

218 ANNI DI STORIA ITALIANA

LA STORIA DELLA FABBRICA DI CANDELE GRAZIANI



Giacomo Bosio
Vice direttore Quale Impresa
@giacobosio

Made in Italy è un brand riconosciuto a livello mondiale come sinonimo di eccellenza. Storie di innovazione, di startup, di aziende storiche familiari: tanti business diversi che contribuiscono al “bello e ben fatto italiano”. Oggi non parleremo di tecnologie esponenziali, ma la storia che stiamo per raccontare è un mix di tradizione e innovazione, che sa cosa significhi essere resilienti. Sì, perché la fabbrica di candele Graziani ha avviato la sua attività nel 1805 e ancora oggi è leader nella realizzazione di cere di ogni forma e dimensione che sono poi esportate in tutto il mondo. Abbiamo avuto il piacere di fare un tour dell’azienda – situata nella campagna fra Pisa e Livorno – insieme a Maria Graziani, consigliere di amministrazione della Graziani Srl, che ci ha mostrato come avviene la produzione: un processo che mette insieme tradizione e automazione.

Duecentodiciotto anni di storia: com'è essere alla guida di un'impresa così ricca di storia?

Sì, esattamente: sono duecentodiciotto anni e sette generazioni. Io sono la settima e sono la prima donna. È sicuramente una cosa molto bella, ma anche una grossa responsabilità: hai la consapevolezza di tutto quello che hanno fatto i tuoi avi prima di te e sai che devi continuare su quella strada, continuando a migliorare e a crescere. Oggi siamo sicuramente in un mercato diverso: quando fu fondata l’azienda la candela era un bene di prima necessità, perché se volevi vedere la sera al buio, avevi bisogno delle candele. Adesso può essere considerato un bene di lusso, qualcosa a cui si può rinunciare. È quindi un mercato che si appropria in un modo completamente diverso.

Pensa che eravamo (e sono ancora nostri clienti) i fornitori ufficiali della Marina Militare: un tempo tutte le navi erano illuminate con le nostre candele. All’improvviso al mio bisnonno dissero che le candele non sarebbero più servite perché stava arri-



Maria Graziani
Consigliere di
Amministrazione,
Graziani Srl



vando la corrente elettrica. Fu proprio lui che in quel momento ebbe l'idea di avviare la linea del profumato e del colorato, cosa che stiamo continuando a fare. Quando mi trovo di fronte a dei problemi penso sempre a lui e al giorno in cui il suo cliente principale smise di usare le candele. Questa cosa è un po' il mio spirito guida.

Cosa significa fare innovazione per una azienda come la vostra?

La candela è l'oggetto più antico del mondo: la usavano i romani. Si può fare comunque tanta innovazione: si possono inventare nuovi mercati, si può innovare il processo di produzione e il modello organizzativo, si possono creare prodotti nuovi.

È sicuramente innovazione quella che fece il mio bisnonno lanciando il mercato delle candele profumate e colorate in un'epoca in cui la candela serviva soltanto ad illuminare.

Personalmente, quando sono entrata in azienda arrivavo da una multinazionale molto organizzata e ho cercato di dare un'impronta più moderna all'organizzazione e alla produzione, ad esempio.

Se pensiamo al fatto che un tempo era normale che ogni cittadina medio-piccola avesse la sua cereria e adesso è rimasto attivo soltanto chi è riuscito ad evolvere, capiamo quanto sia importante fare innovazione anche nel nostro settore, senza rimanere ancorati ai vecchi business. Su questo devo dare assolutamente onore a chi mi ha preceduto.

Quali sono i vostri mercati principali?

Una grossa quota è rappresentata dal mercato religioso e da tutti i Paesi cristiani. Per le chiese cristiane la candela è un oggetto importante e per il mondo cattolico il fatto che la nostra candela sia Made in Italy resta un fattore importante perché

Roma e l'Italia intera sono viste come la culla del cattolicesimo.

C'è poi il mercato detto "civile", che ha diverse sfaccettature: c'è il lusso, dove la candela è considerata un oggetto bello sia acceso sia spento perché fa arredamento e poi c'è il mass market, ovvero quella grossa fetta di mercato in cui le persone comprano candele nei supermercati e lì noi siamo presenti principalmente come private label per i grossi gruppi in giro per il mondo.

In sintesi, quasi metà del fatturato italiano lo fa la Chiesa cattolica. Il resto è diviso fra i vari segmenti, fra cui alcuni molto piccoli, come ad esempio il mondo della magia, per il quale la candela è un oggetto importante. C'è poi l'Horeca, il settore dei matrimoni e quello dei prodotti da giardino e alla ►





citronella. Insomma: il mondo civile è molto variegato ed eterogeneo.

Come gestite il passaggio generazionale?

So per storie familiari che i passaggi generazionali precedenti al mio non sono stati gestiti ottimamente: prima lavoravi insieme a chi ti precedeva e un giorno prendevi il suo posto. Le cose sono cambiate con mio padre, che ha voluto una pianificazione più strutturata. Dopo la laurea ho fatto un'esperienza in una multinazionale in Germania, per poi rientrare nell'azienda di famiglia dopo cinque anni.

Negli ultimi anni l'azienda è cresciuta tanto e al momento io, mio padre e mia madre lavoriamo tutti full time. Il passaggio generazionale si sta sviluppando nel cercare di delegare le nostre attività in modo che un domani io possa riuscire a coordinarle tutte. Insomma: è vero che non c'è un piano senza errori, ma questa volta c'è una pianificazione specifica.

Come riuscite ad attrarre e a trattenere i talenti?

“ Chi lavora con noi trova un ambiente positivo, in cui si può crescere e in cui c'è attenzione alle persone. ”

Sicuramente scontiamo il fatto di stare lontano dai grandi centri urbani: quindi chi viene dalle grandi città lo fa perché apprezza l'idea di abitare nella campagna toscana.

Ad oggi siamo 50 persone e abbiamo la fortuna di avere un turnover molto basso.

Chi lavora con noi trova un ambiente positivo, in cui si può crescere e in cui c'è attenzione alle persone. Non nego che trovare risorse non sia sempre facile: per quanto riguarda gli addetti alla produzione non abbiamo un distretto della cera, quindi assumiamo ragazzi giovani che abbiano voglia di fare e di mettersi in gioco e insegna-



mo loro come fare le candele. Per quanto riguarda invece ruoli manageriali anche se arrivi da altri settori merceologici, devi ovviamente avere delle competenze specifiche, ma anche in questo caso non è sempre facile trovare risorse. ■

