DA 60 ANNI OGNI GIORNO PENSIAMO AL FUTURO

GIOVANARDI

TEXTILE EXPERIENCE SINCE 1963

GIOVANARDI
TEXTILE EXPERIENCE SINCE 1963

ANNO DI FONDAZIONE
1963

SEDE
Villimpenta (Mantova)

FONDATORI
Giorgio Giovanardi
Anna Sganzerla
Carlo Giovanardi

SOCI
Carlo e Daniela Giovanardi

SETTORI
Protezione solare
Industria
Agricoltura
Architettura tessile
Pubblicità e stampa digitale
Arredamento
Acustica
Nautica
Carrozzeria e trasporti

CONTATTI
+39 0376 572011
info@giovanardi.it
www.giovanardi.it

INDICE

UN PERCORSO DI 60 ANNI	03
OGNI GIORNO PENSIAMO AL FUTURO	04
IMPRESA ED ESTERO	05
I PROTAGONISTI	06
I PRODOTTI	08
I MERCATI	12
LA RICERCA E SVILUPPO	15
LE PERSONE E IL TERRITORIO	16
LA STORIA IN NUMERI	18

EVOLUZIONE DEL LOGO

ANNI 60

ANNI 70

ANNI 80

ANNI 90

2010

GIOVANARDI
Textile experience

OGGI

GIOVANARDI
TEXTILE EXPERIENCE

UN PERCORSO DI 60 ANNI INSIEME A COLLABORATORI, CLIENTI E FORNITORI

L'immagine rappresenta la chiesa di Villimpenta in via Roma

Acquarello e china su carta formato 31x41 cm

Illustratore e sketcher:
Giancarlo De Petris
nato a Latina nel 1970

Stampe disponibili su richiesta a info@giovanardi.it

Tutte le aziende partono dalle idee dei fondatori e si sviluppano grazie ai collaboratori, ai clienti, ai fornitori e, spesso, grazie al luogo di origine.

Giovanardi nasce a Villimpenta, Comune della Bassa Mantovana al confine con il Veneto, che vanta una storia centenaria come dimostrano il Castello Scaligero, la Villa gonzaghesca e la Chiesa parrocchiale. Un paese di poco più di duemila anime, collocato in Lombardia, che però parla un dialetto simile a quello veneto.

Negli anni '60 Villimpenta è stato il punto di partenza della Giovanardi, offrendo una posizione logistica favorevole e l'opportunità di inserire collaboratori rimasti legati all'azienda per decenni.

Sono state così tante le persone che hanno lavorato in Giovanardi, che è impossibile ricordarle tutte, ma ognuno di loro ha dato il proprio contributo alla crescita: dai collaboratori, impiegati e magazzinieri, sempre disponibili, agli agenti che giravano l'Italia senza sosta; fino alle figure professionali esterne che, come consulenti, hanno seguito l'azienda anno dopo anno, apportando le loro specifiche competenze.

Essenziali sono stati i clienti, aumentati numericamente nel tempo, fino ad arrivare ad essere parecchie migliaia. In molti casi, con loro sono nati forti legami d'amicizia trasmessi negli anni, dai genitori ai figli.

Infine, importanti sono stati i fornitori: con la loro fiducia nell'azienda e con lo sviluppo di relazioni preferenziali, sia professionali, sia umane: sono stati i partner ideali nel lungo percorso di questi sessant'anni.

A tutti, con un caloroso ringraziamento, vogliamo dedicare questo racconto su chi era e chi è oggi la Giovanardi.

GIOVANARDI: DA 60 ANNI OGNI GIORNO PENSIAMO AL FUTURO

In questo 2023 la nostra azienda compie 60 anni: è un ciclo lunghissimo e pieno di avvenimenti di ogni genere, difficili ma anche esaltanti. Siamo così pieni di entusiasmo e di orgoglio per questo anniversario che abbiamo deciso di festeggiarlo insieme a tutta l'azienda, ai nostri collaboratori, clienti e fornitori, con l'auspicio che questo viaggio prosegua anche negli anni a venire.

Negli anni 70 eravamo etichettati come puri commercianti ma negli anni successivi siamo riusciti a cambiare questo pregiudizio grazie anche al supporto dei nostri partner fornitori diventando distributori specializzati di tessuti tecnici.

Io sono entrato in azienda, ormai nel lontano 1978, con l'obiettivo di sviluppare l'attività in termini di prodotti e di presenza geografica, sempre in linea con le idee dei fondatori (Anna, Giorgio e Carlo senior).

Abbiamo conosciuto momenti tragici come quando nel 1983 sono improvvisamente scomparsi i nostri genitori, Giorgio e Anna, lasciandoci un vuoto umano e professionale che resta ancora oggi ben presente.

Ricordo benissimo quando la domenica mattina del 5 febbraio 1983 sono salito nella stanza di mia sorella Daniela per dirle che i nostri genitori erano scomparsi a causa di una fuga di gas: da allora il nostro rapporto è diventato indissolubile, dandoci reciprocamente la forza per superare i momenti difficili che la vita pone davanti a tutti.

Non ci siamo persi d'animo e abbiamo affinato una grande serie di competenze che sono sfociate nella creazione di uno specifico reparto di ricerca e sviluppo per il controllo qualitativo dei tessuti e la messa a punto di nuovi prodotti.

In tutti questi anni ho conosciuto e lavorato con tantissime persone: i nostri fornitori e partner, i nostri amici clienti e tutti i nostri collaboratori. Li ricordo tutti, anche quelli che non ci sono più, e li voglio ringraziare, perché da loro tutti noi abbiamo imparato qualcosa.

Sembrano parole scontate ma chi mi conosce sa che non sono parole scritte a caso: i rapporti umani sono al primo posto nel mio lavoro ed in quello di Daniela.

Colgo l'occasione per dei ringraziamenti particolari: un grazie di cuore a mia moglie Nicoletta, entrata in azienda nel 2000, e che ha dimostrato tutte le sue doti umane e organizzative diventando una persona di riferimento per tutti i collaboratori.
Grazie ai miei figli che hanno imparato a convivere con una sorella maggiore come l'azienda e spero che un giorno possano esserne parte attiva. Chiudo con un ringraziamento speciale per mia sorella Daniela che mi ha supportato e, come si suol dire sopportato, in questo cammino. In tutti questi anni mia sorella ha sempre condiviso le mie decisioni e anche i miei errori. Auguro a chiunque, se dovesse avere un socio, di averlo come Daniela.

Carlo Giovanardi

Impresa, estero e innovazione: una passione di famiglia

I miei primi ricordi d'infanzia sono legati all'attività dei nostri genitori e di nostro zio. L'ufficio si trovava nella nostra casa dove abitavamo insieme ai nonni. Quello che allora consideravo una sfortuna si è rivelato un privilegio: chi può dire di essere cresciuto a stretto contatto tutti i giorni con i propri genitori ? Il trio fondatore dell'azienda era ben organizzato: nostro zio si occupava degli acquisti e dei clienti nell'Italia del Sud. Nostro padre era addetto alle vendite in sede mentre nostra madre si occupava della contabilità. I nostri genitori seguivano anche i clienti dell'Italia centrale, una zona che amavano moltissimo. Mi ricordo i viaggi in macchina, colline verdi, mangiate di pesce e una grande empatia che continua ancora oggi.

