

A Sacile la presentazione dei nuovi prodotti nel settore del riscaldamento delle abitazioni. Fatturato in crescita e un migliaio di dipendenti sparsi in tutto il Paese

Ricerca e cervelli giovani, la Rdz punta sulla tecnologia del calore

Il villaggio olimpico di Torino 2006, le case in legno per i terremotati in Abruzzo e prossimamente il nuovo municipio di Seul. Sono solo alcuni dei lavori della Rdz, leader nel riscaldamento e raffreddamento a pavimento. Un'azienda che produce interamente in Italia e che ha il suo cuore pulsante proprio nel pordenonese, a Sacile. Qui in via Trento 101, l'azienda, nonostante la crisi, grazie ai prodotti competitivi e innovativi, ha chiuso un 2008 in crescita e un 2009 agli ottimi livelli del 2007 con un settore che registra mediamente un meno 30 per cento.

La Rdz è nata a Cordignano, nel trevigiano, nel 1978 come azienda per il commercio all'ingrosso di materiale termoi-

draulico. Oggi è una realtà consolidata che dà lavoro quasi mille dipendenti in tutta Italia. «È un'azienda - sottolinea Luca Marin, direttore generale - che produce interamente in Italia e che investe nei giovani: i nostri ingegneri hanno quasi tutti meno di 40 anni».

Ma la squadra giovane della Rdz comincia già dai fondatori poco più che quarantenni, che hanno scommesso negli impianti radianti. Una scommessa vinta e che porta il "modello Rdz", con il suo "Bklimax", un sistema di riscaldamento e raffreddamento radiante a soffitto e parete a bassissima inerzia termica, brevettato proprio dall'azienda sacilese, in tutto il mondo. Un sistema adottato anche nelle

costruzioni d'Abruzzo. «Lo stesso Guido Bertolaso della Protezione civile - spiega Marin - si è riferito al nostro sistema come una caratteristica delle case del futuro». Il Bklimax, l'innovativo sistema di riscaldamento e raffreddamento a soffitto e parete, è stato lanciato dall'azienda nel 2006, dopo due anni di studi e ricerche.

Ma è a metà degli anni Novanta che l'azienda comincia a prendere il volo, dopo la certificazione Iso 9001 nel 1997. Altro passaggio fondamentale per la Rdz di Sacile è l'anno 2004 con il cambio societario in Rdz Spa, l'uscita del socio fondatore Franco Zaia e l'ingresso del gruppo Caleffi, azienda di primo piano nella produzione Made in Italy di componentistica per impianti di riscaldamento. Negli

ultimi anni l'azienda in forte crescita, leader in Italia nel settore, inizia a penetrare nuovi mercati in Europa e nel mondo, grazie alle nuove e prestigiose filiali, l'americana di 3.250 metri quadrati e quella inglese di 7.430 metri. Oggi il fatturato della Rdz si forma tra mercato italiano (55 per cento) e straniero (45). Per la presentazione della sede di via Trento a Sacile ieri sono arrivati in riva al Livenza i vertici aziendali, oltre a Luca Marin, Marco Caleffi e il direttore commerciale Davide Frasson che ha presentato la Rdz alle maggiori testate tecniche e di arredamento. Nei capannoni di via Trento avviene l'assemblaggio dei materiali che arrivano da altre province. Il tutto in sintonia con i due maggiori partner di Rdz:

Hesa service (assistenza e installazione degli impianti a pavimento) e Hitec (progettazione e vendita di sistemi solari termici e attiva nella ricerca di soluzioni e tecnologie innovative per la produzione di energia). Tra i prodotti oltre agli impianti a pavimento per le abitazioni, anche i grandi impianti industriali, i bio e sistemi a parete. «È un sistema - conclude Luca Marin - che negli anni è diventato sempre più democratico. Oggi possiamo dire che un impianto di riscaldamento e raffreddamento a pavimento costa come un impianto con radiatori, lasciando però al contrario di questa ultima soluzione più spazio e libertà per pensare e arredare i propri spazi».

Olivia Bonetti

Roncadin, rilancio con pizza griffata

Obiettivo: cento milioni di "pezzi" all'anno e 300 dipendenti. «Così batteremo i tedeschi»

LUCA CIRIANI

«Il made in Italy che vince la crisi»

(lp) - Intervendo alla firma dell'accordo commerciale, il vicepresidente della Giunta regionale del Friuli Venezia Giulia, Luca Ciriani, ha detto che «i Roncadin rappresentano un esempio di imprenditoria friulana virtuosa che, anche in tempi di crisi, investe e aggredisce i mercati con idee e prodotti innovativi, che puntano sul Made in Italy».

