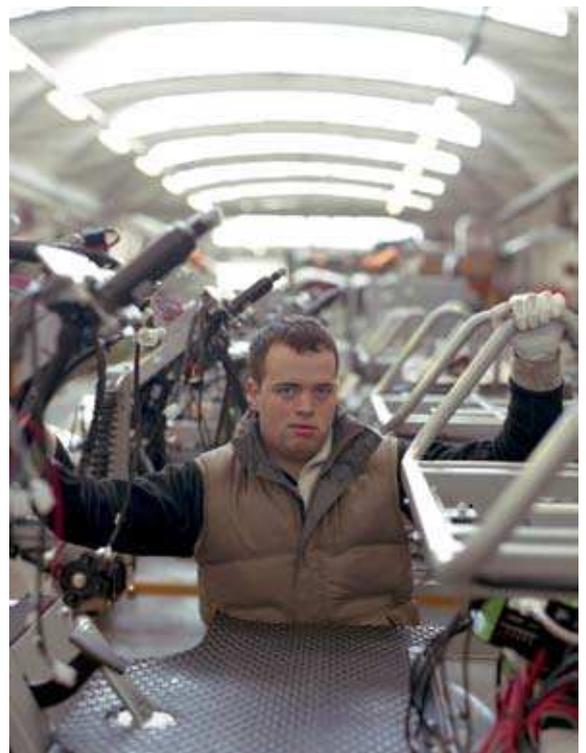


RITRATTI DI ALCUNE LAVORAZIONI INTERNE DI ALKÈ DURANTE LE QUALI OGNI NUOVO VEICOLO VIENE ASSEMBLATO E CONTROLLATO MANUALMENTE DA PERSONALE COMPETENTE.
PAGINA PRECEDENTE: IL NUOVO VEICOLO ALKÈ XT, 4WD A ZERO EMISSIONI.
PICTURES OF SOME OF ALKÈ'S INTERNAL PRODUCTION PROCESSES, IN WHICH EVERY VEHICLE IS MANUALLY ASSEMBLED AND CHECKED BY SKILLED EMPLOYEES.
PREVIOUS PAGE: THE NEW ALKÈ XT, 4WD ZERO EMISSION VEHICLE.



CIAK RONCATO

www.ciakroncato.com

Certo di strada ne hanno fatto le valigie da quando Antonio Roncato, nell'ormai lontano 1956, decise di dare corpo ad una intuizione mettendosi a produrle per conto proprio. Oltre cinquant'anni di storia. Tre generazioni sempre pronte a guardare avanti e a non mollare un attimo le redini dell'azienda. Dagli iniziali bauli in legno, alle valigie in fibrone, poi in alluminio o in tessuto. Materiali di volta in volta nuovi, per prodotti che devono adeguarsi ad un mercato che non ne vuole mai sapere di restare fermo. Tanto meno quando si parla di tempo libero. L'offerta si fa più ricercata attraverso una gamma di soluzioni sempre più diversificata. Valigie che diventano trolley e si fanno più leggeri e ridotti nelle dimensioni per scivolare velocemente ai check in degli aeroporti sempre affollati. Le borse fanno spazio ai computer, crescono gli accessori e i gusti si moltiplicano. Sportive, colorate, pratiche, resistenti, vintage e potremmo andare avanti per molto. Forniture agli enti pubblici, alla grande distribuzione, al singolo viaggiatore o alle aziende. E così la storia va avanti mentre in Europa sono poche le aziende che producono valigie. A produrle continua un'azienda nel paesino di Campodarsego, quella di quel tale Antonio Roncato che come tanti suoi coetanei aveva trovato il coraggio nel dopoguerra di lanciarsi senza paracadute per dare vita allo speciale boom economico targato Nordest. E se oggi mancano i produttori significa che mancano anche quelli che fanno i macchinari, quegli stessi macchinari che come vecchi dischi usati hanno ripreso a cantare nelle fabbriche del lontano Oriente. Così per continuare a fare valigie va a finire che tocca arrangiarsi anche su questo, coinvolgendo le mani di esperti meccanici per inventarsi più che prodotti, nuovi processi.

Eppure di questi tempi viene da chiedersi come è possibile ancora inseguire il mercato senza farsi male? Lo chiediamo a Federica Roncato, nipote di Antonio, ora responsabile del commerciale Italia e impegnata a fare avanzare nel futuro, assieme alle sorelle Francesca e Fabiana, la lunga tradizione aziendale di famiglia.

«Negli anni Novanta producevamo quasi tutto in Italia, dalle valigie in propilene, all'ABS e all'alluminio, mai i costi erano importanti e molte valigie restavano invendute per via dei prezzi inevitabilmente alti. Era più una perdita che altro. Così abbiamo iniziato a progettare e realizzare i campioni qui per poi produrli in Cina. Il rammarico a distanza di anni è stato il vedere nelle fiere, come quella di Canton, le copie delle nostre valigie esposte ad un prezzo molto inferiore...»

Con la serie 101 evolution in alluminio realizzate una inversione di tendenza, tornate a produrre una valigia 100% Made in Italy per consolidare i mercati esteri. Perché questa scelta e cosa ha comportato?