L'arrivo di mio fratello in azienda è stata una rivoluzione. Carlo è sempre stato un vulcano. Tranquillo, silenzioso fuori, mille idee dentro. La tragica scomparsa dei nostri genitori ha forzatamente cambiato i suoi progetti e lo ha messo a dura prova dovendo subentrare non a uno ma a due capi dell'azienda.
Ci è egregiamente riuscito con il sostegno di nostro zio e nostro cugino.

Dopo essermi trasferita in Germania come insegnante d'Italiano, il richiamo dell'azienda di famiglia si è fatto sentire e insieme a mio fratello abbiamo pensato di trasportare in Germania il modello italiano. Così sono partita senza esperienza ma con tanta buona volontà. Ho imparato sul campo telefonando a mio fratello dopo ogni visita a un cliente tedesco. Così piano piano è nata la Giovanardi GmbH che poi è confluita nella Giofex GmbH. Sono più di vent'anni che ci muoviamo all'estero. Dopo la Germania sono seguite altre sedi.

Abbiamo imparato molto e costruito molto. Per questa possibilità vorrei ringraziare i nostri partner, i nostri fornitori, i nostri clienti per la fiducia accordataci e i nostri collaboratori, senza i quali tutto questo non sarebbe stato possibile. E il mio ringraziamento particolare va a mio fratello e alla sua famiglia che rappresentano il fulcro di questo organismo vitale con l'augurio che il nostro cammino comune prosegua nel futuro.

Daniela Giovanardi

I PROTAGONISTI

DALLA FONDAZIONE ALLO SVILUPPO AZIENDALE

Il Fondatore

Archimede Giovanardi

È il capostipite che nel lontano 1919, al ritorno dalla Prima Guerra Mondiale, inizia l'attività di commercio ambulante.

I figli

Carlo Senior

Giorgio e Anna

Carlo Senior

Nasce nel 1919 ed ha una passione ed un fiuto innato per il commercio.
Dopo la seconda guerra mondiale segue le orme del padre Archimede e commercia in telerie, finimenti per cavalli, veicoli focalizzando l'attività sull'acquisto delle tende da campo americane, rimaste in Europa, che venivano segmentate per recuperare il tessuto destinato alla confezione di teloni.
È lui a sviluppare le relazioni estere con il Belgio (1963) dove stringe un accordo con la Seyntex per acquistare lo stesso tessuto delle tende, ma nuovo e prodotto secondo le richieste del mercato per quanto riguardava i colori. Dopo la creazione della Giovanardi Carlo si occupa di seguire gli acquisti all'estero (con una particolare attenzione per i paesi dell'Est Europa) e le vendite nel Sud Italia e data la sua empatia crea rapporti fortissimi con tante aziende che durano tuttora.
Carlo cede le sue quote a Carlo e Daniela nel 1992 ma continua a collaborare con la Giovanardi fino al 1999, anno della sua scomparsa.

Giorgio

Nasce nel 1925, partecipa a 18 anni all'ultima parte della Seconda Guerra Mondiale e al ritorno dal campo di prigionia inizia il commercio sulle orme paterne fino al suo matrimonio con Anna nel 1953, quando inizia una propria impresa che distribuisce pneumatici per mezzi agricoli.
Nel 1963 ascolta la proposta del fratello di abbandonare il commercio degli pneumatici per iniziare la importazione e la vendita di tessuto nuovo proveniente dal Belgio.
Giorgio ha sempre seguito principalmente la parte "operation", curando tutti gli aspetti logistici dell'azienda.

Anna, moglie di Giorgio

Nasce nel 1931 e dopo il matrimonio con Giorgio lo affianca nel suo lavoro e alla Giovanardi si occupa di amministrazione, dando concreta realizzazione al concetto casa/bottega, dato che l'ufficio della contabilità era in una stanza dell'abitazione di famiglia.

Ad Anna si deve poi l'introduzione di un sistema elettronico per la gestione dei dati, l'allora innovativo Sistema IBM 32, che permise all'azienda di automatizzare l'emissione delle fatture e le relative scritture contabili.

I Nipoti

Carlo junior

Nasce nel 1958 e dopo la maturità scientifica si iscrive all'università ma non inizia neppure a frequentare perché la famiglia gli chiede di dare una mano in azienda.
Da subito, conoscendo il tedesco, si occupa dei rapporti con l'allora partner di riferimento austriaco.
In seguito comincia a seguire lo sviluppo del mercato del tessuto acrilico per tende da sole che aveva esigenze completamente diverse rispetto ai mercati tradizionali delle coperture per camion o per ombrelloni. Nel 1983 a causa della scomparsa improvvisa di Giorgio e Anna, prende in mano l'azienda assieme allo zio Carlo ed al cugino Franco proseguendo l'attività nel solco tracciato in precedenza. Nel 2000 la svolta con la separazione dal partner storico austriaco: Carlo opera un cambio importante della strategia aziendale, affiancando all'attività di distribuzione in Italia anche l'esportazione in vari paesi europei ed extraeuropei, oltre all'inizio della produzione in proprio di tessuti di cotone e acrilico, tinto filo, e lo sviluppo di prodotti a marchio proprio, che vengono realizzati da ditte esterne su specifiche richieste elaborate dalla Giovanardi.

Daniela

Nasce nel 1961, si laurea a Bologna in lingue e letterature straniere nel 1987.
Dopo la laurea parte per la Germania con un incarico di lettrice di italiano a Moenchengladbach e prosegue presso le università di Aachen e di Chemnitz dove insegna fino a febbraio 2023.

Nel 2003 decide di entrare in maniera concreta nell'attività di famiglia e fonda in Germania la Giovanardi Gmbh.
Il lavoro inizia importando un pallet di cristal collocato nel magazzino di un amico.
In 15 anni l'azienda condotta da Daniela arriva ad avere sul territorio tedesco oltre 1000 clienti, seguiti da un gruppo di 15 persone in azienda.

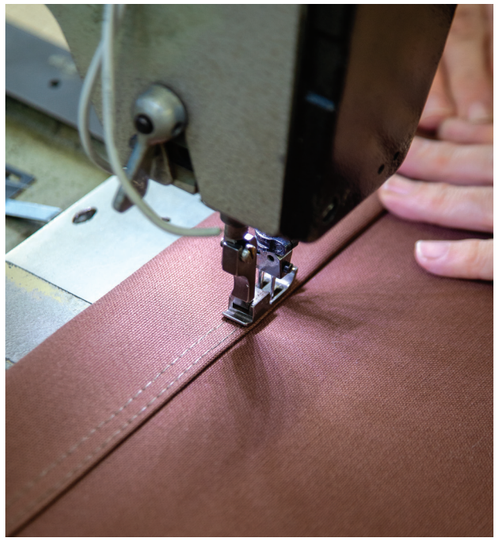
Nel 2016 Giovanardi Gmbh viene incorporata nel nuovo gruppo Giofex, costituito dalla Serge Ferrari al 51 % e dalla famiglia Giovanardi al 49%. Il gruppo Giofex incorpora le 5 società (Germania, Francia, Inghilterra, Slovacchia, Bulgaria) fondate in precedenza dalla Giovanardi ed amplia la propria presenza europea con la costituzione di Giofex Polonia.

