

## NATA A BARGE È CRESCIUTA A TORRE SAN GIORGIO



# La "Bertolotto Porte" è diventata S.p.A.

IN CATALOGO BEN 11 COLLEZIONI. ARMA VINCENTE L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA.  
PROSSIMAMENTE UN NUOVO STABILIMENTO PER CRESCERE ANCORA

Che il Piemonte occidentale non sia solo terra di produzioni meccaniche, ma anche *leader* mondiale nel settore delle porte per l'edilizia è risaputo. Sono innumerevoli le aziende che se ne occupano anche se, talvolta, imprenditori nati nel Pinerolese sono stati costretti a spostarsi in luoghi che li hanno saputo accogliere più degnamente. È il caso di Attilio Bertolotto, fondatore della "Bertolotto Porte". Nato a Villafranca Piemonte, da genitori contadini, mutuò la passione per il legno dal padre, che già si convertì in produttore di ceppi per zoccoli. Diventato arti-

giano, Attilio si dedicò alla produzione di serramenti interni in quel di Barge, regione Crocera, nel 1987. Anni luce fa valutando lo sviluppo che ha caratterizzato l'azienda in questi ultimi anni. Barge, oggi, potrebbe ospitare una società per azioni (la Bertolotto è diventata tale nell'aprile del 2005), che dà lavoro a circa 160 persone, tra dipendenti ed esterni ed ha fatturato nel 2005 oltre 20 milioni di euro: e invece ne fa a meno poiché non ha saputo offrire alla ditta un terreno sul quale svilupparsi, nel rispetto delle norme ed a prezzi favorevoli.

Così alla Crocera è rimasta una piccola esposizione, mentre la Bertolotto vera e propria si è trasferita a Torre S. Giorgio, fin dal 1997, in un'area industriale razionalmente pianificata che Barge non ha saputo perseguire. Già dalla fine degli Anni '90, Attilio Bertolotto è coadiuvato dal figlio Claudio, sulla breccia in giovanissima età, che, praticamente, è cresciuto nell'azienda. La nuova struttura è stata ampliata negli ultimi anni, fino a concernere una superficie complessiva di 43.000 metri quadrati, ben 17.500 dei quali coperti.

**ATTENZIONE AL PRODOTTO**  
«Per vincere, abbiamo dovuto riservare, innanzitutto, una attenzione costante al prodotto - spiega Attilio Bertolotto - da considerarlo il primo mobile della casa. Abbiamo approntato analisi prospettive di mercato e ci siamo impegnati a interpretare i percorsi futuri delle esigenze della clientela».

Non si è trattato e non si tratta di un lavoro facile. Basti dire che ogni anno vengono proposte nuove serie, inedite, evidenziate da materiali particolari, e immediatamente si valuta il loro indice di gradimento.

Senza trascurare la comunicazione: «A partire dalla fine degli Anni '90, con l'adozione di un nuovo marchio, ormai più che lanciato in

Italia e nel mondo, abbiamo una fucina interna di ricerca, cioè una divisione aziendale che abbiamo chiamato BC (Bertolotto Comunicazione). Scegliendo anche un linguaggio con un testimonial per vincere le campagne pubblicitarie: i risultati, alla fine, sono stati ottimi».

Dagli stabilimenti Bertolotto di Torre S. Giorgio, escono porte al giorno a vastità ad alta qualità.

Le possibilità di modellamenti sono davvero attuali, risultano ben 11 collezioni, che assicurano assortimenti di essenze maniglie, accessori, sentore un alto numero per soddisfare le più attese.

L'alta qualità "del pro

**ATTENZIONE AL PRODOTTO**

«Per vincere, abbiamo dovuto riservare, innanzitutto, una attenzione costante al prodotto - spiega Attilio Bertolotto - da considerare il primo mobile della casa. Così, abbiamo approntato analisi delle prospettive di mercato e cercato di interpretare i percorsi futuri e le esigenze della clientela».

Non si è trattato e non si tratta di un lavoro facile. Basti dire che ogni anno vengono proposte nuove serie, inedite, evidenziate da materiali particolari, e immediatamente si valuta il loro indice di gradimento.

Senza trascurare la comunicazione: «A partire dalla fine degli Anni '90, con l'adozione di un nuovo marchio, ormai più che lanciato in

Italia e nel mondo, abbiamo creato una fucina interna di creatività, cioè una divisione aziendale, che abbiamo chiamato BC&I, Bertolotto comunicazione e immagine. Scegliendo anche un legame forte con un testimonial per rendere vincenti le campagne pubblicitarie: i risultati, alla fine, sono arrivati».

