

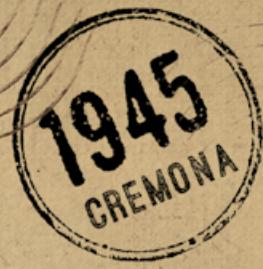
VITE D'IMPRESA

ARTEFICI DELL'INNOVAZIONE E DELLA CRESCITA

Reti
Strategie
Prospettive



Associazione Industriali
Cremona
da ottant'anni al fianco delle imprese



Ottanta voglia di fare impresa



DA 80 ANNI VIVIAMO IL PRESENTE E PROGETTIAMO IL FUTURO

Dal 1945 gli imprenditori dell'*Associazione Industriali di Cremona* affrontano le sfide del loro tempo: oggi, con lo stesso entusiasmo dei primi pionieri della ricostruzione nel Dopoguerra. Con passione, coraggio, ma anche visione, innovazione e capacità di cambiare. Sempre nel segno della concretezza del fare impresa.



SCOPRI DI PIÙ

Ottant'anni di industria cremonese: un viaggio dentro una storia condivisa

Il 20 novembre si apre, negli spazi del Museo del Violino di Cremona, una mostra che per noi rappresenta molto più di un'esposizione. È un progetto altamente sfidante, un racconto collettivo, un viaggio nella memoria e nell'identità del nostro territorio industriale.

Attraverso fotografie, materiali d'archivio e installazioni, celebriamo ottant'anni di impresa del territorio cremonese: ottant'anni di persone, visioni, sfide e innovazioni che hanno contribuito a costruire la forza economica e sociale di questa provincia.

Abbiamo voluto che la mostra avesse un respiro museale ed esperienziale. Non una semplice sequenza di immagini, ma un percorso capace di coinvolgere i sensi e le emozioni. Scoprirete che le installazioni restituiscono la vitalità dei grandi settori che hanno segnato la storia produttiva del territorio – la meccanica, l'agroalimentare, la chimica, la manifattura più in generale e i servizi – attraverso linguaggi scenografici ed evocativi. Al tempo stesso, la sezione fotografica accompagna il visitatore in un viaggio dentro la vita delle aziende, con scatti che non seguono un ordine cronologico, ma costruiscono un mosaico di volti, luoghi e momenti simbolici.

In ogni immagine si ritrovano i valori che da sempre ci guidano: il lavoro, la competenza, la dedizione, la capacità di innovare restando radicati nella comunità. L'impresa, in fondo, non è soltanto un luogo di produzione: è anche cultura, relazione, partecipazione. È un modo di essere parte di un territorio, di contribuire al suo benessere e alla sua evoluzione.

L'ultima sezione della mostra è interamente dedicata alla storia della nostra Associazione. Attraverso documenti, fotografie e materiali d'epoca ripercorriamo le tappe principali della nostra Associazione, ma soprattutto i volti e le idee che l'hanno resa un punto di riferimento per le imprese. Questa sezione vuole essere un omaggio ai Presidenti, ai dirigenti, ai collaboratori e a tutte le aziende associate che in questi decenni hanno costruito, con passione e responsabilità, il nostro cammino comune.

La fine della guerra ha segnato la nascita di un impegno, di un sogno, di una missione di diversi industriali cremonesi per essere voce e guida dello sviluppo del nostro tessuto produttivo e, con esso, della nostra comunità. A loro va il nostro plauso e il nostro ringraziamento per aver dato vita al famoso miracolo economico italiano.

Questa esposizione è quindi un invito a guardare indietro non con nostalgia, ma con consapevolezza. La storia dell'industria cremonese ci insegna che la forza di un territorio sta nella sua capacità di fare rete, di condividere obiettivi, di credere nel valore dell'impresa come motore di sviluppo e di coesione sociale. Di qui il titolo '**LE IDEE, LE MANI, IL TEMPO. Tracce di futuro.**'

Ottant'anni dopo la nascita della nostra Associazione, vogliamo celebrare non solo ciò che è stato, ma anche ciò che continueremo a costruire insieme. Perché ogni impresa, ogni lavoratore, ogni innovazione è parte di un racconto che appartiene a tutti noi.

Buona visione a tutti.



Maurizio Ferraroni

Presidente Associazione Industriali della Provincia di Cremona

”

Vogliamo celebrare non solo ciò che è stato, ma anche ciò che continueremo a costruire insieme. Perché ogni impresa, ogni lavoratore, ogni innovazione è parte di un racconto che appartiene a tutti noi

Ottanta voglia di fare impresa

VISUAL REALIZZATI CON L'UTILIZZO PARZIALE DI AI



**Da 80 anni viviamo il presente
e progettiamo il futuro**



SCOPRI DI PIÙ

Dal 1945 gli imprenditori dell'**Associazione Industriali di Cremona** affrontano le sfide del loro tempo: **oggi, come fecero gli autori della rinascita e del miracolo economico degli anni Sessanta.** Con passione, coraggio, ma anche visione, innovazione e capacità di cambiare. Sempre nel segno della concretezza del fare impresa.



Resilienza statica e dinamica, il talento delle nostre aziende

di Roberto Bettinelli

Essere resilienti significa cambiare avendo consapevolezza delle cose che è necessario fare declinando in modo nuovo il proprio sapere L'identità evolve ma resta integra e fedele all'origine trasformando il turbamento della crisi nell'entusiasmo della creazione

Una caratteristica espressa dalle imprese del territorio, e che investe settori e compatti di differente natura, è indubbiamente la capacità di ricorrere a misure e azioni di resilienza. Lo shock della pandemia, che in altre aree ha introdotto nell'economia reale fragilità costitutive e di lunga durata, è stato riassorbito. Le aziende orizzontalmente o verticalmente più articolate, le Pmi e le imprese guidate con la formula delle family business hanno saputo incassare l'urto della traumatica interruzione dei mercati e della crescita mettendo in atto una sorta di resilienza statica. Hanno implementato però, subito dopo, una strategia contrastante di resilienza dinamica con lo scopo di trasformare in meglio servizi e modelli produttivi.

Il quarto numero di 'Vite d'Impresa' fotografa in modo tangibile questa attitudine che nasce da una naturale propensione alla resistenza dei nostri imprenditori e dalla loro straordinaria abilità nel pianificare operazioni di rilancio. Visitando stabilimenti e sedi produttive, abbiamo potuto verificare che i processi di superamento della fase pandemica si sono tradotti in proficue azioni di efficientamento. Tutto ciò permette ora di attaccare con forza e fiducia lo scenario internazionale diversificando rotte e attività commerciali nonostante le incertezze del quadro globale. Permette di sviluppare strategie produttive sostenibili ai fini della riduzione di emissioni e dei consumi energetici con positive ricadute sul contesto circostante. Permette inoltre di beneficiare delle opportunità finanziarie e fiscali connesse alle policy del Pnrr direzionando i fondi e i vantaggi dei crediti d'imposta per stabilire le condizioni di una indomita e agguerrita competitività.

Il nostro viaggio nella rete locale delle imprese, soprattutto, ha rilevato la centralità di due aspetti dirimenti. Da un lato è facile registrare una incrollabile determinazione nel perseguire direttive funzionali a trattare il binomio di tradizione e innovazione come un motivo di valore. Da qui una costante e ininterrotta opera di mutazione tecnologica, digitale, industriale. Ovunque siamo stati abbiano incontrato macchine e prassi abilitate ad operare in ambienti di lavoro 4.0 e 5.0. Dall'altro, ed è questo un aspetto consequenziale al precedente, è facile riscontrare come Pmi e grandi aziende si siano fatte carico di un rapporto socialmente responsabile con i dipendenti attraverso politiche di welfare, formazione e professionalizzazione tentando di rendere più armonico l'equilibrio tra vita professionale e privata. Le persone e le relative competenze, in sostanza, sono autenticamente al centro dei progetti di crescita.

"Nella modernità liquida non esistono stati solidi: cambiare diventa l'unico modo per restare vivi" ha detto il sociologo e pensatore Zygmunt Bauman. Le imprese del territorio hanno dimostrato che essere resilienti significa non solo rimanere in piedi dopo aver accusato il colpo, come accade ai pugili più pugnaci, ma significa primariamente cambiare avendo consapevolezza delle cose che è necessario fare declinando in modo nuovo il proprio sapere. L'identità evolve ma resta integra e fedele all'origine. Il cambiamento trasforma così il turbamento della crisi nell'entusiasmo della creazione.



SCOPRI DI PIÙ



OTTANTA VOGLIA DI FARE IMPRESA

VISUAL REALIZZATI CON L'UTILIZZO PARZIALE DI AI



Da 80 anni viviamo il presente e progettiamo il futuro

Dal 1945 gli imprenditori dell'Associazione **Industriali di Cremona** affrontano le sfide del loro tempo: **oggi come negli anni Ottanta, quando furono protagonisti della trasformazione industriale del Paese,**



sospinti dalla rivoluzione informatica.

Con passione, coraggio, ma anche visione, innovazione e capacità di cambiare. Sempre nel segno della concretezza del fare impresa.



Supplemento al numero odierno
del quotidiano La Provincia
di Cremona e Crema
di Sabato 15 novembre 2025

Direttore Responsabile
Paolo Gualandris

In collaborazione con
Associazione Industriali Cremona

A cura di
Roberto Bettinelli

Ha collaborato
Claudio Barcellari

Progetto grafico e impaginazione
Angelo Ghidelli - Annalisa Araldi

Fotografie
Massimo Marinoni - Francesco Sessa

Chiuso in redazione
Mercoledì 12 novembre 2025

Stampa
Csq Erbusco

IN QUESTO NUMERO

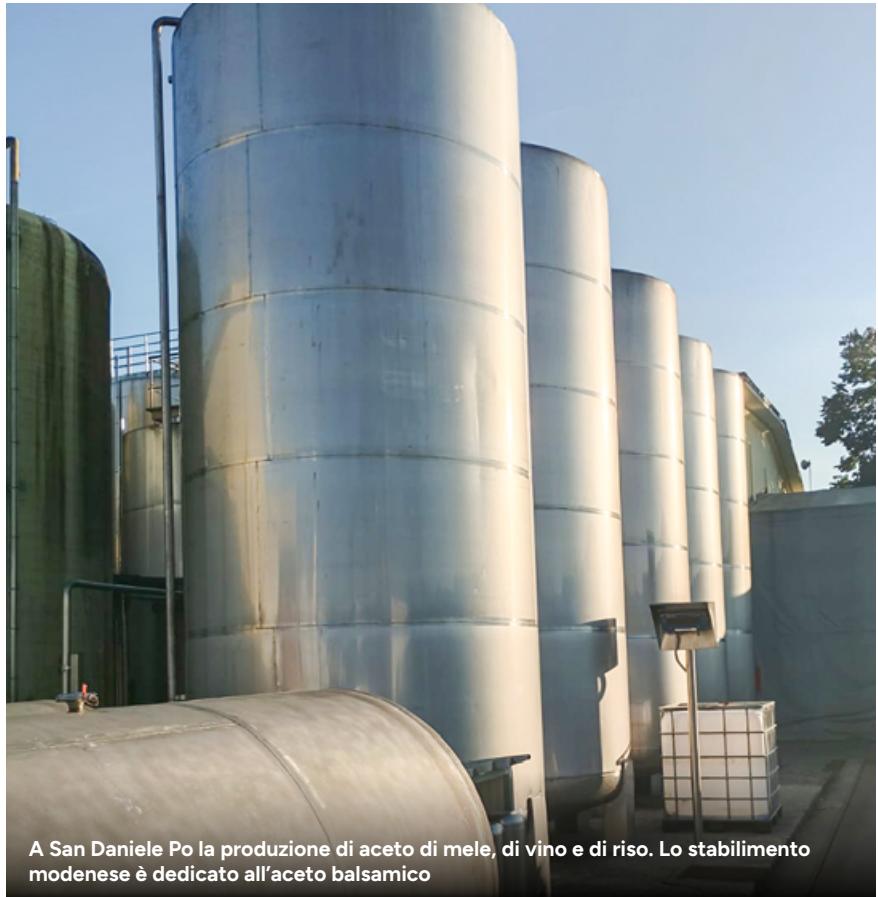
- | | |
|-----------|--|
| 08 | ACETIFICIO GALLETTI
San Daniele Po |
| 11 | BITDESIGN
Crema |
| 14 | FONDINOX
Sergnano |
| 17 | GEI
Crema |
| 20 | GREEN OLEO
Cremona |
| 23 | GRIMALDELLI
Salvirola |
| 26 | IMBAL CARTON
Drizzona |
| 29 | IT IMPRESA
Cremona |
| 32 | MECCANICA FANTINI
Cremona |
| 35 | OLEIFICIO ZUCCHI
Cremona |
| 39 | PANIFICIO CREMONA
Grontardo |
| 42 | PEDRONI FERRO
Vescovato |
| 45 | RDD SERVIZI
Cremona |
| 48 | SERI-ART
Cremona |

ACETIFICIO GALLETTI

150 ANNI DI RICERCA

QUALITÀ E RADICI

Inseguire la qualità ad ogni costo, facendosi largo in un mercato sempre più ostile. Senza rinunciare alla ricerca, all'innovazione, alla spinta verso il futuro, e adattandosi ai paesaggi di mercato che di volta in volta si sono delineati negli anni. È una storia che inizia lontano quella di Acetificio Artigiano Galletti, che affonda le radici nel 1871, quando ha preso vita l'attuale stabilimento di San Daniele Po. Il 'più antico acetificio d'Italia', che con il passare dei secoli non ha comunque dimenticato quelli che, per il titolare **Aurelio Galletti**, sono stati fin dall'inizio i principi ispiratori dell'azienda. «La nostra – racconta Galletti – è una piccola attività, che conta complessivamente 35 dipendenti. Abbiamo un fatturato che si aggira sui 10 milioni di euro, e da più di 150 anni siamo conosciuti per la produzione di aceto di vino, anche se non abbiamo mai smesso di diversificare e innovare». L'etica dell'azienda è chiara e delineata: «Il nostro obiettivo è la qualità – chiarisce – che, per quanto riguarda i nostri prodotti, significa lavorare in completa assenza di additivi. Nella nostra azienda si produce aceto di mele, di vino. Facciamo anche aceto di riso, di cui siamo gli unici produttori in Europa. Disponiamo infine di un secondo stabilimento a Modena, dove produciamo aceto balsamico». Negli ultimi vent'anni sono poi arrivate ulteriori novità, che hanno aperto il ventaglio della produzione dell'acetificio: «Una quindicina di anni fa – ricorda Galletti – abbiamo messo in pista un altro tipo di attività, legata alla produzione di malto. Il riscontro del mercato è stato positivo. Continuiamo tuttora a pensare di confezionare prodotti nuovi, sapendo che l'innovazione, se ragionata, porta buoni risultati. Un esempio: siamo stati i primi a produrre aceto di mele, e a livello europeo la cosa è stata no-



A San Daniele Po la produzione di aceto di mele, di vino e di riso. Lo stabilimento modenese è dedicato all'aceto balsamico

ACETIFICIO GALLETTI

N. dipendenti: 35

Fatturato: 10 Milioni

Mercato: Italia, Ue, Extra Ue

Sede: San Daniele Po

Anno iscrizione

Associazione Industriali:

1945

www.gallettisnc.com

tata. È un prodotto che si presta ad utilizzi particolari, vista la sua funzione batteriostatica, anche in ambito industriale. Abbiamo creato anche un aceto appositamente studiato per conservare il pesce ed esaltarne il sapore».

Il segreto di questa vivacità e capacità di diversificazione giace nel vero 'scrigno' dell'acetificio: il laboratorio, situato al piano superiore della struttura. «Il nostro – prosegue Galletti – è un laboratorio all'avanguardia, che conta sulla presenza di personale molto qualificato. Ce ne serviamo per continuare a fare ricerca e sviluppo,



Non a caso, per le esportazioni occorrono diverse certificazioni, che ci salvano e ci supportano quando si tratta di vendere all'estero: il mondo è affamato di made in Italy». Un concetto che, a livello nazionale, andrebbe messo meglio a fuoco: «Sono un forte sostenitore di questo brand – chiarisce Galletti – ma il rischio è che sotto la voce 'made in Italy' i consumatori di tutto il mondo percepiscono solo una lista di ricette, non la materia prima. Per quanto riguarda l'Italia, invece, avviene l'opposto: c'è una forte tendenza al risparmio sull'alimentare, che ci obbliga a produrre in piccole confezioni. Questo, a sua volta, comporta una crescita delle spese, tanto per il produttore quanto per il consumatore. Registriamo una sorta di mancanza di istruzione alimentare, che alla fine si ritorce contro i consumatori stessi».

Non per questo la strada intrapre-

come faremo anche in futuro. Ci permette di portare avanti le nostre iniziative in termini di innovazione: continuiamo ad investire sulla ricerca, ci crediamo fortemente». E aggiunge: «Siamo un Paese che ha sempre avuto questa vocazione, che purtroppo si va lentamente perdendo negli anni. Le imprese oggi puntano molto sul marketing e sul brand; da parte nostra, vogliamo restare fedeli alle radici. Non dimentichiamoci che sono stati i computer dell'Olivetti a portarci sulla Luna».

In questi anni, ammette Galletti, non sono mancate le difficoltà. «Per molto tempo ci siamo trovati a lavorare giorno e notte in spazi tutto sommato 'compresi'. I nostri macchinari sono compatti in modo tale da 'incastrarsi' nel modo più efficiente, ma questo sarà un punto su cui dovremo fare di più in futuro. La politica, si può dire, ha fatto la sua parte: la precedente amministrazione di San Daniele Po non ci ha permesso di allargare l'impianto, ma con quella nuova pensiamo che si possa ottenere qualcosa di concreto. Altro obiettivo in cantiere è quello di valorizzare ulteriormente i nostri impianti, mettendoli a disposizione dei nostri partner anche per progetti di ricerca».

Altro nodo è rappresentato dal mercato, che non sempre premia la qualità. «In Italia è particolarmente difficile conquistare i mercati grazie alla qualità – chiosa Galletti – mentre all'estero l'attenzione è paradossalmente più viva su questo tema.