I PRODOTTI: IERI, OGGI, DOMANI

Sede Giovanardi, via Marconi 63, Villimpenta

I tessuti di cotone

Oggi i tessuti sono sintetici ma all'inizio il prodotto di punta della Giovanardi erano i tessuti in cotone pesante da utilizzare come teloni per camion. Era la cosiddetta tela cerata: un tessuto pesante e rigido, difficile da cucire, con grosse macchine a pedale, e da piegare, una volta finita la confezione.
I tessuti naturali, in puro cotone o misti cotone/poliestere, corrono però il rischio di creare problemi per la loro stabilità dimensionale a causa dell'umidità e per la formazione di muffe, un aspetto molto delicato per le continue mutazioni dei microrganismi.
Per questo Giovanardi ha dapprima inserito tessuti di peso inferiore con finissaggi migliori per la tenuta del colore (Indanthren) destinati agli ombrelloni per ambulanti, spiaggia, giardino etc e poi con tessuti da filati sintetici che resistono meglio all'uso esterno.



I tessuti spalmati per teloni e industria

Verso la fine degli anni '60 sono comparsi i primi tessuti spalmati, chiamati Trevira, dal marchio del filato in poliestere prodotto in Germania dalla società Hoechst. L'azienda, negli anni '90, è diventata una multinazionale dei medicinali e oggi è stata sostituita da produttori asiatici, ad eccezione delle uniche due aziende europee, Serge Ferrari e Sioen, che producono direttamente il filato utilizzato nella produzione.

Quando sono nati i primi tessuti spalmati la tecnologia era basilare e il prodotto costituito da una base in nylon, poi subito sostituito dal poliestere per il suo minor coefficiente di restringimento, rivestito da una spalmatura in PCV semplice e senza trattamenti specifici. Nel corso degli anni sono apparsi i trattamenti di superficie, con laccature estremamente performanti a base acrilica o Pvdf; sono arrivati anche i trattamenti che rendono il tessuto resistente al fuoco; in seguito, arrivarono i finissaggi dei supporti per evitare le muffe all'interno (low wicking) e, infine, formule di PVC specifiche senza ftalati, nel pieno rispetto dell'ambiente.

I nuovi trattamenti garantiscono una migliore resistenza dei prodotti ai raggi UV e consentono oggi di realizzare tessuti con garanzie che arrivano a 30 anni. Questi prodotti altamente performanti sono impiegati nella confezione di coperture per stadi, opere pubbliche, tensostrutture, coperture di campi da calcio e altri impianti sportivi come tennis, padel, piscine.

L'agricoltura è un nuovo campo di applicazione dei tessuti spalmati: si stanno diffondendo sempre di più le membrane per impianti di produzione biogas, oltre che per lo stoccaggio del gas stesso.

I tessuti acrilici

Negli anni '70 sono apparsi i primi tessuti acrilici per tende da sole, fino ad allora confezionate con tessuti in puro cotone molto pesanti, che venivano installati sulle tende in ferro grazie a dei bracci laterali. Con l'avvento delle nuove tipologie di armature in alluminio si rese necessario l'utilizzo di tessuti stabili, che non si restringessero a causa dell'umidità. A metà degli anni '70 la Giovanardi cominciò ad importare i tessuti Hebocryl di una ditta olandese, la Hebox, prodotti con filati Dralon; nello stesso periodo, iniziò in Italia la produzione del filato acrilico Leacril da parte di Montefibre, nello stabilimento di Marghera. Ad inizio anni '80 l'uso del tessuto acrilico era ormai ampiamente diffuso e da allora le performance del filato sono rimaste le stesse, nonostante i produttori iniziali abbiano dismesso gli impianti e tutta la produzione si sia concentrata presso una sola azienda.

I tessuti per la stampa digitale

Negli anni '90 arrivarono sul mercato i primi tessuti per la stampa digitale. Si trattò di una vera e propria rivoluzione: non si dipingeva più sul tessuto con pennelli o rullini, ma si poteva stampare direttamente con impianti a getto d'inchiostro. Nel corso degli anni la tecnologia di stampa si è evoluta e i tessuti si sono adeguati, prima con trattamenti di superficie specifici dove l'inchiostro a solvente poteva “aggrapparsi” in modo perfetto e poi, con l'arrivo degli inchiostri UV, modificando le formule per migliorare le rese cromatiche e la definizione delle immagini.

Dagli iniziali tessuti, con pesi di 600-700 gr/mq, l'evoluzione ha portato a poter offrire tessuti molto più leggeri, da 450-500 gr/mq; tessuti che possono essere stampati su due lati, con alta trasmissione della luce, per realizzare insegne luminose.

Oggi, accanto ai tessuti spalmati si stanno diffondendo sempre di più i tessuti in poliestere, che possono essere stampati in sublimazione, che non utilizzano rivestimenti in PVC e sono destinati soprattutto all’indoor.

La carrozzeria industriale

All'inizio degli anni '90 il settore della carrozzeria industriale per i camion subì una grande trasformazione: i trasportatori cominciarono a chiedere sempre più spesso la possibilità di aprire il tetto del camion e poter caricare dall'alto. In questo periodo la Giovanardi entrò in contatto con una azienda belga, che aveva rilevato un brevetto della ditta Hoechst (la stessa che aveva lanciato il tessuto Trevira) per la produzione di un tetto per camion, composto da elementi pieghevoli in plastica chiamati in gergo “piatti”, che realizzavano l'apertura e la chiusura del sistema. Un prodotto analogo esisteva già sul mercato italiano, ma era composto da meccanismi in metallo che non garantivano una continua ed efficiente apertura del tetto, se questo restava inutilizzato per lunghi periodi. Il nuovo sistema con i “piatti” in plastica entrò lentamente nel mercato, ma divenne poi lo standard di tutti gli allestimenti, consentendo ai trasportatori di utilizzare il carico dall'alto ogniqualvolta fosse necessario. La Giovanardi iniziò allora un'attività completamente nuova e lontana dalle proprie origini, ma grazie alla validità di questo sistema, l’azienda riuscì ad acquisire una quota importante del mercato italiano dei tetti apribili per camion.

I mercati della Giovanardi

Il mercato di riferimento principale dell'azienda è il tessile tecnico di ''largo consumo''. Con questo termine intendiamo tutti quei tessuti, utilizzati soprattutto per l'esterno, che hanno determinate performance tecniche e funzionali e applicazioni diffuse in vari settori.

Le grandi aree di riferimento sono:
- la protezione solare, esterna ed interna
- le coperture destinate ai camion, all'impiantistica sportiva, all'agricoltura, all'architettura tessile, alle strutture per eventi, ai capannoni per logistica
- l'arredo, per esterno ed interno
- la nautica
- la stampa digitale e gli allestimenti per fiere e comunicazione
- gli allestimenti di carrozzeria per veicoli industriali
- l'acustica

Per ognuna di queste aree è stata sviluppata un'offerta specifica, composta di prodotti, strumenti di marketing, figure commerciali dedicate alla promozione e alla vendita. Nonostante il filo conduttore sia unico, le aree sono molto diverse tra loro e ognuna richiede una serie di competenze specifiche, aumentate nel corso degli anni, per questa ragione tutta la struttura aziendale si è specializzata sempre di più.
I risultati dell'azienda sono positivi e dovuti in gran parte alla forte sintonia con le aziende partner, con cui manteniamo un rapporto costante: sia per proporre al mercato prodotti standard, sia per sviluppare prodotti richiesti direttamente dai clienti. Oggi, considerando i vari prodotti, le altezze di riferimento e i colori disponibili, la nostra offerta di tessuti arriva ad oltre 7.000 referenze.
Alcuni prodotti sono presenti da molti anni e sono diventati ormai punti di riferimento dell'offerta: si pensi, ad esempio, ai tessuti per teloni da camion che sono gli stessi da oltre 20 anni. Altri prodotti, invece, sono aggiornati per tenere il passo delle innovazioni tecniche: si pensi ad esempio ai prodotti per il contenimento del biogas o a quelli destinati ad usi militari, entrambi settori dove le richieste degli utilizzatori si modificano frequentemente.

