

ARMANDO DONAZZAN: LA PANTERA VENETA DI ORANGE1

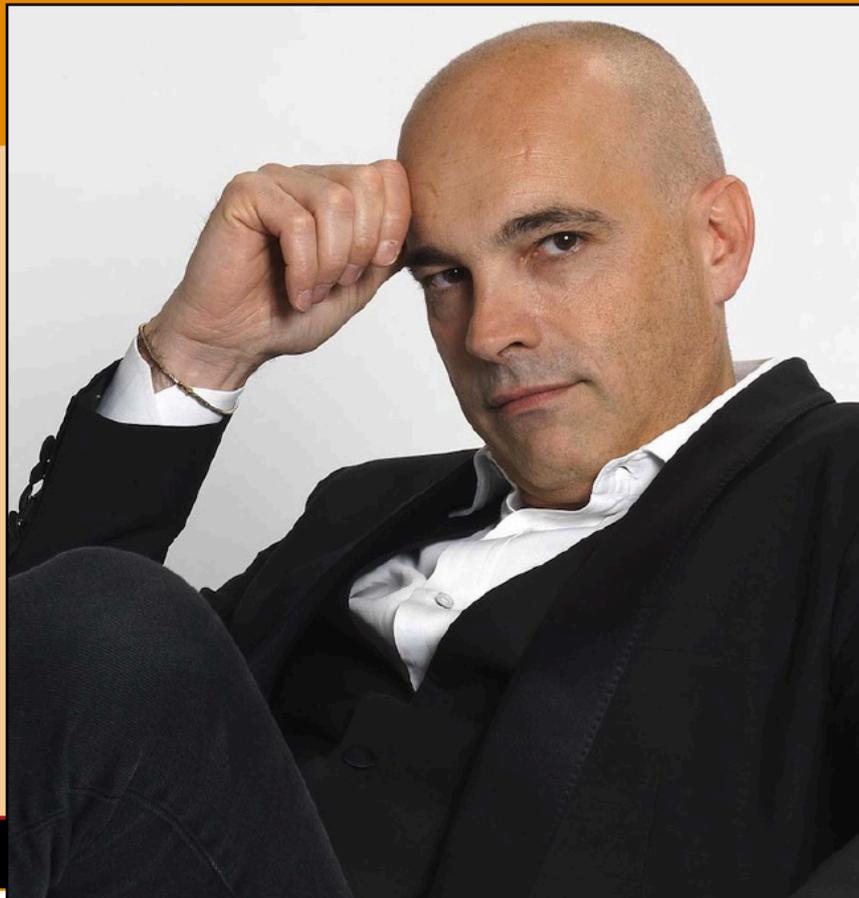
ARMANDO DONAZZAN: LA GRANDE CORSA ALLE ACQUISIZIONI, O MEGLIO, IL RALLY DI ORANGE1

di ROMINA CIUFFA. **Orange1 nasce da un baratto.** Leone Donazzan, perito elettronico, nel 1971 fonda la prima società del gruppo dando inizio all'avventura «arancione» con un puro e semplice baratto: un cliente non può pagarlo per un impianto elettrico e gli chiede di potergli dare in cambio dei motori. Così, a Bassano del Grappa, in provincia di Vicenza, nasce la ditta «Elettromeccanica Leone Donazzan» per la riparazione e l'avvolgimento di motori elettrici, attività che si estende in breve al campo dell'impiantistica industriale. Nel 1983 la società viene trasformata in Eld spa e inizia con successo a rivolgersi ai mercati esteri e in modo particolare a Francia, Germania e Paesi nordici. Il business si apre anche verso i mercati dell'est, in particolare verso l'ex Unione Sovietica, il cui crollo, con la caduta del muro di Berlino alla fine degli anni 80, induce Donazzan a rivedere gli obiettivi. Nel 1998, con un fatturato di 5 milioni di euro attuali, il figlio Armando subentra nella direzione aziendale ed intraprende una serie di politiche finanziarie e commerciali che innalzano il livello di competitività e visibilità dell'azienda. Oggi a capo della sempre più grande Holding, è definito la «pantera».

a cura di
ROMINA
CIUFFA

«**P**erseguo per la mia società l'obiettivo di divenire l'interlocutore unico per prodotti diversificati. Tutto fa capo a una holding di partecipazione industriale. Dal 1998 abbiamo avuto acquisizioni per 50 milioni di euro, investimenti in immobili per 20 milioni e per oltre 50 milioni in tecnologia, miglioramento dell'efficienza e dei prodotti. Il nostro prodotto è tutto Made in Italy, e il Veneto ci dà una grande energia»

Armando Donazzan,
presidente del Gruppo Orange1 Holding



Domanda. Dalla sua entrata come guida dell'azienda cosa è accaduto?

