

# QUANDO IL COMMERCIO È UN'ESPERIENZA DI VITA

*Eugenio Dall'Olio dopo essersi formato professionalmente nell'area tecnico-meccanica alla Oreste Luciani, grazie alla profonda conoscenza delle macchine, passa al settore commerciale. Oggi è direttore della Top Can, ditta da lui fondata nel 2003.*

## Quale fu il suo primo approccio con il mondo del lavoro?

A 18 anni cominciai a occuparmi della parte produttiva e tecnica presso la ditta Oreste Luciani e dieci anni dopo iniziai la mia attività come commerciale. Quando l'azienda chiuse, convinsi il ragioniere Gelati, consigliere delegato della CO.MA.CO. Spa, ad acquistare il ramo di attività delle riempitrici e aggraffatrici: questo avvenne, e assieme alla CO.MA.CO., alla Sasib di Bologna e all'Ing. Luciani fondammo la Luciani Parma, che dopo un anno circa fu acquistata dalla Sasib, unitamente a tutte le aziende del gruppo CO.MA.CO. Subito dopo, il gruppo assunse la nuova ragione sociale di Sasib-CO.MA.CO.

## Quando decise di fondare una propria azienda?

Nell'88, non essendo d'accordo con la politica aziendale, uscii e fondai la Sima in cui iniziai ad occuparmi di commercio estero, per poi passare alla direzione commerciale. Nel 2003 uscii da Sima insieme ad altri colleghi, fondando la Top Can, ufficio puramente commerciale che vende linee per l'industria alimentare nel mondo.

## Come è avvenuta la sua formazione?

La mia formazione deriva dai 10 anni passati alla Oreste Luciani a fianco dell'Ing. Alfio Luciani, che per me è stato un vero maestro; tutto quello che mi ha insegnato, sia nel ruolo di tecnico di produzione sia nell'area commerciale, è stato poi fondamentale nel prosieguo della mia carriera lavorativa, perché ho potuto toccare con mano tutte le fasi del prodotto che poi sarei andato a vendere. Questa è la mia forza: riuscire a unire le mie approfondite conoscenze sulle macchine che vendevo alla mia innata capacità di convincere gli altri.

## Quali difficoltà ha incontrato durante la sua attività?

Problematiche tecniche vere e proprie non ci sono mai state. Sicuramente c'erano difficoltà legate alla lingua nei paesi esteri: farsi capire pienamente, all'inizio, non è stato facile. Altri problemi erano legati all'alimentazione e a una serie di disagi che comporta un viaggio all'estero.



**Eugenio Dall'Olio**

## Le relazioni imprenditoriali sono cambiate rispetto al passato?

Sì, notevolmente. Oggi nelle aziende di un certo livello non c'è più il "padrone", com'era chiamato il datore di lavoro, che praticamente decideva e acquistava il prodotto. Ora nel settore delle aziende alimentari è totalmente diverso, bisogna convincere non più il titolare dell'azienda ma bensì 4 o 5 persone: direttore tecnico, direttore di produzione e poi il direttore degli acquisti; se si tratta di una linea particolare anche il direttore generale. Tutto questo deve essere supportato da tante cose: da disegni, da soluzioni tecniche, da aspetti commerciali come finanziamento o pagamento nel medio-lungo termine.

## Qual è il suo giudizio sulla strategia del "prezzo più basso" applicato dal mercato?

Il prezzo ha un ruolo fondamentale, ma credo

che sia meglio ottimizzare il rapporto qualità-prezzo. La qualità, nel medio e lungo termine paga sempre; non si può credere che macchine a prezzo basso possono essere affidabili e durare a lungo. È molto importante avere ottimi tecnici: il prodotto per essere venduto deve prima di tutto convincere i commerciali. Il prezzo è importante ma non determinante.

## I suoi figli hanno portato avanti la sua professione?

Ho due figli ma purtroppo non c'è continuità. Uno è architetto, l'altro è inserito in un'azienda dove si lavora il marmo.

## È stato difficile conciliare il lavoro con la famiglia?

Molto difficile. Ricordo quando mi recavo nei paesi arabi dove il giorno di festa è il venerdì e io, dopo aver lavorato fino a sera, partivo per lavorare in quei luoghi durante il week-end. E così la settimana lavorativa non finiva mai.

## Quale consiglio darebbe ai giovani?

Nell'attività commerciale devono imparare bene le lingue, conoscere le macchine, viaggiare in continuazione. Oggi vende chi è maggiormente presente sul mercato; le aziende tendono a comprare dai fornitori che vedono spesso o con cui hanno un rapporto personale.

*di Francesca Di Marco*