I mercati della protezione solare e dell'arredo sono molto particolari, perché influenzati dalle tendenze della moda, che si riflettono sui colori proposti nel tempo: ad esempio, negli anni '80 si prediligevano colori vivaci e forti, per poi passare negli anni 2000 ai

1984 quadro dipinto a mano per la prima fiera Giovanardi, fiera del tessile STAR, Milano

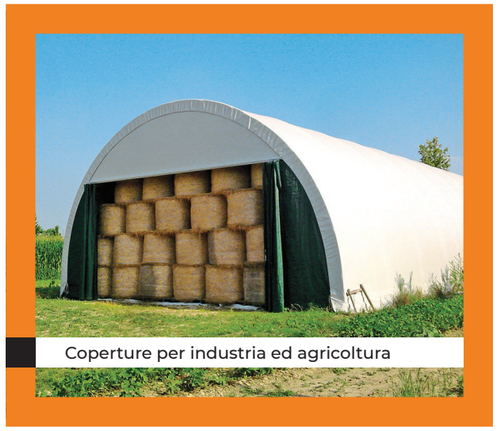
colori pastello e arrivare, negli ultimi anni, a numerose tonalità di grigio.
Negli ultimi dieci anni hanno avuto una forte crescita i tessuti filtranti, impiegati per gestire il passaggio della luce e dell'energia termica del sole. Oltre al benessere che una protezione solare assicura alle persone e agli ambienti che protegge, oggi si sta affermando il concetto di risparmio energetico: infatti, applicando all'esterno degli edifici le schermature solari, è possibile ridurre l'uso di condizionatori, con un risparmio economico, ma anche un maggior rispetto dell'ambiente.

I vari gradi di schermatura, oltre all'uso intelligente dato dall'automazione delle tende, consentono di raggiungere risultati molto importanti nella riduzione dei consumi di energia in particolare nei periodi estivi, ma non solo, infatti questo sistema offre ottime possibilità anche nei periodi invernali, quando le schermature restano avvolte e lasciano passare l'energia solare dando la possibilità di ridurre l'utilizzo dell'illuminazione artificiale.

Acustica

Arredamento

Tessuti e allestimenti di carrozzeria per veicoli industriali



Coperture per industria ed agricoltura

Protezione solare

Stampa digitale

Nautica

LA RICERCA E SVILUPPO CON VISTA SULLA SOSTENIBILITÁ

Una caratteristica che rende unica la Giovanardi è quella di aver affiancato alla classica attività di distribuzione un reparto ricerca e sviluppo. I produttori producono e i commercianti commerciano. Invece la Giovanardi ha deciso di essere proattiva e di utilizzare la grande esperienza e conoscenza del prodotto per ascoltare le esigenze del mercato, attivare un confronto con i produttori realizzando la soluzione cercata dai clienti.

I punti di forza di questo approccio sono stati:

- fiducia del produttore nelle analisi e richieste di Giovanardi
- conoscenza da parte della Giovanardi dei vari sistemi di produzione per le valutazioni tecniche
- convinzione di Giovanardi nel confermare le produzioni assumendo il rischio della vendita

Tra i prodotti sviluppati dalla Giovanardi ricordiamo i tessuti oscuranti della gamma Opatex, le tende che proteggono dal sole e dalla pioggia come il Precontraint 302, i film trasparenti in PVC della gamma Cristalplus e lo studio cromatico innovativo per tessuti pensati in Nord Europa che potessero essere apprezzati sul mercato italiano. Il reparto ricerca e sviluppo è arrivato a comprendere 3 persone che a tempo pieno si occupano dello sviluppo e dei controlli della qualità: grazie a questo team la Giovanardi ha creato Raytent: un progetto di riciclo degli scarti tessili iniziato nel 2018. È stata una risposta per ridurre una grande quantità di materiale destinato alla discarica. Per tradurlo in una misura comprensibile a tutti, potremmo dire che con gli scarti del mercato italiano si potrebbe coprire la superficie di quasi 100 campi da calcio. Il risultato finale è quello di disporre oggi di un filo acrilico tinto in massa, con la presenza certificata ReMade in Italy , del 51 % di fibra riciclata. Si dispone di una gamma di titoli diversi a seconda delle necessità e possono essere utilizzati per la produzione di tessuti per tende da sole, arredamento, cuscini, di corde e cinghie e tappeti destinati ad impieghi indoor e outdoor. In forte aumento è la richiesta del mercato finale di poter disporre di prodotti che entrano a pieno titolo nell'economia sostenibile e circolare ed esistono tutte le premesse per poter creare una materia '''prima secondaria '' che possa essere impiegata, da molte aziende specializzate, nella produzione di tessuti tecnici.

LA GIOVANARDI, LE PERSONE E IL TERRITORIO

Il tessuto sociale rappresenta uno dei valori fondanti della famiglia Giovanardi, potremmo dire che risale addirittura al dopoguerra. A quei tempi era uso comune che ogni famiglia del paese avesse un soprannome, “scutomai” nel nostro dialetto locale, e la famiglia Giovanardi aveva come soprannome: i bacani. Questo termine indicava la propensione dei componenti della famiglia a passare diverso tempo in compagnia delle altre persone, stabilendo relazioni di amicizia e sostenendo chi ne avesse bisogno. Nel corso degli anni la famiglia ha sempre cercato di essere parte attiva nella vita del paese di Villimpenta attraverso la partecipazione a varie iniziative: sulla Festa del Risotto ci sono documenti fotografici che ricordano la presenza di Giorgio con alcuni clienti negli '70, e il sostegno alle attività promosse dal parroco storico del paese, Don Ezio Foglia, in oltre 40 anni di sacerdozio. Negli anni '80 Carlo junior ha contribuito a depositare la ricetta del piatto tipico locale, il “Risotto alla Villimpentese”, presso il Notaio Aliberti di Mantova, ben prima che la ricetta ricevesse i riconoscimenti De.Co, oggi usati per certificare l'originalità dei prodotti gastronomici.

Negli ultimi anni l'azienda ha contribuito alla stampa di libri sulla storia locale, promossi dall'amministrazione comunale, testi che narrano di un paese al confine tra Lombardia e Veneto, riuscito a mantenere la sua posizione mediana sia nel dialetto, sia negli atteggiamenti che mescolano le due anime, quella lombarda e quella veneta, facendone emergere (a detta dei villimpentesi doc) i lati migliori.

Infine, forte è il sostegno che viene offerto alle varie Associazioni del paese, in particolar modo all'Auser che si occupa del trasporto degli anziani, e all'Associazione “Bambini delle Fate” che si occupa di bambini autistici, curando la loro formazione scolastica e il loro inserimento nel mondo degli adulti.
L'idea alla base di queste attività risiede sempre nello spirito di “meglio essere a credito che a debito”, lo stesso spirito con cui la famiglia e l’azienda vengono riconosciute da generazioni, perché mettere le relazioni umane sempre al primo posto è stato e rimane un punto fisso nello sviluppo della Giovanardi.