Il laboratorio di ricerca e sviluppo dispone di attrezzature efficienti e moderne



L'export è favorito dalle certificazioni della qualità

sa dall'acetificio cambierà. «È chiaro che conservare significa perdere – spiega Galletti – sia nel valore nutritivo che in altri aspetti. Non esiste prodotto che non contenga qualche additivo. Noi, invece, non li utilizziamo. Con una sola eccezione, costituita da un metabisolfito per l'aceto di vino rosso, in dosi minime. Lo facciamo perché è una passione, non perché sia un punto di forza sul mercato: per fare tutto senza additivi non serve una spesa particolarmente alta, ma occorre utilizzare attrezzature migliori, con recipienti sterili e apparecchi per il filtraggio. È un impegno, ma è la nostra filosofia». E aggiunge: «Vogliamo attaccare il mercato della qualità, specialmente fuori dall'Italia. Sul totale della produzione, esportiamo tra il 50 e il 60% del nostro aceto, anche su mercati specializzati». Che, tuttavia, in questo momento sono in tilt. «La situazione è piuttosto paludata – ammette Galletti – e le guerre in corso comportano notevoli problemi per l'azienda. È successo anche in passato, quando è iniziata la guerra in Crimea: siamo andati in crisi perché le no-

stre bottiglie venivano prodotte in Ucraina, e ci siamo ritrovati ad averne troppo poche per confezionare i nostri prodotti. Pensando allo scenario attuale, abbiamo perso clienti interessanti in Russia e in Egitto. Inoltre, l'aumento dei costi dell'energia elettrica e del gas, combinato al rallentamento dell'export, ci ha costretti ad aumentare i prezzi». L'amara considerazione: «Diventa difficile fare programmi in questa fase storica, e in questo contesto bisogna anche combattere contro chi produce in modo non ugualmente serio».

Non per questo l'azienda rinuncia alla sua vocazione. Anzi, per Galletti l'impresa deve avere sempre un impatto positivo sul territorio: il suo, quello di San Daniele Po. «Uno dei miei obiettivi – conclude – è quello di contribuire al benessere sociale di questa terra. Abbiamo sostenuto economicamente le attività sportive locali, in particolare le squadre di calcio, sia agonistico che non agonistico. Lo sport è terapeutico: permette ai ragazzi di crescere in modo sano, stare insieme, collaborare; in altri termini, di imparare a vivere in una microsocietà. Inoltre, abbiamo fornito mezzi di soccorso a San Daniele, in modo che fossero disponibili anche servizi alla persona e agli anziani, nella forma delle visite a domicilio».



Il proprietario Aurelio Galletti. L'azienda sostiene molti progetti sportivi, educativi e sociali

BITDESIGN, PENSARE E AGIRE NEL B2B

Marketing strategico a supporto delle imprese che operano nel mercato B2B. È questa la missione di BitDesign, la società di consulenza che ha sede a Crema nell'ex sede delle industrie Olivetti. Un luogo simbolico dove la realtà fondata da **Massimiliano Nani**, ceo di BitDesign, ha trovato la sua collocazione naturale.

al Politecnico di Milano mi ero specializzato in industrial design, quando design non sta a significare una valenza di tipo estetico ed esteriore ma al contrario esprime un concetto di sostanza e concretezza. Un contesto che si riferisce alla capacità di attuare soluzioni relative ad una guida efficace dell'impresa in chiave

migliori strumenti per esprimere appieno il talento e le attitudini di un'impresa costruendo le condizioni per l'affermazione del brand. Abbiamo sempre come obiettivo il massimizzare il valore di un'impresa o di un gruppo industriale. Il contributo di Delia, Adriano e di tutti i nostri collaboratori è indispensabile. L'a-



Qui infatti si registra la testimonianza architettonica, infrastrutturale e ideativa di un modello umanistico e produttivo all'avanguardia quale era quello perseguito da **Adriano Olivetti**. Qui Nanì e i suoi collaboratori, un gruppo di circa trenta professionisti consulenti e tecnici specializzati, hanno collaudato e consolidato il metodo operativo che si ispira alla 'strategy first' dell'americano **Al Ries**, considerato il padre fondatore delle teorie fondate sul concetto di 'positioning'. "Ci siamo incontrati durante alcune lezioni – racconta Massimiliano Nani – e mi ha illuminato. Nel mio percorso universitario

competitiva. L'approccio di questo grande maestro mi ha fatto comprendere l'importanza della strategia e soprattutto mi ha fatto capire che l'unità di misura del mercato non è il prodotto, semplice o complesso, ma ciò che viene percepito rispetto al prodotto".

Delia Donarini, senior content strategist della società, e il direttore operativo **Adriano Notarbartolo** sono protagonisti dello sviluppo del progetto imprenditoriale condividendo la visione, la metodologia, le priorità. "Mettiamo sempre al centro del lavoro il cliente – continua il ceo di BitDesign – elaborando idee, principi, azioni. Individuiamo i



“

Non ci interessa fare più rumore possibile per catalizzare interesse e attenzione. Piuttosto vogliamo costruire brand solidi che acquistano valore nel tempo, capaci di respingere l'usura e gli attacchi risultando inclusivi verso le nuove sfide e tendenze del mercato. Ogni nostro progetto è unico e personalizzato

Massimiliano Nani, CEO

zienda è fatta da persone tutte insieme in missione. Se siamo cresciuti lo dobbiamo a questa unione di esperienze, professionalità, valori. Amiamo includere i giovani che qui trovano spazio per mettersi alla prova, osare, testare una rivoluzione creativa che abbiamo codificato in un metodo rigoroso, attento ai bisogni e pronto a immedesimarsi nelle sfide del cliente. Ma tutto deve tradursi in risultati tangibili e misurabili a favore delle aziende con le quali stringiamo partnership profonde che vogliono durare nel tempo”.

Il marketing e la comunicazione d’impresa molto spesso vengono equi-parate alla pubblicità ma non è questo il caso di BitDesign che dal 2005 fornisce consulenza e affiancamento mettendo a terra la strategia attraverso strumenti e materiali di marketing operativo attribuendo però il primato ai processi di progettazione e configurazione di un’identità aziendale in grado di posizionarsi in modo competitivo. Un orizzonte che Massimiliano Nani e la sua squadra affrontano in un’ottica locale ma anche nazionale e internazionale interagendo con molteplici settori di attività.

“Siamo consulenti di diverse family company del territorio – dice il ceo - che richiedono il nostro aiuto per istituire un’efficace strategia di branding. Gli investimenti sostenuti devono generare nel tempo ricavi ma soprattutto devono costruire ciò che definiamo un percep-



to positivo in merito alle prestazioni, alla credibilità, all’etica, alla sostenibilità. Il riconoscimento del marchio può essere agevolato attraverso una pianificazione attenta, coraggiosa e rispettosa delle prerogative aziendali. Le tempistiche per il conseguimento degli esiti attesi possono variare. Alcuni obiettivi riguardano il breve periodo mentre altri, più critici e complessi, il lungo periodo. Ma se il metodo adottato è quello corretto il punto di caduta giustifica il grande impegno, motiva e spinge ad un costante rilancio”.

BitDesign, proprio per lo spiccato orientamento al B2B, ha sviluppato un know-how di eccellenza ai fini delle operazioni di branding e posizionamento trasformando i marchi aziendali in brand distintivi e capaci di incrementare la forza competitiva insieme alla redditività. L’opera di consulenza prende avvio da una profonda indagine delle variabili del mercato, delle caratteristiche dei competitor, dell’identità aziendale, delle componenti che possono costruire una leadership e dei fattori che invece denunciano punti di debolezza. “Il quadro teorico e relativo alla missione valoriale – commenta Nani – non può mai prescindere dai comportamenti e dagli aspetti pratici che devono essere coerenti e sistematicamente orientati al risultato”.

I clienti vengono accompagnati in un percorso di definizione delle strategie e delle azioni conseguenti contando sullo sviluppo di materiali e tools commerciali; attività operative di marketing nell’ambito di campagne; gestione del marketing mix con il coordinamento di varie leve: digitale, tradizionale, relazionale, eventi, B2B.

La prerogativa di BitDesign è la capacità di interagire primariamente con il mercato business, lavorando in prevalenza con imprese che producono per altre imprese nel settore manifatturiero, meccanico, tecnologico, chimico dove la ricerca della spettacolarizzazione e





dell'immediatezza emotiva lascia il posto alla costruzione di relazioni stabili e fondate sulla fiducia, al riconoscimento della competenza, alla continuità temporale.

"Il marketing strategico – spiega Massimiliano Nani - costituisce una leva gestionale che investe trasversalmente tutte le operazioni e le dinamiche aziendali. Board decisionale, forza vendita, produzione, qualità, ricerca e sviluppo, risorse umane. Non ci interessa uno scenario nel quale la comunicazione è spinta dall'obiettivo di fare più rumore possibile per catalizzare interesse e attenzione. Ci interessa piuttosto la creazione di brand solidi, che acquistano valore nel tempo, capaci di respingere gli attacchi dei competitor, risultare inclusivi verso le nuove sfide e tendenze del mercato. Ogni nostro progetto è unico e personalizzato,

MISSIONE: MARKETING STRATEGICO PER LE PMI

BitDesign opera nel mercato B2B lavorando in prevalenza con Pmi, family company e imprese che producono per altre imprese nel settore manifatturiero, meccanico tecnologico, chimico siderurgico, dell'imballaggio La società ha sviluppato un know-how di eccellenza ai fini delle operazioni di branding e posizionamento trasformando i marchi aziendali in brand distintivi, anche con soluzioni multibranding, incrementando la forza competitiva insieme alla redditività. Il raggio d'azione è territoriale e globale

l'operatività quotidiana deve mantenere una direzione chiara e coerente, i traguardi devono essere concreti e verificabili. Sul piano metodologico, inoltre, l'essere umano deve sempre esercitare il diritto di anticipare e prevalere sulla tecnologia. L'intelligenza artificiale, in questa prospettiva, è uno strumento utilissimo ma non potrà mai sostituire la sensibilità, la capacità di empatia e lettura delle situazioni e del contesto, la libertà e la padronanza intorno all'arte di fare domande che sono proprie dell'intelligenza umana".

La sede nella zona dell'ex Olivetti a Crema, nel cuore della Lombardia industriale e produttiva, risponde al desiderio di lavorare a fianco delle Pmi e dei gruppi industriali che richiedono la traduzione della competenza tecnica in efficacia comunicativa. I locali si aprono con un ampio spazio dove è stato realizzato un anfiteatro che viene utilizzato per ospitare testimonianze esperienziali, dibattiti e incontri di esperti, momenti di confronto tra imprenditori, laboratori per le scuole del territorio, corsi di formazione professionalizzante.

BitDesign si avvale di team multidisciplinari con marketing strategist, visual, copywriter, data analyst, video storyteller che collaborano sinergicamente con specialisti in discipline finanziarie e amministrative, umanistiche e linguistiche fornendo sul piano dei servizi e delle competenze un modello d'integrazione verticale. "In questo modo i clienti – conclude Nani - possono evitare la dispersione e la frammentazione. Il dialogo diventa spontaneo e naturale. Tutto può convergere sull'obiettivo di studiare la comunicazione più adatta mettendo in atto uno sforzo che punta ad offrire alle Pmi una strategia di marca non elitaria ma funzionale a competere nei mercati di riferimento. Territoriali e globali. Un metodo che agisce con innovazione, all'insegna della prossimità e della condivisione. Ciò che facciamo quotidianamente è conoscere, pensare, studiare con scrupolo il mercato, aggiornare e approfondire il nostro sapere e quello dei partner, delineare per quanto possibile gli scenari futuri.

BitDesign è un luogo di creazione di cultura strategica al servizio delle imprese, dell'attrattività e della crescita territoriale".

FONDINOX

N. dipendenti: 118

Fatturato: 39 milioni

Mercato: Italia, UE, Extra UE

Sede: Sergnano

Anno iscrizione

Associazione Industriali:

1968

www.fondinox.it

FONDINOX ACCIAI E LEGHE PER AMBIENTI ESTREMI



L'azienda è stata fondata nel 1966 ed è giunta alla terza generazione con Michele, Stefano e Matteo Morini

Fondinox Spa rappresenta da oltre 50 anni un punto di riferimento nelle fusioni di getti in acciaio inossidabile e nella produzione di leghe speciali. Una realtà manifatturiera con una fortissima vocazione tecnologica: la sede è a Sergnano ma le prospettive commerciali interessano i mercati internazionali ad alto valore aggiunto. L'azienda, nata nel 1966, è giunta alla terza generazione e ha saputo costruire un continuo percorso di evoluzione che ha consentito di transitare dalla realizzazione di lingotti a fonderia specializzata alle leghe complesse. La proprietà non ha mai smesso di essere direttamente coinvolta nel management attuando sistematici investimenti sul fronte delle tecnologie, dei materiali e delle competenze metallurgiche. Una strategia che ha permesso di ottenere un posizionamento distintivo su scala globale fornendo pezzi finiti e componenti massimamente resistenti, in prevalenza valvole e pompe, per

gli impianti industriali. Fondinox, grazie agli acciai e alle leghe speciali, si è impostata come il partner ottimale per garantire il funzionamento a lungo termine in ambienti estremi senza cedere alla corrosione o all'usura.

Giovanni Morini, il fondatore, ha puntato inizialmente sulla produzione di lingotti da forgia in leghe inossidabili autentiche e ferritiche. Sono subentrati successivamente i figli Alberto e Maurizio. Negli anni '70 l'installazione dei forni ad induzione a media frequenza ha consentito di organizzare la fonderia e concentrare i processi sulla realizzazione di leghe fuse a base nickel. Nel decennio successivo la produzione ha virato sul conveniente mercato delle valvole e pompe fuse per il settore oil & gas. Fondinox ha imposto in questa fase una leadership nazionale collocandosi ai primi posti in Europa. Nel frattempo lo sforzo nelle attività di ricerca e sviluppo in ambito metallurgico ha

“

**Siamo un punto
di riferimento nel settore
delle fusioni
Un risultato che
dobbiamo alla nostra
storia, alla capacità
di investire, alla nostra
precisione
Vogliamo essere
attrattivi per i giovani
Il 100% degli utili rimane
in azienda per essere
convertito in investimenti
strumentali e strutturali**

Michele Morini



costruito le condizioni per inaugurare la produzione di leghe duplex e superduplex. Un primato al quale si è affiancato quello dei getti in sabbia e centrifugati. Un'altra tappa di sviluppo che ha ampliato la gamma dimensionale e le tipologie. Oggi, alla guida dell'azienda, continua ad esserci la famiglia Morini con **Stefano** che si occupa delle dinamiche produttive, **Michele** che è impegnato sul fronte commerciale, **Matteo** che coordina le attività di lavorazione meccanica oltre ad interessarsi di alcuni mercati esteri strategici come la Norvegia, la nazione europea più competitiva nel settore delle estrazioni.

“Il passaggio generazionale – racconta Michele Morini - ha riguardato non solo le nostre figure ma anche le prime linee aziendali tra il 2015 e il 2018. Una transizione che è andata a buon fine perché abbiamo ricostruito la squadra con ottimi tecnici e ingegneri. L'età media è intorno ai 40 anni. Del nostro lavoro mi affascina soprattutto il processo di trasformazione della materia prima. Dalla colata fino alle componenti fisiche e alle successive applicazioni. Sappiamo di essere una realtà stimata a livello italiano e internazionale. Questo ci spinge a dare il massimo ogni giorno. Un risultato che dobbiamo alla nostra storia, al coraggio e alla capacità di investire, di essere precisi nelle lavorazioni e puntuali nelle consegne. Vogliamo essere attrattivi per i giovani talenti, innovativi e competitivi. Il 100% degli utili rimane in azienda per essere convertito in investimenti strumentali e strutturali”.

I dipendenti sono 118 e il fatturato ha raggiunto quota 39 milioni di euro con una incidenza maggioritaria della domanda straniera. Anche se il mercato nazionale vale il 45% i prodotti acquisiti sono direzionati in ogni parte del mondo per ciò

EXPORT TRAINANTE

Il mercato nazionale vale il 45% ma i prodotti di Fondinox sono direzionati in ogni parte del mondo per ciò che riguarda le applicazioni finali: Unione Europea, Medio Oriente, Far East, Oceania

che riguarda le applicazioni finali. Unione Europea, Medio Oriente, Far East, Oceania. “Non siamo una fonderia low cost – racconta Stefano Morini - né avrebbe senso esserlo considerato che è impossibile nell'economia globalizzata vincere la gara del prezzo con i nostri competitor indiani o turchi. I clienti si aspettano da noi l'esecuzione di lavorazioni e finiture tecnicamente più complesse. Ci siamo attrezzati per rispondere a questo tipo di esigenza:

è molto sfidante e nel tempo abbiamo potenziato logiche e prestazioni dei servizi avvicinandoci sempre di più alla fase ultimativa del prodotto. Oggi i nostri pezzi finiti sono pronti per essere assemblati. È una metodologia che si fonda sulla qualità esecutiva, sulle azioni di controllo, sulle certificazioni di eccellenza di cui siamo dotati. In questo modo possiamo conservare il gap tecnico che ci caratterizza. Qui risiede il nostro vantaggio competitivo rispetto ai rivali che operano in altri Paesi e che possono fare affidamento su costi energetici minimi e normative più permissive”.

Fondinox fonde metalli ad altissima temperatura, fino a 1.600 gradi e oltre, per creare pezzi in acciaio o leghe di nichel destinati a industrie che lavorano nei comparti del petrolio e del gas, dell'alimentare, della desalinizzazione e della cantieristica navale, del chimico e petrolchimico, dell'energia, del trattamento dei rifiuti. Dopo che il metallo fuso è colato negli stampi di



STEFANO MORINI:
“I clienti si aspettano da noi l'esecuzione di lavorazioni e finiture tecnicamente complesse. È molto sfidante e nel tempo abbiamo potenziato logiche e prestazioni dei servizi. Oggi i nostri pezzi finiti sono pronti per essere assemblati”

MATTEO MORINI:
“Dobbiamo essere all'altezza personalizzando le soluzioni comprendendo ciò che vuole il cliente e anticipando eventuali criticità. È fondamentale visitare i siti produttivi all'estero per confrontarsi con le culture industriali più evolute al mondo”

sabbia i getti statici concretizzano valvole, corpi di pompe, turbine, flange, giranti, componenti strutturali. I getti centrifugati utilizzano invece stampi che ruotano ad alta velocità per ricavare tubi spessi, anelli, manicotti, boccole impiegati in impianti ad alta pressione o temperatura. “Operiamo con tecnologie molto avanzate – commenta Matteo Morini – e siamo saldamente inseriti nello scenario internazionale. L'asticella è alta e dobbiamo essere all'altezza personalizzando le soluzioni, comprendendo ciò che vuole il cliente e anticipando eventuali criticità. È fondamentale visitare i siti produttivi all'estero per rimanere aggiornati e capire le direzioni che sta prendendo il mercato. Tutto è in continua evoluzione. Personalmente mi entusiasma molto questo aspetto e considero i viaggi di lavoro come esperienze umanamente straordinarie e utilissime per confrontarsi con le culture industriali più evoluti al mondo”.

