

CANONICA VETRO

DAL VETRO ALL'ALLUMINIO,
LA STORIA DI UN'IMPRESA CHE
HA TRASFORMATO L'ARTIGIANATO
IN VISIONE.

Da un piccolo laboratorio di paese a un'azienda capace di fornire serramenti su misura anche alle Isole Cayman. È questo il sorprendente percorso di Gian Luca Bergonzi e Roberta Cremonesi, fondatori e anima della **Canonica Vetro**, realtà nata alla fine degli anni Ottanta nel cuore della provincia bergamasca, a

Canonica d'Adda. Un'impresa che ha saputo coniugare nel tempo artigianalità e visione industriale, trasformandosi passo dopo passo in un punto di riferimento nel settore dei serramenti in alluminio. Il nome è rimasto quello delle origini, quasi a testimoniare il legame con il territorio e con la storia personale dei



Gian Luca Bergonzi



per costruire una reputazione solida, basata su precisione, affidabilità e cura del dettaglio».

Internazionalizzazione: dalla provincia al mondo

Uno degli aspetti che oggi meglio raccontano l'evoluzione dell'azienda è sicuramente l'internazionalizzazione. Dai primi lavori in Lombardia si è passati a progetti su scala nazionale e poi sempre più spesso oltreoconfine. Oggi Canonica Vetro ha lavorato in molte regioni d'Italia, in diversi paesi europei, ma anche in contesti meno prevedibili come la Libia, il Ciad e le Isole Cayman. «L'internazionalizzazione è una sfida continua - afferma Bergonzi - Ci confrontiamo con mercati molto diversi dal nostro, dove spesso la concorrenza, soprattutto asiatica, gioca al ribasso sui costi. Noi rispondiamo con la qualità, con la personalizzazione e con la capacità



di adattarci alle esigenze specifiche di ogni cliente. In questo percorso sono fondamentali i nostri partner, come **Agnelli Metalli**, che ci permettono di mantenere alti gli standard e offrire un prodotto unico, di qualità superiore».

Un'identità locale con visione globale

«La qualità, la precisione e l'attenzione al cliente restano i pilastri su cui vogliamo continuare a costruire il nostro futuro»

Nonostante la vocazione internazionale, Canonica Vetro mantiene salde le proprie radici sul territorio. La sede rimane a Canonica d'Adda, dove l'azienda continua a investire in spazi, persone e progetti. Proprio in questi mesi si sta lavorando all'allestimento di un nuovo spazio uffici e di uno showroom, pensati per accogliere clienti e partner, e per valorizzare al meglio le realizzazioni. «La chiave è restare agili e vicini al cliente - sottolinea **Roberta Cremonesi** - I nostri lavori spaziano dagli appartamenti privati alle aziende, fino a residenze di alto livello. In parallelo stiamo rafforzando la comunicazione e la presenza online, strumenti ormai fondamentali per far conoscere il nostro approccio anche a chi si trova lontano. Certo, il problema della manodopera è una criticità diffusa nel settore, ma noi cerchiamo di affrontarlo investendo nella formazione interna, affiancando i nuovi colla-

boratori con chi lavora con noi da anni, trasmettendo esperienza e competenze».

Sguardo al futuro

L'obiettivo per i prossimi anni è chiaro: continuare a crescere senza perdere la propria identità. Per Canonica Vetro significa continuare a investire su più fronti - dalla tecnologia alla logistica, dal reclutamento di personale qualificato al consolidamento della presenza internazionale - mantenendo però al centro l'attenzione per la qualità e il rapporto umano, valori che hanno guidato l'azienda fin dalle origini. «Vogliamo essere un esempio concreto di come una piccola impresa di provincia possa costruire un percorso di sviluppo duraturo, mantenendo intatti i propri valori - conclude Bergonzi - La qualità, la precisione e l'attenzione al cliente restano i pilastri su cui vogliamo continuare a costruire il nostro futuro».

Melissa Braka

«Crescere senza perdere la propria identità: è questa la sfida più grande di un'impresa che, pur evolvendosi, ha sempre messo al centro il valore umano, la relazione e la passione per il lavoro ben fatto»

suoi fondatori. Ma tutto il resto è cambiato: sono cresciute le dimensioni, si sono evolute le tecnologie e si è ampliato l'orizzonte del mercato di riferimento, oggi sempre più orientato all'estero. Una delle svolte più significative arriva all'inizio degli anni Novanta, quando, in un momento cruciale per l'azienda, si presenta un bivio: continuare a lavorare con il vetro, come fatto fino ad allora, oppure scommettere sull'alluminio,

materiale all'epoca ancora poco esplorato nel contesto artigianale locale. «C'erano due strade - racconta Gian Luca Bergonzi - rimanere nel settore del vetro, o provare a fare un salto, guardare avanti, informarci, imparare e poi buttarci in un ambiente completamente nuovo come quello dell'alluminio. Abbiamo scelto la seconda opzione, consapevoli del rischio, ma con grande entusiasmo». Quella decisione si rivela

un passaggio decisivo. Canonica Vetro comincia a strutturarsi come una vera impresa: assume personale qualificato, amplia gli spazi produttivi, investe in nuovi macchinari e in tecnologie moderne.

Le sfide della crescita

Come spesso accade nelle realtà imprenditoriali che crescono partendo dal basso, anche per Canonica Vetro i primi anni di sviluppo non sono stati privi di difficoltà. «Dovevamo imparare a gestire una squadra di lavoro, organizzare una produzione più complessa, fare investimenti importanti senza tradire quella qualità artigianale che è sempre stata il nostro tratto distintivo. Ogni scelta comportava un rischio, ma era anche un'opportunità