Secondo il vicepresidente Ciriani «è fondamentale il recupero della capacità produttiva e il riassorbimento della manodopera locale, quasi tutta femminile, dopo i mesi travagliati del fallimento dello stabilimento. Meduno e le vallate dipendono quasi esclusivamente da questo sito e la Regione è oggi qui per un plauso e un incoraggiamento a proseguire in una strada di successi».

Una curiosità: l'importanza della pizza surgelata - o per il consumo domestico che dir si voglia - è testimoniata dal recente, storico sorpasso, nel vecchio continente, nei confronti del "concorrente" americano hamburger.

In Europa si producono due miliardi di pezzi l'anno, per un fatturato di tre miliardi di euro. Due terzi di queste pizze, quasi paradossalmente, vengono sfornati in Germania.

Si chiama "Le firme del gusto" l'accordo commerciale presentato, ieri mattina a Meduno, tra "Roncadin srl", produttrice di pizze surgelate e "Righi srl", società emiliana che da oltre vent'anni produce e distribuisce torte salate e snack, sempre surgelati.

L'accordo prevede la commercializzazione di alcuni prodotti "firmati" dai colossi della gastronomia Made in Italy, quali Auricchio, Beretta, Nostromo e Wuber.



Edoardo Roncadin

«L'obiettivo - ha spiegato il presidente, Edoardo Roncadin - è quello di realizzare un prodotto industriale (con forno a legna, ideato dal fratello Renzo, costato da solo un milione di euro, ndr) paragonabile, per sapore e consistenza, a quelli fatti a mano». Semplice, e allo stesso tempo efficace, la strategia che accompagna la scelta operata dagli imprenditori

di Fiume Veneto, che sono tornati in pedemontana dopo una "pausa" di quattro anni. Infatti, l'azienda è stata fondata nel 1992 e ceduta nel 2004 al gruppo Arena. Ne seguì un periodo travagliato e altri passaggi di proprietà, fino al fallimento che coinvolse il gruppo teramano Malavolta: «Noi abbiamo una notevole capacità produttiva - ha svelato gli ambiziosi progetti futuri l'amministratore delegato, Dario Roncadin - ma non una nostra catena di distribuzione, né un

marchio consolidato, avendo sempre prodotto per conto terzi. Per posizionarci sul mercato e far conoscere un nuovo brand sarebbero servite risorse enormi. Per questo, abbiamo chiesto e ottenuto l'appoggio di questi grandi nomi della gastronomia nazionale, che

"firmeranno" le pizze coi loro ingredienti di primissima qualità, che saranno il valore aggiunto a un prodotto già di per sé di alta gamma».

La battaglia più feroce si giocherà sul mercato tedesco: «Sembra incredibile - ha commentato il padre Edoardo - ma in



Dario Roncadin, amministratore delegato dell'azienda che porta il suo nome

Germania c'è sia il più alto numero di consumatori (10 pezzi pro capite all'anno), sia quello di produttori, con la Cameo che è per ora leader incontrastata. Noi puntiamo a conquistare fette di mercato per riportare in Italia il prodotto più italiano di tutti, la pizza». Roncadin, che oggi impiega 120 persone - che diventeranno 150 entro la fine mese e 200 nel 2010, nel rispetto del "patto sociale" firmato col Tribunale al momento dell'acquisizione degli impianti - punta, in un triennio, ad arrivare a 300 addetti, per una produzione di 80-100 milioni di pizze annue il dieci per cento della produzione tedesca. Se l'obiettivo venisse centrato - per farlo sarà necessario riconvertire le due linee ora ferme, un tempo dedicate alla produzione del pane - verrebbe riassorbita tutta la forza lavoro persa nel fallimento della Foodinvest. Di più: nel periodo di massimo splendore dell'azienda, si arrivò a quasi 60 milioni di pizze e, quindi, i Roncadin hanno posto l'asticella davvero a un'altezza molto elevata, ponendosi obiettivi ambiziosi.

Dal gennaio 2008, quando la famiglia fiumana è ritornata proprietaria dell'unità produttiva friulana, sono stati fatti investimenti per 15 milioni di euro - di cui 5 per l'acquisto dello stabilimento - e il fatturato è arrivato a 20 milioni di euro, grazie alla riconquista dei mercati storici del Nord Europa, su tutti Svezia, Danimarca e Gran Bretagna.

Lorenzo Padovan