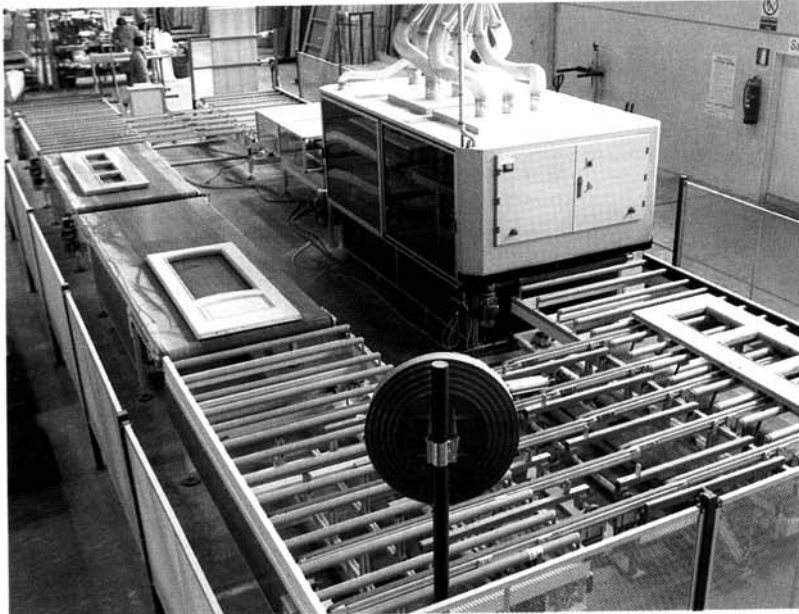
Dagli stabilimenti Bertolotto di Torre S. Giorgio, escono circa 380 porte al giorno a vasta gamma e ad alta qualità.

Le possibilità di modelli ed abbinamenti sono davvero tantissime: attualmente, risultano in catalogo ben 11 collezioni, che prevedono assortimenti di essenze, vetri, maniglie, accessori, tali da consentire un alto numero di varianti, per soddisfare le più disparate attese.

L'alta qualità "del prodotto finale"

da sola, non basta. Ormai è necessaria anche la qualità "nella produzione".

«Abbiamo puntato su prove e colaudi, interni ed esterni, seguendo precisi disciplinari. In particolare ottenendo che il sistema di gestione interno all'organizzazione aziendale fosse certificato da BVQI, che lo ha valutato e giudica-



L'alta tecnologia consente processi produttivi completamente automatizzati

to conforme alle prescrizioni del documento Sincert RT-05 ed ai requisiti della norma Iso 9001-2000».

Inoltre la Bertolotto Spa ha voluto offrire attenzione al cliente "nel tempo", istituendo due "numeri verdi", dedicati, il primo alle informazioni sia tecniche che di garanzia, sull'autenticità del prodotto acquistato ed il secondo alle indicazioni sul "Punto verde" o sul rivenditore autorizzato più vicino alla clientela finale.

**ESPANSIONE CONTINUA**

«È un'azienda in continua espansione. Abbiamo sempre puntato all'innovazione tecnologica ed alla adozione di processi produttivi completamente automatizzati e sinergici. I più recenti investimenti sono stati destinati all'innovazione produttiva delle collezioni di

punta, quali Rodi, Antikè, Baltimora e Baltimora New. Inoltre, alla fine del 2006 entrerà in funzione un nuovo stabilimento con centro di spedizione automatizzato, che andrà a coronare un ventennio di impegno ed evoluzione strutturale». Verso quali mercati vi dirigete oltre a quello italiano? «Per il momento le filiali sono la Bertolotto

Russia e Bertolotto Spagna, ma vantiamo altre coperture in vari Paesi dell'Est d'Europa, come l'Ucraina, la Polonia e la Romania. Siamo presenti, poi, anche in Portogallo e Germania e presto contiamo di approdare nei Paesi arabi».

Intensa, ovviamente, la partecipazione alle

fiere internazionali. «Nel 2006, saremo presenti a quelle di Kiev, in Ucraina, di Dubai, di Bucarest, in Romania, al salone "Mebel" di Mosca ed al "Saiedue" di Bologna. Neppure la Cina ci procura fastidi, anzi, contiamo che possa essere prossimamente un mercato interessante».

**Bertolotto Porte S.p.A.**

Circonvallazione G. Giolitti 43/45  
12030 Torre S. Giorgio (Cn)  
Tel. 0172 91.2811  
Fax. 0172 912.800  
Addetti: 160  
Fatturato 2005:  
oltre 20 milioni di euro  
E-mail:  
staff@bertolottoporte.com  
Sito Web:  
www.bertolottoporte.com