Risposta. Nel 1999 nasce in Ungheria l'azienda Eme kft, specializzata nella produzione di statori avvolti per motori elettrici. Dalla necessità di migliorare l'efficienza e dalla crescente domanda, viene alla luce un progetto per la costruzione di un capannone adeguatamente dimensionato dove il concetto del «lean manufacturing», ossia la produzione snella che mira a minimizzare gli sprechi fino ad annullarli, costituisce la base di ogni nostra azione nell'area industriale di Arsiè, in provincia di Belluno, e in un tempo record di 8 mesi ultimiamo un capannone di 11.800 metri quadri coperti. Nel 2006 nuovo cambio di nome in Eme, quindi acquistiamo la Ceg, la Unielectric e la Elpromtech, e ricambiamo nome in Orange1 ponendoci sul mercato come specialisti nel settore, poco prima di acquisire anche l'Elettromeccanica Valceno e la Metalpres Cenzato al fine di creare una filiera di verticalizzazione dei componenti per

produrre anche i motori elettrici. Poi Orangel entra nel gruppo Emotion in Motion, con l'obiettivo di migliorare le prestazioni di efficienza energetica, un tema attuale e con un futuro volto allo sviluppo. Di recente, abbiamo acquisito la Magnetic di Montebello Vicentino e la Mado di Chignolo D'Isola. Lo scorso maggio arriva la tredicesima acquisizione, quella della Sicme Motori di Torino, che ha ricavi per 18 milioni di euro e 90 dipendenti.

D. Quali sono i recenti dati che descrivono l'attuale situazione di Orangel?

R. Siamo presenti in 70 Paesi nel mondo, con un fatturato di circa 200 milioni, 11 stabilimenti produttivi, 14 aziende acquisite, 1.200 dipendenti. Produciamo annualmente oltre 1 milione di motori elettrici asincroni monofase e trifase, 5 milioni di avvolgimenti per motori elettrici asincroni, 60 mila drive per motori elettrici, 20 mila tonnellate di alluminio pressofuso e 12 milioni di pezzi di torneria di alta precisione per il settore auto motive. Ora puntiamo alla leadership anche nella pressofusione in alluminio con la divisione «Foundry».

D. Come siete entrati nel mondo delle corse?

R. Internation Gt Open, Lamborghini Blancpain Super Trofeo e Campionato Italiano Rally sono le nostre nuove sfide. Lo sport è il completamento della realtà dinamica del mondo Orangel, anche con le divisioni **Oxygen Orangel Basket** e **Orangel Racing**, nata nel 2016, dove il motto aziendale #wearepassion dimostra che con vera passione si può raggiungere ogni traguardo.



D. Funziona il team competitivo di Orange1 Racing?

R. Dodici mesi fa, in Friuli, il nostro principale concorrente dichiarava che non aveva bisogno di un «aiutino» per vincere. Quest'anno, invece, si è fatto cedere la posizione dal giovane compagno di squadra in più di un'occasione, e si è presentato a Verona forte della presenza di un ex-campione italiano ed europeo, schierato con il dichiarato intento di dargli manforte nella lotta per il titolo. Questo è il complimento più bello per noi di Orange1 Racing, perché vuol dire che abbiamo saputo farci temere e rispettare, noi team privato in lotta contro squadre ufficiali. E tutto questo alla nostra prima stagione vera e con una vettura vincente. Evidentemente

il leader provvisorio, il suo team ed il suo fornitore di pneumatici hanno paura di noi e questo ci riempie di orgoglio e fa salire l'adrenalina.

D. Chi è il vostro rappresentante tra le «Pantere alate»?

R. Simone Campedelli, con il navigatore di riserva **Pietro Ometto**, presentatisi a Verona carichi dopo aver dominato anche il Rally di Roma Capitale, confermando di essere qualcosa di più di una semplice minaccia per i rivali. Abbiamo scelto di contare esclusivamente sulle nostre forze e su quelle del team Brc e della Michelin, che hanno garantito il massimo supporto durante tutto il campionato.

