

LE AZIENDE

IL GRUPPO, CHE APRÌ I BATTENTI NEL 1980, HA 7 SITI PRODUTTIVI SPARSI PER IL MONDO

IN PILLOLE**Rivoluzione 4.0**

«Sono almeno 20 anni che spendiamo soldi e tempo per tenerci al passo dell'evoluzione in campo informatico. Il comparto digitale dà ritorni più rapidi di altri settori»

**Formazione**

«Destiniamo ampie risorse all'insegnamento interno delle lingue, dall'inglese al francese al portoghese, utile per chi opera nella nostra costola brasiliana»



P.E.I. FACTORY
Republic of Serbia • 5.000 m²



P.E.I. HEAD OFFICE
Bologna • 7.000 m²



ZANINI S.r.l.
Bologna • 4.500 m²



S.P.E.R. S.r.l.
Cremona • 9.000 m²



P.E.I. FACTORY
Brazil



PEI V.M.
Bologna



NUOVA METAL
Cremona

AL LAVORO Il fondatore della Pei, Giorgio Tabellini; ha guidato la Camera di Commercio di Bologna. Sotto, il management al completo



Pei, il colosso bolognese nato da un sogno

Fatturato di 54 milioni e 420 dipendenti

Tabellini: «Deteniamo 70 brevetti, frutto di importanti investimenti in ricerca e sviluppo»

di **LORENZO PEDRINI**

P.E.I. è una sigla che ha fatto la storia dell'imprenditoria bolognese. Il suo significato, a rigore di acronimo, è Protezione elaborazioni industriali ed è proprio la storia quasi quarantennale dell'azienda fondata dall'ex presidente della Camera di Commercio di Bologna, Giorgio Tabellini, a dare un senso profondo a questo nome.

Tabellini, la sua vicenda fa riflettere sul ruolo sociale che l'industria dovrebbe ricoprire.

«Come ogni bella storia, la nostra inizia da un sogno, o, meglio, da una promessa che feci a me stesso quando, nel 1969, persi tre dita della mano destra lavorando da operaio. Allora giurai che, se avessi potuto, mi sarei occupato di sicurezza in ambito industriale e così, fortunatamente, è stato».

Di solito, servono impegno e costanza per tenere fede agli impegni.

«Direi che a noi non è mancato nessuno dei due, fin da quando, nel 1980, abbiamo aperto la prima sede a Bologna, in via Zannoni, in condizioni difficili ma senza mai sentire la tentazione di

mollare».

I vostri risultati testimoniano quanto l'impegno paghi.

«Se parliamo di numeri, quelli del gruppo di cui Pei fa parte parlano, oggi, di un fatturato consolidato di 54 milioni di euro e di 420 dipendenti, al lavoro in 7 siti produttivi sparsi per il mondo».

Già, perché pare che l'internazionalizzazione sia uno dei vostri punti di forza.

«È un concetto sul quale abbiamo scelto di investire da sempre, ad

ogni livello, e adesso ci troviamo ad essere presenti su ben 20 mercati esteri, con metà del fatturato annuo generato fuori confine e con due poli produttivi lontano dall'Italia, uno in Serbia e uno in Brasile, quest'ultimo dedicato alla realizzazione di soffietti per gli autoarticolati».

Poi c'è il fronte dei brevetti.

«È un altro dei nostri fiori all'occhiello, visto che ne deteniamo 70, tutti attivi sul mercato internazionale e frutto di una particolare

propensione agli investimenti nella ricerca e nello sviluppo di nuove tecnologie».

Quindi siete certamente pronti ad affrontare lo spartiacque della rivoluzione 4.0.

«Sono almeno 20 anni che spendiamo soldi e tempo per tenerci al passo dell'evoluzione in campo informatico, perché sono convinto, a differenza di altri, che il comparto digitale dia ritorni più alti e più rapidi di altri settori. Pertanto non mi spaventa quanto il 4.0 po-

trà incidere sui modi e sui tempi di produzione».

Sembra un quadro idilliaco. Una di quelle aziende in cui si vivono i rapporti umani di una volta, ma con l'occhio fisso sul domani.

«Siamo molto attenti al benessere di chi lavora con noi, ma un'attenzione se possibile ancora maggiore la dedichiamo alla formazione dei nostri dipendenti, che desideriamo siano aggiornati sia dal punto di vista tecnico che da quello culturale. Per questo destiniamo ampie risorse all'insegnamento interno delle lingue, dall'inglese al francese al portoghese, utile per chi opera nella nostra costola brasiliana».

Orizzonti ampi, dunque, ma nemmeno la vostra terra d'origine viene trascurata.

«Assolutamente no, anzi. Siamo in prima linea nel sostegno e nella sponsorizzazione di iniziative culturali locali, in particolare sul fronte musicale, perché sono proprio i soggetti virtuosi che operano sul territorio a doversi fare carico di promuovere quanto di buono viene fatto dalla gente».