«Abbiamo scelto questo materiale proprio perché è una linea nata nel 1980 ma che vediamo ancora nel catalogo del 2010. Si tratta di una valigia che è andata benissimo, non solo negli anni Novanta, in Italia ma soprattutto all'estero. Ci siamo detti perché non riproporla nel 2010, pur sapendo che ci sono delle difficoltà, poiché l'alluminio è comunque poco utilizzato per il viaggio in Italia. C'è da considerare comunque che nemmeno in Cina sanno produrre una valigia di questo tipo. Una scelta che punta a consolidare la tradizione, riprendendo il motivo delle righe orizzontali che ancora rappresenta la nostra identità aziendale tanto che lo riproponiamo dappertutto. La vera sfida per il futuro è quella di cercare di produrre una linea assolutamente simile alla 101 evolution in alluminio ma in policarbonato.»

Come nasce una valigia nuova, quali sono gli ingredienti necessari alla progettazione?

«La scelta dei materiali, dei colori, nasce proprio dall'esigenza di mercato. Giriamo per negozi di moda, cerchiamo gli accessori, li studiamo, li trasformiamo e li adattiamo alle valigie. Stiamo studiando dei materiali più leggeri, oggi se la valigia non è leggera non si vende. Siamo insomma sempre in fase di studio continuo, di ricerca. Il nome è una garanzia ma occorre anche innovarsi sempre e al prezzo giusto.»

They have come a long way, those suitcases, since Antonio Roncato in 1956 decided to give life to an intuition and started producing them. Over fifty years of history. Three generations always looking forward and never giving up the reins of the company, not even for one moment. First wooden trunks, then fibre suitcases, later in aluminium or in textile. Materials each time new, for products that have to adjust to a market that never slows down. Least of all when talking about leisure time. The offer refines through a range of increasingly diversified solutions. Suitcases become trolleys, getting lighter and smaller in order to slide swiftly through the check-in counters of increasingly crowded airports. Bags make room for laptops, accessories multiply and tastes change. Sportive, coloured, practical, resistant, vintage, we could go on and on. Supplies to public institutions, mass distributors, single travellers or business corporations. The story continues like this, but in Europe suitcase manufacturers are rare. In the small village of Campodarsego there is one factory that still produces them, that of one Antonio Roncato who just like many of his postwar generation fellows had the guts for making this leap of faith, embodying that special economic boom tagged North-East. And if today manufacturers are rare, it means that there is also a lack of those capable of producing the required equipment, those same machines that like old used gramophone records have resumed playing in factories in the Far East. And so, to continue to produce suitcases now means having to defend yourself also in this sense, by means of the hands of experienced engineers for the development of new processes, rather than products.

Yet these days you must wonder how to continue staying ahead of the market trends without hurting yourself. We ask this to Federica Roncato, granddaughter of Antonio, today in charge of Italian Sales and committed to leading the longstanding family tradition into the future, together with her sisters Francesca and Fabiana.

«In the nineties we produced almost everything in Italy, from propylene to ABS and aluminium. Costs were never important and many suitcases remained unsold because of the inevitably high prices. It was more of a loss, if anything. So we have started to design and manufacture the prototypes here, and subsequently produce them in China. Years later, our regret was to find, on trade fairs, such as Cantons', copies of our suitcases exhibited at a much lower price.»

With the 101 Evolution series in aluminium you trigger an inversion in the trend, you return to producing a 100% Made in Italy suitcase to consolidate the foreign markets. Why this choice and what was involved?

«The material was really chosen because, although the line was born in 1980, we still have it in our 2010 catalogue. This suitcase went very well, and not only in the nineties, both in Italy but especially abroad. We said, why not propose it again in 2010, even if we know that there will be difficulties, because aluminium is not much used for traveling in Italy. But we must consider that not even in China they know how to produce a suitcase like this. The choice is aimed at consolidating the tradition, reverting to the pattern of the horizontal lines that still represents our corporate identity, inasmuch as we keep proposing it anywhere. The true challenge for the future is to try to produce a line that is absolutely similar to the aluminium 101 evolution, but made in polycarbonate.»

How does a new suitcase come to life, which are the ingredients for the design?

«The choice of the materials and colours is determined by the market trends. We visit fashion boutiques, we look for accessories, we study them, transform them and then we adapt them for the suitcases. We are studying lighter materials, today a suitcase that is not light weighted does not sell. We are, in short, always in course of study, of research. Our name is a guarantee, but continuous innovation is also necessary, and at the right price.»







DAL 1956 LA FAMIGLIA RONCATO, QUI RAPPRESENTATA DAL TITOLARE CARLO E DALLA FIGLIA FEDERICA, REALIZZA ARTICOLI DA VIAGGIO ADATTI A SODDISFARE I GUSTI E LE ESIGENZE PIÙ DIVERSIFICATE ATTRAVERSO UNA CONTINUA RICERCA E SPERIMENTAZIONE DI NUOVI MATERIALI E FUNZIONALITÀ. NELLA PAGINA PRECEDENTE IL TROLLEY "FLAMENGO". STARTING FROM 1956 THE RONCATO FAMILY, HERE REPRESENTED BY OWNER CARLO AND HIS DAUGHTER FEDERICA, HAS BEEN PRODUCING TRAVEL ACCESSORIES SUITED TO THE MOST DIVERSE TASTES AND NEEDS, BY MEANS OF CONTINUOUS RESEARCH AND EXPERIMENTATION WITH NEW MATERIALS AND FUNCTIONALITIES. IN THE PREVIOUS PAGE THE "FLAMENGO" TROLLEY.