D. Nel Rally di Roma Capitale come si sono qualificate le «Pantere alate»?

R. Vittoria in entrambe le tappe e massimo dei punti in palio per Campedelli e Ometto: le «Pantere alate» hanno dominato l'intero week-end con la **Ford Fiesta Brc** e sono andate via dal Lazio con una doppietta che consolida la loro seconda posizione in campionato, a pochi punti dal leader provvisorio.

Lo chiamano «Pantera» perché questo animale ha caratteristiche che lo rappresentano: la velocità di esecuzione dei lavori ma anche la velocità dei motori, quella di pensare e di agire. «La pantera è capace di grande accelerazione, il nostro gruppo ne esemplifica la corsa. E punta l'obiettivo senza esitazione»

D. Avete appena svolto un grande evento a Verona, «Ruggiti di passione». Di che si è trattato?

R. Con «**Ruggiti di passione**» abbiamo voluto lanciare dei progetti di promozione del lavoro, della cultura e del territorio. Cogliendo l'occasione della finale del **Campionato Italiano di Rally** in cui abbiamo partecipato con la nostra scuderia Orangel Racing, abbiamo coinvolto il pubblico in una serie di iniziative, conferenze, laboratori dedicati ai giovani, alla cultura, alla passione e al sociale, come il «Rally Therapy» del 14 ottobre che ha dato la possibilità a 20 giovani disabili di partecipare ad un emozionante test drive di rally, e il «Recruiting Day» del 15 ottobre durante il quale ai giovani è stata data l'opportunità di presentare la loro candidatura al management della **Holding Orange1**.

D. In che modo sostiene lo sport?

R. Oltre che con Orangel Racing, sostengo i ragazzi della squadra di Basket Bassano, e non solo. Un'iniziativa particolare è stata quella in Brasile, dove una squadra locale di giovani pallavolisti di Campinas, che ha visto sui social quanto siamo attivi, ci ha chiesto un contributo, e abbiamo voluti aiutarli.



D. La vostra comunicazione è molto attenta: come la affrontate?

R. Abbiamo acquisito l'**Italian Graphic Design** di Castelfranco Veneto, in provincia di Treviso, con 30 anni di esperienza, per integrare il mondo dei nostri servizi al fine di supportare le politiche di marketing sempre più strategiche per la crescita del gruppo. Comunicare chi siamo e cosa facciamo a dipendenti, clienti e fornitori è diventato imprescindibile e questo deve essere fatto con velocità, professionalità e passione.

D. Dove vuole andare attraverso tutte queste acquisizioni?

R. Perseguo per la mia società l'obiettivo di divenire l'interlocutore unico per prodotti diversificati. Tutto fa capo a una holding di partecipazione industriale. Dal 1998 abbiamo avuto acquisizioni per 50 milioni di euro, investimenti in immobili per 20 milioni e per oltre 50 milioni in tecnologia, miglioramento dell'efficienza e nuovi prodotti.

Il padre un giorno barattò, con un cliente che non poteva pagarlo, un impianto elettrico con un motore. Da lì parte l'ascesa, tutta veneta, dei Donazzan, e quando alla guida dell'azienda giunge Armando sono fatte 13 acquisizioni in modo da divenire l'unico interlocutore, sotto forma di holding, per il mercato di riferimento. Ma il passo dai motori ai rally è rapido come quello di una pantera: così nasce anche la sezione Orange1 Racing, e l'auto arancione comincia a correre nelle piste, vincendo. È il Veneto che corre: tanto da aver messo (gratuitamente) anche il logo del turismo della Regione Veneto sull'auto in corsa nel circuito Blancpain Gt Series, a rappresentare questa terra in tutta Europa

D. Una realtà molto incentrata nel Veneto. C'è qualche influenza straniera?

R. Il nostro prodotto è completamente Made in Italy, e nel settore dell'elettromeccanica in Italia costituisce un'eccellenza, riconosciuta a livello mondiale sia per la componentistica che per il prodotto finito. Il Veneto mi ha aiutato non tanto come regione in sé, ma nel suo spirito, nell'energia che si respira.

