UNIONE INDUSTRIALE BIELLESE

Foto e Video gallery - 27/03/2023

La crescita dell'impresa: da officina a brand internazionale che punta su innovazione, talenti, ESG

La storia di Brembo e della famiglia Bombassei raccontata al Club Oltre



Una storia radicata sul territorio, con forti valori familiari e una visione da sempre orientata al futuro, all'innovazione, all'internazionalizzazione. Così **Brembo** è cresciuta in 60 anni di storia e, da piccola officina meccanica, oggi, con oltre 15 mila dipendenti nel mondo, è uno dei più grandi brand internazionali, sinonimo del made in Italy di eccellenza nella progettazione, sviluppo e produzione di sistemi frenanti.
A raccontare questa storia, di azienda e di famiglia, è stata **Cristina Bombassei Tiraboschi**, Consigliere in Brembo e, dal 2013, Chief CSR Officer, che è stata protagonista del secondo incontro del **Club Oltre**: "E' stata una serata ricca di spunti - commenta **Paolo Barberis Canonico**, vice presidente Uib e ideatore del Club - prima di tutto perché abbiamo ascoltato l'esperienza di un'imprenditrice nel settore B2B, quindi più vicina alla maggior parte delle imprese del territorio. Inoltre è stato particolarmente coinvolgente il fatto che abbia condiviso con noi anche i momenti difficili e come siano stati superati, puntando a crescere e a rafforzarsi senza perdere di vista la visione imprenditoriale".

Criticità come occasioni di svolta

Dialogando con gli imprenditori presenti e grazie alla moderazione di **Catia Barone**, giornalista, autrice e conduttrice televisiva che accompagna i partecipanti del Club durante l'intero ciclo di incontri, Cristina Bombassei ha messo in luce i punti di forza del Gruppo, i progetti in corso e la sua esperienza personale, senza nascondere anche i momenti di criticità vissuti negli anni: occasioni che sono stati punto di svolta, motivo di crescita e di ulteriore sviluppo. Ad esempio, la scelta di **quotarsi in Borsa** è stata il frutto di un periodo critico, ma nel tempo si è rivelata vincente per la crescita dell'azienda dal punto di vista organizzativo e manageriale perché ha permesso di confrontarsi con realtà internazionali molto strutturate.

Azienda di famiglia fortemente managerializzata

Brembo è un'azienda fortemente managerializzata, per scelta dell'Imprenditore fondatore. L'azienda è strutturata in cinque business unit (sistemi, dischi, moto, aftermarket, performance) ciascuna governata da un Direttore.
Due anni fa il fondatore, **Alberto Bombassei**, è stato nominato Presidente Emerito passando il testimone a **Matteo Tiraboschi**, alla guida del Gruppo e presente in azienda da oltre vent'anni in ruoli strategici. Ruolo rilevante è ricoperto dall'Amministratore Delegato che viene scelto storicamente esterno alla famiglia. Una caratteristica di Brembo è da sempre stata quella di dare una forte delega alla prima linea manageriale.

Sostenibilità e comunicazione

Come riuscire a diventare un brand riconosciuto dal cliente finale per un prodotto come un componente automotive?
Sicuramente essere su tutti i campi delle maggiori competizioni auto e moto, consente una visibilità unica; il prodotto come sinonimo di qualità e di sicurezza. Dalla pista alla strada, la visibilità ha una componente molto elevata, soprattutto per gli appassionati.
Per quanto riguarda l'After Market, invece, investendo su una comunicazione capillare con le officine meccaniche per trasmettere il valore del proprio prodotto anche al consumatore.

