

**QUELLI CHE...L'EXPORT » STORIE DI SUCCESSO****«A caccia di nuovi mercati come studenti fuori sede»**

Il caso-Elco: Carlo Guidetti racconta la crescita di una multinazionale tascabile  
«A Carsoli dal'97 grazie ai patti territoriali della Marsica: la buona politica aiuta»

**di Enrico Nardecchia**

► L'AQUILA

*What else?* «Che altro vuoi?». Carlo Guidetti, manager romano dell'Elco che da Carsoli è arrivata fino in Cina, chiede così ai suoi clienti: ti serve altro? Intanto racconta di come la buona politica, ingenti investimenti, idee chiare possano essere il mix giusto per scalare i mercati.

**Come comincia la success story?**

«Mi definivo un libro stampato: molto bravo a fare consulenza ma volevo capire se ero capace a mettermi in gioco e a portare dentro una piccolissima azienda qualcosa di nuovo. Elco nasce nel 1970, io entro nel 1996 e il primo sviluppo è portare fuori una tipica azienda familiare dalla *Tiburtina valley*, lì c'erano tutti i siti di elettronica. Divenuti azienda manageriale abbiamo avviato le esperienze all'estero. Oggi abbiamo produzione in Italia, Francia, Olanda e Cina. Il fatturato è al 30% italiano e 70 nel resto del mondo, dove si cresce più facilmente. Non sottovalutiamo ogni piccolo cliente italiano».

**Com'è scattato il risiko mondiale delle acquisizioni?**

«Il processo è partito con la Spagna per poi toccare Cina e Francia e ora l'Olanda, base per la Germania e tutto il Nord Europa. Non abbiamo intenzione di fermarci: l'unico sistema, nel settore, per crescere».

**Perché avete accettato l'inter-**

**nazionalizzazione?**

«Da una parte cercavamo nuovi mercati. Dall'altra, al di là di mettere un venditore qua e là, abbiamo capito che era importante mettere uffici fuori e stabilire priorità. L'esperienza in Cina potrebbe sembrare delocalizzazione, ma dobbiamo rispettare i nostri clienti che vogliono meno fornitori. Devi dar loro il complesso del prodotto: la nostra azienda dev'essere in grado di offrirti qualunque cosa, se *low cost* si può fare solo in Cina preferisco farlo da me, non comprare e rivendere. Non sempre delocalizzare vuol dire portar via produzioni: questo ci ha permesso di creare più occupazione pure in Italia. Facevamo lo stesso prodotto dell'ultima fase Siemens quando si chiamò Lares. Avemmo l'intuizione e la fortuna di capire che non era più un prodotto che si potesse fare in quella ma-

niera in Europa».

**Ele risorse?**

«Abbiamo iniziato con Simest, socia per 8 anni nella nostra esperienza cinese con capitale dal 25 al 40%. In una seconda fase di investimenti verso l'estero siamo stati affiancati da Sace. Elemento fondamentale è mettersi in discussione. Non esiste soluzione migliore che avere di fronte qualcuno che ti deve

dare i soldi e che ti può dire se il tuo *business planning* è corretto o no. Oggi siamo nella fase 3.0 e abbiamo un nuovo socio: il fondo italiano di investimento creato dall'Abi. Ci sta dando una grandissima mano per le acquisizioni».

**Consigli per avere successo?**

«La cultura manageriale del team è importante sennò l'estero è una barriera insormontabi-



le. Valore aggiunto, per me, romano, è stato il fatto di essere passato per Carsoli e aver incontrato l'Università dell'Aquila, i cui studenti sono un fiore all'occhiello. Per l'estero serve gente disponibile a muoversi: proprio come i fuori sede dell'Università. Se fai *recruiting* con uno studente proveniente dall'Aquila, il trasferimento per lui è naturale. Altro consiglio: avere idee chiare, fare un piano di crescita senza sprecare soldi e forze. Bisogna sfruttare le proprie idee senza aver paura: se sono giuste sono finanziabili e il progetto avrà successo».

#### Perché in Abruzzo e perché Carsoli?

«Nel 1997, grazie ai 5 milioni di contributo dei patti territoria-

- li della Marsica, abbiamo delocalizzato. Il nostro settore è molto  
e - soggetto a investimenti annuali:  
i - noi investiamo minimo 3 milio-  
- ni l'anno. La buona politica aiu-  
e - ta. Sono ancora attratto  
o - dall'Aquilano. Se ci fosse uno  
- strumento come il patto territo-  
- riale della Marsica che ha creato  
il - 85-100 posti a Carsoli si può ri-  
e - petere. Con noi lavorano  
- dall'operaio agli ingegneri: negli  
- anni abbiamo puntato sempre  
- più su figure qualificate di laure-  
- ati e spinto molto sulla formazio-  
- ne interna. Oltre alla costa biso-  
à - gnerebbe guardare all'Aquila e  
é - Marsica. Permettere di creare in-  
i - vestimenti, sì, ma creare control-  
- li contro i furfanti che usano i  
- soldi in modo non corretto».

©RIPRODUZIONE RISERVATA



Il manager dell'Elco di Carsoli Carlo Guidetti

## Leader dei circuiti stampati, lavora in Cina

Fondata nel 1970, Elco group oggi conta 350 dipendenti, con un fatturato che supera i 26 milioni. È una società italiana specialista nel settore dei circuiti stampati ad alta tecnologia (multistrato, Hdi e Flex Rigid) per molti settori industriali (tra cui telecomunicazioni aerospace). È partecipata dal Fondo italiano d'investimento ed è una delle prime 15 società europee nel suo settore. Ogni giorno negli impianti di Elco (per prototipi e piccoli volumi in Europa e grandi serie in Cina) vengono progettati e prodotti circuiti stampati per sistemi elettronici distribuiti in tutto il mondo. Il quartier generale si trova a Carsoli, nello stabilimento dedicato all'attività di tecnologia e di servizio. Nel 2012 il Fondo italiano di investimento è entrato nel capitale sociale Elco con 5 milioni grazie ai quali l'azienda ha potuto ulteriormente finanziare lo sviluppo tecnologico degli impianti europei e l'acquisizione di concorrenti in Italia e all'estero. A fine 2013 la Elco ha deciso di entrare nel progetto Elite di Borsa italiana iniziando così il percorso verso la quotazione. Il sito industriale nato da Bruno Beutler e Mario d'Agata, e oggi guidato dall'amministratore delegato Carlo Guidetti, è diventato uno dei più importanti d'Abruzzo, per sviluppo e innovazione, e d'Italia per l'internazionalizzazione che ha portato il marchio in Cina, Spagna e Francia. Attraverso la specializzazione e l'integrazione delle sue componenti, si propone al mercato come un fornitore globale. L'attività si è diversificata anche nei settori del fotovoltaico e nella comunicazione per aziende ad alto contenuto tecnologico.

