

SPECIALE MOTORE ITALIA 10 ANNI



Il format dedicato alle pmi che fanno correre il paese

2015-2025 I FATTORI VINCENTI

Storie straordinarie di imprese eccellenti



Flash dalle tappe 2024 di Motore Italia: nelle foto grandi, l'evento in Veneto a Vicenza nella ex sede della Banca d'Italia (a sinistra), l'evento nella Marche alla Loggia dei Mercanti di Ancona (in alto), e quello in Liguria nella sala delle contrattazioni alla Borsa di Genova (qui sopra)

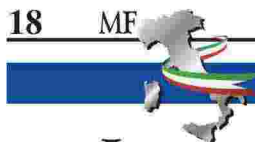
DI ETTORE MAZZOTTI

Le formule del successo sono molteplici e tanto variegate quanto gli uomini e le donne che ogni giorno le interpretano nel loro lavoro. Spesso dietro a una buona impresa ci sono idee, intuizioni, metodi, o semplicemente il giusto tempismo. Ma in un contesto così incerto e competitivo, come si può replicare una formula che porta al successo? È utile raccontare singole esperienze di successo, come fa Motore Italia da dieci anni a questa parte? La risposta è sì, e non va sottovalutato un dato fondamentale: se alcuni ce la fanno, in un periodo di forte instabilità, significa che è possibile crescere, generare profitti, costruire organizzazioni efficienti, acquisire concorrenti ed espandersi sui mercati internazionali. Questo è un messaggio importante, che Motore Italia comunica con il suo lavoro. E non si tratta solo di numeri o di storie singole, ma di un vero e proprio

spaccato dell'Italia che emerge dai racconti delle PMI, una realtà fatta di imprese diverse per dimensioni, provenienza e tipologia. Le aziende protagoniste di questa decima edizione del progetto sono state selezionate attraverso criteri analitici rigorosi, come il Leanus score, ma anche grazie alla casualità, alla geografia e alla volontà di raccontarsi. Il risultato è un mosaico di eccellenze italiane che spaziano da piccole realtà a grandi imprese con fatturati che variano da pochi milioni a centinaia di milioni, sparse in tutto il Paese, spesso lontano dai centri urbani principali e indipendenti da filiere produttive consolidate. Eppure, tutte queste realtà hanno in comune una solida motivazione: la necessità di far quadrare i conti e crescere. Le storie di queste imprese raccontate nei dieci anni di Motore Italia esaltano l'iniziativa individuale, ma scavando più a fondo emerge un aspetto interessante: esistono alcune costanti che definiscono le precondizioni per il successo. Motore Italia, in-

fatti, non si limita a raccontare storie di successo, ma indaga su ciò che ne è alla base, cercando di delineare un modello replicabile. La governance è uno degli aspetti centrali: per la piccola e media impresa italiana, il concetto di governance si traduce spesso in una gestione familiare. L'81% delle aziende italiane è infatti di proprietà familiare, e la capacità di amalgamare le generazioni, dai padri ai figli fino ai nipoti, è fondamentale per la continuità dell'impresa. Un altro pilastro è l'innovazione, che può riguardare software, materiali, processi produttivi o strategie organizzative. Le imprese che riescono a innovare costantemente, migliorando efficienza, costi e produttività sono quelle che hanno maggiori opportunità di crescere e prosperare. Poi c'è la sfida internazionale: espandersi oltre i

(continua a pag. 24)



SPECIALE MOTORE ITALIA 10 ANNI

IN PRIMO PIANO I PROTAGONISTI

VENETO

Più tech e capitale umano

Difficile trovare giovani talentuosi da attirare in fabbrica? Alla Simem di Manerbio (Vr), macchinari per il settore edile, hanno puntato sulle nuove tecnologie anche per motivare le nuove leve. «La rivoluzione tecnologico-digitale in corso ci sta consentendo di progettare fabbriche robotizzate per la produzione di manufatti, che vengono poi assemblati a secco in cantiere», ha testimoniato Federico Furlani, presidente e ceo, «questo sarà peraltro l'unico modo per poter realizzare grandi opere in futuro». Più



Federico Furlani



Mariluce Geremia

tradizionale, ma ugualmente efficace l'approccio di Mariluce Geremia, titolare, con la famiglia, delle vernici per l'edilizia San Marco di Marcon, per trannere e fidelizzare il capitale umano indispensabile alla crescita. «Nel 2023 abbiamo lanciato il nostro piano per la genitorialità», ha raccontato, «non solo come bonus nascite, comunque importante poiché in tre anni porta 6mila euro ai nuovi genitori, ma anche corsi di formazione sul tema e la possibilità di confrontarsi con lo psicologo aziendale». (riproduzione riservata)

FRIULI-VENEZIA GIULIA

Una Valley per la sostenibilità

Porti. Cantieri. Atenei, scuole di alta formazione, centri di fisica e biotecnologia: è l'ecosistema che ha permesso a una delle regioni più piccole un'integrazione efficace tra ricerca, produzione e logistica, facendone un modello. Come Illycaffè, azienda-simbolo della Trieste colta e cosmopolita, che si è ufficialmente impegnata a conseguire entro il 2033 l'obiettivo dell'impronta carbone zero, guadagnandosi la leadership tra le aziende italiane del caffè certificate B Corp. «Il FVG, grazie anche alle sue università e ai suoi centri di

ricerca, potrebbe diventare una sorta di Silicon Valley della sostenibilità» ha sottolineato Andrea Illy, numero uno del gruppo. La regione è anche all'avanguardia della space economy, dove pmi come Picosats provvedono a tener testa alle sempre più sfidanti esigenze di connettività attraverso i piccoli satelliti. «Questo è il futuro», ha sottolineato la co-fondatrice e ceo Anna Gregorio, «perché la rete terrestre non potrà mai stare al passo con la IoT - Internet of Things e le applicazioni per operare in smart working». (riproduzione riservata)