Davanti alle sfide e alle prospettive future i vantaggi strategici di Fondinox sono molteplici: la capacità tecnologica e il supporto tecnico-metallurgico anche in relazione ai servizi complessi; una stabilità operativa che viene da oltre 50 anni di attività; la confidenza con i mercati internazionali; la flessibilità e la versatilità ap-



plicativa che deriva da un processo di diversificazione ormai testato e consolidato, educato a misurarsi con i parametri più selettivi. Fondinox ha messo in campo risposte coerenti con la volontà di rispondere favorevolmente ai requisiti ambientali e di sostenibilità in tema di emissioni, efficienza energetica, utilizzo di materiali. Il ciclo produttivo prevede il riutilizzo dell'acciaio e delle sabbie oltre a garantire l'efficientamento grazie a nuovi sistemi di filtraggio che hanno razionalizzato i consumi e abbattuto le emissioni complessivamente del 60%. I prossimi investimenti energetici prevedono l'installazione di un sistema fotovoltaico per ottenere l'autoproduzione di energia elettrica in una quota del 15%.

Fondinox ha conseguito attestati di qualità, controllo e sicurezza insieme a certificazioni internazionali (Norsok) che dichiarano la possibilità di creare sinergie con i cicli industriali più competitivi attivando partnership prestigiose e remunerative. La spinta all'eccellenza viene sostenuta attraverso policy di reclutamento che attirano i giovani talenti dell'ingegneria meccanica e dei materiali anche attraverso collaborazioni consolidate con il mondo universitario. Il clima aziendale, spiegano i tre giovani imprenditori, è sempre stato improntato alla familiarità e al coinvolgi-

mento: “È importante dare segnali concreti per far comprendere che il contributo di tutti è indispensabile. Chi ha guidato l'azienda prima di noi ha sempre considerato centrale la sicurezza, la formazione, la professionalizzazione, la soddisfazione in merito ai compensi e alle opportunità di carriera. Continuiamo a credere che sia questa la visione più funzionale ai fini della crescita. Senza l'esperienza e la motivazione delle persone, senza il lavoro e le competenze di tutti, un'azienda non ha futuro”.

SOSTENIBILITÀ

Il ciclo produttivo prevede il riutilizzo dell'acciaio e delle sabbie oltre a garantire l'efficientamento grazie ai nuovi sistemi di filtraggio per la riduzione di emissioni e consumi. Gli investimenti energetici prevedono l'installazione di un sistema fotovoltaico per ottenere l'autoproduzione di energia elettrica in una quota del 15%



Le squadre di pronto intervento operano 24 ore su 24 per garantire l'efficienza della rete



GEI, IL GAS SICURO E SOSTENIBILE

Accendiamo il riscaldamento, mettiamo la pentola d'acqua sul fuoco: se abbiamo un impianto a gas sono gesti talmente scontati che, in genere, li pensiamo immutabili, e non immaginiamo che possono essere il frutto di una storia continua di innovazione e investimenti.

Basta entrare negli uffici di GEI a Crema per rendersi conto invece di quanto la distribuzione del gas si sia evoluta negli anni, per adottare le potenzialità offerte dallo sviluppo tecnologico e dalla digitalizzazione e garantire una rete sempre più capillare e sostenibile per l'ambiente e le persone.

GEI è la società di Crema che trasporta annualmente 298 milioni di metri cubi di gas, rifornendo circa 400mila persone tramite più di 160 società operanti nel libero mercato della vendita. Gestisce le reti del gas in 91 comuni tra Lombardia, Piemonte e Veneto attraverso un'infrastruttura che comprende 2.600 km di condutture. L'azienda – che fa parte di Gruppo Enercom, di proprietà della famiglia Crotti – ha tuttora sede nella stessa palazzina storica dove nel 1873 era nata l'Officina del gas per la pubblica illumi-



GEI trasporta 298 milioni di metri cubi di gas rifornendo 400mila persone

nazione cittadina, quando il gas metano serviva per illuminare i lampioni stradali. Nei decenni, GEI è stata tra le protagoniste del processo di metanizzazione del Nord Italia, e ancora oggi la sua missione è distribuire gas naturale in modo sicuro, efficiente, sostenibile. Un progetto imprenditoriale di successo, capace di collocarsi al tredicesimo posto nella classifica nazionale dei gestori delle reti gas senza mai

venire meno alla promessa di mantenere il radicamento sul territorio e il contatto con le realtà locali.

"Le nostre scelte strategiche – spiega l'ingegnere **Donato Stanca**, amministratore delegato di GEI – hanno sempre puntato sull'ascolto e sul dialogo con il territorio. Operiamo in contesti geograficamente omogenei che ci permettono di garantire la nostra presenza e tempe-



L'Officina del Gas per la pubblica illuminazione di Crema era attiva a fine ottocento in via Santa Chiara dove tuttora ha sede GEI



stività, nel rilevamento dei fabbisogni così come nelle risposte da mettere in atto. In un settore come il nostro, è fondamentale costruire un rapporto di fiducia con gli enti locali e i cittadini che si basi sull'efficienza negli interventi per garantire la massima sicurezza e tempestività. Un equilibrio che tuteliamo con una chiara focalizzazione territoriale”.

Il piano industriale di GEI si fonda su alcuni pilastri. La sicurezza e la continuità del servizio sono sempre in primo piano, e vengono perseguiti anche sfruttando l'innovazione tecnologica, testando e adottando i sistemi più evoluti ed efficienti di monitoring, sensoristica, telecontrollo e telelettura. “La sicurezza delle reti – spiega l'ingegnere **Camillo Leopoldi**, direttore tecnico – è un aspetto centrale che è alla base di ogni nostra decisione. Sia nella relazione con i cittadini sia nella gestione del personale. Ci siamo dotati di un sistema di rilevazione delle perdite che

ci ha permesso in questi anni di raggiungere parametri di eccellenza, rilevando anche le micro-fughe di gas e permettendoci di ridurre di anno in anno le emissioni dirette in atmosfera e gli impatti sull'ambiente. Proprio con la finalità di continuare a ridurre le micropertidite e gli impatti sull'ambiente, stiamo applicando diverse tecnologie e abbiamo introdotto l'intelligenza artificiale per l'analisi predittiva e il monitoraggio in tempo reale delle infrastrutture”. Le squadre di pronto intervento di Gei operano 24 ore su 24, 365 giorni all'anno, normalmente entro trenta minuti dalla chiamata. Ben al di sotto, quindi, della soglia dei 60 minuti imposta da Arera, l'Autorità di Regolazione per Energia Reti Ambiente che svolge compiti di controllo e vigilanza sull'intero settore.

Negli anni, è divenuto sempre più chiaro che gli obiettivi in termini di sicurezza delle reti del gas vanno di pari passo con la sostenibilità ambientale: l'adozione

LA STORIA DI GEI

Le radici di GEI affondano nella storia economica e industriale di Crema. Negli anni Cinquanta nasce infatti la Bonizzoni & Bernardi Officina del Gas, insediata nell'antica Officina del Gas per la pubblica illuminazione di Crema, attiva a fine ottocento in via Santa Chiara dove tuttora ha sede GEI. Da questa realtà si sviluppa la SIBB – Società Industriale Bonizzoni e Bernardi, che per decenni rappresenta un punto di riferimento per l'energia nella Bassa Lombardia. Negli anni l'azienda evolve fino a configurare il Gruppo Enercom, che oggi opera a tutto tondo nel settore dell'energia e include anche GEI. Il fatturato di GEI è 26 milioni di euro e i dipendenti sono 67, mentre i ricavi complessivi del Gruppo superano i 300 milioni di euro con 450 dipendenti.



Donato Stanca, amministratore delegato



Camillo Leopardi, direttore tecnico

di strumenti e tecnologie sempre più sofisticate, per il monitoraggio in continuo delle emissioni e la ricerca delle dispersioni, punta infatti a ottimizzare il funzionamento delle reti del gas ma anche a ridurre le emissioni climalteranti e i conseguenti impatti ambientali.

Da questo punto di vista, le procedure adottate da GEI dimostrano pieno allineamento con le normative europee in materia di sostenibilità, come testimonia anche l'adesione volontaria al protocollo internazionale OGMP 2.0 (Oil & Gas Methane Partnership) per la riduzione delle emissioni di metano: proprio nell'ambito

del protocollo, la commissione proposta delle Nazioni Unite ha confermato di recente a GEI il Gold Standard Reporting status per i risultati in termini di monitoraggio e riduzione delle emissioni.

Gli obiettivi di sostenibilità si stanno concretizzando anche in alcuni progetti per introdurre i green gas nella rete di distribuzione, a partire dalla sperimentazione del biometano, attraverso il coinvolgimento di produttori locali. "Predisporre le reti all'introduzione dei green gas, come il biometano, richiede di riformulare i processi tecnici e organizzativi – sottolinea l'amministratore delegato Donato Stanca –. Una sfida che ci vede in prima linea con progetti ad elevato tasso di innovazione".

Guardando al domani, le prospettive di GEI includono alcune priorità: l'espansione capillare della rete gas, il potenziamento delle azioni di manutenzione predittiva, una condivisione sempre più stretta dei progetti con le comunità attivando soluzioni energetiche partecipative, continui miglioramenti nei criteri ESG per continuare a garantire la trasparenza e la responsabilità sociale nelle relazioni con gli stakeholder e i territori. Relazioni che passano, per esempio, anche dal dialogo attivo con il mondo della scuola, in particolare con gli istituti superiori locali, per far conoscere ai giovani un settore così strategico e in costante evoluzione.

Da qualche anno GEI, a supporto delle amministrazioni locali, ha lanciato anche il progetto NexTown che nasce dalla volontà di supportare le città e i comuni medio piccoli nell'adozione delle soluzioni tipiche delle smart cities. "NexTown è un facilitatore di innovazione, con cui ci proponiamo di affiancare i comuni per migliorare la qualità della vita dei cittadini e delle imprese grazie alle opportunità della digitalizzazione" spiega Donato Stanca. Quest'anno NexTown è tra i progetti presentati dal gruppo "Se sei sindaco" all'assemblea annuale di Anci, l'associazione nazionale dei Comuni.

"Il modello di sviluppo che portiamo avanti in GEI è quello di una crescita armonica, sostenibile, inclusiva – conclude Donato Stanca – nella consapevolezza che lo scopo del nostro lavoro coincide con lo sviluppo sostenibile dei territori in cui operiamo per raggiungere case, imprese e spazi pubblici con la rete di distribuzione dei gas".

GRUPPO ENERCOM

Oggi Gruppo Enercom è una delle maggiori realtà italiane private tra le Utilities dell'energia, con una tradizione di oltre 70 anni alle spalle e una storia saldamente cremasca.

Il Gruppo opera in Lombardia, Veneto e Piemonte in quattro aree d'attività, che coprono i diversi ambiti legati alla gestione dell'energia: dalla produzione da fonti rinnovabili - con 7 centrali idro-elettriche in provincia di Bergamo e diversi investimenti in corso per l'autoproduzione da fotovoltaico - alla distribuzione di gas, fino alla vendita di energia e soluzioni di efficienza energetica con 38 negozi attivi sul territorio.

Con il piano strategico 2025-2030, il Gruppo Enercom è impegnato a sostenere una transizione energetica inclusiva e sicura: nell'autoproduzione da fonti rinnovabili, per esempio, punta a raggiungere entro il 2030 una potenza installata di 100 MW. Numeri e impatti che da tre anni vengono misurati anche nel Bilancio di Sostenibilità.

Tra gli interventi recenti spicca la realizzazione della nuova sede operativa del Gruppo a Cremosano: realizzata ristrutturando una fabbrica dismessa secondo i criteri più evoluti di edilizia sostenibile, è diventata sede della prima Comunità Energetica del territorio cremasco, EnerCER, nata dall'iniziativa di alcuni dipendenti.



GREEN OLEO, LEADER NELLA CHIMICA VERDE

Green Oleo è una società leader nel mercato europeo della chimica verde ed è uno dei principali produttori internazionali di olio acido e grassi animali da fonti rinnovabili. Il progetto imprenditoriale è recente. È nel 2012 che lo stabilimento di Cremona è stato rilevato dalla famiglia Buzzella. Un sito produttivo dalla lunga storia che prima di essere acquistato dai comproprietari della COIM di Offanengo ha ospitato gli Stabilimenti Chimici Mazzini nel 1923, la Simel nel 1955 mentre tra gli anni 80 e gli anni duemila si sono succedute Unilever, ICI e Croda. La nascita della Green Oleo ha richiesto investimenti molto importanti sul piano finanziario per portare a termine l'ammodernamento degli impianti e delle strutture. Oggi lo stabilimento cremonese è considerato su scala internazionale un esempio in termini di dimensione ed innovazione; un autentico modello nel settore delle bioraffinerie nel Sud Europa. Nel luglio del 2023 Green Oleo ha fatto il debutto nel mercato borsistico Euronext Growth Milan (EGM) dedicato alle Pmi ad alto potenziale di crescita. "L'approdo in borsa – dichiara il CEO **Beatrice Buzzella** – è stato il frutto di un percorso molto rigoroso e impegnativo che ha richiesto esami continui, severi e molto approfonditi. È stata un'azione forte e coerente con la volontà di realizza-



re un progetto imprenditoriale di successo nell'oleochimica. Eravamo interessati all'operazione da tempo ma, dopo una prima fase interlocutoria, non c'era stata la possibilità di concludere le trattative perché i tempi non erano maturi. Poi ci abbiamo riprovato e nel 2023 abbiamo deciso di quotarci nell'ottica di raccogliere le risorse necessarie per fare importanti acquisizioni. Una prospettiva che seguiva a rappresentare una priorità. Il nostro piano è sempre stato quello di costruire un'esperienza imprenditoriale di valore e lo stabilimento è stato oggetto di un proces-

GREEN OLEO

N. dipendenti: 90

Fatturato: 71 Milioni

Mercato: Italia, UE, Extra UE

Sede: Cremona

Anno iscrizione
Associazione Industriali:

2012

www.greenoleo.com



**BEATRICE BUZZELLA
CEO DI GREEN OLEO**

"Lavoriamo in modo solidale con le organizzazioni che operano nella prospettiva del bene comune a livello territoriale e anche in altri contesti dove sono richiesti progetti e investimenti con un fine umanitario. Nostro padre Mario ci ha trasmesso la convinzione che la qualità di un'azienda si misura anche dalla volontà di agire in sintonia con i bisogni e le sfide della comunità. Per noi si tratta di un valore irrinunciabile"

so analitico di aggiornamento. I nostri clienti sono aziende che operano in svariati settori e rispetto agli scenari commerciali ci collochiamo in un segmento intermedio. Non ci relazioniamo quindi con il consumatore finale, siamo nel B2B, anche se l'alto tasso di innovazione ci sta portando sempre più a valle del mercato. È questa, a tendere, la direzione strategica in quanto è qui che crescono le marginalità e conseguentemente le opportunità di sviluppo. Le nostre lavorazioni nobilitano sottoprodotto dell'industria alimentare che diventano disponibili per altri impieghi in una prospettiva di ottimizzazione delle materie prime da fonti rinnovabili, quello che oggi viene identificato come upcycling. Per operare nella chimica verde con redditività sono richieste competenze elevate, una notevole capacità di efficientamento, un solido radicamento territoriale, relazioni capaci di disegnare una prospettiva globale".

Beatrice e **Francesco Buzzella** hanno progettato una realtà finalizzata ad operare nel contesto di una filiera breve, incentrata sulla collaborazione con le aziende del territorio, performante in riferimento al tema cruciale della sostenibilità. L'obiettivo è utilizzare materie prime che derivano dai by-product dell'industria alimentare che non possono più essere destinati al consumo umano o animale. I prodotti oleochimici di Green Oleo offrono un'ampia gamma di acidi grassi, glicerine, derivati e possono essere finalizzati per numerose applicazioni. "Partendo dai derivati non edibili dell'olio di oliva, dal sego e da oli vegetali – spiega Beatrice Buzzella – attraverso processi industriali arriviamo a risultati di qualità che rispondono ad ogni tipo di richiesta e di sollecitazione del mercato. Il nostro è un percorso che nasce per generare una realtà che guarda al futuro dando priorità agli aspetti dell'innovazione e della ricerca scien-

tifica. Abbiamo un programma di espansione che vogliamo perseguire e sappiamo che per riuscirci dobbiamo affidarci alla leva della conoscenza. Siamo in grande sintonia con i tempi e con le normative più evolute in quanto ci serviamo per la stragrande maggioranza di materie prime naturali, biodegradabili e rinnovabili al 100%. Un altro elemento portante è la collaborazione attiva e continuativa con il tessuto produttivo locale".

I prodotti chimici eco-sostenibili di Green Oleo rendono possibili numerose applicazioni nel mondo del consumo. Lubrificanti che riducono l'impatto ambientale; detergenti e saponi o cosmetica di alta gamma; adesivi, resine e vernici; plastiche ed elastomeri; prodotti tessili e cuoio, della filiera agroalimentare e dell'industria intermedia. Si tratta delle soluzioni scientificamente e tecnologicamente più avanzate, ricavate da fonti rinnovabili, generate con il contributo decisivo del know-how che viene messo a disposizione dall'azienda cremonese.