Castello di Villimpenta

LA STORIA IN NUMERI

1963
L'azienda nasce dai figli di Archimede, Carlo e Giorgio con la moglie Anna. Il nome è La Virgiliana, a Villimpenta in via Marconi 4, in un magazzino di 200 mq compresi gli uffici. Il primo fornitore è la ditta Seyntex del Belgio

1967
Inizia la collaborazione con la ditta Andrè et Serge Ferrari a Rochetaillée sur Saone, azienda dalla quale uscirà il signor Serge per fondare l'attuale Serge Ferrari

1968
Si avvia la distribuzione di tessuti in cotone e misti dalla ditta olandese Hebox

1972
Viene costruito un nuovo magazzino e lo spazio arriva a 600 mq, compresa la prima attività di confezione per conto terzi

1974
Inizia la collaborazione con la ditta austriaca Sattler per i tessuti spalmati pvc e tessuti acrilici

1977
Collaborazione con la Serge Ferrari di La Tour du Pin

1978
Carlo Giovanardi entra in azienda.
Nasce la Covertarp, azienda indipendente, al servizio delle piccole attività che non dispongono di macchine elettroniche per saldare i tessuti spalmati pvc

1979
Giovanardi inizia ad importare dal Giappone i tessuti in polietilene laminato

1980
Inizia il lavoro con la ditta TAS in Belgio, che diventerà poi TIS e che verrà poi acquisita da Sioen

1983
Scomparsa di Anna e Giorgio. Entrano in società Daniela, sorella di Carlo Junior e Franco, figlio di Carlo Senior

1984
L'azienda cambia il nome passando da ''La Virgiliana'' a F.lli Giovanardi inizia la distribuzione dei primi tessuti spalmati pvc dalla Corea del Sud

1985
L'azienda si sposta nell'attuale sede in via Marconi 63, rilevando un immobile esistente di 5000 mq

1992
Esce dalla società Franco e l'azienda supera una grossa crisi a causa del crollo della Lira nei confronti del Marco tedesco. Inizia la collaborazione con Sioen a Ardooie- Belgio

1993
Nuova divisione prodotti per carrozzeria industriale in collaborazione con la ditta Sesam in Belgio

1999
Scomparsa Carlo Senior
Fine collaborazione con Sattler

2000
Iniziano i rapporti con Sauleda e Dickson
Nasce la Tessitura della Valcuvia (TDV)
Giovanardi entra nella società rumena Polytex

2001
Secondo magazzino di 5.000 mq

2003
Nasce Giovanardi GMBH

2004
Finisce la collaborazione con Sesam in Belgio e inizia con Versus

2005
Ampliamento della sede con nuovi uffici e costruzione del 3° magazzino, che porta la superficie totale a 15.000 mq

2006
Nascono Giovanardi Francia
e Giovanardi UK

2008
Nasce Giovanardi Bulgaria

2010
Nasce Giovanardi Slovacchia

2012
L'azienda affronta la grande crisi del 2010
Molti dei clienti storici chiudono

2016
Nasce il gruppo Giofex: joint venture tra Serge Ferrari (51%) e Giovanardi (49%) nel gruppo confluiscono Giovanardi Gmbh, Giovanardi UK, Giovanardi France, Giovanardi Slovakia e Giovanardi Bulgaria.
Nasce Suntextilis Marocco

2018
Nuovo nome: Giovanardi Snc
Nasce Suntextilis Croazia

2020
Nasce l'e-commerce Nexteos

2023
Viene trasferita la divisione PUB in un nuovo magazzino, completo di uffici, in via del Lavoro, poco lontano dalla sede attuale

L'IMPRESA TRA CULTURA E TERRITORIO

GIOVANARDI

TEXTILE EXPERIENCE SINCE 1963

GIOVANARDI
TEXTILE EXPERIENCE SINCE 1963

INDICE

INTRODUZIONE	III
VILLIMPENTA	IV
IL CASTELLO DI VILLIMPENTA	V
MANTOVA	VI
PALAZZO DUCALE	VII
PALAZZO TE	VIII
GONZAGA	IX
SABBIONETA	X
IL RINASCIMENTO	XI
MADE IN ITALY	XII

Testi a cura di Giacomo Cecchin e Marina Storti,
Ufficio comunicazione Apindustria Confimi Mantova

INTRODUZIONE

La provincia di Mantova al confine tra Lombardia, Veneto ed Emilia

La provincia di Mantova ha una storia che inizia nel Medioevo. Mantova è uno dei tanti liberi comuni che combattono per la loro libertà contro l'Impero. Saranno i Gonzaga a governare il territorio per quattro secoli con un'area geografica che corrisponde ancora alla provincia di oggi. Da sempre Mantova è una terra di confine che ha costruito la sua originalità sulla capacità di integrare tutti gli stimoli che sono venuti da territori e popoli diversi. È forse per questo che molti italiani fanno fatica a collegare Mantova alla Lombardia, optando a volte per il Veneto o per l'Emilia-Romagna. In effetti, se la si guarda dall'alto, la provincia di Mantova ha una forma di freccia, conficcata al centro di uno dei territori più dinamici ed economicamente ricchi di tutta l'Europa.

Un'economia che funziona sulla logica della filiera corta e della sostenibilità

La caratteristica di terra di confine ha sviluppato un talento che troviamo nella maggior parte degli imprenditori mantovani: il legame forte con il territorio. Le imprese mantovane, infatti, hanno creato un tessuto imprenditoriale coeso e costruito su rapporti di collaborazione, che ricordano quelli delle botteghe rinascimentali.
Non è un caso che nel momento della pandemia questo talento abbia consentito alle imprese mantovane di risentire meno della logica di filiera lunga che ha messo in difficoltà tantissime altre aziende. Senza dimenticare che il legame con il territorio significa anche contribuire a progetti locali, attivare servizi di welfare per il personale e considerare la provincia un valore aggiunto per uno sviluppo sostenibile.

VILLIMPENTA

Villimpenta la contesa del campanile: Mantova o Verona e il confronto con Castel D'Ario

Da sempre Villimpenta è territorio di confine, lo si vede quando si osserva la cartina geografica e lo si sente nel dialetto quando si va al mercato. Per questo fu sempre un territorio conteso tra Mantova e Verona (il Castello Scaligero attuale risale infatti ai veronesi Della Scala) con guerre continue fino a quando i mantovani la conquistarono definitivamente nel XIV secolo.
Siamo in Italia e non possiamo dimenticare l'importanza del campanile e le rivalità tra comuni anche molto vicini. Il "nemico" di Villimpenta è Castel d'Ario, paese con cui condivide la coltivazione del riso e la passione per il risotto con il pisto.
La domanda che non riesce a trovare risposta è: "Dov'è stato inventato il risotto?" e se i più dicono a Castel D'Ario, la rivincita di Villimpenta è quella di organizzare La "Festa del Risotto" più grande della provincia di Mantova.
Alcuni raccontano che la rivalità tra i due comuni diventò ancora più accanita con la costruzione a Castel d'Ario della stazione ferroviaria sulla linea Monselice-Mantova. Questo ha provocato grande sdegno a Villimpenta e un risentimento che non è ancora sopito. Un'ultima curiosità: a Villimpenta ha sede un'azienda di riparazione di carrozze ferroviarie che vengono trasportate fin lì... su gomma.