D. I motori, appannaggio degli uomini si dice. Ma Orange1 impiega molte donne. In che modo?

R. Orange1 Holding si è sempre distinta nell'ambito della parità di genere, garantendo alle donne le stesse opportunità degli uomini in termini di affermazione professionale. Ad oggi il gruppo internazionale specializzato nel settore metalmeccanico di Arsìè conta 408 donne su un totale di circa 1.200 dipendenti, ovvero il 34 per cento della forza lavoro e i 3/10 delle posizioni lavorative ritenute strategiche sono ricoperte da donne. La sensibilità verso le tematiche della parità di genere si concretizza nell'attuazione di strumenti come il «work-life balance», ossia un bilanciamento tra vita

privata e lavorativa con orari di lavoro atti a soddisfare le esigenze dei dipendenti, l'orario flessibile, nato nel settore tessile proprio per la forte maggioranza femminile, e le pari opportunità in termini di carriera e apprendimento. Queste politiche gestionali ci hanno permesso di ottenere «quote rosa» in costante crescita in tutte le aziende e un clima aziendale favorevole alla creazione di un circolo virtuoso, in cui i dipendenti crescono insieme all'azienda.



D. In che modo avete affrontato la crisi italiana, europea ed internazionale?

R. In quanto legati al settore dell'automotive abbiamo anche noi avvertito la crisi, ma grazie alla capacità di rivedere il business aziendale e modificare le dinamiche dei costi siamo riusciti a trovare soluzioni vincenti per rimanere sul mercato con determinazione, subendo solo in minima parte le problematiche economiche e finanziarie e superandole in modo

positivo.

D. Recruiting, lo state facendo anche ora. Il settore, dal punto di vista del lavoro, incontra la domanda?

R. Abbiamo difficoltà a reperire personale specializzato e flessibile negli spostamenti rispetto al luogo di dimora, per questo siamo molto attivi nelle collaborazioni con scuole ed enti di formazione. Inoltre, puntiamo principalmente sulla competenza, e abbiamo un'apertura internazionale: non importa che lingua parli la nostra risorsa, purché sia una risorsa.

D. Investite in ricerca e sviluppo?

R. La funzione R&S rappresenta un settore strategico per il mio gruppo. La progettazione e lo sviluppo di nuovi prodotti è un fattore cruciale per una realtà industriale in costante mutamento a causa delle continue innovazioni tecnologiche e della concorrenza. Sono l'assidua ricerca, la voglia di emergere e la sete di novità a muovere tutte le scelte e le strategie aziendali. Orangel Holding sviluppa prodotti in grado di adattarsi ad eventuali modifiche e richieste. Prima del lancio di un nuovo prodotto sul mercato promuoviamo una lunga analisi di ricerca e sviluppo finalizzata a un compromesso tecnico ed economico che consenta di raggiungere un alto livello qualitativo. Flessibilità ed efficienza ci hanno inoltre consentito di orientarci sempre di più verso le richieste specifiche del cliente, realizzando versioni personalizzate per applicazioni speciali. Questo costante impegno nella «customizzazione» dei prodotti ha permesso lo sviluppo tecnologico e di processo.

D. Perché lei è definito la «Pantera»?

R. Questo nome mi è stato dato prima di tutto all'interno dai più stretti collaboratori, sembra infatti che questo animale abbia caratteristiche che mi rappresentano: la velocità di esecuzione dei lavori ma anche la velocità dei motori, la velocità di pensare e agire. La pantera è capace di grande accelerazione, il nostro gruppo ne esemplifica la corsa. E punta l'obiettivo senza esitazione. Poi la definizione è stata

ripresa all'esterno, e la pantera è divenuta il nostro simbolo. [\(ROMINA CIUFFA\)](#)



Romina Ciuffa e Armando Donazzan (foto EROS MAGGI)

GALLERY







Romina Ciuffa e
Armando Donazzan
(foto EROS MAGGI)





**ROMINA CIUFFA www.rominaciuffa.com
ha fondato e dirige**

**SPECCHIO ECONOMICO www.specchioeconomico.com
direzione@specchioeconomico.com**

**MUSIC IN www.musicin.eu
direzione@musicin.eu**

**RIOMA BRASIL www.riomabrasil.com
diretor@riomabrasil.com**

**CORRIERE DEL VOLO www.corrieredelvolo.com
direzione@corrieredelvolo.com**