Andrea Illy



Anna Gregorio

PIEMONTE

Dove si chiude il cerchio

«Da una condizione di indigenza e di malessere sociale siamo arrivati a quello che io ritengo oggi il luogo più in forma in Italia (e probabilmente al mondo) sotto il profilo turistico e dell'apprezzamento dei suoi prodotti ed eccellenze». Così Oscar Farinetti ha fotografato il miracolo che nell'arco di cent'anni ha cambiato il volto delle Langhe e della sua Alba. Il fondatore di Eataly è convinto che la generazione Z saprà raccogliere il testimone dagli eroi di ieri da Michele Ferrero, a Giuseppe Miroglio ed



Oscar Farinetti

Edmondo Sropiana (Mondo). «La biodiversità che c'era nella terra si è ora trasferita nei nostri cervelli e nei nostri cuori. C'è infatti una marea di startup, in tutti i campi, con una voglia matta di darsi da fare». Per esempio nella bioeconomia come sta facendo Catia Bastioli, ceo di Novamont (Novara), che ha inventato la speciale bioplastica che si degrada producendo acqua, anidride carbonica e metano. Aprendo la strada a una vera rivoluzione nel riciclo del rifiuto organico e non solo. (riproduzione riservata)



Catia Bastioli

LIGURIA

Intuizioni al fosforo

Per più di un secolo si è utilizzato il fosforo per fare fiamme; Sergio Iorio con la sua Italmatch Chemicals ha avuto l'intuizione di usarlo per inibirle nei polimeri termoplastici. Guardando ancora più in là: «Puntiamo al recupero del fosforo, presente in centinaia di applicazioni quotidiane, dalla detergenza fino ai lubrificanti, dai rifiuti urbani solidi e liquidi. Sarà un salto fondamentale per un mondo più sostenibile», ha spiegato il fondatore e ceo di Italmatch, saldamente legata a Genova, dove è cresciuta da qualche milione di fatturato

a oltre 800 milioni, una storia esemplare. Come quella di EdiliziAcrobatica, che ha rivoluzionato il settore dell'edilizia e delle ristrutturazioni, introducendovi la tecnica della doppia fune di sicurezza. Ben oltre i confini d'Italia. «Attraverso la forza del gruppo ci siamo prima orientati sui paesi più vicini», ha dettagliato la ceo Anna Marras, gran scopritrice di talenti, «in tempi più recenti siamo invece approdati in Francia e nel Middle East». Fino a «scalare» il Burj Khalifa di Dubai, il grattacielo più alto del mondo. (riproduzione riservata)



Sergio Iorio



Anna Marras

LOMBARDIA

Qui crescono le vie dell'idrogeno

Tra Bergamo e Brescia, unite dai 50 chilometri della terra più industrializzata d'Europa, si guarda già all'utilizzo delle energie del futuro, per esempio con l'impiego di idrogeno. Il treno alimentato a idrogeno della linea Brescia-Iseo-Edo e la Toyota Mirai, prima auto a idrogeno al mondo, montano una valvola prodotta dall'azienda bresciana Omb Saleri «Siamo entrati in questo business grazie a Joachim Graetz, scienziato del gruppo di Carlo Rubbia, nonché alla capacità di gestire le alte pressioni», ha raccontato il



Paride Saleri

presidente e fondatore Paride Saleri. Poco lontano, a Nembro (Bg) si diramano le molteplici attività del gruppo Persico, leader mondiale nell'ambito delle tecnologie rotazionali così importanti per il futuro dell'idrogeno come fonte rinnovabile. Laura Persico, figlia del fondatore del gruppo, è impegnata, fra l'altro, a promuovere le opportunità nei lavori di alta tecnologia tra le giovani leve femminili. «Oggi la fabbrica è bella: vi sono tantissime opportunità e servono nuove figure», ha raccontato. (riproduzione riservata)



Laura Persico



Giovedì 13 Marzo 2025

MF 19

SPECIALE MOTORE ITALIA 10 ANNI

Storie emblematiche di idee e lavoro che hanno permesso ai piccoli di diventare più grandi

EMILIA-ROMAGNA

Lo sprint della Motor Valley



Una storia che riassume lo spirito della Motor Valley. Era giovane Horacio Pagani allorché dall'Argentina approdò a Sant'Agata Bolognese per realizzare il suo sogno: lavorare in Lamborghini, dove iniziò come operaio. Oggi la Pagani Automobili a San Cesario sul Panaro (Mo) fabbrica dream car, vendute in tutto il mondo. Vi lavorano tanti giovani motivati con il suo stesso sogno: «L'età media dei nostri ragazzi è 32 anni», ha spiegato Pagani, «quando ci sono così tanti giovani, si può in certa misura



Lucia Chierchia

essere tranquilli; questi ragazzi avranno infatti idee e creatività per portare avanti l'azienda». Anche Gellify a Casalecchio di Reno (Bo), investe sul futuro, finanziando startup e facendo consulenza sulla transizione digitale a gran di imprese. «Ogni anno si crea un gruppo di under 35 che si autogestiscono e possono portare al nostro leadership team qualsiasi idea, un nuovo modello di business oppure una nuova proposta di investimento», ha raccontato Lucia Chierchia. (riproduzione riservata)