Lavorare sul confine: apertura e relazioni per un commercio senza frontiere

Lavorare e vivere in un paese di confine è da sempre uno stimolo all'apertura e alla creazione di relazioni. Non è un caso che l'azienda Giovanardi abbia sede in questo territorio. L'impresa ha fatto tesoro di quest'apertura delle terre di confine e ha sempre ragionato in modo trasversale, sfruttando tutti i vantaggi del poter mettere insieme le migliori caratteristiche dei due territori.
Anche la provincia di Mantova è da sempre un territorio di passaggio e i Gonzaga hanno sempre puntato ad avere alla loro Corte i migliori artisti del mondo, un po' come oggi le squadre di calcio cercano i fuoriclasse.
Le aziende del territorio richiamano lavoratori di talento per la loro capacità di essere innovative, attente al benessere dei dipendenti e soprattutto molto aperte sui mercati internazionali. La comunità che prima era fatta solo dagli abitanti di Villimpenta è oggi composta anche da tutti i collaboratori della Giovanardi che lavorano, vivono e creano valore sul territorio del Comune.

Il castello di Villimpenta

L'immagine rappresenta il Castello Scaligero di Villimpenta

Acquarello e china su carta formato 31x41 cm

Illustratore e sketcher:
Giancarlo De Petris
nato a Latina nel 1970

Stampe disponibili su richiesta a info@giovanardi.it

IL CASTELLO SCALIGERO DI VILLIMPENTA

Il Castello di Villimpenta è una struttura militare sorta probabilmente nell'XI secolo con la struttura del recinto fortificato.

La fortezza fu ampliata e potenziata nel XIV secolo dalla famiglia Della Scala di Verona e faceva parte di una serie di castelli che seguivano il corso del Mincio, come caposaldo difensivo a protezione dalle incursioni dei mantovani.

Nel 1391 arrivano i Gonzaga che acquistano il castello e portano Villimpenta all'interno del loro dominio. La fortezza scaligera è il ricordo di un mondo passato dove i confini si difendevano con le armi e il commercio era limitato da dazi, tasse e rendite di posizione.

GLI SCALIGERI E IL BRAND TERRITORIALE

Quando vediamo un castello pensiamo ai cavalieri, ai draghi e alle principesse. Eppure, lo dovremmo guardare dal punto di vista funzionale e pensarlo come una filiale della ditta. I Della Scala costruiscono i loro castelli sul confine per presidiare il territorio e il mercato. È come realizzare una sede secondaria che riprenda tutte le caratteristiche dell'azienda principale.

I castelli scaligeri diventano pertanto un vero e proprio brand che marca il territorio dei Della Scala. Senza dimenticare che sono realizzati utilizzando le migliori tecnologie a disposizione per la difesa, come ad esempio le torri scudate, aperte sul recinto interno per evitare che possano essere catturate dal nemico.

Mantova, una piccola capitale al centro della pianura

Mantova è una delle poche città italiane con un profilo riconosciuto e riconoscibile: per chi arriva dal ponte di San Giorgio vedere la sua skyline è un'emozione indimenticabile. Torri, campanili, cupole si alzano verso il cielo e creano una sorta di elettrocardiogramma visivo. Philippe Daverio diceva che Mantova era una Manhattan padana, un'isola come quella di New York circondata dalle acque e con le torri medioevali al posto dei grattacieli.
Le origini di Mantova sono etrusche: la città era un grande centro commerciale sulle rive del Mincio, un fiume utilizzato come un'autostrada acquatica, che fungeva da collegamento tra il mare e il Nord Europa.
Mantova vive il suo momento d'oro con i Gonzaga tra il 1328 e il 1707 quando diventa una delle capitali del Rinascimento italiano. Oggi ha circa 45.000 abitanti, è ancora circondata dai laghi e ha conservato un centro storico tra i più belli d'Italia con il Duomo, la Basilica di Sant'Andrea di Leon Battista Alberti, Palazzo Ducale, Palazzo Te e il Festivaletteratura, che ha trasformato Mantova in una capitale mondiale del libro.
Mantova è una città all'avanguardia anche per l'attenzione al mondo femminile in tempi in cui le donne avevano poco spazio nella vita quotidiana. Partendo dalle origini pensiamo alla fondatrice, la profetessa Manto, per passare al Medioevo con la Grancontessa Matilde di Canossa nata a Mantova nel 1046, uno dei personaggi femminili più importanti della storia europea. Da ultimo, dobbiamo citare Isabella d'Este, signora del Rinascimento italiano, donna colta che governa su Mantova in assenza del marito.

MANTOVA PALAZZO DUCALE

PALAZZO DUCALE: UN PALAZZO A FORMA DI CITTÀ

Palazzo Ducale si sviluppa su un'estensione di 35.000 metri nella parte più elevata di Mantova. Il complesso monumentale di oggi è il risultato delle continue aggiunte di edifici effettuate dalla famiglia Gonzaga ai primi corpi di fabbrica del XIII secolo. È una vera e propria città nella città, un grandioso complesso architettonico che in Europa è il secondo per dimensioni.

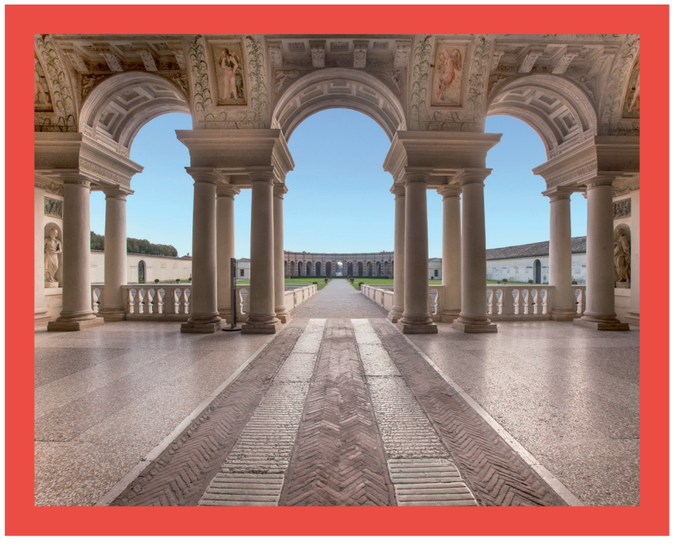
Gli edifici più antichi, affacciati su Piazza Sordello, sono il Palazzo del Capitano e la Magna Domus, costruiti dalla famiglia Bonacolsi che dominò Mantova dal 1273 al 1328. Con la presa del potere da parte dei Gonzaga si iniziò a realizzare quella che oggi sarebbe considerata una cittadella dei servizi, con più di mille stanze.

Un tempo i cortili del palazzo dei Gonzaga erano riservati solo alla Corte e ai suoi ospiti, mentre oggi sono invece piazze e giardini pubblici. Passeggiare lungo il perimetro esterno della reggia dei Gonzaga consente di rendersi conto delle sue dimensioni e di fare un viaggio indietro nel tempo, tornando a Medioevo e Rinascimento.

DA RESIDENZA A MUSEO: LA STORIA DEL PALAZZO DUCALE

Come potremmo chiamare oggi il Palazzo Ducale? La ditta! Questa, infatti, era la sede principale della famiglia Gonzaga, dove si svolgevano tutte le attività necessarie al governo. C'erano la cancelleria (ovvero gli uffici amministrativi), le scuderie (dove si trovavano i cavalli che erano non solo strumenti di lavoro per i condottieri ma anche delle vere e proprie supercar), le chiese, le cucine e tutti gli altri ambienti di servizio.
Palazzo Ducale ha una dimensione talmente grande che qualcuno lo chiama il "Vaticano nella palude", facendo riferimento ai laghi che circondano Mantova.
Qui i Gonzaga avevano anche i loro ambienti di rappresentanza, gli appartamenti privati, costituiti da uno studiolo che serviva anche come camera da letto, una loggia e un'anticamera enorme per accogliere ospiti e visitatori.
Il Palazzo è un vero e proprio labirinto e segnaliamo almeno due stranezze che da sempre colpiscono la curiosità dei visitatori: il giardino pensile e l'appartamento dei nani, un insieme di piccoli ambienti che si pensava fossero l'abitazione dei buffoni di corte.

