

Attrezzistica/ Roces

Cambiati i pattini, ora si corre

Tre generazioni possono evolvere un'azienda dalle pedule ai pattini da ghiaccio e diventare leader mondiali in una fascia merceologica, senza scontrarsi. Parola di Massimo Cavasin, nipote del fondatore della Roces di Montebelluna.

Il marchio indossato dai pattinatori russi, dai campioni che gravitano nei palazzi del ghiaccio di mezzo mondo; ma altresì il nome cui si deve l'invenzione del pattino in linea, ergo quello a rotelle utilizzato per il tempo libero. Una bella trasformazione, dalle scarpe da montagna con cui nonno Ottorino aveva iniziato la produzione tem-

po fa. A innovare avevano cominciato Vasco e Walter, seconda generazione, quando Roces era già un nome forte nel segmento ghiaccio: «Allo stand della fiera di Las Vegas si erano presentati due campioni di hockey — racconta Massimo Cavasin — Avevano un progetto di pattino a rotelle per allenarsi in estate e cercavano qualcuno che lo realizzasse». Roces si cimentò nella sfida e nacque il pattino che poi, dopo anni, i due fratelli avrebbero trasformato nella Rollerblade, marchio venduto al gruppo Benetton prima di passare alla Tecnica della famiglia Zanatta, di cui è attualmente. Ma Roces è re-

stata nel business: «ora il pattino in linea rappresenta il 70% del fatturato» continua Cavasin, che di discussioni con papà Vasco ammette di averne avute tante. Da quando si dovette decidere se rientrare nella produzione dello scarpone da sci, su cui Roces si era impegnata a fine anni '80 ma senza risultati eclatanti.

Oppure nella scelta di proporre i primi pattini da ghiaccio fashion, con grafiche, colori e materiali inusuali, poi approvata: «Mio padre è tuttora amministratore delegato, io rivesto il ruolo di direttore generale, ma alla fine riusciamo sempre a trovare un

accordo» spiega il manager, che in azienda ha fatto tutti gli step prima di arrivare al vertice. «Il vantaggio della dimensione familiare è una grande flessibilità decisionale. Quando abbiamo dovuto decidere se chiudere la sede canadese per concentrare le attività oltreoceano in quella americana lo abbiamo fatto senza scossoni». Certo, a insistere su progetti nuovi è normalmente l'ultima generazione. Ma la voglia di innovare è basilare e Roces si può fregiare di aver introdotto sul mercato i primi pattini allungabili, che consentono al prodotto una vita più lunga. Lo svantaggio di essere una real-

tà da 20 milioni di euro, seppur managerializzata nelle posizioni chiave, è quello che evidenzia Cavasin sul fronte distributivo: «Le grandi multinazionali del retail vogliono partner capaci di grandi numeri e per noi questo è un limite».

Però Roces funziona come una grande azienda in piccolo: con un consiglio d'amministrazione, un collegio sindacale e regolari trimestrali. Il segreto per andare d'accordo? Cavasin ne è certo, è «la tolleranza. Quando ci si scontra si sta una settimana senza affrontare il tema. Poi, in qualche modo, l'accordo arriva».

MONICA CAMOZZI



Innovatore
Massimo Cavasin