Horacio Pagani

TOSCANA

Come si coltiva l'innovazione

Non potrebbe essere più diverso dall'iconografia classica della dolce Toscana, colline, vigneti e cattedrali, il campo arato dell'innovazione che Motore Italia è andato a visitare e raccontare. Quello di Massimo Mercati è nei pressi di Arezzo, vicino alle colture di erbe ed essenze, che nei laboratori di Aboca diventano i farmaci per curarsi seguendo le prescrizioni della natura. E quello nella piana di Empoli, provincia di Pistoia, conosciuta per le sue rose, dove la Var



Massimo Mercati

di Francesca Moriani cucina strategie nel campo del mondo digitale e della sua più recente appendice, l'intelligenza artificiale. Laboratori e computer, eppure la lezione di entrambi è paradossalmente simile: concepire l'azienda come un sistema a rete, con le regole proprie della vita di un organismo. Con l'evidente corollario che per tenere l'organismo in buona salute servono valori condivisi, buona alimentazione e soprattutto tanta comunicazione tra le parti in causa. (riproduzione riservata)



Francesca Moriani

MARCHE

Ecco una nuova biodiversità

Un tempo appannaggio quasi esclusivo del calzaturiero, il panorama industriale delle Marche si è oggi arricchito di pmi come Civitanavi Systems, azienda di Porto Sant'Elpidio (Fm) che produce sistemi e sensori inerziali per l'industria civile. «Siamo riusciti a impiegare una tecnologia in fibra ottica che permette di fare leva su grandi produzioni», ha raccontato Andrea Pizzarulli, presidente e ad dell'azienda che ora fa parte del colosso Usa Honeywell; «siamo un po' come degli chef stellati della tecnologia: tutti possono infatti



Andrea Pizzarulli

comprare gli stessi ingredienti di uno chef, ma solo lui ne ricava un piatto altrettanto buono». I buoni piatti e la materia prima che li rende tali sono la specialità di Fileni Alimentare, azienda di Cingoli (Macerata) attiva da 60 anni nel settore delle carni e che ha saputo rinnovarsi anche con l'aiuto di manager esterni alla famiglia. «Un manager aiuta a prendere le decisioni basandosi su analisi concrete, sui numeri anziché sull'intuito e la passione peraltro necessari, ma non sufficienti», ha ricordato Roberta Fileni. (riproduzione riservata)



Roberta Fileni

CAMPANIA

Cuore e cervello sotto il Vesuvio

Cuore e cervello, così Paolo Graziano sintetizza, nella sua Napoli, lo straordinario cammino che ha portato Ma Group, da due piccole unità a una multinazionale tascabile con oltre 200 milioni, leader sui mercati internazionali nella produzione dei carrelli di atterraggio per i principali aerei. «La chiave del nostro successo è stato il coniugare l'ingegno napoletano con l'innovazione di cui la Campania si può far vanto. Una delle caratteristiche meno note della regione sono infatti le competenze tipiche del no-



Paolo Graziano



Susanna Moccia

leberimo Golfo. Qui Susanna Moccia e i suoi fratelli uniscono l'entusiasmo della quarta generazione alla capacità imprenditoriale di fare perno sulle tradizioni e portarle al successo. Nella loro Fabbrica della Pasta di Gragnano acqua e aria vengono dosati con la farina dall'IA mentre i robot gestiscono il confezionamento e la scelta dei formati. (riproduzione riservata)

SICILIA

Vino e carruba, oro dell'isola

Lo straordinario della Sicilia lo si incontra in provincia di Ragusa tra le serre che forniscono ortaggi freschi tutto l'anno alle grandi distribuzioni del nord Europa e ai campi di carruba che hanno fatto la fortuna della Lbg, della famiglia Licita e del team di collaboratori. Dal povero frutto, spesso abbandonato a terra, hanno saputo estrarre materia pregiata per le grandi multinazionali del food in tutto il mondo, dalla Nestlé in giù. «Nell'ottica dell'economia circolare stiamo cercando di valorizzare tutti gli scarti della car-

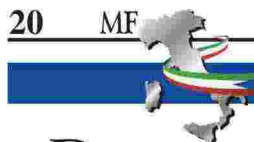


Giovanni Licita

ruba. L'anno scorso abbiamo incominciato la quarta espansione, nei sostituti del cacao, sempre partendo dalla carruba», ha raccontato Giovanni Carlo Licita, iniziatore di questa rivoluzione. Con lo stesso entusiasmo per la terra e i suoi frutti, José Rallo ha portato l'ottica industriale nella azienda agricola di famiglia, facendone un produttore di vino di qualità apprezzato in tutto il mondo, anche grazie all'efficacia della comunicazione di un marchio, Donnafugata. (riproduzione riservata)



José Rallo



SPECIALE MOTORE ITALIA 10 ANNI

DIECI CAMPIONI DELL'ITALIA CHE VINCE

TOP 10 PMI IN ITALIA

POS.	AZIENDA	SETTORE	REGIONE	SCORE LEANUS	FATT. 2023	VAR. %
fatturato 50-100 € mil						
1	Paima spa	tessile	Marche	21,1	98.129.151	29,4
2	Osit Impresa spa	fashion	Lazio	17,5	73.660.278	39,2
3	Lor-Ma srl	tessile	Lombardia	16,9	50.931.628	24,2
4	Heidrun Europlastic srl	plastica	Lombardia	14,3	75.210.260	17,5
5	Colnago Ernesto e C. srl	meccanica	Lombardia	13,4	55.715.101	32,9
fatturato 10-50 € mil						
1	Henge srl	mobili	Veneto	34,3	34.933.029	26,6
2	Righetti Alimentare srl	alimentare	Veneto	22,8	35.456.207	26,6
3	Cereria Terenzi Evelino srl	chimica	E-R	18,5	45.551.954	33,4
4	Officina Santa Maria Novella spa	lifestyle	Toscana	16,8	46.620.881	22,2
5	G. Candiani srl	vetro	Lombardia	13,7	37.443.398	142,2