Green Oleo è una realtà stabilmente inserita negli scambi internazionali dove riesce a far valere uno scarto qualitativo rispetto ai competitori. Un modello imprenditoriale in sintonia con i principi e le prassi dell'economia circolare. La vocazione alla 'sperimentazione verde' è costante. Per rispondere alle necessità di un comparto centrale per il business come la cosmetica, per esempio, sono stati elaborati processi per ricavare lo squalene. Si tratta di un prodotto naturale presente in fonti vegetali come l'olio di oliva, l'olio di amaranto, l'olio di argan e l'olio di girasole. Grazie alle caratteristiche emollienti e antiossidanti lo squalene viene impiegato per creme solari, lozioni, fondotinta, rossetti e il make-up di alta gamma. Il fatturato 2024 è stato di 71 milioni di euro ed è in crescita con una quota dell'estero che raggiunge il 60% mentre il resto proviene dal mercato nazionale. Il bacino maggiore è rappresentato dai paesi dell'Unione Europea anche se gli Stati Uniti e le nazioni asiatiche stanno incrementando le rispettive quote in rapporto al volume complessivo. Nel consiglio di amministrazione siedono con il ruolo di amministratore delegato Beatrice e Francesco Buzzella insieme ad **Angelo Facchinetti, Barbara Ricciardi e Raffaella Bianchessi**. I dipendenti sono 90 e le persone sono al centro del progetto aziendale che viene interpretato come un cammino di crescita e perfezionamento professionale. Una visione che si rispecchia nelle decisioni del management e trova con-





Beatrice e Francesco Buzzella guidano il Cda con il ruolo di amministratori delegati

ferma nei dati relativi alla formazione del personale. Nel 2024 sono state erogate oltre 8mila e 600 ore di formazione rivolte a tutte le categorie realizzando percorsi funzionali alle attività teoriche, alla professionalizzazione, alla gestione e al miglioramento della qualità dei prodotti, all'efficientamento dei processi, all'apprendimento on the job ed alle prassi più virtuose in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

I forti e prolungati investimenti destinati all'innovazione tecnologica, insieme alla costante attenzione per la ricerca scientifica, hanno consentito di esprimere policy sostenibili volte al riciclo dei sottoprodotto industriali e alla riduzione degli sprechi. Green Oleo adotta strategie conformi con i principi della legalità e della responsabilità sociale d'impresa. Il codice etico prende ispirazione dai Ten Principles contenuti nel Global Compact delle Nazioni Unite. Le regole di deontologia aziendale vengono applicate all'interno e nei confronti di ogni soggetto esterno. L'azienda persegue un modello di organizzazione, gestione e controllo finalizzato alla prevenzione per contrastare ogni condotta configurabile come reato e ha istituito un organismo specifico con compiti di vigilanza. Vengono perseguiti gli obiettivi di sviluppo sostenibile di Agenda 2030 ed è prevista la rendicontazione annuale dei progressi attraverso la Communication on Progress (CoP). Ecovadis, uno dei principali sistemi di valutazione della sostenibilità aziendale a livello globale, ha riconosciuto a Green Oleo punteggi di eccellenza conferendo l'ambita medaglia Platinum che solo l'1% delle società riesce a raggiungere. Un risultato prestigioso che è stato confermato negli anni 2023, 2024 e 2025. La qualità e il rispetto delle normative internazionali rappresentano principi

prioritari come dimostrano le numerose certificazioni ottenute: RSPO, ISCC PLUS, Prodotto e processo, Kosher, Ecocert Cosmos, EFFCI, ISO Quality, ISO Environmental, ISO Safety. L'azienda figura inoltre tra i firmatari della Dichiarazione di Anversa in riferimento al traguardo della carbon neutrality per la chimica europea.

Green Oleo ha attivato proficue collaborazioni con istituzioni locali, organizzazioni del terzo settore, cittadini e comunità scientifiche per sviluppare progetti mirati al benessere delle comunità. L'azienda ha partecipato alle iniziative di Amref Health Africa, Madzi Ali Moyo, Fondazione Occhi Azzurri Onlus, ABIO (Associazione per il Bambino in Ospedale), Unione Sportiva Esperia Volley 1961, IEO (Istituto Europeo di Oncologia), Lions Club Crema Gerundo, Rotary e Rotaract. Sostiene inoltre l'Associazione Industriali della Provincia di Cremona per l'assegnazione di borse studio agli studenti universitari e delle scuole secondarie del territorio. "Crediamo in un modello di impresa – spiega Beatrice Buzzella – che individua nella valorizzazione del talento una priorità. Promuoviamo l'incontro tra le giovani generazioni e il mondo del lavoro. Lavoriamo in modo solidale con le organizzazioni che operano nella prospettiva del bene comune a livello territoriale e anche in altri contesti dove sono richiesti progetti con un fine umanitario. Nostro padre Mario ci ha trasmesso la convinzione che la qualità di un'azienda si misura anche dalla volontà di agire in sintonia con i bisogni e le sfide della comunità cercando, per quanto è possibile, di fornire un contributo utile e duraturo. Per noi si tratta di un valore irrinunciabile che procede di pari passo con la propensione alla crescita e all'innovazione".

FAMIGLIA DI IMPRENDITORI SOCIETÀ DI BENEFIT

La famiglia Buzzella opera nel settore della chimica industriale da oltre 60 anni nella società COIM, uno dei principali gruppi chimici italiani con un fatturato superiore a un miliardo di euro e stabilimenti situati in molte aree del mondo. La storia di COIM inizia con l'incontro tra Mario Buzzella e Cesare Zocchi. Attualmente Beatrice e Francesco Buzzella fanno parte del consiglio di amministrazione di Coim oltre ad essere soci fondatori e amministratori di Green Oleo che è stata trasformata in Società Benefit e ha già all'attivo quattro bilanci di sostenibilità integrando nello statuto l'impegno a generare impatti positivi sulla società e sull'ambiente.



L'associazione Madzi Ali Moyo costruisce pozzi nelle regioni più povere dello Zambia

GRIMALDELLI SRL DAL 1921 A FIANCO DEGLI ALLEVATORI



Claudio Grimaldelli è in azienda dal 1999. Ha rivoluzionato metodi e strategie creando una realtà di eccellenza

L'azienda Grimaldelli Srl opera da tre generazioni nel settore della carpenteria metallica applicata agli impianti zootecnici. L'esperienza e le competenze maturate consentono all'impresa, che ha sede a Salvirola, di realizzare stalle complete, a partire dai box per i vitelli, box multipli con alimentazione automatizzata, stalle per rimontasìa su lettiera che su cuccetta fino alle più complesse stalle per le vacche in lattazione, dove nulla viene lasciato al caso, tutti i dettagli vengono studiati per rendere confortevole l'ambiente per gli animali e per gli operatori che ci devono lavorare.

"I nostri punti di forza – spiega **Claudio Grimaldelli**, amministratore delegato dell'azienda – sono certamente la passione per il nostro lavoro, il rapporto serio e duraturo con i clienti, il know-how acquisito negli anni, frutto di molte sperimentazioni e con-

tinua ricerca di nuove soluzioni.

Alla base di tutto c'è il progetto, lavoriamo in tridimensionale da oltre vent'anni, facciamo simulazioni animate per la movimentazione dei cancelli, nel caso di ristrutturazioni o implementazioni in siti esistenti eseguiamo i rilievi con il laser scanner 3D per determinare con estrema precisione dimensioni e geometrie di edifici e aree di costruzione, generando modelli digitali per simulare l'inserimento delle nostre strutture già in fase di progettazione, riducendo tempi e margini d'errore, queste soluzioni ci permettono inoltre di portare agli allevatori e agli operatori edili disegni di facile comprensione.

Il nostro obiettivo: costruire ambienti salutari e confortevoli in cui i capi possano crescere e vivere in modo armonico sviluppando le migliori caratteristiche

”

Abbiamo una storia importante alle nostre spalle che onoriamo con trasparenza e coraggio Non promettiamo mai ciò che non siamo in grado di fare I nostri clienti premiano un metodo di lavoro fondato sulla ricerca dell'eccellenza e sulla trasparenza nelle relazioni commerciali L'azienda è cresciuta grazie soprattutto alle persone che hanno operato con noi Le risorse umane sono il pilastro della nostra operatività quotidiana e rappresentano la premessa indispensabile per continuare a progredire in futuro Sono profondamente grato a tutti i miei collaboratori per la dedizione e la tenacia Siamo un gruppo unito che condivide sforzi e obiettivi

**Claudio Grimaldelli
amministratore delegato**

della razza. È la premessa indispensabile per ottenere maggiore produttività, garantendo redditività alle imprese zootecniche. Allo stesso tempo è necessario agevolare e rendere sicure le operazioni di lavoro del personale. Rispetto degli animali, sicurezza ed efficienza sono i principi che ci guidano in ogni progetto”.

L'azienda è nata nel 1921 e nel 2021 ha festeggiato con i dipendenti e le loro famiglie il traguardo del centenario. Il nonno di Claudio Grimaldelli ha iniziato l'attività come maniscalco sotto un portico di Romanengo. Con l'affiancamento dei figli sono state sviluppate due principali aree d'affari: il lavoro conto terzi per l'agricoltura; la carpenteria metallica per il mondo agricolo e industriale. Negli anni sessanta l'azienda ha avviato un processo di specializzazione separando le due attività principali in due aziende giuridicamente distinte: una per il conto terzi e una per la carpenteria metallica, quest'ultima destinata a diventare la Grimaldelli di oggi. Ma la svolta imprenditoriale è avvenuta nel 1999 quando Claudio Grimaldelli, terminati gli studi, ha fatto il suo ingresso in azienda a fianco degli zii **Gianluigi** e **Giacomo** rivoluzionando metodi di produzione e obiettivi strategici. “Ho compreso – racconta Claudio Grimaldelli – che era necessario concentrarsi nel settore della zootecnia dove c'erano possibilità di crescita e sviluppo notevoli. Aumentando il livello di automazione e digitalizzazione, l'azienda adottava una strategia di differenziazione rispetto al mercato, non più solo lavorazione del ferro ma fornitura di progetti e impianti completi con una visione a 360 gradi delle esigenze degli allevatori, incrementando di conseguenza i ricavi e le opportunità di crescita. Si è rivelata un'intuizione vincente. In dieci anni ho rilevato l'azienda che nel frattempo ho modellato secondo alcune priorità organizzative che ancora oggi permettono di ottenere vantaggi strategici rispetto ai concorrenti. Ho potenziato l'area della progettazione investendo nella qualità della tecnologia e delle risorse umane. Oggi possiamo contare su una squadra guidata da un tecnico di grande esperienza, **Ivan Gilli**, che ha dato un contributo fondamentale per costruire un gruppo motivato e competente. Anche nei reparti produttivi l'innovazione tecnologica e organizzativa è sempre stata al centro dei processi di cambiamento. Inoltre offriamo consulenza agli allevatori e agli agricoltori in



Il centro di progettazione è diretto da Ivan Gilli e utilizza laser scanner 3D per le simulazioni digitali dei progetti

AGRICOLTURA SOSTENIBILE

Grimaldelli progetta e costruisce impianti zootecnici completi per bovini da latte che riutilizzano le deiezioni degli animali per produrre biogas e corrente si crea un circolo virtuoso che comprende l'installazione di pannelli fotovoltaici sui tetti delle stalle

GRIMALDELLI

N. dipendenti: 42

Fatturato: 19 Milioni

Mercato: Italia

Sede: Salvirola

Anno iscrizione
Associazione Industriali:

2013

www.glcgrimaldelli.com

materia di finanza agevolata e bandi pubblici per sostenerli sul piano finanziario e documentale. Naturalmente operiamo anche nella fase post-vendita con un servizio continuativo di assistenza, ricambistica, manutenzione e formazione. Abbiamo diversificato le nostre aree di attività. Siamo in grado di progettare e realizzare impianti di biogas e fotovoltaici. In questo modo mettiamo gli agricoltori nelle condizioni di poter gestire cicli di produzione sostenibili. Diversificare è stato un passaggio cruciale. Possiamo fornire un quadro sistematico e completo, capace di includere tutte le opportunità di efficientamento e di remunerazione degli investimenti”. Le attività di carpenteria metallica comprendono la trasformazione dei metalli per la costruzione di strutture e attrezzature in acciaio. La missione è soddisfare le richieste del settore zootecnico e industriale attraverso soluzioni tailor made, all'avanguardia tecnologicamente e con finiture di elevata qualità.

In un contesto in cui l'agricoltura italiana sta puntando sempre di più sugli aspetti del benessere animale, dell'efficienza produttiva, della sostenibilità e del rispetto ambientale, Grimaldelli è stato in grado di offrire un contributo determinante in questa direzione adottando per primo importanti innovazioni tecnologiche a livello di processo e di prodotto. L'impiego

INGRESSO DI NUOVI SOCI

La crescita dell'azienda ha posto le condizioni per ampliare la compagine sociale: i nuovi soci guidati dal family office Vitali-Manfroni hanno sottoscritto una partnership che si basa su una visione comune e sul rispetto del know-how aziendale



del laser scanner 3D ha generato precisi modelli digitali per simulare l'inserimento delle strutture già in fase di progettazione. Sempre nell'ambito del processo produttivo la Grimaldelli ha investito in macchinari all'avanguardia come il taglio laser tubo con testa 3D. A livello di prodotto si possono ricordare, solo a titolo di esempio, i cupolini di areazione motorizzati per ottimizzare i flussi d'aria con chiusura automatica in caso di pioggia, abbeveratoi ribaltabili per una facile pulizia e cancelli automatici per la gestione dei gruppi.

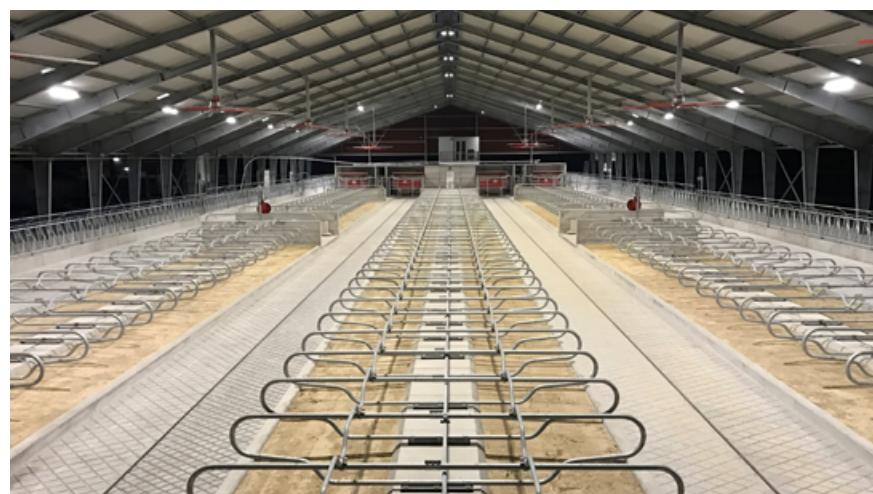
Continua l'amministratore delegato: "Lavoriamo ogni giorno e duramente per soddisfare le esigenze dei nostri clienti. La zootecnia sta sperimentando un periodo di notevole e rapida trasformazione, anche sul piano generazionale e non solo nelle metodologie e nelle strumentazioni di produzione. I giovani imprenditori sono molto curiosi e informati, ricercano le soluzioni più vantaggiose e sono disposti ad affrontare gli sforzi che gli investimenti richiedono. Ma

vogliono giustamente dialogare con un'organizzazione esperta, competente, seria, trasparente. Pretendono, a ragione, di essere affiancati e indirizzati al meglio. Non promettiamo mai nulla che non siamo in grado di realizzare e il passaparola dei clienti è la nostra migliore pubblicità. È qui che si trova l'efficacia di una leva commerciale che ha consentito all'azienda di continuare a crescere. I nostri progetti convincono perché traducono in realtà la volontà di mettere al centro di ogni progetto il benessere degli animali, la sicurezza del lavoro, l'eccellenza prestazionale degli impianti".

All'interno dell'azienda lavorano 42 dipendenti. Il sito si estende su un'area di 12.500 metri quadri con cinque capannoni destinati ad ospitare le officine e i magazzini, più una sede per gli uffici amministrativi, commerciali e il centro di progettazione. L'azienda è certificata ISO 9001, ISO 3834 per le saldature, EN1090-2 per la marcatura CE delle strutture.

Insieme alle competenze, ai fini

dello sviluppo delle potenzialità imprenditoriali, ha avuto un peso determinante la collocazione geografica. La provincia di Cremona risulta essere una delle zone più dinamiche dell'agricoltura lombarda che è nota nella scena nazionale e internazionale per l'efficienza e la produttività degli allevamenti. Un fattore, la localizzazione, che si è dimostrato cruciale anche per la prossimità ad alcuni distretti manifatturieri in quanto il territorio cremasco è munito di facili collegamenti con alcune delle aree artigianali e industriali più avanzate del Paese. La strategia di penetrazione e consolidamento del mercato è il risultato della convergenza ottimale tra le competenze relative alle lavorazioni del metallo e la specificità degli impianti zootecnici. Un binomio vincente che ha prodotto margini costanti di crescita e competitività rispetto alle altre aziende del settore. Il fatturato, in continuo aumento, ha superato quota 19 milioni e ha attirato l'interesse di nuovi investitori. "I nuovi soci, guidati dal family office Vitali-Manfroni, ci hanno dato fiducia e sono intervenuti rafforzando la compagine societaria. Abbiamo siglato una partnership strategica che si basa su una visione comune, sul rispetto della tradizione e del know-how aziendale, mantenendo invariata la guida tecnica e operativa. Il nostro comune intento – conclude Claudio Grimaldelli – è strutturare in modo ancora più efficiente l'assetto organizzativo, per crescere adottando una moderna logica industriale ma senza perdere la nostra identità votata al tailor-made. In questo modo potremo rispondere alle sempre maggiori richieste del mercato esprimendo tutto il nostro potenziale commerciale e ampliando il nostro raggio d'azione in Italia e sui mercati esteri".





Lo stabilimento di Drizzona è tra i più innovativi del settore. Opera in stretta sinergia con il sito di Prevalle (Brescia)

IMBAL CARTON ESPANSIONE E PACKAGING SOLIDALE

La capacità d'innovazione, l'efficienza e la costante ricerca finalizzata a realizzare prodotti ecosostenibili hanno consentito ad Imbal Carton di conquistare la leadership nella produzione di imballaggi in cartone ondulato. La vocazione alla crescita e al rispetto della policy ambientale è il risultato di una strategia di lungo periodo incentrata sugli investimenti. Una visione che punta all'ammodernamento del parco tecnologico e che si è avvalsa di operazioni impattanti per garantire l'integrazione orizzontale e verticale nell'approccio al mercato. Altri pilastri sono la formazione e la valorizzazione delle risorse umane insieme all'implementazione di azioni finalizzate a coniugare l'ottimizzazione delle dinamiche produttive con il traguardo della sostenibilità in ambito ambientale e sociale.

La sede operativa è a Piadena Drizzona mentre a Prevalle, in provincia di Brescia, è attivo un altro stabilimento. I due siti operano in stretta sinergia come spiega l'amministratore delegato **Stefano Lancelotti**: "Un binomio che si è trasformato in un

fattore di successo ai fini della competitività. Abbiamo stabilito due orizzonti differenti completando tutta la gamma dei prodotti così da poter soddisfare ogni richiesta del mercato. È uno dei nostri principali punti di forza. L'Italia, a livello europeo, si colloca al primo posto nella domanda di imballi. Un dinamismo che giustifica le nostre azioni di efficientamento e investimento. Non può essere altrimenti. L'attrattività del mercato nazionale, infatti, catalizza le multinazionali e i gruppi stranieri. Per essere competitivi lavoriamo costantemente sulla leva della qualità e della concorrenzialità. Nell'evoluzione della storia aziendale l'impianto di Drizzona ha rappresentato una svolta importantissima in quanto ci ha permesso di presidiare tutto il Sud della Lombardia insieme all'Emilia Romagna, una regione straordinariamente ricca di aziende che operano nel comparto alimentare. Servendo al meglio e in modo continuativo questi territori abbiamo costruito le condizioni per un'espansione che è tuttora in corso".

