



Nella foto: Lino Boschi (a destra del logo) e lo staff di AT Imballaggi

L'avventura imprenditoriale

La AT Imballaggi nasce nel 1987 da un'idea di Lino Boschi, all'epoca dipendente in un'azienda di grafica. L'inizio di tutto è la voglia di mettersi in proprio, come imprenditore, attraverso l'acquisizione di una piccola attività nel settore degli articoli per la pulizia e in quelli per l'imballaggio delle merci. Appena entrato in azienda, Boschi decide di abbandonare il campo delle pulizie e di concentrarsi su quello dell'imballaggio. La scelta, ben presto, visti i risultati si rivelò lungimirante. La specializzazione ha concesso infatti alla AT Imballaggi di incrementare anno dopo anno il proprio fatturato, anche grazie all'acquisizione commerciale e al successivo lancio sul mercato di un innovativo articolo, il "Bollimball": polietilene a bolle d'aria, molto apprezzato per caratteristiche e qualità. Da quelle prime mosse sono passati oggi trent'anni di attività, durante i quali l'azienda si è trasferita nell'attuale sede situata nella zona industriale 'Roveri', luogo strategico dal punto di vista commerciale. Nel corso di questi anni la società, proponendo prodotti e soluzioni innovative e migliorative, si è affermata come partner affidabile e attento alle esigenze della propria clientela e ha esteso il raggio d'azione a tutta l'Emilia-Romagna. AT Imballaggi occupa oggi 8 dipendenti e ha chiuso il 2016 con un fatturato che ha sfiorato i 3,9 milioni di euro, facendo registrare una crescita del 4% sull'anno precedente e del 18% sul 2014.

Plastica e bolle d'aria: l'imballaggio è servito

La formula più semplice unita a soluzioni personalizzate

Il bello del cominciare da zero, sostiene Lino Boschi, titolare della AT Imballaggi, è che in fondo non si ha nulla da perdere. Così ha iniziato lui, all'epoca dipendente in un'azienda grafica, quando ha deciso di rilevare con tutti i suoi risparmi un'azienda di imballaggi. "Eravamo in tre - ricorda oggi, trent'anni dopo -: un'impiegata, io... e un vecchio furgone".

Boschi, guidava lei?

"In tutti i sensi. Cioè: trovavo i clienti, preparavo la merce, poi la caricavo nel fur-

gone e la portavo io stesso al cliente. Per fortuna, come dico sempre, non si fa fatica, visto che in fondo trasportiamo aria..."

Aria?

"Il prodotto si chiama Bollimball: aria imprigionata in 'bolle' di polietilene. Ha presente? Il più classico degli imballaggi e anche il più economico".

Se un prodotto è economico, esperienza vuole che non sia il migliore.

"Un concetto vero se lo considera in asso-

luto. Ma non tiene conto di una cosa importante: l'imballo non è il prodotto, ma la sua protezione. Ergo: il migliore imballo per un'azienda non è il top presente sul mercato, ma quello dotato del migliore rapporto qualità-prezzo, in relazione al valore di ciò che deve proteggere".

È questo il servizio che offrite?

"È uno dei nostri servizi, che si traduce nel saper sempre offrire alle aziende l'imballo migliore, tenuto conto delle caratteristiche e del prezzo del prodotto da imballare: se l'oggetto è fragile e costoso, l'imballo sarà il migliore in assoluto. Se l'oggetto ha poco valore, l'imballo non dev'essere un costo aggiuntivo e spropositato, che peserebbe sui nostri clienti e a catena sui clienti finali".

Come fare a capirlo?

"Dopo trent'anni a fare questo mestiere quello che offriamo è un servizio a tutto tondo, che a partire dall'oggetto da imballare sappia studiare in breve tempo un progetto di imballaggio ad hoc".

Cos'altro serve?

"Soprattutto oggi, in un mercato che ha ormai eliminato le scorte di magazzino, la nostra forza resta quella di saper trovare le

risposte migliori nel minor tempo possibile. In alcuni casi parliamo di ore".

Fate i miracoli?

"Facciamo magazzino con oculatezza, e siamo pronti a far partire un furgone in tempo reale, se serve. Questo è, per contro, anche il motivo per cui, pur operando in tutta Italia, preferiamo concentrarci principalmente sull'Emilia-Romagna".

Cosa imballate?

"Tutto ciò che si può imballare".

Per esempio?

"Dalle biro alle auto da corsa, passando per i manichini e mille altri prodotti".

La crisi?

"È passata, e siamo riusciti a tenere duro, non ricorrendo neppure a un'ora di cassa integrazione".

Merito della plastica cinese?

"Ah se cerca prodotti cinesi ha sbagliato indirizzo. Noi vendiamo solo prodotti italiani. Per via della qualità, e perché è giusto premiare chi oggi ha ancora la forza e il coraggio di produrre in Italia".

I numeri dell'azienda

1987 fondazione

Da un'idea di Lino Boschi, che si dedica all'imballaggio

8 dipendenti

Tanti sono i lavoratori impiegati nella sede alle Roveri

3,9 milioni di euro

È il fatturato con cui l'azienda ha chiuso il bilancio 2016

4% la crescita

La percentuale sul 2015 è buona, ma sul 2014 è stata del 18%