Legenda: Il Leanus Score è un indicatore sintetico che misura la solidità economico-finanziaria di un'impresa analizzando parametri contabili chiave come redditività, solvibilità, liquidità e struttura patrimoniale. L'algoritmo assegna un punteggio che viene interpretato attraverso tre fasce di punteggio: i valori tra 3 e 40 indicano una situazione positiva; i valori tra 1,7 e 3 segnalano un rischio intermedio; un valore inferiore a 1,7 evidenzia criticità finanziarie

PAIMA

C'è un filo d'oro in quella maglia

Fondata nel 1964 da Italo e Maria Marabini ad Osimo, vicino ad Ancona, Paima è un atelier di maglieria divenuto negli anni una delle più apprezzate eccellenze marchigiane e italiane nella produzione di articoli di maglia. La capacità di fondere innovazione e artigianalità, unita alla guida della famiglia fondatrice, oggi con la seconda generazione dei fratelli Alessandro, Alessandra e Paola, ha consolidato la crescita da produttrice conto terzi a



Alessandro Marabini

vero e proprio punto di riferimento per i maggiori brand mondiali del lusso. Paima è stata la quinta azienda italiana a entrare nell'universo della maison parigina Chanel, che nel 2021 ne ha acquisito una partecipazione di maggioranza con l'obiettivo di sostenere il proprio storico fornitore ma anche un settore essenziale per la propria attività e per quella del lusso nel suo insieme. "L'investimento offre un quadro di collaborazione più duraturo, rientrando nella continuità di un rapporto già consolidato", aveva sottolineato Chanel all'indomani dell'acquisizione. Paima oggi occupa 350 dipendenti e nel 2023 ha registrato un utile di 20,6 milioni di euro, un quinto del fatturato. (riproduzione riservata)

OSIT

Target? La Z Gen globale

Si scrive Osit, si legge Subdued. L'azienda romana, fondata negli anni Novanta da Enrico Maria Sconciaforni e Alessandro Orsini, oggi rispettivamente presidente e ceo, è infatti titolare del popolare brand di abbigliamento per teenager, tra i primi a disegnare una proposta distintiva destinata esplicitamente al target 12-18enni. L'azienda è stata protagonista negli ultimi trent'anni di una crescita impetuosa che l'ha portata prima a ritagliarsi il ruolo di leader nel settore dell'abbigliamento giovanile e poi ad allargare tanto le proprie collezioni, per esempio con il brand Fuorioso, creato nel 2019 e destinato al target 20-40enni, quando la propria dimensione internazionale arrivando a presidiare con 85 negozi monomarca tutte le principali piazze europee.



Enrico Maria Sconciaforni

Il 2023 si è chiuso per Osit Impresa con un fatturato consolidato di circa 120 milioni e, per quanto riguarda la spa italiana, di 73.660.278 euro (+17,5% sul 2022) e un utile da record per questa fascia di imprese: 15.719.891 euro. Il 2024 ha segnato l'ingresso nel capitale del fondo Nuo, partecipato da Exor, che ha acquisito una quota del 30% e che aiuterà l'azienda nei progetti di espansione negli Usa e in Cina. (riproduzione riservata)

LOR-MA

Tessuti con l'occhio al green

LOR-MA nasce nel 1972 a Taverne, in provincia di Como, una culla storica del tessile made in Italy, dall'iniziativa della famiglia Binaghi che conta già cinque generazioni all'attivo nel tessile, prima come commercianti e poi, fino al dopoguerra, come tessitori e produttori di seta. Oggi l'impresa è guidata dal ceo e direttore artistico Filippo Binaghi e la famiglia ne detiene la proprietà, esercitata attraverso la controllante TAT spa (Tessitura Automatica Taverne) e ne garantisce il profilo di eccellenza fornendo tessuti ai principali e più prestigiosi marchi di moda. Il prodotto offerto è composto per il 95% da tessuti e il restante 5% da accessori,

scarpe e foulard. Nel 2023 il fatturato è stato di 50.931.628 euro, con un incremento del 24,16% sul 2022 e con 9.965.597 di utile netto. Tra gli obiettivi di miglioramento, oltre a quelli più strettamente economici e di mercato, risalta l'impegno sul tema della sostenibilità e dei rischi ambientali connessi alla lavorazione tessile e in particolare all'utilizzo di prodotti chimici. Un tema che Lor-Ma affronta adottando il protocollo che esclude l'utilizzo di alcune sostanze, e rafforzando il controllo anche sulla catena di fornitura e misurando periodicamente il livello di applicazione della normativa. (riproduzione riservata)

TAT

HEIDRUN EUROPLASTIC

La plastica dalla casa alle corse

Dal 1958 Heidrun Europlastic produce prodotti in plastica di uso quotidiano per la casa alle porte di Milano, nello stabilimento di Arcore. L'azienda della famiglia Belloni ha mantenuto intatta questa vocazione imprenditoriale espandendo il proprio mercato all'estero già nei primi anni '80 e continuando ad ampliare il proprio catalogo fino ad arrivare a contare oltre 500 referenze. Alcune di queste sono diventate prodotti di successo che hanno confermato Heidrun tra i maggiori player del mercato europeo. Presieduta da Massimo Bel-

lioni e guidata dal ceo Alessandro Belloni, i membri della famiglia coinvolti in diversi aspetti del business sono, soprattutto, i garanti dell'attenzione alla qualità lungo tutta la filiera, in ottica 4.0, con riduzione di consumi ed emissioni e prodotti interamente riciclabili. A lungo tra gli sponsor del Campionato del Mondo di MotoGp, Heidrun è coinvolta anche nel progetto di una moto per MiniGP di alta qualità che si è concretizzato in Ehra, ramo d'azienda guidato da Alessandra Belloni, che ha prodotto un veicolo per professionisti e appassionati. (riproduzione riservata)



La moto Gp Ehra

Giovedì 13 Marzo 2025

MF 21

SPECIALE MOTORE ITALIA 10 ANNI

Sono soprattutto storie di famiglie che, per passione, non mollano le gestione dell'azienda anche se hanno ceduto la proprietà

COLNAGO ERNESTO E C.