Imbal Carton realizza soluzioni di

IMBAL CARTON

N. dipendenti: 180

Fatturato: 52 Milioni

Mercato: Italia

Sede: Drizzona
e Prevalle (BS)

Anno iscrizione
Associazione Industriali:
2018

www.imbalcarton.it

FABBISOGNO ENERGETICO 100% DA FONTI RINNOVABILI

Il sistema fotovoltaico dei siti produttivi ha una capacità di quasi 870 kW coprendo circa il 20% dell'energia elettrica necessaria. Il restante fabbisogno è garantito da energia proveniente esclusivamente da fonti rinnovabili certificate

packaging standard e personalizzate. Imballi, confezioni e scatole rappresentano la tappa conclusiva di un processo accurato che include lo studio iniziale, la selezione delle migliori materie prime, l'impiego di processi all'avanguardia conformi con le



PARTNERSHIP PER LA CARTA RICICLATA

Imbal Carton collabora con la multinazionale tedesca Progroup AG. Insieme hanno un progetto di integrazione verticale per produrre imballi con cartone riciclato al 100%

politiche italiane ed europee della sostenibilità, la progettazione grafica, la produzione, la consegna, l'immagazzinamento. I settori trainanti sono molteplici. Preval l'alimentare anche se una buona parte delle commesse proviene da cosmetica, auto-

motive, arredamento e illuminotecnica. Il catalogo è completo, puntuale e molto articolato: packaging per i prodotti alimentari freschi e pronti, scatole-espositori, imballi per bottiglie, espositori da terra e da banco, vassoi fustellati, wine box, offset, plateaux montati, pizza box, fustellate stese e incollate, scatole americane. Il polo cremonese ha una superficie di 65 mila metri quadri, di cui oltre 17 mila al coperto, e all'interno lavorano 84 dipendenti. A Drizzona la capacità produttiva annua è di 75 milioni di metri quadri con un sito avveniristico dotato di cinque linee automatizzate di ultima generazione che si aggiungono alle sei in funzione presso l'impianto di Prevalle.

Negli ultimi anni, l'azienda ha compiuto importanti investimenti per incrementare la propria efficienza energetica e ridurre l'impatto ambientale. In particolare, è stato potenziato il sistema fotovoltaico con l'installazione di 498 kW nello stabilimento di Piadena Drizzona e 370 kW a Prevalle, raggiungendo così una capacità complessiva di quasi 870 kW. Grazie a questi interventi, oggi l'azienda è in grado di autoprodurre circa il 20% dell'energia elettrica necessaria alle proprie attività, mentre il restante fabbisogno viene coperto attraverso l'acquisto di energia proveniente esclusivamente da fonti rinnovabili certificate.

Questo approccio consente di affermare che l'intera attività aziendale è alimentata al 100% da energia rinnovabile, un traguardo significativo nel percorso verso la sostenibilità. In continuità con questa strategia, l'azienda sta inoltre convertendo progressivamente la propria flotta aziendale a veicoli 100% elettrici, compresi anche i mezzi destinati al trasporto commerciale, con l'obiettivo di ridurre ulteriormente

le emissioni e contribuire a un futuro più sostenibile. Lo stabilimento bresciano si estende su un'area di 22 mila metri quadri con un capannone di oltre 10 mila metri quadri per un totale di 25 milioni di metri quadri di cartone ondulato lavorabili in un anno. Il personale dell'intero gruppo conta 180 persone tra dipendenti diretti e collaboratori. "Non abbiamo mai smesso di perseguire strategie di crescita – continua l'amministratore delegato – e l'abbiamo fatto attraverso iniziative finanziarie di grande forza. Sostituire una delle nostre linee può richiedere fino a 8 milioni di euro. Ma il vantaggio che ne ricaviamo sul prezzo finale merita lo sforzo in quanto il cartone ondulato, come ogni prodotto apparentemente semplice, può essere sottoposto ad un miglioramento continuo in relazione alla qualità e ai costi unicamente in presenza di ambienti ad elevato tasso di innovazione. Parallelamente è necessario dotare le risorse umane delle competenze più aggiornate per qualificarsi come una delle realtà più performanti del settore. In questo modo è possibile creare una reputazione eccellente che spinge verso il nostro gruppo l'attenzione di soggetti autorevoli. Questa è la modalità che ci ha permesso di sviluppare partnership reciprocamente vantaggiose".

La storia di Imbal Carton inizia nel 1967. A partire dagli anni novanta si sono verificate importanti acquisizioni: lo Scatolificio Feroldi nel 1996; Clarscatola nel 2001, Litocartotecnica Bresciana nel 2006; Digital Carton a Trento nel 2016. Passaggi che hanno dilatato la quota di mercato. Attualmente l'azienda ha più di mille clienti e tratta 22 mila commesse annuali. La partnership con la multinazionale tedesca Progroup AG, specializzata nella produzione di car-

SOCIETÀ DI BENEFIT

Imbal Carton, in quanto Società Benefit, persegue scopi di beneficio comune L'amministratore delegato Stefano Lancellotti: "Cerchiamo di intervenire nel territorio con progetti finalizzati a migliorare la vita delle comunità. I numeri del bilancio sono fondamentali per un'impresa ma lo sono anche i valori e i principi Per noi è importante mantenere la parola data sul fronte commerciale. Non c'è mercato senza buona fede. Ma è altrettanto importante sviluppare l'occupazione e il benessere delle comunità nelle quali siamo presenti"

tone ondulato, si è tradotta in una sinergia vincente come spiega Stefano Lancellotti: "Erano interessati al contesto italiano che è dotato di un potenziale sorprendente. I loro piani di analisi hanno confini temporali che superano i dieci anni. Riescono a controllare l'intera filiera di produzione della carta. Imbal Carton ha aggiunto il segmento finale, quello che interagisce direttamente con il mercato. Le nostre soluzioni sono versatili, flessibili e di altissimo livello esecutivo. Inoltre, offriamo servizi come lo stoccaggio e la logistica. L'alleanza con Progroup ha determinato l'accessibilità immediata alle riserve di materia prima con la conseguenza di poter disporre di prezzi molto concorrenziali. Queste premesse hanno condizionato positivamente gli andamenti commerciali e stiamo vivendo una fase di forte rilancio in merito agli ordinativi, ai volumi e ai ricavi con un incremento netto della redditività".

Il fatturato di Imbal Carton ha superato i 52 milioni di euro per una produzione complessiva di 85 milioni di metri quadrati di cartone ondulato. Traguardi che procedono di pari passo con lo sviluppo di processi rispettosi della sostenibilità. Quasi il 90% degli imballaggi prodotti è costituito da cartone riciclato. Le emissioni CO₂ sono state sistematicamente ridotte grazie all'adozione di una filiera di logistica inte-



Azienda leader nella produzione di imballaggi in cartone ondulato

grata secondo il modello 'door-to-door'. La filosofia aziendale in relazione alle risorse umane favorisce su più fronti la conciliazione della vita privata e professionale. Sono attivi percorsi di formazione per incrementare i livelli di sicurezza e prevenzione dei rischi insieme alle abilità e alle competenze tecniche. Il gruppo ha introdotto una serie di azioni per sostenere il reddito dei nuclei familiari: un bonus di 500 euro ai dipendenti che si sposano e un contributo di mille euro per la nascita di ogni figlio; un premio welfare da calcolare in rapporto agli utili; la destinazione di spazi per ospitare momenti di condivisione e socializzazione. Nel settembre 2022 Imbal Carton ha modificato lo statuto diventando Società Benefit impegnandosi formalmente a perseguire scopi di beneficio comune nell'ambito sociale, ambientale e culturale. Imbal Carton promuove numerose iniziative nei territori dove è presente sponsorizzando squadre

giovani, associazioni, enti culturali e pro-loco, parrocchie e organizzazioni del terzo settore. "Le persone – conclude Stefano Lancellotti - sono il motore di ogni azienda e di ogni successo. Cerchiamo di offrire trattamenti competitivi e siamo molto attenti al benessere di tutti i nostri collaboratori. Il lavoro non può prescindere dal senso di appartenenza e di unione. Siamo una squadra. Le decisioni strategiche sono prese da un consiglio di amministrazione in forma collegiale dopo confronti, riflessioni, proposte che avanziamo con ampia libertà. Allo stesso tempo ricerchiamo la partecipazione dei dipendenti perché il risultato complessivo nasce dallo sforzo di ognuno di noi. Il mercato è diventato incredibilmente difficile e competitivo. Abbiamo bisogno di dedizione, creatività, capacità di ascolto verso i colleghi, empatia, partecipazione al destino aziendale. Solo in questo modo possiamo continuare a progredire".





IT IMPRESA PARTNER STRATEGICO NEL SETTORE IT

INFRASTRUTTURE TECNOLOGICHE MARKETING SOFTWARE

IT Impresa è la società principale di uno scenario articolato Pragmind realizza azioni di marketing digitale. Qualitade è uno sviluppatore di software per le Pmi dell'agroalimentare I clienti beneficiano di una squadra multidisciplinare di specialisti

La missione di IT Impresa è semplice quanto fondamentale: proteggere l'operatività quotidiana delle imprese. In un contesto in cui un attacco informatico può bloccare la produzione, interrompere i servizi o compromettere dati riservati, la continuità operativa diventa il primo patrimonio da proteggere. Per questo motivo IT Impresa supporta le PMI con un modello che unisce prevenzione, monitoraggio costante e intervento immediato quando necessario. Un partner tecnologico per le aziende del territorio, specializzato nella progettazione e nella realizzazione di infrastrutture informatiche. Questo include anche la gestione delle reti e lo sviluppo mirato di software con soluzioni personalizzate.

L'azienda, con sede principale a Cremona e presenza in Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna, offre una con-

sulenza a 360 gradi che evita alle imprese di doversi rivolgere a più fornitori, semplificando scelte, gestione e responsabilità. Nata nel 2011, IT Impresa fornisce un'assistenza tecnica completa, garantendo una prospettiva sistemistica nell'erogazione dei servizi affiancando i clienti in tutte le fasi ideative, operative e di gestione.

"La nostra esperienza nell'ambito del settore IT – racconta il ceo **Manuele Bassanini**, laureato in ingegneria informatica presso la sede cremonese del Politecnico di Milano – è il risultato di una convergenza professionale promossa da ex colleghi. Volevamo creare una realtà autonoma e innovativa nel settore delle reti e delle tecnologie informatiche. Inizialmente ci siamo affermati nel settore sanitario direzionando poi la nostra operatività verso il comparto manifatturiero con particolare

riferimento alle PMI. Oggi abbiamo aperto sedi a Monza, Torino e Parma. Ogni cliente può contare su un team dedicato di ingegneri, tecnici e sviluppatori incaricati di provvedere agli interventi di installazione, configurazione e manutenzione provvedendo a tutte le azioni di aggiornamento e monitoraggio dei sistemi.”

Una metodologia che coniuga efficienza e flessibilità per realizzare la digitalizzazione dei processi aziendali, l’allestimento di infrastrutture iperconvergenti, la gestione del database, l’attivazione integrale di tutte le forme cloud, servizi di backup & disaster recovery, virtualizzazione e cyber security. Le proposte sono tailor made e vengono create a partire dalle specifiche esigenze del cliente. Un pacchetto di servizi che può interessare l’intero ambito gestionale o istituire percorsi con moduli speciali realizzando soluzioni inedite o fornendo integrazioni alle infrastrutture esistenti.

“Abbiamo costruito un gruppo di persone che lavorano in modo sinergico – continua Bassanini – interagendo con il mercato da molteplici punti di vista. Formiamo costantemente le risorse umane perché sono le persone il principale valore di ogni progetto imprenditoriale. Miglioriamo soft e hard skill attraverso team building interni e corsi professionalizzanti anche collaborando con atenei universitari. Crediamo nello spirito di appartenenza e di unione. Una visione che ci ha spinto ad organizzare i locali della nostra sede con l’obiettivo di favorire il confronto, la condivisione e la sinergia tra le persone. In



PRIORITÀ ALLA CYBER SECURITY

Insieme ad altre due realtà del territorio, C2 Corporate e ACS Web, IT Impresa ha fondato Execurity per operare al meglio nell’ambito della cyber security garantendo il pronto intervento ma soprattutto la prevenzione contro minacce provenienti dalla rete

questi anni siamo cresciuti moltissimo e abbiamo diversificato per ottenere un posizionamento più competitivo nel mercato. IT Impresa opera con lo scopo di offrire consulenza informatica integrata attraverso l’installazione, la gestione e l’assistenza a infrastrutture server e di rete. Pragmind aiuta le PMI a crescere online attraverso strategie di marketing digitale mirate, la realizzazione di siti web, e-commerce ottimizzati in ottica SEO e la gestione dei canali social per una presenza efficace e coerente sul web. Qualidade rappresenta l’evoluzione di una start-up e si propone di elaborare software utili in particolare alle aziende attive nel settore agroalimentare. La missione è rendere le PMI più efficienti, innovative e remunerative”.



FORMAZIONE CONTINUA

Il personale ha l’opportunità di beneficiare di percorsi di formazione continua attraverso team building, corsi professionalizzanti e collaborazioni con atenei universitari

Il supporto alle Pmi e agli enti pubblici si avvale delle soluzioni tecnologiche più innovative

CEO MANUELE BASSANINI:

"Abbiamo costruito un gruppo di persone che lavorano in modo sinergico interagendo con il mercato da molteplici punti di vista. Le risorse umane sono centrali nel nostro progetto di crescita. Crediamo nello spirito di appartenenza e di unione. Un fattore che deve accompagnare necessariamente il valore elevato delle competenze che mettiamo a disposizione dei nostri clienti"



I vantaggi strategici si riassumono in alcuni aspetti prioritari: approccio integrato 'end to end' con una copertura totale dei servizi così che il cliente non debba rivolgersi a più fornitori; personalizzazione e flessibilità con l'offerta di pacchetti specifici, modulabili e studiati per rispondere ad obiettivi ed esigenze differenti; aggiornamento costante per garantire alle PMI l'accesso alle soluzioni più innovative ed efficienti in materia di infrastrutture avanzate, cloud e cyber security.

"Insieme ad altre due realtà del territorio, C2 Corporate e ACS Web, abbiamo creato Execurity per offrire servizi di compliance, vulnerability assessment, sistemi di monitoraggio, formazione interna del personale e consulenza per la conformità normativa. Salvaguardiamo dati, processi, funzioni nell'ambito tecnologico e digitale operando in una logica di pronto intervento ma soprattutto di prevenzione. La rete può trasformarsi in ogni momento in una minaccia. La sicurezza non deve essere vista come un costo ma come un investimento per permettere alle imprese di qualsiasi dimensione, di operare con tranquillità e fiducia".

Il gruppo IT Impresa è costituito da circa 50 tecnici e ingegneri che lavorano in modo congiunto per fidelizzare la clientela, dimostrare il valore concreto del supporto IT, prevenire rischi tecnologici e fenomeni di obsolescenza per le PMI, espandere i servizi e i settori di applicazione, siglare partnership strategiche, svi-



luppare progetti di digitalizzazione locale coinvolgendo enti pubblici, comuni, scuole attuando iniziative di marketing territoriale e branding nei territori per sostenere la digitalizzazione dei tessuti produttivi locali.

Un orizzonte che il CEO Manuele Bassanini riassume alla luce dei traguardi fissati nel breve e medio termine: "Le soluzioni nell'ambito dell'intelligenza artificiale integrata permettono di analizzare i processi produttivi per effettuare miglio-

rie, prevenire guasti, ridurre i costi di manutenzione delle reti e i relativi costi. Sul fronte della cyber security disporre di infrastrutture adeguate significa respingere attacchi capaci di interrompere le attività aziendali incrementando la solidità del brand e la reputazione aziendale. Puntiamo a qualificarci come i partner più idonei e autorevoli per consentire alle aziende manifatturiere di beneficiare delle soluzioni tecnologiche più efficienti e innovative non solo in Italia ma anche all'estero".



L'insediamento produttivo occupa una superficie di 2.500 metri quadrati

COMPLIANCE BEST PRACTICE

L'azienda è dotata di un codice etico e ha adottato il modello organizzativo 231-14 in applicazione dei decreti legislativi 231/2001 e 14/2019. Ha conseguito importanti certificazioni in materia di legalità, trasparenza e transizione ecologica. Sostiene iniziative a favore dei giovani collaborando con le istituzioni scolastiche e promuovendo lo sport dilettantistico nel mondo del basket e del volley

MECCANICA FANTINI ARTIGIANI DELL'INNOVAZIONE

Meccanica Fantini rappresenta una delle aziende più longeve e innovative del territorio. Una realtà che si è imposta con successo nella nicchia della produzione di macchine speciali per il comparto alimentare. Un raggio d'azione che nel tempo si è esteso ad altri settori prevedendo soluzioni anche nell'ambito dell'automazione industriale. L'impresa ha alle spalle una storia capace di risalire fino agli albori del novecento. Allora la sede era a Cremona all'incrocio tra via Giordano e via del Sale. Qui si trovava l'officina specializzata nella riparazione di macchinari agricoli. Su impulso del capostipite **Guglielmo** e dei due figli **Vittorio** e **Cesare**, che avevano la fama di abilissimi tornitori, l'attività si è successivamente trasferita in via Massarotti mantenendo sempre un occhio di riguardo per il settore della meccanizzazione collegata all'agricoltura. I titolari erano dotati di grande ingegno come dimostrano i celebri brevetti risalenti

MECCANICA FANTINI

N. dipendenti: 40

Fatturato: 6 Milioni

Mercato: Italia, UE, Extra UE

Sede: Cremona

Anno iscrizione
Associazione Industriali:
2019

www.meccanicafantini.it

sciuo una sorta di rinascita abbandonando gradualmente la costruzione e la manutenzione delle macchine agricole per entrare in un settore diverso e molto dinamico. "Mio padre è stato l'artefice di una svolta che ha rilanciato a tutti gli effetti l'esperienza imprenditoriale" racconta **Elisa Fantini** che si occupa della parte amministrativa e finanziaria. "Sono state le sue scelte a portare l'azienda nell'era moderna. Ha puntato sulla progettazione e costruzione di macchine realizzate su misura per il settore alimentare. Una direzione che stiamo percorrendo ancora oggi. La filiera dolciaria, della panificazione e dei prodotti alimentari si stava strutturando velocemente per rispondere al cambiamento radicale dei consumi. Era il periodo a cavallo degli anni settanta e ottanta. Molte aziende avevano la necessità di implementare processi industriali per soddisfare le richieste di un mercato in rapida ascesa. Erano davanti ad un bivio: superare

agli anni 40' quando l'officina riuscì a realizzare il primo ammortizzatore con valvola autoregistrabile e il remo che permetteva, con un movimento all'indietro, la voga in avanti sull'imbarcazione lode. È con il figlio di Vittorio però, chiamato **Guglielmo** come il nonno, che Meccanica Fantini ha cono-



Guglielmo Fantini



Antonio Ravara

la logica artigianale per approdare ad una metodologia più efficiente oppure subire un'inevitabile marginalizzazione. Grazie a mio padre Guglielmo e al socio **Antonio Ravara**, un progettista di straordinario talento, molte imprese del territorio sono riuscite a fare il salto di qualità”.