Un'altra occasione di visibilità, ha dichiarato Cristina Bombassei, (che è anche Presidente del **Gruppo Tecnico Responsabilità Sociale d'Impresa di Confindustria**), è rappresentata dall'essere coerenti con quanto descritto nella Dichiarazione non Finanziaria, che Brembo sottoscrive dal 2016, e che ripercorre l'impegno del Gruppo sulle tematiche ESG. Lo stesso **Bilancio di Sostenibilità** è infatti un ottimo strumento di comunicazione su tematiche attuali in quanto delinea gli obiettivi strategici, non solo di sostenibilità, e descrive i progetti innovativi in corso.
Un esempio di iniziative lanciate per il coinvolgimento dei collaboratori del Gruppo a livello mondo, è il progetto **"Put Your Face on It"** (*Mettici la Faccia*) per il quale è stato richiesto a chiunque desiderasse partecipare, di inviare un breve video fatto con gli smartphone in merito alla propria adesione ad uno dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 a cui Brembo ha aderito dal 2018.
Riuscire a raccontare anche di queste esperienze, è un modo per raggiungere e comunicare alle nuove generazioni la rilevanza dei temi ESG, oggetto della loro attenzione anche nella ricerca del posto di lavoro.

Gen Z Forum e Brembo Senior Club

Per le giovani generazioni, Brembo ha creato il **Gen Z Forum**, un team di 30 ragazzi, collaboratori Brembo nel mondo, che si incontrano periodicamente per generare idee innovative per il Gruppo da tradurre in progetti concreti.
In questo senso, è anche da poco stato inaugurato, vicino a San Francisco, il primo **Brembo Ispiration Lab** con l'obiettivo di far studiare a giovani ricercatori i megatrend del futuro.
Un altro evento interessante e nuovo per Brembo è stato rappresentato dall'organizzazione del primo **Brembo Hackaton** a cui hanno partecipato persone esterne al Gruppo che, in una due giorni al campus Kilometro Rosso, hanno affrontato la sfida lanciata dall'Amministratore Delegato nel formulare nuove idee e progetti per Brembo.
La strategia di Brembo punta anche allo scambio fra le diverse generazioni in azienda, cercando di trasferire ai più giovani i valori storici del Gruppo. A questo scopo è nato il **Brembo Senior Club**, gruppo a cui aderiscono in modo volontario gli ex dipendenti in pensione (circa 200 persone), che hanno fatto la storia dell'azienda. Il simbolo del Club è la bussola proprio perché ha l'obiettivo di *direzionare* i valori e la cultura d'impresa alle giovani generazioni.

Innovazione dentro e fuori l'azienda con il campus Kilometrorosso

La spinta all'innovazione è una caratteristica distintiva di Brembo fin dalle origini; per esempio il Gruppo è stato il primo a portare il design e il colore nelle pinze freno, rendendole esteticamente riconoscibili e belle, permettendo di far dialogare Brembo direttamente con l'ufficio stile delle case automobilistiche.
Un'iniziativa che valorizza l'importante contributo di ciascun collaboratore legato all'innovazione, è rappresentata dagli **Awards** nelle categorie innovazione, processi produttivi e sostenibilità, concorsi che ogni anno premiano le idee innovative e vincenti promosse dai collaboratori Brembo.
Consigliere di **Kilometrorosso S.p.A.**, Cristina Bombassei ha sottolineato il valore di questo campus di innovazione in cui si recano circa 2.000 persone ogni giorno e che raggruppa centri di ricerca, formazione, la stessa Confindustria Bergamo ed una serie di laboratori che spaziano dalla ricerca farmacologica alla meccatronica e dal quale scaturiscono numerosi progetti che coinvolgono più realtà.

Cristina Bombassei ha ripercorso la storia dell'azienda con grande **passione, ed emozione** rispondendo anche alle domande degli imprenditori presenti contribuendo così a rendere l'incontro un momento reciprocamente arricchente e ricco di spunti.
Il prossimo appuntamento del Club sarà giovedì 13 aprile con Stefano Viganò, Managing Director di Garmin Italia SpA. Scopri di più

Guarda la Gallery

Allegati

» Un momento del Club OLTRE
» Un momento del Club OLTRE
» Un momento del Club OLTRE
» Un momento del Club OLTRE
» Un momento del Club OLTRE
» Un momento del Club OLTRE

Sito di provenienza: Unione Industriale Biellese - https://www.ui.biella.it