Sfida al carbonio su due ruote

Non poteva essere altri che Tadej Pogacar, il ciclista sloveno vincitore di 3 Tour de France, il testimonial delle biciclette della Colnago, fondata da Ernesto nel 1954. Partendo da una piccola bottega da meccanico vicino a Milano, Colnago ha seguito i ciclisti professionisti nelle corse più celebri e impegnative, traducendo questa esperienza in prodotti capaci di conquistare schiere di amatori e di portare in tutto il mondo il simbolo dell'asso di fiori l'equivalente del cavallino Ferrari tra le due ruote. L'amicizia con Maranello ha innescato una delle



Ernesto Colnago

tante innovazioni tecnologiche, l'uso del carbonio per i telai, che hanno distinto la produzione Colnago per raffinatezza, performance e design. Ernesto Colnago, oggi presidente onorario, ha guidato personalmente la crescita dell'azienda fino ai suoi 90 anni, garantendone la forte impronta artigianale, prima di cedere nel 2020 il controllo della proprietà al fondo Abu Dhabi Chimera Investments, che fa capo alla famiglia reale. Il ceo Nicola Rosin guida l'impresa nello sviluppo di nuove tecnologie e progetti con materiali innovativi. (riproduzione riservata)

HENGE

Il mix giusto per servire il lusso

Dopo Dubai, Shenzhen e Dallas, dopo le prestigiose vetrine di New York, Miami, Los Angeles e Shanghai, con l'apertura al numero 254 di Brompton Road a Londra (600 metri quadrati) e l'annuncio della nuova location di Venezia affacciata sul Canal Grande, Henge ha consolidato la sua presenza sul mercato internazionale. Il brand di mobili e accessori di design, che ha fatto della ricerca sui materiali il proprio tratto distintivo,

mixando e interpretando pietre, marmi, metalli e legni rari, si muove dal quartier generale milanese di via della Spiga 34 grazie alla collaborazione con rinomati studi di progettazione, artisti e interior designer internazionali. L'azienda veneta, fondata nel 2011 dall'attuale ceo Paolo Tormena, affiancato dall'architetto Isabella Genovese e dal direttore artistico Massimo Castagna, è presente oggi con il proprio network in oltre 70 Paesi del mondo. Tra i clienti vanta marchi del lusso da Vuitton a Dior, a Qatar Airways Four Seasons. La strategia di investimenti oggi si concentra nel rafforzamento delle partnership con i dealer, l'apertura di monomarca, e la realizzazione della nuova Henge Factory che riqualifica un'ex area industriale. (riproduzione riservata)



Isabella Genovese e Paolo Tormena

RIGHETTI ALIMENTARE

Crescere col gusto della salsa

Con la regina delle salse, la marchionale, Righetti Alimentare ha scalato il mercato italiano ed estero, a cominciare dagli esordi, nel 1967, quando Gian Pietro Righetti, fondatore dell'azienda, decise di passare dal commercio alla produzione di maionese, in primis, e poi la senape, puntando sulla qualità. La regola di allora è rimasta la stessa: fare ogni cosa al meglio, mantenendo le ricette originali senza utilizzare processi che possano alterarne il sapore e la qualità e scegliendo le migliori tecnologie sulle linee di produzione. Dopo quasi sessant'anni l'azienda veneta, forte anche dell'innovazione portata dall'ingresso della seconda generazione, Flavio e Francesco, è arrivata a registrare nel 2023 un fatturato di oltre 35 milioni e



Lo stabilimento di Zevio (Verona)

ad espandere il catalogo a prodotti bio e senza glutine. Nei due stabilimenti di Zevio, nel veronese, Righetti oggi sforna anche private label per i principali distributori italiani della Gdo, del food service e dei discount. L'80% delle salse è prodotta per conto terzi, per grandi catene di supermercati e il 20% è distribuita nei negozi con i brand della casa Tuscé e Righetti. (riproduzione riservata)

CERERIA TEREZI EVELINO

Che naso per il business globale

La Cereria Terenzi nasce quarant'anni fa a Cattolica dall'iniziativa di Evelino Terenzi che raccoglie e rilancia una tradizione familiare che lega il nome dei Terenzi agli alchimisti del Rinascimento. L'innovazione del fondatore, che punta presto sulla produzione di candele con l'utilizzo di paraffina per uso alimentare, è quella che imprime però una svolta al business familiare, facendo crescere rapidamente l'impresa fino ad at-

testarla come prima cereria italiana e una delle principali in Europa. Oggi produce candele, essenze e profumi di alta qualità e realizza firme olfattive e accessori conto terzi per brand del lusso da Ferragamo, a Gucci, Dolce & Gabbana, Acqua di Parma. Conta in Italia un'ottantina di dipendenti concentrati nel Palazzo delle Candele di Cattolica, e 200 nel mondo, dove è presente in 120 paesi attraverso società collegate (il 95% del fatturato è estero). La famiglia è saldamente al timone, con i figli di Evelino: il "naso" Paolo realizza per i clienti fragranze personalizzate e interpreta l'idea stilistica del business mentre la sorella Tiziana, art & style director, definisce il perimetro delle nuove creazioni. (riproduzione riservata)