Meccanica Fantini risente ancora dell'impulso di Guglielmo e del socio Antonio, entrambi scomparsi nel 2021. “Erano legati – continua Elisa Fantini – da un rapporto di esemplare integrità, fondato sul rispetto e sulla correttezza. Avevano ruoli ben definiti e si confrontavano apertamente ma alla fine convergevano verso la soluzione migliore indipendentemente da chi fosse a proporla. Il loro comportamento, caratterizzato dalla lealtà e dalla trasparenza, è rimasto un esempio per tutti noi. È così che impostiamo le relazioni con i collaboratori, i clienti, i fornitori, le istituzioni”. Guglielmo Fantini era noto come ‘un artigiano dell’innovazione’ per la sua capacità di anticipare i tempi implementando a livello produttivo tecniche e nozioni avveniristiche. “Era una persona – racconta la figlia Elisa – di grande intuito e intraprendenza. Si lasciava attrarre dalle novità tecnologiche con curiosità e coraggio. Non ha mai fatto un passo indietro quando è stato necessario fare investimenti importanti per mantenere l’azienda al passo con i tempi. Il suo sguardo era sempre orientato verso il futuro. Una prerogativa che gli ha consentito di anticipare i cambiamenti creando un riscontro reputazionale impeccabile e di alto profilo”.

L’azienda dal 1976 è insediata nel polo produttivo alle porte di Cremona, in via de’ Berenzani, dove quaranta dipendenti operano in un ambiente che riflette i canoni dell’industria 4.0. Il nucleo portante è rap-



Da sinistra Daniele Assandi, Elisa Fantini e Francesco Ferrazzi

presentato dall’ufficio tecnico che catalizza le competenze degli altri reparti: produzione, assemblaggio, elettrico e automazione. L’insediamento produttivo occupa una superficie di circa 2.500 metri quadrati. La superficie è dedicata, oltre che agli uffici, ai reparti di lavorazione che si servono di macchine utensili di ultima generazione; ai reparti di carpenteria e di assemblaggio nell’ambito meccanico, pneumatico ed elettrico; ai magazzini e agli spazi destinati alle operazioni di ricevimento e spedizione delle merci. Il parco macchine è all’avanguardia e prevede postazioni a controllo numerico in grado di effettuare processi di fresatura o tornitura di altissima precisione

su materiali metallici, acciaio inox, plastiche. Il metodo di lavoro è sartoriale e si basa sulla capacità di offrire un’assistenza personalizzata al cliente. Un approccio confermato in tutte le fasi: valutazione di fattibilità, rilievi, sviluppo e progettazione dell’idea, costruzione, assemblaggio, installazione, trasporti, logistica, manutenzione e ricambistica. Il fatturato medio è di sei milioni di euro. La politica commerciale è rivolta sempre più al superamento del perimetro nazionale per intercettare l’interesse crescente dei mercati esteri. “Abbiamo già portato a termine commesse molte importanti – spiega Elisa Fantini – che ci hanno spinto a guardare con fiducia verso il futuro. Soprattutto in Europa, ma anche in America e in Asia stanno emergendo opportunità che non vogliamo lasciarci scappare. Il passaparola, la rete di relazioni e le azioni condotte per penetrare i nuovi scenari stanno mettendo in evidenza sbocchi promettenti”. Il figlio **Francesco Ferrazzi**, entrato in azienda da alcuni anni e approdato all’ufficio commerciale dopo un periodo di formazione nel team della produzione, vive da protagonista il nuovo corso: “Credo che sia indispensabile introdursi nei mercati internazionali. Sono cresciuto lavorando a stretto contatto con il nonno Guglielmo, con gli operai, i tecnici e i progettisti. Questo mi ha consentito di padroneggiare gli aspetti relativi alla vendita e alla distribuzione con più consapevolezza. Personalmente apprezzo molto il respiro globale che stiamo dando alle nostre strategie. Mi piace viaggiare e interpretare le trasferte come occasioni di conoscenza e miglioramento. Del nostro lavoro mi affascinano soprattutto le conseguenze concrete dei progetti. Dalle nostre partnership discendono prodotti visibili sugli scaffali dei supermercati. E questo sta avvenendo non solo in Italia ma anche in altri Paesi. Per noi è importante rimanere a disposizione in ogni step del processo. Montiamo le macchine presso la nostra sede dove effettuiamo i test di pre-collaudo analizzando ogni dettaglio. Poi gli impianti vengono, se necessario, smontati per poterli trasportare presso lo stabilimento del cliente. Ci occupiamo dell’installazione, del collaudo e della formazione degli utilizzatori”.

Nel settore alimentare Meccanica Fantini realizza macchine speciali per la produzione di prodotti da forno (pane, pizza, merendine, biscotti, cracker, focacce, torte), ricoperti, farciti, dolci e salati;

prodotti al cioccolato, caramelle, torrone adottando ogni volta soluzioni personalizzate. Una flessibilità che permette di sviluppare progetti anche in compatti diversi: cosmetico, farmaceutico e simili. Le linee di produzione sono ideate e realizzate nella loro interezza oppure è possibile integrare i nuovi segmenti nei macchinari esistenti. Le commesse possono riguardare anche modifiche di macchine già operative ma non costruite da Meccanica Fantini. Interventi, questi, che usualmente sono richiesti per ottenere miglioramenti, rendere fattibili i cambi di prodotto o formato, sostituire componenti per efficientare il processo, fornire ricambi, portare a termine riparazioni o manutenzioni ordinarie e straordinarie. "Rispondiamo a ogni richiesta dei clienti - afferma Francesco Ferrazzi - e accade di frequente di elaborare soluzioni innovative per consentire al cliente di rispondere alle nuove necessità del mercato". Le applicazioni proposte comprendono: sistemi automatici di movimentazione, magazzini verticali, nastri trasportatori, convogliatori, smistatori, robot, macchine di processo, ribaltatori, calandre, pick and place, sistemi di marcatura oltre a tutta una serie di soluzioni personalizzate. Tutte le realizzazioni possono essere interconnesse nel rispetto del Piano Nazionale Industria 4.0 e della transizione verso l'industria 5.0. In linea con le normative europee Meccanica Fantini attua la Direttiva NIS2 nell'ambito della nuova normativa europea sulla cybersecurity.

Sicurezza del personale e sostenibilità sono due principi prioritari come sottolinea l'amministratore unico **Daniele Assandri**: "Abbiamo approvato un codice etico. Un documento indispensabile per codificare i principi di comportamento, legittimità, lealtà, correttezza e trasparenza in base ai



quali deve essere conformata la condotta di tutti coloro che operano e interagiscono direttamente o indirettamente con l'azienda. La nostra attenzione verso la salvaguardia delle persone, la tutela dell'ambiente e il benessere sociale è costante. Si tratta di principi operativi che puntiamo a tradurre in realtà attraverso progetti tangibili. Utilizziamo materiali riciclabili al 98%. Abbiamo adottato il modello organizzativo 231-14 in applicazione dei decreti legislativi 231/2001 e 14/2019. Abbiamo ottenuto certificazio-

ni importanti in materia di legalità e rating ESG. Sosteniamo direttamente iniziative a favore dei giovani tramite le collaborazioni con le istituzioni scolastiche del territorio e la promozione dello sport dilettantistico. Il presupposto è chiaro: l'impresa esprime un bene comune e deve generare benefici collettivi sul piano educativo, sociale, ambientale".

I prodotti di Meccanica Fantini sono sempre corredati da documentazione tecnica, manuali d'uso e idonee certificazioni, comprese le dichiarazioni MOCA quando sono destinati al contatto alimentare. "Possiamo contare su una struttura agile e versatile - conclude Elisa Fantini - che ci consente di agire con efficacia in uno scenario molto competitivo. Un vantaggio sostenuto da altri fattori: l'impiego di tecnologie all'avanguardia, la qualità e la personalizzazione dei nostri impianti, il valore di un personale esperto e qualificato, la sinergia con i professionisti che collaborano con noi da molti anni. Sono i punti forti su cui puntiamo e che ci spingono a stabilire sempre nuovi obiettivi sfidanti, rivolti alla crescita e al pieno sviluppo delle nostre potenzialità".





Oltre due secoli di storia. L'azienda selezionata come eccellenza nazionale dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy

OLEIFICIO ZUCCHI, PLAYER DELL'OLIO

«C'è un po' di olio Zucchi in ogni piatto». E c'è più di una ragione per pensar lo. Con oltre due secoli di storia dal 1810, un cammino che attraversa tre rivoluzioni industriali e un curriculum da capogiro – 20 certificazioni volontarie di qualità, altrettanti bilanci di sostenibilità, 42 mila analisi annue sugli oli, 344,5 milioni di fatturato 2024 – Oleificio Zucchi ha consolidato una presenza stabile e in continua espansione sul mercato, sia per quanto riguarda il prodotto finito sia nell'ambito dell'industria. E guarda avanti, senza dimenticare ciò che è stato né trascurando la vocazione alla cura: del prodotto, degli altri e del pianeta.

«Quest'anno – dichiara la presidente e amministratrice delegata Alessia Zucchi – festeggiamo un compleanno importante: 215 anni di storia imprenditoriale. Siamo la sesta generazione di un'azienda che ha radici lontane, ricostruite in una monografia dedicata. Sul 'libro delle anime', realizzato anticamente in una parrocchia lodigiana, appare già la famiglia Zucchi. Era la fine del '700. All'epoca, si realizzava l'olio per la comunità. Seguendo l'albero genealogico, arriviamo ai primi del Novecento, a Pizzighettone, dove Vitale e Vincenzo

OLEIFICO ZUCCHI

N. dipendenti: 150

Fatturato: 344 Milioni

Mercato: Italia, Ue, Extraue

Sede: Cremona

Anno iscrizione
Associazione Industriali:
1947

www.zucchi.com
www.oleificiozucchi.it



Lo stabilimento di Cremona rispecchia i criteri della sostenibilità e si estende su un'area di 110mila metri quadri



La produzione è il risultato di una filiera certificata e rispettosa dell'ambiente

Zucchi avevano creato un laboratorio industriale, sfruttando il salto del Serio Morto per creare energia». Ma la storia di Oleificio Zucchi è caratterizzata anche da un insieme di discontinuità, poiché ogni generazione alla sua guida ha interpretato il momento storico in cui viveva. «Negli anni '20, Vitale si trasferisce a Cremona, nei pressi della stazione ferroviaria. Nel 1936, **Gianni Zucchi**, l'unico dei figli di Vitale a proseguire la tradizione di famiglia, apre uno stabilimento per la spremitura di semi oleosi, all'angolo tra Via Persico e Via Brescia, vicino all'attuale stadio Zini, per poi trasferirsi, al termine degli anni '80, nella nuova area produttiva sull'asta del canale navigabile di Cremona, – prosegue Alessia – dove si sviluppa quello che oggi è l'Oleificio Zucchi. Diventiamo società per azioni nel 1947, finché mio padre **Vito** non viene scelto alla guida dell'azienda per le sue capacità negli affari e nella visione». A questo punto, l'impresa entra in una fase di crescita dimensionale: «Siamo sempre stati legati alla produzione dell'olio di semi. Mio padre mirò a far crescere ulteriormente la grande distribuzione. Oggi, impieghiamo 150 persone, in uno spazio di 110mila metri quadri. Quando io e mio fratello abbiamo assunto il timone dell'azienda, abbiamo voluto intraprendere un percorso sfidante, il Progetto Zucchi, per valorizzare il nostro brand, maturando e rendendo Oleificio Zucchi un player importante nel mondo dell'olio come azienda di marca, sia per l'olio di semi che per l'olio di oliva. Inoltre, abbiamo scelto la sostenibilità quale asse portante di crescita». Un impegno verso gli stakeholder che ha meritato il riconoscimento istituzionale: «Siamo stati selezionati dal MIMIT come eccellenza del Made in Italy. – aggiunge – Per questo, è stato realizzato un francobollo che racchiude la storia di Oleificio Zucchi, dedicato a tutte le generazioni di amministratori e di

dipendenti che hanno dato il loro contributo: siamo convinti che, per crescere ancora, ciò che conta davvero sia il saper fare di ciascuno». E sottolinea: «Possedere il francobollo legato all'anniversario di Oleificio Zucchi è un po' come fare tesoro di un segmento della storia produttiva del nostro Paese, abbracciando le vicende di coloro che l'hanno resa tanto celebre».

Anche quella della sostenibilità è una cultura che, all'Oleificio Zucchi, si è respirata molto prima del tempo. «Fin dagli anni '90 – racconta la Presidente – abbiamo servito i Nordics che hanno una sensibilità particolare su questo tema. Da allora, abbiamo fatto nostra questa missione. Ecco perché, nel 2015, abbiamo voluto lavorare a fondo sui prodotti: l'obiettivo

L'ARTE DEL BLENDING EXTRA VERGINE ITALIANO
L'intera gamma degli oli da olive valorizza l'arte del blending per ottenere la massima qualità
Una ricerca sapiente e innovativa che ha generato l'olio extra vergine di oliva 100% italiano da una filiera certificata sostenibile
Il primo prodotto nell'agroalimentare ad ottenere la certificazione Made Green in Italy dal MASE



era quello di rendere la filiera sostenibile. Oggi contiamo 20 certificazioni, fatto che abbiamo reso un nostro tratto distintivo assoluto. E, su questo fronte, siamo stati il primo caso studio dell'Università Cattolica, grazie al nostro bilancio di sostenibilità edito dal 2005».

Un percorso vincente, quello della famiglia Zucchi, che proietta Cremona nel contesto internazionale: «Acquistiamo olio

di semi grezzo da tutto il mondo, che giunge qui principalmente su rotaia, in modo sostenibile. Il prodotto viene poi raffinato e venduto come ingrediente per l'industria alimentare, oppure confezionato, con un ventaglio di destinazioni amplissimo: il nostro olio, di fatto, è nelle cucine, sulle tavole, al bar e persino sulle navi da crociera. Produciamo, inoltre, l'intera gamma degli oli da olive, e siamo stati i primi, nel settore, a valorizzare l'arte del blending, ovvero l'abilità di accostare oli d'oliva da coltivar e provenienze diverse, per ottenerne la massima qualità. Il cuore della nostra offerta, in questo ambito, è l'olio extra vergine di oliva 100% Italiano da filiera certificata sostenibile Zucchi, il primo prodotto nell'agroalimentare a essere certificato Made Green in Italy dal MASE». Dal punto di vista dell'export, prosegue Alessia Zucchi, «Siamo forti sul territorio americano, nel Nord Europa, in Germania, in Giappone. Stiamo aumentando le quote in Asia, con la prospettiva di aprire nuovi mercati.



Alessia Zucchi, presidente e amministratrice delegata



Dal punto di vista dell'olio confezionato, il 30% va all'estero e il resto all'Italia. Anche per quanto riguarda l'innovazione, l'azienda non si ferma: «Abbiamo da poco lanciato Zucchi Fritto Libero!, un olio per frittura che ha innovato il mercato e l'home cooking, caratterizzato da una formulazione a base di olio di semi di girasole altoleico con antiossidanti, che riduce gli odori di frittura del 50% rispetto agli oli di girasole standard. Per le cucine professionali, invece, c'è Fritturista. I risultati commerciali sono ottimi: se il prodotto è buono e utile al consumatore, diventa vincente. La ricerca resterà, pertanto, una delle nostre traiettorie di crescita e, nei prossimi anni, lavoreremo ancora molto sull'innovazione».

Oleificio Zucchi, inoltre, vive e cresce insieme al territorio, dove le iniziative dell'azienda sono innumerevoli. «Ogni realtà deve avere un ruolo attivo all'interno della comunità – chiosa Zucchi- e noi sentiamo di avere una responsabilità, vogliamo essere promotori dell'evoluzione sociale sostenendo la parità di genere, lo sviluppo sostenibile, la diversità come forza costruttiva. A Cremona, supportiamo costantemente realtà che hanno risvolti in ambito sociale, culturale e artistico:

ALESSIA ZUCCHI:
“Il nostro modello d’impresa vuole esercitare un ruolo attivo all’interno della comunità Puntiamo ad essere promotori dell’evoluzione sociale sostenendo la parità di genere, lo sviluppo sostenibile, la diversità come forza costruttiva. Supportiamo costantemente realtà che hanno risvolti in ambito sociale, culturale e artistico”

tra i molti esempi, ci sono Vanoli Basket, Teatro Ponchielli, Caritas, gli oratori, G.S.D. Oratorio Cava Digidue, Its Academy, US Cremonese e la Maratonina. In Cattedrale, nel 2007, abbiamo restaurato l'altare di San Michele, con la prima rappresentazione di Sant'Omobono conservata in Città. Sulla base della nostra esperienza di filiera sostenibile, abbiamo realizzato un progetto di ricerca in cui abbiamo coinvolto diverse Università, tra cui l'Università Cattolica, formulando linee guida per promuovere la

sostenibilità nel settore dell'extravergine».

Il profondo legame con il territorio è emerso persino in occasione del Family day 2025, che si è tenuto il 20 settembre scorso, insieme ai collaboratori e alle loro famiglie. Una giornata di convivialità che ha unito comunità locali e attenzione al sociale: «Abbiamo avuto come ospite speciale Nico Acampora di 'PizzAut': si tratta di un papà-imprenditore che offre un impiego a tempo indeterminato a ragazzi autistici in due ristoranti, a Monza e Milano, tra cui anche quello di suo figlio».