MANTOVA PALAZZO TE



Loggia di Davide, Palazzo Te

PALAZZO TE: LA VILLA DEL MARCHESE FEDERICO II E IL CAPOLAVORO DI GIULIO ROMANO

Palazzo Te è uno dei più straordinari esempi di villa rinascimentale destinata agli svaghi dei Gonzaga e dei loro ospiti. Se Palazzo Ducale è la sede legale, Palazzo Te è lo show room, uno spazio dove accogliere i clienti e conquistarli grazie a bellezza e qualità. Non è un caso che ci sia la Sala dei Cavalli, uno dei prodotti più rinomati della famiglia Gonzaga. Nel 1525 Federico II commissiona la villa a Giulio Romano. Il marchese di Mantova vi accoglie nel 1530 l'imperatore Carlo V, il CEO dell'Impero, cioè una delle due grandi multinazionali del XVI secolo (l'altra era la Chiesa Cattolica Romana).
La costruzione del Palazzo durò dieci anni (1525-1535) e rappresenta un unicum a livello mondiale non solo per la velocità di realizzazione, ma anche per la sua novità e per l'assoluta coerenza stilistica. È anche grazie alla festa organizzata a Palazzo Te per Carlo V, che l'imperatore decide di nominare duca Federico II.
Oggi lo definiremmo uno splendido esempio di storytelling: dalla Sala dei Cavalli, una sorta di catalogo dei prodotti dei Gonzaga (le Formula 1 dell'epoca) alla camera di Amore e Psiche, un caleidoscopio di storie d'amore e di sesso, per arrivare alla camera dei Giganti, un vero e proprio effetto speciale. Al suo interno tutto sembra crollare sui giganti e su chi osserva la scena dal centro della sala. Per queste caratteristiche uniche, il cantautore Jovanotti ha scelto proprio Palazzo Te per girare il video della famosa canzone "L'ombelico del mondo".

DAL NOME ALLA FORMA: LE PARTICOLARITÀ DI PALAZZO TE E IL RICARICARE LE BATTERIE

Solo i turisti possono pensare che il nome di Palazzo Te derivi dal The, la bevanda nazionale inglese. Per i mantovani "andare sul Te" significa venire in questa zona della città. Ma allora, da dove deriva questo nome che incuriosisce tutti i visitatori e anche molti mantovani?

Esistono solo delle ipotesi e una delle più accreditate fa risalire il Te alla T, ovvero a due strade che si incrociavano a T al centro dell'isola su cui sarebbe sorto il Palazzo, che prende quindi il nome dal luogo. Le altre ipotesi fanno invece riferimento al fatto che Te sia una contrazione di Tejetum, termine utilizzato nel Medioevo per designare un'isola a sud di Mantova. Palazzo Te è una villa di campagna destinata all'Honesto Ocio del marchese, un luogo dove ricaricare le batterie staccando dagli affari di governo, come accade anche nelle aziende moderne, che hanno creato le aree relax.

I GONZAGA

Le origini del nome Gonzaga: un rebranding ben riuscito

Gonzaga non era il cognome originario della famiglia, ma una scelta dovuta all'esigenza di fare un rebranding. Il loro primo cognome, Corradi, sapeva troppo di campagna e li faceva sembrare popolani arricchiti.
Gonzaga invece è il cognome che scelgono per la scalata alla nobiltà, che acquistano dall'imperatore per 12.000 fiorini d'oro, ovvero qualche milione di euro attuale.
Quando chi viene a Mantova si chiede da dove venga il nome Gonzaga è perché ai più appare straniero o spagnoleggiante. L'origine invece è molto più semplice ed è legata a Gonzaga, il paese della bassa padana da cui proveniva la famiglia.
Da dove venivano le loro ricchezze? Dalla terra e dalla guerra. Grandi proprietari terrieri, arrivano a Mantova alla fine del XII secolo con l'obiettivo di conquistare il potere sulla città.

Sarà Luigi Gonzaga a prendere il potere con un colpo di stato martedì 16 agosto 1328 uccidendo l'ultimo dei Bonacolsi, Rinaldo detto "il Passerino". Nel 1433 i Gonzaga diventano marchesi di Mantova e nel 1530 duchi. La famiglia governerà la città per quattro secoli, dal 1328 al 1707, trasformandola in una capitale del Rinascimento italiano, in cui hanno lavorato artisti dell'importanza di Leon Battista Alberti, Andrea Mantegna, Giulio Romano e Pietro Paolo Rubens.

I GONZAGA, CONDOTTIERI E MANAGER MEDIOEVALI

Oltre ad essere proprietari terrieri, i Gonzaga accumulano ricchezze offrendo i loro servigi come condottieri. I condottieri sono i titolari di una condotta, cioè un contratto che prevede un pagamento in denaro a fronte dell'impegno a combattere in nome e per conto di un altro stato. Il compenso era previsto sia in tempo di guerra, sia in tempo di pace (anche se qui l'importo era più basso, perché non c'era il rischio di morire).
Se dovessimo definire oggi questo contratto parleremmo di un servizio di fornitura di un esercito, una somministrazione, dei soldati interinali, in altre parole un lavoro a chiamata. All'epoca li chiamavano mercenari.

IL REVERSE MARKETING DELLA "CELESTE GALERIA": IL NOME DI MANTOVA NEL MONDO

La "Celeste Galeria" era la definizione che veniva data della collezione di opere d'arte dei Gonzaga, una delle più grandi del Rinascimento che rivaleggiava con gli Uffizi e con il Vaticano. Perché, allora, non c'è traccia all'interno del Palazzo Ducale dei capolavori di Mantegna, Bellini, Perugino, Correggio, Raffaello, Leonardo, Michelangelo e tutti gli altri maestri dell'arte italiana e internazionale? La causa è la grande svendita della collezione dei Gonzaga al Re d'Inghilterra Carlo I: siamo nel 1627 e il Duca Vincenzo II Gonzaga vende gran parte della quadreria per fare cassa, come se oggi l'Italia decidesse di vendere il Colosseo per ripianare il debito pubblico. E quindi la collezione dei Gonzaga è in Inghilterra? Non proprio, Carlo I infatti sarà sconfitto e decapitato da Cromwell che, ancora una volta per ripianare il debito pubblico, venderà gran parte dei capolavori mantovani in giro per il mondo. Oggi quindi non c'è museo che non abbia nelle sue sale un'opera d'arte proveniente da Mantova: una straordinaria operazione di reverse marketing, che ha portato il nome della città e migliaia di schegge o scintille di bellezza in tutto il mondo.

IL FRANCHISING GONZAGA
IL CASO SABBIONETA

Cosa succede quando hai un modello di business di successo e vuoi svilupparlo ulteriormente? Crei un franchising. È quello che fanno i Gonzaga quando il marchesato di Mantova si divide tra i figli di Ludovico II Gonzaga.

Se infatti pensiamo ai principati gonzagheschi del territorio, vediamo che si modellano su quello di Mantova. Forse non è un caso, inoltre, che molti dei distretti industriali di oggi si siano poi sviluppati negli stessi luoghi che hanno visto la presenza di un piccolo stato autonomo gonzaghesco. Pensiamo a Castiglione delle Stiviere e a Castel Goffredo, a tutta la zona del viadanese e di Sabbioneta.