Paolo Terenzi

OFFICINA SANTA MARIA NOVELLA

In Farmacia c'è profumo di storia

L'Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella è la più antica farmacia al mondo e si conferma tra le medie imprese italiane a maggiore crescita, +25,5% anche nel 2024. Fondata a Firenze nel 1221 dai frati domenicani, l'azienda fa parte, dal 2020, del gruppo Italmobiliare della famiglia Pesenti (ex cementieri), che in pochi anni ne ha più che triplicato i ricavi, il numero di negozi e quello dei dipendenti. Oggi l'Officina è presente in oltre 30 Paesi con



Giovanna Paoloni

una rete di distribuzione che supera i 400 punti vendita, a cominciare dalla boutique-museo all'interno del complesso monumentale di via della Scala a Firenze. Al canale di vendita diretto si aggiungono il canale wholesale e il sito e-commerce. In particolare, l'attività, sotto la guida di Giovanna Paoloni, ceo dall'anno scorso, si è concentrata sullo sviluppo delle partnership distributive e della rete di vendita diretta: da un lato Italmobiliare ha iniziato a operare direttamente in alcuni strategici mercati internazionali, dall'altro ha siglato accordi di distribuzione in Paesi chiave per la vendita di prodotti di lusso, come la Cina e il Middle East e potenziato la presenza in Corea e Stati Uniti. (riproduzione riservata)

G.CANDIANI

Qui si coltiva l'arte del vasetto

Fondata nel 1952 da Giuseppe Candiani, e oggi guidata dal figlio Carlo, la G. Candiani è tra i maggiori produttori di packaging per l'industria cosmetica e la profumeria di lusso. Candiani progetta e realizza bottiglie per i profumi e vasetti per le creme (compresi i particolari di plastica) per grandi marchi, da Versace a Ferragamo, Acqua di Parma, Valentino. Lo stabilimento di Tradate, vicino a Varese, occupa una superficie di oltre 15mila metri quadri dove un team di 50 professionisti lavora su impianti d'avanguardia, tra i quali la linea di prototipazione, che garantiscono la possibilità di realizzare varianti di prodotti sempre più personalizzate. Fiore all'occhiello è il reparto di progettazione, dove

l'ingegnerizzazione del prodotto si unisce allo studio dei materiali più idonei e delle soluzioni eco-friendly. La crescita dell'azienda si inserisce in un trend di crescita della cosmetica italiana che oggi conta un fatturato di oltre 20 miliardi di euro. La ricchezza generata dalla filiera rappresenta l'1,37% del pil italiano, documenta il rapporto 2024 Cosmetica Italiana. (riproduzione riservata)



Carlo Candiani



SPECIALE MOTORE ITALIA 10 ANNI

ECCO LE TAPPE DEL VIAGGIO

Quale benzina per la crescita

2015

Le formule del successo sono tante e diverse come gli uomini che le interpretano quotidianamente nel loro lavoro. Alla base c'è un'idea, un metodo, un'intuizione, un timing ben sfruttato o la capacità di organizzarsi e di disciplinarsi. Che utilità può avere raccontare le singole esperienze? Quella di far emergere le componenti di base, le costanti, senza le quali l'idea, l'intuizione o il timing non bastano a sostenere nel tempo l'im-



presa. E Motore Italia, nella sua prima edizione dedicata a quelle piccole medie imprese, che fanno crescere il paese, ne ha individuate tre, *innovazione, mercati esteri e governance*, che diventeranno il leit motiv della grande attività di comunicazione degli anni successivi. (riproduzione riservata)

I segreti delle storie di qualità

2016

Che si tratti di fabbricare jeans o profumi, viti e bulloni o mettere in bottiglia acqua minerale, assemblare mobili, produrre creme anti-aging o medicinali da piante curative, il mantra degli imprenditori, di prima o seconda generazione, si sintetizza in tre parole: qualità, qualità, qualità. Del prodotto, nella



gestione, delle persone, soprattutto: ecco la chiave del successo, non importa la dimensione del fatturato. Ed è quella che racconta



la seconda edizione di Motore Italia nelle decine di storie che porta all'attenzione del suo pubblico. L'attenzione alla qualità è spesso compulsiva, ossessiva, coinvolgente: bello scoprire nelle singole storie come viene coltivata, da dove nasce... (riproduzione riservata)

Una piattaforma che cresce

2017

Non più solo storie raccontate sulla carta stampata. Al suo terzo appuntamento Motore Italia allarga il raggio di azione e organizza alla Borsa di Milano, simbolo di quel mercato dei capitali indispensabili alla crescita, un grande appuntamento con i protagonisti delle imprese che hanno le migliori performance. Che cosa vuol dire innovare quando si è piccoli, esordisce Marco Gay, inventore di Digital Magics, uno dei laboratori di formazione



di talenti più avanzati. Sul palcoscenico di affacciano anche grandi imprese di servizi che in Motore Italia hanno individuato un canale privilegiato per parlare alle pmi. Tra loro Simest, Almaviva, Manageritalia, Tema. (riproduzione riservata)

