

Calia Salotti: intervista a Saverio Calia, direttore area sviluppo.

Calia Salotti, fondata nel 1965, produce mobili imbottiti. L'azienda copre 38mila metri quadrati di superficie, impiega 600 addetti ed ha una capacità produttiva pari a 250mila sedute l'anno (195 modelli). Nel '99 ha realizzato un fatturato pari a 98 miliardi, cifra su cui l'export pesa per l'80 per cento (Europa, America, Australia, Medio ed Estremo Oriente). Saverio Calia è direttore area sviluppo, marketing e comunicazione, nonché presidente dell'Unione Industriali della Provincia di Matera dall'anno scorso.

«Siamo convinti che il sistema qualità ISO 9000 rappresenti uno degli strumenti necessari per raggiungere l'eccellenza totale, ed è per questo che abbiamo deciso di ottenere la certificazione – spiega –. Il processo di riorganizzazione, nel quale abbiamo coinvolto il personale dipendente di ogni livello, ha visto l'azienda orientarsi sempre di più verso le esigenze del cliente. Questo genere di politica presuppone un atteggiamento flessibile verso l'esterno e rigido all'interno. Per essere flessibili ci rivolgiamo verso i consumatori in un'ottica di ascolto, mentre la ripetibilità del prodotto, sempre uguale e conforme alle specifiche, garantisce la necessaria rigidità interna».

Certificare un sistema di gestione aziendale garantisce la qualità? «Non solo. Nell'ambito delle esportazioni – aggiunge – è importante che la qualità non sia una promessa dell'azienda o un'aspettativa del cliente, ma sia invece accertata da una terza parte indipendente».

Cosa pensa della diffusione della certificazione? «Si sta espandendo a macchia d'olio: si è innestato un sistema tale che le imprese della filiera, essendo fornitrici di aziende certificate, sono stimolate a adeguarsi allo standard», risponde il manager.

Tuttavia, la strada è ancora lunga, considerando i numeri. «La "cultura della qualità" è la variabile che, nel prossimo futuro, farà la differenza – incalza il manager –. Tanto è vero che, in questo senso, non mancano iniziative promosse dalle Regioni, dalle associazioni di categoria e dalla stessa scuola». Si può fare di più? «Per sensibilizzare imprenditori e consumatori è necessario trasferire le informazioni ed attuare un costante e continuo dialogo tra gli operatori di oggi e quelli destinati ad esserlo in futuro», conclude Saverio Calia.