Quando passeggiamo per questi paesi respiriamo l'aria di una piccola capitale: piazze ariose e portici, palazzi importanti e a volte viali che marcano il luogo dove si trovavano i bastioni, spesso demoliti per lasciare spazio ai nuovi quartieri e alle attività artigianali.

Il paese che ha mantenuto quasi intatta questa atmosfera è Sabbioneta: le mura la circondano completamente ed è ancora possibile visitare i palazzi del Duca Vespasiano Gonzaga ed entrare in uno dei teatri più belli del mondo. Una città ideale, dove tutto è al posto giusto e a misura d'uomo.

VESPASIANO GONZAGA, UN IMPRENDITORE ILLUMINATO

Che lavoro farebbe oggi il duca di Sabbioneta? Sarebbe un imprenditore che viaggia per il mondo, ma alla fine torna sempre a casa. Vespasiano Gonzaga viaggia tantissimo fin da ragazzo e lavorerà come architetto militare e come condottiero per gli uomini più importanti della sua epoca.
Il suo sogno è da sempre costruire una città ideale, un po' come fece Adriano Olivetti con la sua fabbrica. Per questo decide di abbattere tutte le case del borgo accanto al castello e di costruire una nuova capitale per il suo dominio. In poco meno di 30 anni a Sabbioneta si costruiscono tutti quegli edifici che servono ad una città: il Palazzo Ducale e il palazzo privato del principe, la piazza d'armi e la zecca, il Monte di Pietà (la banca etica) e la chiesa, per finire con la biblioteca ed il teatro.

Ancora oggi gli imprenditori illuminati fanno come Vespasiano Gonzaga: creano le condizioni per la ricerca e sviluppo (la biblioteca aziendale) e offrono ai dipendenti opportunità di formazione e crescita, personale e professionale. Pensiamo a Giovanardi, alla Olivetti o a Brunello Cucinelli, che ha trasformato il borgo di Solomeo in un opificio e ci ha costruito un teatro, proprio come fece il Duca di Sabbioneta.

IL RINASCIMENTO, LA FAMIGLIA E IL PASSAGGIO GENERAZIONALE

Oggi, come nel Rinascimento, uno dei problemi fondamentali era quello del passaggio generazionale; alcune botteghe importanti chiudono la loro storia con la morte del titolare, basti pensare a Michelangelo o Leonardo. Ma ci sono delle eccezioni come la storia che vi raccontiamo. Un ragazzo di undici anni figlio di un imprenditore marchigiano perde il padre, l'azienda rimane in piedi grazie ai collaboratori e il ragazzino dimostra le sue doti: studia i mercati, si ispira ai prodotti migliori e li realizza in tempi più rapidi e a costi inferiori. Ogni volta che trova una nicchia lasciata libera da un concorrente la occupa, fino a quando decide di entrare sul mercato estero più importante del suo settore.

Si fa dare una referenza da un altro imprenditore e conquista la fiducia dell'amministratore delegato della più grande multinazionale dell'epoca. La sua azienda diventa leader di settore e lui investe sui giovani cercando di dare un futuro alla sua impresa. Purtroppo muore a soli 37 anni, l'azienda va avanti per qualche anno fino a quando il suo collaboratore più importante decide di delocalizzare. Mi sono permesso di giocare un po' con le parole per mettervi alla prova. Ebbene il ragazzo è Raffaello (1483-1520), figlio di Giovanni Santi, che inizia la sua carriera ad Urbino: ha stoffa e si ispira ai migliori come ad esempio Perugino. Cresce rapidamente, conquista il mercato umbro e fiorentino. Da lì va a Roma dove si presenta a Papa Giulio II (è lui l'amministratore delegato della più grande multinazionale del mondo, la Chiesa Romana) con una lettera di raccomandazione di Bramante. Raffaello dipingerà le stanze vaticane e, insieme alla sua bottega, diventerà l'artista più richiesto. Quando Raffaello muore nel 1520 sarà il suo pupillo Giulio Romano a portare a termine con la bottega i lavori rimasti incompiuti. Poi nel 1524 Giulio decide di spostarsi a Mantova (la delocalizzazione) alla ricerca della sua nicchia, il famoso Oceano Blu degli americani.

Volta della Sala dei Giganti, Palazzo Te

LA FORZA DELL'AZIENDA: LA FAMIGLIA ALLARGATA

Molti considerano le aziende familiari un'anomalia e soprattutto imprese che non hanno futuro perché non possono crescere più di tanto. Invece, il Rinascimento dimostra come il concetto di famiglia vada considerato in senso lato. L'azienda è una comunità, fatta di persone che lavorano insieme condividendo gli stessi obiettivi. Quando si parla di passaggio generazionale si deve quindi pensare non solo alla famiglia strettamente intesa, ma anche ai collaboratori e a tutti coloro che credono nel valore dell'impresa. La storia di Raffaello lo dimostra e Giulio Romano, pensate un po' a Mantova, diventa uno degli imprenditori più incredibili di tutto il Rinascimento.

MADE IN ITALY: IL RINASCIMENTO OGGI

RINASCIMENTO E MADE IN ITALY QUANDO NON C'ERA L'ITALIA

Quando oggi si parla di Made in Italy è perché si sottolinea la qualità e la capacità degli imprenditori italiani di distinguersi dal resto del mondo. Ma questa storia nasce da molto lontano, quando l'Italia ancora non esisteva.
Pensiamo ad esempio alle grandi botteghe degli artisti rinascimentali come Raffaello, Leonardo e Michelangelo. Le loro opere erano richieste in tutta Europa e venivano apprezzate per la qualità e per la novità delle loro invenzioni. La struttura era molto simile a quella delle piccole e medie industrie di oggi. C'era un capobottega (oggi sarebbe l'imprenditore) che raccoglieva le commesse e ne organizzava l'esecuzione, distribuendo i ruoli: chi faceva le figure umane, chi i paesaggi, chi tendeva la tela o preparava la tavola o i colori. Era davvero un'attività d'equipe e si produceva solo just in time, evitando di fare magazzino.

COPERTURE E VELARI DA ROMA A MANTOVA

Pensate ad uno dei tanti prodotti della Giovanardi, i teloni che proteggono dal sole: c'erano già nell'antica Roma e nella Mantova del Rinascimento.

Il Colosseo era coperto con un enorme velario che serviva a fare ombra sugli spettatori e sui protagonisti delle gare nel circo. Ma anche la Fiera di Mantova che si teneva in piazza Santa Barbara, al centro di Palazzo Ducale, prevedeva una copertura antisole: in alto si vedono ancora i ganci da cui si tendeva l'enorme telone che proteggeva dal sole i banchi e i visitatori.

GLI SPAGHETTI AL POMODORO: CREATIVITÀ IN SALSA ITALIANA

Gli spaghetti al pomodoro sono un'icona del Made in Italy, eppure se dovessimo prevedere una certificazione di origine risulterebbero una ricetta che mette insieme prodotti dalle più svariate provenienze. La pasta inventata dagli arabi (o chi dice addirittura in Cina), il pomodoro che viene dall'America, il basilico di origine orientale e il formaggio, unico prodotto davvero Made in Italy. E allora perché li consideriamo il piatto più italiano di sempre che, come la pizza, riproduce il tricolore? Perché qui sta la grande capacità delle nostre aziende: la ricerca e sviluppo, cioè la capacità di realizzare prodotti unici per qualità.