Le eccellenze da nord a sud

2018

Nel gioco di Motore Italia entra Leanus: è la più potente piattaforma di analisi di dati delle pmi italiane. Grazie ad essa Motore Italia è in grado di andare a individuare regione per regione chi sono le pmi con le migliori performance su più anni e poi analizzarne le strategie e i metodi. Nell'edizione cartacea, la quarta, appare lo stivale con tanti piccoli post-it regionali con il nome del campione. Anche quest'anno un grande evento in Borsa con



molti dei protagonisti delle migliori pmi catalizza l'attenzione della comunità finanziaria: è il 4.0 dell'immagine di copertina evidenzia il tema all'ordine del giorno. Si discute di come trasformare la fabbrica, le potenzialità, i rischi, ma soprattutto delle indicazioni pratiche di chi ha già avviato il processo e tira la volata. (riproduzione riservata)

Digitale e ambiente il binomio vincente

2019

Con sempre maggior forza digitale e sostenibilità emergono tra le chiavi del progresso anche per le pmi, scelte a cui l'imprenditore non può sottrarsi. Su questi temi si confrontano manager, imprenditori, professionisti in una grande evento a Milano che segna la quinta edizione del format. Visione, tenacia, capitali, conoscenze: che cosa serve di più per districarsi nel mondo della



complessità? Un grande manager, Luigi Gubitosi, ceo di TIM, offre le risposte che la tecnologia mette a disposizione dell'azienda, mentre si allarga anche la platea degli sponsor a Montepaschi, Cdp e Generali. Su molti fronti l'economia sembra ben impostata, pronta a entrare nel terzo decennio, ma improvvisamente, in dicembre, si diffonde le prime voci su uno strano virus che ha colpito a Wuhan, in Cina. (riproduzione riservata)

Distretti, la marcia in più nel motore

2020

Il momento è drammatico, con il mercato sconvolto dalla pandemia, ma Motore Italia non rinuncia a farsi sentire in un forum virtuale condotto negli studi di Class Cnbc e diffuso in streaming. Il tema di questa sesta edizione è «2021, preparare il rilancio». Alle pmi che non si possono permettere di inter-



rompere l'attività, c'è la via di fuga o la marcia in più della gestione familiare, che non molla e tiene aperti i cancelli. I dati degli anni successivi misurati da Leanus proveranno la resilienza delle pmi, uscite dalla fase più dura spesso con nuove idee ed energie. Alla voce dei singoli imprenditori si aggiungono quelle di alcune associazioni di imprese, meccanica e ceramica in particolare, fra le maggiori del sistema. (riproduzione riservata)



Giovedì 13 Marzo 2025

MF 23

SPECIALE MOTORE ITALIA 10 ANNI

Dalle prime 45 imprese a una piattaforma con migliaia di imprenditori

Arriva il Pnrr, chi ne beneficerà?

2021



Alla domanda che tutti si fanno, Motore Italia prova a dare delle risposte concrete invitando tecnici, consulenti, manager di grandi appaltatori pubblici a spiegare se e quando le filiere di nuovi cantieri e progetti si metteranno in movimento e come accedere, anche per le pmi, ai nuovi fondi europei. Nelle due

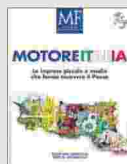
giornate di confronto organizzate a Milano, presso la Camera di commercio, emergono le tante opportunità di business nel mercato italiano e internazionale. Parallelamente Motore Italia lancia la nuova sfida: le edizioni regionali. Una ventina di imprenditori e professionisti veneti raccontano l'innovazione, i progressi, le criticità in una delle province guida del made in Italy. Causa pandemia l'evento è ancora in streaming. (riproduzione riservata)



Motore Italia va nelle regioni

2022

All'edizione nazionale, l'ottava, si affiancano gli eventi nelle regioni: Friuli Venezia Giulia, Veneto ed Emilia-Romagna, dove si moltiplicano i testimoni delle imprese vincenti. Debuttano anche i Motore Italia Awards, riconoscimenti agli imprenditori e ai professionisti, che si sono distinti nell'innovazione, nella crescita, nell'export, nel lifestyle, nella finanza. Per dare



concretezza al proprio impegno nei territori, l'edizione nazionale del magazine Motore Italia pubblica la prima classifica delle 100 top pmi italiane, cinque per ciascuna delle 20 regioni con i dati di Leanus e il rating di Mf Milano Finanza: uno spaccato unico delle eccellenze da cui partire per raccogliere testimonianze e consigli. E capire davvero che cosa serve per aiutarle a crescere. (riproduzione riservata)



Sul podio i 20 campioni nazionali

Una grande serata a Milano con cena di gala e musica accoglie i 20 imprenditori, uno per regione, al primo posto della nuova classifica nazionale della migliori pmi selezionate da Leanus sul base dei risultati nel triennio 2019-2021 e riclassificati con un rating elaborato da Mf Milano Finanza. L'evento è aperto dall'intervento, del tutto inedito per il pubblico di Motore Italia,



di Adriano Accardo, responsabile del mercato europeo per la piattaforma social TikTok, che documenta il forte impatto anche sul business delle pmi che può avere questo strumento di comunicazione. Italia, si sono moltiplicati gli eventi nelle regioni che toccano nove città capoluogo, da Trieste a Palermo. I risultati di questo lavoro di analisi e le testimonianze (e storie) di impresa che animano ciascun evento vengono poi raccolte in fascicoli, distribuiti in edicola insieme a Mf, che riportano anche le classifiche della top 50 pmi per ogni



2023

regione: un prezioso dossier che resta a documentare il lavoro di scavo fatto da Motore Italia. In ogni tappa i temi sotto i riflettori sono quelli che catalizzano il dibattito tra imprenditori, tecnici, professionisti: la transizione energetica ed ecologica, l'utilizzo migliore dell'energia, in che modo riuscire a vincere sui mercati esteri, con quali fonti finanziarie pagare gli investimenti, il ruolo del digitale nella gestione, dove e come trovare e motivare nuove leve di giovani per l'azienda. Le esperienze, e le soluzioni, che emergono nel dibattito sono per ciascuno dei partecipanti uno spunto di riflessione e, spesso, una notizia utile per risolvere qualcuno dei mille problemi che l'attività, sia manifattura che di servizi, solleva ogni giorno. (riproduzione riservata)

