la questione dello sviluppo competitivo delle nostre imprese che senza fondare su modelli qualitativi di peso che futuro avranno?

Quali sono per voi i benefici tangibili della Business Excellence? (in particolare in termini di risultati e di immagine?)



R. Noi siamo consapevoli di operare in un mercato di nicchia che, però, è di dimensioni sopranazionali. Viviamo della nostra reputazione e della soddisfazione che riusciamo a dare alle esigenze esplicite ed implicite della nostra clientela. La nostra esperienza di "Business Excellence" ci aiuta tangibilmente. Siamo riusciti a superare momenti difficili grazie a questo ed oggi ci sviluppiamo con percentuali a due cifre anno su anno. Nel nostro caso, senza alcun dubbio, la qualità paga.

Lei pensa che questo vostro riconoscimento possa avere un'influenza positiva sui suoi colleghi imprenditori e in modo più generale sull'economia?

R. L'anno scorso il Presidente Montezemolo ha voluto invitarci a Torino alla consegna degli Excellence Award Nazionali di Confindustria per testimoniare alla platea di imprenditori convenuti come un'azienda italiana poteva vincere in Europa. Non dubito, dunque, della sensibilità dei nostri vertici su questo tema. Ciò che mi lascia perplesso è, invece, l'attenzione che i governi degli altri paesi europei, per non parlare di Giappone e USA, hanno a tal proposito. E' per loro una precisa strategia, centrale e consapevole dell'importanza che riveste per tutta l'economia di un paese puntare sulla qualità organizzativa tanto pubblica che privata.

In Italia è da tempo che si discute di efficienza del sistema pubblico: sanità, istruzione, giustizia, infrastrutture, burocrazia.

Mi augurerei che si mutuasse dalla nostra esperienza fiducia e si ponesse finalmente un modello di sviluppo basato sul miglioramento continuo e sulla misurazione dei risultati conseguiti. Con le conseguenze del caso in termini di responsabilità.

Come pensa di utilizzare questa confermata posizione di "role model" e di best-in-class?

R. Riceviamo molte richieste di testimonianza in consessi, sovente, internazionali. Non sempre ci è possibile. La qualità va, comunque, comunicata oltre che praticata e dimostrata.

Non ci sottraiamo a questa responsabilità anche per i risultati di immagine che, indubbiamente, riverberano anche sulla nostra proposta commerciale.

E infine, la solita domanda: "what's next", ovvero che cosa viene dopo il più alto riconoscimento, e come mantenere viva la motivazione a migliorare e crescere?

R. Le sfide non mancano. Troveremo motivazioni che ci inducano a non abbassare la guardia. Facciamo impresa nel meridione d'Italia, ovvero in una palestra dove la sopravvivenza è già titolo di merito, dimostrando che non ci accontentiamo di ciò. E poi abbiamo per confini il mondo.

La ringrazio per la disponibilità e per la chiarezza dei suoi messaggi, e a nome di AICQ rinnovo le più calorose congratulazioni a lei e a tutta la sua organizzazione.

(*) **Liliane A. Barda**, Mediapolis for Excellence Srl, Amministratore unico
lil.barda@gruppomediapolis.com

(**) **Stefano Massa**, Villa Massa Srl, Chief Executive Officer,
stefano.massa@villamassa.com