Insomma, c'è davvero un po' di olio Zucchi in ogni piatto? «È bello pensare che l'attenzione con la quale realizziamo le nostre referenze non è soltanto un'attività economica, ma è un atto di cura: significa rinnovare senza sosta un patrimonio di conoscenze, diffondere nel mondo il saper fare italiano, mantenendo vivo il rapporto con la tradizione agricola e con il territorio. Così, con competenza, qualità e cultura, rispondiamo ai bisogni del presente, senza dimenticare di guardare avanti ed evolverci. In un certo senso, sì: un po' di olio Zucchi, oggi, si trova in ogni momento conviviale e in ogni prodotto alimentare».



OTTANTA VOGLIA DI FARE IMPRESA

VISUAL REALIZZATI CON L'UTILIZZO PARZIALE DI AI



SCOPRI DI PIÙ



DA 80 ANNI VIVIAMO IL PRESENTE E PROGETTIAMO IL FUTURO

Dal 1945 gli imprenditori dell'**Associazione Industriali di Cremona** affrontano le sfide del loro tempo: **misurandosi, oggi come negli anni Duemila, con le tensioni di un mercato in rapida evoluzione.** Con passione, coraggio, ma anche visione, innovazione e capacità di cambiare. Sempre nel segno della concretezza del fare impresa.

PANIFICIO CREMONA PRODOTTI DA FORNO MADE IN ITALY

Panificio Cremona Italia nasce nel 2005 e diventa un'azienda leader nel settore dei prodotti da forno grazie ad una strategia incentrata sul posizionamento in mercati di nicchia caratterizzati da forti componenti innovative. Fondatore e amministratore è **Stefano Allegri**, una laurea in ingegneria elettronica al Politecnico di Milano e una grande passione per l'attività d'impresa: "Sono sempre stato attratto dai sistemi di produzione e dalla possibilità di fare qualcosa di nuovo. Il pane è tutt'altro che un prodotto conservativo. Se si riesce a coniugare la ricerca dell'eccellenza con una professionalità che dialoga in modo efficace con le necessità dell'industria è possibile realizzare forti innovazioni. Le leve sulle quali agire sono molteplici: le caratteristiche nutritive e prestazionali dei prodotti, le nuove sensibilità dei consumatori, la diversificazione dei canali distributivi, gli investimenti sul fronte tecnologico, la presenza nei mercati internazionali. Il mondo della panificazione, contrariamente a quello che si può pensare, è in continua evoluzione e per una giovane azienda come la nostra rivela straordinarie opportunità di crescita".

I prodotti da forno di Panificio Cremona sono alimenti precotti e surgelati che rispettano i dettami della buona e sana nutrizione. Al primo stabilimento di Grontardo si sono aggiunti altri due siti per un fatturato che ha toccato quota diciassette milioni di euro. L'impianto con sede a Bologna è interamente dedicato alle linee gluten free. Un'ultima acquisizione ha interessato un'area in provincia di Brescia mentre a Cremona, che ospita anche la funzione della logistica, sarà realizzata una cella di stoccaggio con temperature di venticinque gradi sotto lo zero e con una capacità pari a 3mila e cinquecento posti pallet. Un investimento strategico che ha lo scopo di potenziare un servizio molto apprezzato dai clienti in



La missione è rinnovare la grande tradizione del pane italiano



quanto l'efficientamento dello stoccaggio è propedeutico all'incremento della flessibilità nella consegna della merce. Le aziende partner possono evitare così i costi inattesi dovuti agli imprevisti di programmazione. La cella sarà alimentata con un impianto di pannelli solari per ridurre il consumo di energia elettrica aumentando conseguentemente la quota derivante da fonti rinnovabili. Una scelta coerente con un'impostazione che fa combaciare le ragioni della sostenibilità con una più efficiente gestione delle attività

PANIFICIO CREMONA

N. dipendenti: 100

Fatturato: 17 Milioni

Mercato: Italia, UE, Extra UE

Sede: Grontardo

Anno iscrizione
Associazione Industriali:
2004

www.panificiocremona.it



Gli alimenti rispettano i principi della buona e sana alimentazione

produttive riducendo i consumi e gli sprechi.

Il mercato viene suddiviso in tre segmenti nei quali convergono approcci differenti ma complementari. Da un lato Panificio Cremona esprime la grande tradizione del pane italiano riuscendo a soddisfare su scala industriale standard elevati di qualità e producendo, unica realtà a farlo, una ricca varietà di pani soffiati come la celebre michetta. Simultaneamente offre soluzioni con caratteristiche nutritive particolari in risposta alle esigenze alimentari che richiedono un'alimentazione senza allergeni, glutine, lattosio o 'free from'. Studia e propone inoltre alternative in grado di incontrare il favore delle scelte che premiano il biologico, le diete vegane o riflettono altre necessità di gusto o nutritive. La cura nella selezione delle materie prime rappresenta un aspetto prioritario e l'azienda, oltre ad essere dotata di una unità di R&S interna, collabora con atenei universitari e centri di ricerca.

"Ogni anno - spiega Allegri - il nostro team elabora almeno duecento nuovi prodotti. Ma solo un numero esiguo, inferiore alla decina, riesce ad essere immesso nel mercato. È uno sforzo progettuale enorme che testimonia la grande potenzialità dei panificati in riferimento al tema dell'innovazione. Operiamo stabilmente e con riscontri positivi all'interno di nicchie che non devono essere intese come ambiti numericamente riduttivi. Piuttosto sono il frutto di una intraprendenza che punta a realizzare ciò che gli altri non fanno e che invece noi decidiamo di valorizzare mettendo in gioco la nostra esperienza e professionalità. Utilizziamo macchinari di ultima generazione che possono essere impiegati con estrema versa-



TRE SITI PRODUTTIVI

Al primo stabilimento di Grontardo si sono aggiunti altri due siti Uno è interamente dedicato alle linee gluten free A Cremona sarà realizzata una cella di stoccaggio con temperature di 25 gradi sotto lo zero e una capacità pari a 3.500 posti pallet La strategia commerciale punta alla qualità elevata ed è multisettoriale: grande distribuzione, catering aereo ho.re.ca, alimentare e bakery

CERTIFICAZIONI E MODELLO ESG

Panificio Cremona Italia crede nel modello ESG in materia di sostenibilità e nella certificazione come garanzia di qualità I sistemi di gestione e i prodotti realizzati hanno conseguito oltre dieci certificazioni da parte di organismi accreditati



tività. Questo ci consente di essere molto creativi nel bilanciamento dei parametri fondamentali dell'arte della panificazione quali l'umidità, i tempi di lievitazione, le temperature di cottura. Adottare le migliori tecnologie è una componente indispensabile per essere competitivi ma sono le persone a fare la differenza e a determinare gli esiti finali dei processi di lavoro".

Attualmente i dipendenti sono quasi cento. Gli ambienti sono funzionali all'esercizio delle mansioni e delle attività in contesti in cui al primo posto viene messa la sicurezza alimentare del consumatore. Le persone vengono formate nella consapevolezza che devono vivere con protagonismo la dimen-



Materie prime selezionate, semplici e naturali

Stefano Allegri è stato presidente dell'Associazione Industriali della Provincia di Cremona dal 2021 al 2025 e in precedenza ha guidato il Gruppo Giovani Industriali: "La vita associativa offre importanti occasioni di formazione e di confronto insieme alla possibilità di costruire relazioni di grande spessore. Migliora la cultura imprenditoriale e abitua ad una visione sistematica. La nostra provincia esprime aziende molto competitive ma l'economia territoriale, per non perdere attrattività, necessita di semplificazione e azioni di sviluppo soprattutto sul fronte delle infrastrutture"

sione professionale. Il tragitto produttivo si avvale di materie prime selezionate, naturali, semplici e con spiccate proprietà nutrizionali per realizzare prodotti di buon gusto, dai sapori tradizionali e sani. La fase espansiva dell'azienda scaturisce da una politica della qualità che beneficia di una strategia commerciale multisettoriale: la grande distribuzione con la presenza in oltre trenta catene italiane e internazionali; il catering aereo che prevede la collaborazione con le compagnie che volano in tutto il mondo; il settore ho.re.ca che comprende bar, alberghi, ristoranti



e dove Panificio Cremona serve i principali gruppi attivi sul territorio nazionale: l'industria alimentare e del bakery. Panini per hamburger e hot dog, panini della tradizione e farciti, focacce e focaccine, pizze in vari formati, soffiati artigianali, veneziane per la colazione, snack per ogni pasto, crostini e pane tostato. Il catalogo di Panificio Cremona è in grado di soddisfare ogni esigenza includendo continuativamente soluzioni nuove, fantasiose e mirate a tradurre in realtà le richieste dei clienti. "Stiamo investendo per acquisire quote di mercato – spiega Allegri – e ora sono i grandi player che cercano il nostro know-how per sviluppare i prodotti che intendono lanciare avvalendosi della nostra capacità di personalizzazione le ricette e della nostra attitudine sperimentale. Rispetto della tradizione, alta qualità, versatilità produttiva, dinamismo tecnologico ma soprattutto l'ingegno e la perizia dei nostri tecnici e operatori. Sono questi i fattori decisivi che stanno generando la crescita".

Uno degli asset primari è rappresentato dai mercati esteri. La qualità dei prodotti abbinata alle più evolute tecnologie della surgelazione hanno reso possibile l'inserimento nello scenario dell'internazionalizzazione. La quota dell'export sui ricavi complessivi ha già superato il 30% dimostrando la grande attrattività del cibo made in Italy. "I numeri ci stanno dando ragione – conclude Stefano Allegri – e noi continuiamo a crederci lavorando con passione, entusiasmo, tenacia. Vogliamo che il maggior numero di persone possa conoscere e godere del beneficio generato dai nostri prodotti da forno. Questa è la nostra missione e per realizzarla sappiamo che dobbiamo crescere ancora".



PEDRONI FERRO IDEE VINCENTI E KNOW-HOW PER LA SIDERURGIA

“

**Siamo rapidi, precisi
abbiamo possibilità
di stoccaggio di grandi
quantità di materiale
I clienti ci riconoscono
la serietà e puntualità
I numeri ci stanno dando
ragione e questo lo devo
anche a tutto il mio team
che si sente coinvolto
nelle sfide dell'azienda**

Marcello Pedroni

Pedroni Ferro è una Pmi d'eccellenza che ha saputo posizionarsi strategicamente all'interno del mercato siderurgico. Un'azienda solida e costruita nel tempo grazie a diversi punti di forza: la personalizzazione del servizio al cliente, l'adozione di tecnologie innovative maturate in oltre 50 anni d'attività, i continui e rilevanti investimenti.

Pedroni Ferro nasce nel 1970 a Vescovato specializzandosi fin da subito nel commercio e nella lavorazione del materiale siderurgico. La clientela in un primo momento è locale. È la fase in cui si pongono le basi per l'ampliamento degli anni successivi. Nel 2014, infatti, l'azienda avvia un percorso che la porta ad espandersi nel mercato lombardo e non solo. Oggi alla guida dell'impresa c'è **Marcello Pedroni**, subentrato al padre e al nonno, ed è con lui che vengono conquistate altre tappe di crescita e miglioramento.

"La semplice fornitura di materiale

siderurgico da 6 e 12 metri – racconta Marcello Pedroni – non era abbastanza per affermarsi in un mercato straordinariamente competitivo dominato dalla richiesta di personalizzazione e velocità. Se avessi scelto di rimanere fermo e non cambiare, sicuramente non sarei riuscito ad arrivare dove sono adesso. Per questo motivo, credendo nel mio sogno, ho puntato alla creazione di un modello alternativo, incentrato sulla possibilità di generare un surplus di valore attraverso il nostro know-how. Ci siamo specializzati nei prelavorati e nei semilavorati diventando l'anello di congiunzione tra chi immette la materia prima nel mercato e l'utilizzatore finale. Per raggiungere il risultato abbiamo dovuto sostenere importanti investimenti in tecnologie, impianti, formazione e sostenibilità. Immediatamente la domanda da parte dei clienti è cresciuta. Il 2022 è stato un anno cruciale. Abbiamo ampliato l'area dell'azienda raggiungendo l'estensione di 12mila me-

tri quadri costruendo un nuovo capannone, nuovi uffici e spogliatoi. Ma non solo. Abbiamo eliminato tutto l'amianto presente e installato un sistema fotovoltaico. Ero certo che una scelta ecosostenibile fosse la giusta strada da intraprendere. Aumentando le dimensioni dell'azienda, inoltre, sono aumentati gli spazi destinati allo stoccaggio del materiale siderurgico. Un vantaggio considerevole per la pronta consegna di travi e tubolari di grosse dimensioni con particolare riferimento alla gamma dell'acciaio strutturale di media-alta resistenza. Tutti questi cambiamenti si sono rivelati fondamentali anche per inserire un macchinario a controllo numerico di ultima generazione, la Ficep 4.0, una linea automatica a CNC di foratura e taglio che ha consentito l'esecuzione di lavorazioni più complesse e precise con fori, asole, scantonature e marcature".

"Abbiamo costruito le condizioni per andare oltre le forniture standard – spiega Marcello Pedroni – offrendo un livello superiore di prestazione e personalizzazione. Siamo in grado di ottenere semilavorati capaci di rispondere fedelmente alle specifiche dei nostri clienti. Allo stesso tempo siamo diventati molto più veloci". Attualmente il lavoro è organizzato su tre turni dal lunedì al venerdì. "Una decisione indispensabile – continua l'imprenditore - per rispondere all'aumentata richiesta. Una soluzione che ha convinto



CICLO PRODUTTIVO CONTINUO, VELOCITÀ NELLE CONSEGNE, CERTIFICAZIONI PER APPLICAZIONI PARTICOLARI

Travi e tubolari in forma di prelavorati e semilavorati sono destinati ai cantieri dell'alta velocità, al settore zootecnico, all'edilizia, all'industria. Il ciclo produttivo è continuo e organizzato su tre turni di lavoro per garantire qualità esecutiva e puntualità nelle consegne. L'azienda è certificata EN 1090 EXC4 e può fornire materiali strutturali lavorati per applicazioni soggette a vincoli rigorosi di sicurezza



Il parco strumentale è dotato di una linea automatica a Cnc di foratura e taglio per lavorazioni complesse

anche il personale. In questo modo, infatti, i nostri collaboratori hanno molto più tempo libero per potersi dedicare alla propria famiglia e ai propri hobby. Possono inoltre contare su un compenso mensile più gratificante. Questa idea si è rivelata vincente perché le imprese vivono ormai in una costante situazione d'emergenza. Gli ordini di materiale e lavorazioni avvengono in tempi sempre più brevi. Ci siamo attrezzati per essere concorrenti dentro il contesto di una domanda sempre più accelerata ponendoci l'obiettivo di rispettare le date di consegna fissate nella fase di acquisizione della commessa. Posso solo ringraziare i miei dipendenti per



Marcello Pedroni

aver compreso che questa era l'unica strategia possibile per crescere”.

Pedroni Ferro ha un fatturato medio di 9 milioni con 14 dipendenti di età media di poco superiore ai 30 anni. Una realtà molto giovane ma che ha le idee chiare sul futuro. Marcello Pedroni ha inserito nel suo organi-



Il personale è in crescita e ha un'età media di poco superiore ai 30 anni

co nuove figure nell'ambito della produzione, della progettazione, dell'area finanziaria e amministrativa. Secondo la logica dello 'step by step' il cliente viene supportato e accompagnato lungo tutto l'iter progettuale. Il team analizza il disegno, che può essere uno schizzo o semplicemente un'idea, valutandone la fattibilità e suggerendo anche modifiche con la proposta di tagli e lavorazioni conformi con i vincoli geometrico-meccanici. Il pezzo finito viene poi consegnato già pronto per essere imbullonato e saldato. "Il nostro ufficio tecnico - dichiara Marcello Pedroni - offre un'esperienza consolidata e competenze molto elevate. La fase del reclutamento delle persone che compongono la mia squadra è un momento molto importante. Cerchiamo e vogliamo i profili migliori. Il clima aziendale è un aspetto prioritario e vogliamo favorirlo anche attraverso momenti di convivialità. Pause comuni, cene aziendali, uscite tra colleghi dove ovviamente il lavoro viene lasciato sullo sfondo e viene promossa tra le persone una conoscenza autentica e reciproca".

Pedroni Ferro è certificata EN 1090 EXC4 e può fornire materiali strutturali la-

vorati per applicazioni soggette a vincoli rigorosi di sicurezza; una situazione che si configura quando le travi e i tubolari d'acciaio sono prodotti con la finalità di essere integrati in strutture che richiedono garanzie stringenti relativamente alla statica e alla normativa. "Abbiamo pianificato - afferma Marcello Pedroni - il conseguimento di altre certificazioni come la ISO 45001, che riguarda lo standard internazionale per la salute e sicurezza sul lavoro, e la ISO 14001, finalizzata a migliorare le performance ambientali e gli obiettivi di sostenibilità. Vogliamo crescere e sappiamo di avere le caratteristiche idonee per farlo. Siamo organizzativamente snelli, rapidi nelle consegne e con possibilità di stoccaggio di ingenti quantità di materiale. I nostri clienti conoscono la nostra serietà e puntualità.

Ad oggi i numeri ci stanno dando ragione e questo lo devo anche ai componenti di tutto il mio team che è coinvolto e partecipa attivamente alle sfide dell'azienda. La loro fiducia mi spinge ancora di più a non fermarmi e a continuare sulla strada intrapresa, con tenacia e determinazione, sicuro che sia quella giusta”.



PEDRONI FERRO

N. dipendenti: 14

Fatturato: 9 milioni

Mercato: Italia

Sede: Vescovato

**Anno iscrizione
Associazione Industriali:**

2019

www.pedroniferro.it



Le migliori tecnologie permettono di operare
in ogni ambiente di lavoro



RDD SERVIZI SPAZI SANI E BONIFICHE PER L'INDUSTRIA

RDD Servizi è un'impresa specializzata in pulizie industriali con la capacità di eseguire bonifiche e operazioni di sanificazione anche in ambienti ad alto rischio. Il personale viene costantemente formato e dotato di qualifiche specifiche. L'azienda ha sede a Cremona ed è in grado di agire in contesti particolari come spazi confinati, aree in quota, strutture sanitarie. Le competenze tecniche e le dotazioni tecnologiche consentono di effettuare azioni complementari in svariati campi: ripristino e sanificazione post incendio o post alluvione, spurghi e grandi aspirazioni, disinnesramento di cisterne, servizi complessi in ambito ambientale e igienico-industriale o della disinfezione civile.