Motore Italia arriva anche online su milanofinanza.it

2024

Nell'anno, il decimo, l'attenzione di Motore Italia si focalizza anche sul sud e centro Italia con le nuove tappe che vedono protagoniste Marche, Puglia e Campania, oltre alla Sicilia, dove Motore Italia torna a Palermo a parlare di eccellenze regionali per la terza volta. Si allargano anche gli argomenti trattati con un focus particolare sul mondo dei talenti e l'importanza della gestione manageriale in un sistema, quello italiano, in cui l'81% delle imprese è a controllo familiare con seri problemi nel passaggio generazionale dalla prima alla seconda generazione. A Motore Italia si affianca manageritalia, l'organizzazione dei manager delle imprese dei servizi, che porta in ogni regione la testimonianza delle imprese che in



modo virtuoso hanno fatto il passaggio dalla gestione padronale a quella manageriale. Nel corso dell'anno cambia anche la comunicazione con il pubblico più ampio che segue Motore Italia non

solo in occasione degli eventi: il magazine cartaceo viene sostituito da agili dossier online che appaiono qualche giorno dopo l'evento sulle piattaforme di Milano Finanza e Italia Oggi, quindi facilmente raggiungibili e consultabili. A fine anno si tirano i primi bilanci di due anni di attività nelle regioni italiane e lo sforzo organizzativo risalta in questi numeri: quasi 500 relatori di spicco e talenti che hanno raccontato successi e progetti per il futuro, 150 aziende premiate in base alle performance e qualità delle loro attività e mille pmi eccellenti selezionate in un range compreso tra 5 e 150 milioni di fatturato con indici di performance molto significativi. Da qui Motore Italia è pronto a ripartire. (riproduzione riservata)



Alla redazione dello speciale hanno collaborato Emanuele Elli e Alberto Gerosa

(segue da pag. 17)

confini locali, vendere i propri prodotti e servizi a mercati lontani, è una leva fondamentale per rafforzare la propria competitività. Questo non solo aiuta l'impresa a crescere economicamente, ma ha anche un effetto positivo sulla cultura aziendale, affinando le capacità produttive e organizzative.

Infine, il capitale umano: la capacità di attrarre, formare, motivare e trattenere talenti è ciò che distingue le imprese capaci di crescere da quelle che rimangono in stallo.

Anche nelle grandi organizzazioni, dove risorse e esperienze abbondano, questi fattori sono cruciali. Ma ciò che emerge con forza nelle storie raccontate da Motore Italia è che, nelle PMI, l'esperienza diretta dell'imprenditore e dei suoi collaboratori più stretti è spesso la chiave del successo, più di quanto possa avvenire nelle strutture più grandi, dove a volte le risorse sembrano più abbondanti ma l'approccio risulta più burocratico e distante.

In questo contesto, non si può ridurre il successo

a uno slogan come "piccolo è bello", ma piuttosto occorre considerare la dimensione reale delle cose, quella che conta davvero sul campo. Perché, come ricorda un imprenditore, «la qualità ha radici antiche ed è il frutto della qualità interiore di ognuno».

Ecco che cosa Motore Italia continuerà a raccontare: storie di eccellenze italiane che, nonostante le difficoltà, continuano a crescere, a sfidare e a vincere sui mercati. Un racconto che è anche un invito per chi è ancora in cammino verso il successo. (riproduzione riservata)

ALLA RICERCA DELLE ECCELLENZE ITALIANE

I temi, gli obiettivi, le tappe, gli sponsor degli eventi di Motore Italia 2025

Dopo il successo delle edizioni passate e per il 11° anno consecutivo, torna in TV, sul web e negli eventi in presenza, Motore Italia, l'iniziativa di Class Editori dedicata alle aziende eccellenti. Con un obiettivo finale: selezionare le 1000 aziende leader, grandi, medie e piccole.

Quest'anno il sistema prevede: sei appuntamenti regionali e un appuntamento nazionale, con il duplice obiettivo di valorizzare il ruolo fondamentale delle aziende, offrendo un'occasione unica di racconto e di confronto e, in collaborazione con MF Milano Finanza, premiare le eccellenze di ogni regione. Ogni appuntamento regionale si concre-

tizzerà in un convegno nel quale, grazie alla partecipazione delle aziende, verranno portate all'attenzione del pubblico i temi di attualità, per supportare e stimolare le aziende nel:

- allineare la propria offerta alla competizione internazionale
- avere un accesso più stabile al credito e alle operazioni di nuova finanza
- promuovere l'immagine dell'azienda verso clienti, fornitori, mondo della comunicazione
- essere attrattivi per manager e talenti

11 punti chiave

- | | |
|---|--|
| 1 - Servizi per l'export | 7 - L'importanza del passaggio generazionale |
| 2 - Digital Factoring e Finanziamento d'impresa | 8 - Assicurazioni, servizi bancari e di investimento |
| 3 - Connessione e connettività | 9 - Hardware e soluzioni software |
| 4 - Consulenza strategica | 10 - Energia, ambiente e sostenibilità |
| 5 - Comunicazione d'impresa | 11 - Turismo e attrattività |
| 6 - Formazione | |

Gli sponsor di Motore Italia

Manageritalia | CDP | Sace | Poste | Terna | Simest | Vivibanca | Ima | Termal | Bper | Credit Agricole | Banca Investis