"Abbiamo conoscenze, esperienza e attrezzature per muoversi al meglio e risolvere ogni criticità che viene avanzata dai nostri clienti" racconta **Riccardo Di Dio**, fondatore e proprietario dell'azienda insieme alla sorella **Elisa**. "Ho lavorato nell'azienda di famiglia che era attiva nel

settore delle pulizie civili ma ho sempre desiderato creare una realtà innovativa. Volevo mettere a frutto le competenze maturate in precedenza all'interno di uno scenario differente, capace di offrire margini e prospettive di crescita più stimolanti. Le pulizie industriali e tecniche, infatti, rispetto ai trattamenti civili richiedono tecnologie più avanzate e innovazioni costanti. In riferimento a molteplici aspetti. Per rispondere alle esigenze della clientela è necessario dotarsi di macchinari innovativi e il personale deve essere dotato di un livello di preparazione più elevato. Se operi in questo settore hai la responsabilità di creare le condizioni perché le produzioni delle imprese siano continuative e sicure prevenendo il pericolo di guasti e interruzioni".

Le partnership attivate da RDD Servizi riguardano gruppi importanti: Campari, Esselunga, Martino Rossi, Cameo, Sammontana, Balconi e altri grandi realtà. La filosofia aziendale si fonda su

GRAZIE AI DRONI PIÙ EFFICIENZA E SICUREZZA

L'utilizzo di droni è finalizzato a rendere efficace e sicura la procedura di pulizia di superfici fino a 110 metri di altezza. Un'alternativa che rispetto ai ponteggi o alle piattaforme aeree è in grado di preservare dal pericolo gli operatori





Una squadra giovane e affiatata che garantisce l'eccellenza del servizio nel rispetto della sostenibilità

VALORIZZARE LE RISORSE UMANE

L'amministratore delegato Riccardo Di Dio: "Le persone fanno la differenza per costruire una realtà imprenditoriale capace di rispondere con successo alle sfide del mercato. Investiamo nella formazione perché crediamo che preparare e istruire il personale sia un'azione indispensabile per fidelizzare il cliente grazie alla qualità del servizio. Rappresenta inoltre un valore aggiunto per la crescita e la realizzazione professionale di ogni dipendente. La sicurezza è un valore prioritario e irrinunciabile. Offriamo contratti migliorativi rispetto ai parametri del settore perché siamo interessati alla costruzione di relazioni stabili e reciprocamente premianti"

alcuni priorità: qualità, rigore metodologico e certificazioni di eccellenza nell'esecuzione del lavoro e nel controllo del risultato finale; sicurezza delle procedure e delle prassi per garantire la massima tutela del personale; formazione continua degli operatori per svolgere compiti sempre più performanti e di maggiore difficoltà; la capacità di proporsi al mercato non solamente come un fornitore ma come un partner affidabile e duraturo, pronto ad operare dentro il comparto industriale. RDD Servizi è nata nel 2021 e continua a crescere espandendo il suo raggio d'azio-

ne sul piano settoriale.

"Le strategie di sviluppo – continua Riccardo Di Dio – sono l'esito di due azioni convergenti. Ci siamo imposti all'attenzione della comunità imprenditoriale del territorio prima di siglare collaborazioni proficue anche nelle province confinanti e al di fuori della Lombardia. A questa direttrice abbiamo aggiunto l'acquisizione di un'impresa storica del settore, Puliservice, che ha portato in dote un know-how altamente specializzato con squadre capaci di intervenire negli ambienti ad elevato rischio. Puliservice, grazie ai quarant'anni di

attività, ha permesso di entrare in contatto con il mercato nazionale".

Il controllo di Puliservice è stata la premessa fondamentale per acquisire tecnologie avanzate, competenze elevate, personalizzazione e pianificazione su misura dei servizi. Lo sviluppo della dotazione tecnologia ha richiesto l'organizzazione di percorsi professionalizzanti a favore dei dipendenti.

"La formazione del personale – prosegue Riccardo Di Dio – costituisce indubbiamente uno dei nostri punti di forza ed è un'azione indispensabile per collocarci nella fascia di eccellenza. L'azione è continuativa sia in relazioni alle mansioni tecniche specifiche sia in relazione al tema prioritario della sicurezza. L'attenzione al benessere delle persone è un pilastro della nostra visione. Abbiamo introdotto contratti migliorativi rispetto agli standard canonici e abbiamo modellato i locali della nostra sede per promuovere occasioni di condivisione e socializzazione tra i dipendenti".

Gli investimenti sul fronte tecnologico sono stati costanti e ingenti per operare in presenza di macchine utensili quali CNC, torni, fresatrici con parti elettriche e



PULISERVICE AMBIENTI CONFINATI AD ALTO RISCHIO

L'acquisizione di Puliservice ha fornito una serie di vantaggi strategici: tecnologie avanzate, competenze tecniche elevate del personale, conformità rispetto alle normative che regolano gli ambienti confinati personalizzazione del servizio e pianificazione su misura comprendente report fotografici e video

meccaniche che richiedono molta precisione. I metodi di pulizia sono vari: acqua ad alta pressione, pulizia cryogena, vapore, ultrasuoni, immersione, spray, aspirazione.

"Abbiamo ottenuto le migliori certificazioni – dichiara l'amministratore delegato - in materia di qualità e sicurezza concludendo positivamente i percorsi di verifica da parte degli enti valutatori. Abbiamo un parco macchine aggiornato con tecnologie che ci consentono di effettuare bonifiche, pulizie, azioni di ripristino e sanificazione in ogni tipologia di spazio confinato ad alto rischio. Siamo in grado di erogare servizi complessi come gli idrolavaggi attraverso droni che intervengono a più di cento metri di altezza su pareti verticali, strutture in vetro, sistemi di pannelli solari. Una metodologia che salvaguarda l'incolumità delle persone quando le azioni di pulizia implicano una forte esposizione al pericolo".

La pulizia con i droni industriali viene impiegata da RDD Servizi in ambito industriale, edilizio e infrastrutturale. I droni per la pulizia sono veicoli aerei senza pilota a bordo equipaggiati con serbatoi d'acqua o detergenti, ugelli ad alta pressione per il lavaggio, telecamere e sensori per il controllo da remoto. Possono anche montare spazzole rotanti o getti d'aria. Si tratta di una soluzione che consente di agire nel modo più efficace e sicuro in contesti che prevedono la pulizia di facciate e vetrate di grandi edifici come grattacieli, torri di

produzione, centri commerciali, hotel, uffici. Un'alternativa rispetto ai ponteggi o alle piattaforme aeree. I droni permettono inoltre di pulire e mantenere in perfetto esercizio i sistemi fotovoltaici aumentando il rendimento energetico. RDD Servizi riesce così ad intervenire in scenari rischiosi a causa delle alte quote pulendo strutture industriali e infrastrutture quali serbatoi, silos, torri di raffreddamento, pale eoliche, ponti, tralicci, depositi, impianti chimici. La rimozione di sporco, polvere o inquinanti è indispensabile per conservare ad uno stadio ottimale il patrimonio artistico, le

facciate di edifici di grande pregio, i monumenti. RDD Servizi si è dotata di droni, generando una serie di vantaggi strategici per le aziende clienti in termini di sicurezza grazie all'assenza di impalcature o lavori in quota, di riduzione dei costi per il minore impiego di manodopera e attrezzature, di velocità per i tempi più rapidi rispetto ai metodi tradizionali, di versatilità per la possibilità di operare su superfici verticali o curve, di sostenibilità in quanto la tecnologia prevede un consumo inferiore di acqua e detergenti.

"Sull'attuazione di pratiche sostenibili – conclude Riccardo Di Dio - abbiamo lavorato con grande determinazione perché costituisce un parametro di efficienza per incrementare la qualità oltre che un requisito per integrarci in modo coerente negli asset produttivi dei clienti. Forniamo tecnologie, procedure e prodotti ecompatibili. Monitoriamo i consumi cercando di intervenire con migliorie sistematiche nelle aree più sensibili: sprechi d'acqua, uso di chimici non biodegradabili, trasporti, energia. Fissiamo obiettivi concreti e misurabili. Siamo sempre più indirizzati verso una mobilità sostenibile come dimostrano le certificazioni acquisite. I report evidenziano policy sempre più aderenti ai canoni ESG disegnando uno scenario di lungo termine che giustifica sforzi, investimenti e progetti. Tutto il ciclo del servizio corrisponde ai principi e agli standard dell'economia circolare".





SERI-ART METODO E PASSIONE PER LA STAMPA

«Mi scusi se quando parlo della mia azienda mi commuovo». La confessione sottovoce, mentre usciamo dalla reception e imbocchiamo la porta che conduce al reparto con i macchinari utilizzati nella stampa serigrafica, per la consueta visita dell'azienda. Per **Valter Galbignani**, presidente di Seri-Art srl, ripercorrere la storia dell'impresa che ha fondato nel 1966 significa riavvolgere il filo di decenni di conquiste, passione e sacrifici. La racconta insieme al figlio **Matteo Galbignani**, attuale amministratore delegato, che ha raccolto il testimone del padre e pensa a lasciare la propria impronta nell'attività di famiglia.

«Lavoravo come dipendente da Persico Arti Grafiche – racconta Valter – quando, quasi 60 anni fa, ho deciso di aprire un'attività in proprio, in via Costone di Mezzo. Abbiamo incominciato realizzando etichette autoadesive per le concessionarie, stampando in serigrafia per la Sperlari, vicinissima alla nostra sede di allora: stampe in finta pelle, poi utilizzate dalla ditta per

decorare i caratteristici cofanetti che circolavano in tutta Italia. Nel '72 ci siamo poi trasferiti in via Lugo, in una sede più grande (circa 400 metri quadrati). Lì abbiamo iniziato la vera e propria serigrafia artistica: c'erano pittori che, oltre a realizzare le proprie opere, stampavano una cinquantina o un centinaio di copie in serigrafia, autografate. Si usava così all'epoca». La 'conversione' industriale è stata un passaggio successivo. «Abbiamo iniziato a stampare su tessuto – continua – e per ragioni di spazio nell' '82 abbiamo finito per trasferirci qui, nella sede di via degli Artigiani. Il laboratorio è 'esplososi': siamo passati da 500 a 2.000 metri quadrati, ricavando un grosso reparto in cui stampavamo magliette. Il mercato in un primo momento ci ha premiati: lavoravamo su grafica e stampa anche per grossi clienti, come la Champion. Nel tempo abbiamo quindi ottimizzato sia la diversificazione dell'offerta che la dimensione dell'azienda».

È andata bene. «Soprattutto grazie

SERI-ART

N. dipendenti: 20

Fatturato: 2,6 Milioni

Mercato: Italia

Sede: Cremona

Anno iscrizione
Associazione Industriali:
1988

www.seri-art.it

AZIENDA DI ECCELLENZA

Seri-Art dal 1988 è associata all'Associazione Industriali della Provincia di Cremona Valter Galbignani è stato presidente del Comitato Piccola Industria provinciale e regionale. Seri-Art figura tra le 99 aziende di eccellenza selezionate da Confindustria in Lombardia e tra le 450 in Italia per la crescita e l'innovazione (Sole 24 Ore)

UNA VISIONE SOSTENIBILE

**Matteo Galbignani
amministratore delegato
«L'azienda rappresenta
una possibilità per generare
un valore condiviso
Il segreto del successo
nasce dalla voglia
di migliorarsi tutti i giorni
Dal 2009 stiamo lavorando
sul tema della sostenibilità
fotovoltaico, certificazioni
materiali, colorazioni
Siamo all'avanguardia
grazie ai processi innovativi
che abbiamo elaborato»**

alla voglia di lavorare, alla passione, ai fornitori – spiega Valter – ma abbiamo vissuto di tutto e di più: la crisi più grande è stata negli anni '80, e non è stata l'unica. Sono emerse difficoltà che ci hanno portato, nei primi anni 2000, a dismettere il reparto dedicato alla stampa su tessuto». Il motivo: «La produzione si è spostata in altri territori più competitivi, come la Tunisia o la Cina, dove il capo stampato costava addirittura meno della stampa stessa in Italia». Nel frattempo, nascevano i primi contatti con i mercati internazionali: «Nel '91 abbiamo

cominciato a lavorare con l'estero – continua Valter – con un cliente che produceva giocattoli. Le pretese erano alte, cosa che ci ha incentivati a fare un salto di qualità. In questo momento, i nostri contatti con l'estero sono diventati più fitti: lavoriamo per Francia, Germania, Svizzera, Inghilterra, Svezia, Ungheria. Indirettamente i nostri prodotti sono andati anche nelle Filippine, in Cina, in America».

Oggi Seri-Art conta su una posizione solida a livello di clientela: «Uno dei nostri primi clienti, ad oggi, è la Peg Perego – chiarisce da parte sua Matteo – unica azienda italiana che produce giocattoli direttamente in Europa. Creano giocattoli elettrici cavalcabili, culle e carrozze per neonati e per lo più macchinine in scala

ridotta per bambini di 6-7 anni. Sono prodotti che, in genere, raggiungono un certo prezzo. A loro forniamo tutti i kit che 'vestono' il giocattolo, gli adesivi che il consumatore finale applica poi sulla macchinina». Anche l'offerta è cambiata molto. «Quando abbiamo dismesso la stampa su tessuto – spiega ancora Matteo – abbiamo iniziato ad investire sulla stampa digitale di piccolo e grande formato. Abbiamo ampliato il fronte della grafica offrendo un servizio a 360 gradi, anche con tirature più ridotte, cosa che non è possibile fare con la stampa serigrafica. Grazie a questa svolta, che portiamo avanti insieme alla serigrafia, il ventaglio si apre anche all'allestimento di stand fieristici e uffici, mentre per quanto riguarda il metodo serigrafico ci siamo ormai da molti anni diversificati anche fuori dal mondo del giocattolo: movimento terra, agricoltura, motorbike, go-kart e molto altro».

Una resilienza autentica, che alla fine è stata premiata: oggi Seri-Art è una realtà di primo piano a livello nazionale, che continua a puntare al miglioramento dell'esistente. «Abbiamo avuto un attestato di eccellenza nel 2006 – spiega Matteo – insieme ad altre 494 aziende italiane. Un riconoscimento di Confindustria, che ha premiato la nostra crescita e i nostri risultati come piccola impresa. Sul fronte della sostenibilità, poi, continuamo a lavorare sin dal 2009, quando abbiamo installato su 3.000 metri quadri di copertura fotovoltaica per alimentare l'azienda. Riusciamo in questo modo a coprire 110 Kwatt, quasi la metà del totale necessario. Inoltre certifichiamo tutti i nostri materiali, pensando specialmente ai nostri clienti produttori di giocattoli: insieme ai nostri fornitori abbia-





Macchinari di ultima generazione per la stampa digitale e serigrafica



mo studiato soluzioni prive di componenti plasticici cancerogeni potenzialmente pericolosi per i bambini». Inoltre, oggi Seri-Art sta percorrendo sempre di più la strada della sostenibilità: «Nel 2023 abbiamo fatto ricerche sui colori – precisa Matteo – certificando una tipologia di materiali che si asciuga nei forni a led, più sostenibili rispetto a quelli a ultravioletti, appena sostituiti. Ora guardiamo all'industria 5.0, con l'obiettivo di rivoluzionare ulteriormente il rapporto tra azienda e ambiente». Il prossimo step sarà la digitalizzazione dei processi: «Abbiamo già cominciato – chiarisce – e non sarà facile. I nostri dipendenti, che lavorano con noi da molto tempo, dovranno abituarsi ad uno schema diverso da quello che hanno seguito finora. Si tratterà però di un passaggio fondamentale nell'ottica dell'ottimizzazione».

La situazione attuale: «Abbiamo una ventina di dipendenti – spiegano Valter e Matteo – abbiamo chiuso il 2024 con un fatturato 2,6 milioni di euro, con una quota di estero del 20-25%. Siamo sostanzialmente tornati ai livelli di fatturato che raggiungevamo prima del covid: la pandemia ha portato ad un blocco mondiale della domanda, poi c'è stato un recupero completo. Cerchiamo una marginalità tale da poter continuare ad innovare anche nei prossimi anni». E aggiungono: «Nel 2026 Seri Art compirà 60 anni. Festeggeremo il compleanno dell'azienda con i fornitori e i clienti, che sono la sua 'famiglia'».

Seri-Art, spiegano ad una voce Valter e Matteo, è una realtà che da sempre punta ad arricchire il territorio, valorizzandone i punti di forza: «Sosteniamo economicamente le eccellenze culturali cremonesi, come il Museo del Violino,



L'IMPEGNO NEL SOCIALE

L'azienda sostiene importanti istituzioni culturali: Museo del Violino, Museo Diocesano, Teatro Ponchielli. Nell'ambito sportivo è sponsor della Cremonese. Valter Galbignani: "È giusto che l'imprenditoria riversi il suo benessere a livello locale dove realtà straordinarie operano per il bene e lo sviluppo della collettività"

il Museo Diocesano, il Teatro Ponchielli. In ambito sportivo, siamo tra gli sponsor della Cremonese. È giusto che l'imprenditoria riversi il suo benessere anche sul territorio: a Cremona abbiamo eccellenze che hanno un bisogno reale di queste sponsorizzazioni».

L'etica dell'azienda è ispirata alla cura del cliente, grande o piccolo che sia, e all'amore per il proprio lavoro. «La nostra missione è rivolta alla passione – conclude Matteo -. L'azienda ti dà la possibilità di far star bene te stesso e i collaboratori. Crediamo che l'ossessione, a volte, sia molto meglio del talento: il segreto del successo sta nella voglia di migliorarsi tutti i giorni. La fortuna è importante ma, come diceva Pasteur: "... favorisce le menti preparate". L'ho imparato da lui (indica Valter, nda), che è stato ed è ancora un grande maestro di vita».

DA 80 ANNI VIVIAMO IL PRESENTE E PROGETTIAMO IL FUTURO

Dal 1945 gli imprenditori dell'**Associazione Industriali Cremona** affrontano le sfide del loro tempo, **protagonisti della transizione ecologica e interpreti di un'economia sostenibile, che pone al centro il valore delle persone.** Con passione, coraggio, ma anche visione, innovazione e capacità di cambiare. Sempre nel segno della concretezza del fare impresa.



assind.cr.it



OTTANTA VOGLIA DI FARE IMPRESA

VISUAL REALIZZATI CON L'UTILIZZO PARZIALE DI AI

WELCOME



SCOPRI DI PIÙ

**LE IDEE
LE MANI
IL TEMPO**
Tracce di futuro



Un viaggio immersivo tra immagini suoni
e storie d'impresa in un'esposizione
che celebra l'industria del territorio.

DOVE

Museo del Violino
Piazza Guglielmo Marconi, 5, 26100 Cremona CR

QUANDO

Dal 20 novembre al 14 dicembre