GIOVANARDI CON LE TENDE DA SOLE (TECH) COSTRUIAMO L'ITALIA «VERDE»

Vertici Daniela e Carlo Giovanardi, presidente di Giovanardi

L'azienda festeggia i 60 anni con una posizione internazionale, l'innovazione, l'ingresso della terza generazione. E un modello di economia circolare con il recupero degli scarti di produzione

di **SEVERINO SALVEMINI**

Il claim sul sito esprime già il programma: «Godersi il sole è bello. Protetti è splendido». Perché c'è chi ha fatto della protezione solare il business della propria azienda. E che business, visto che l'Italia in questo campo è più avanti di altri Paesi europei, grazie anche agli incentivi del governo per l'efficientamento energetico degli edifici. È avanti anche rispetto alle imprese cinesi e del Far East, che offrono giardini a quella degli impianti sportivi, dalle tensostrutture per eventi al mondo dei trasporti e della nautica, dalle coperture con caratteristiche acustiche ai teloni per difendere da pioggia e intemperie, con vendite sia in Europa (Germania, Francia, Inghilterra, Slovacchia) sia fuori (Marocco, Messico, Australia e altri continenti).

L'azienda ha una tessitura a nord di Varese e dieci controllate in Italia e all'estero. Nel 2022 il fatturato della società principale, la Giovanardi snc, ha superato i 70 milioni, grazie al contributo di più di 200 dipendenti, con 40 persone dirette e indirette che si occupano dello sviluppo commerciale sul campo. Il comparto della protezione solare occupa il 30% dell'attività; un altro 30% è dedicato alle altre forme di protezione (in agricoltura, in edilizia, nei trasporti e nelle strutture sportive) e il 40% si suddivide in proposte per arredo, nautica e supporti pubblicitari.

Particolare attenzione viene data alla sostenibilità, con la volontà di limitare l'impatto ambientale dell'attività. Dice Carlo Giovanardi: «La nostra azienda si propone come esempio per stimolare un diverso sviluppo economico: equo, trasparente, innovativo». La responsabilità sociale è diventata parte integrante della strategia d'impresa, condivisa da tutto il personale. «In giro si dice che ci occupiamo di "tessuto sociale" — dice il presidente giocando un po' sulle parole — perché supportiamo realtà locali in difficoltà e ci prendiamo carico di progetti internazionali. Siamo convinti che l'impresa, in generale, debba affiancare alla cultura del profitto la cultura sociale, ambientale e dell'innovazione. Del resto, è ciò che va fatto quando un'impresa opera in una comunità piccola e distrettuale. Gli aspetti della collettività si percepiscono di più perché il territorio è costantemente prossimo al nostro modo di operare». A questo proposito Carlo Giovanardi applica sempre un vecchio principio filantropico nei confronti della società esterna: «Meglio essere a credito che a debito».

Una dimostrazione di questo atteggiamento viene dalla pratica recente di recupero degli scarti in produzione («Con il materiale buttato in discarica si costruirebbero le coperture per quasi 100 campi di calcio!») con un riciclo del tessuto delle tende da sole non utilizzato che diventa nuovo materiale, Raytent. Un caso eclatante di economia circolare, dato che gli scarti vengono forniti da nove tra le maggiori aziende italiane produttrici di tende da sole, che poi si impegnano a riacquistare il prodotto rigenerato. La green economy s'incorpora così in modo concreto nella missione aziendale. E nel futuro prossimo sono previsti progetti simili su altri tessuti, non di fibra acrilica: «Dobbiamo risolvere solo alcuni intralci burocratici che non consentono facilmente di recuperare i rifiuti per motivi legislativi. Ma con il tempo e la tenacia ci arriveremo».

«Vogliamo stimolare un diverso sviluppo economico, che si basi sull'equità e la trasparenza»

prodotti forse più convenienti nel prezzo ma meno competitivi sul piano della qualità e della capacità di interpretare i bisogni dei clienti.

Fondata nel 1963 a Villimpenta, in provincia di Mantova, la Giovanardi è leader nella produzione di tessuti per arredamento, da interni ed esterni, e nell'architettura tessile per esterni. Settori del tessile tecnico, in un mercato frammentato con circa 10 mila operatori. L'azienda è guidata oggi dai fratelli Carlo e Daniela Giovanardi, che hanno saputo traghettare l'attività del padre e dello zio dall'importazione e distribuzione di tessuti per tende da campo a una moderna impresa produttrice di tessuti spalmati in cotone e Pvc, per proteggere dal sole. Carlo è presidente della Giovanardi snc e della Gic srl, la holding di partecipazioni di famiglia. Daniela è general manager di Giofex, il gruppo europeo dove la Giovanardi è socia al 49% con la multinazionale Serge Ferrari. Pur raggiungendo una dimensione internazionale, l'azienda ha mantenuto la governance familiare. Ora si sta affacciando la terza generazione, già impegnata in altre imprese per affinare le capacità.

Il mercato

Una ricerca e sviluppo intensa e specializzata ha consentito di costruire una collezione di prodotti innovativi. Il catalogo di 6 mila referenze comprende pesi da 100 a 2 mila grammi al metro quadro, con altezze che raggiungono i cinque metri e una linea di accessori dedicati. I comparti di sbocco si estendono dalla copertura dei

«Nei prossimi 5 anni rafforzeremo l'offerta, proponendo il tessuto tecnico per nuovi usi e stringendo alleanze»

La ricorrenza

Nel 2023 l'azienda festeggia i 60 anni: un'occasione per consolidare la leadership, conquistata anche grazie all'ascolto della clientela. È previsto un evento a metà maggio con più di mille operatori tra dipendenti, fornitori e clienti. Sarà anche il momento per ragionare sul futuro. «I prossimi cinque anni, dal 2023 al 2027, ci vedranno proiettati su un rafforzamento dell'offerta — dice Carlo Giovanardi —. Intendiamo mantenere la leadership con tre leve: 1) allargare il raggio di azione del portafoglio prodotti, proponendo il tessuto tecnico per nuovi utilizzi; 2) allacciare partnership con l'ambiente dei designer e dei progettisti di soluzioni indoor e outdoor e inventare nuovi accessori che migliorino il lavoro degli installatori; 3) intensificare l'export di prodotti e servizi, contando anche sul supporto delle nostre consociate».

La visione dell'azienda sulla congiuntura è ottimistica. «Nel comparto della protezione solare — dice il presidente — agirà ancora l'effetto degli incentivi per la riduzione degli sprechi energetici e sui comparti della stampa digitale ci sarà molto da fare. Se poi dovessero partire in tutta Europa le stesse azioni incentivanti che abbiamo avuto in Italia, allora il 2023 si dimostrerà un anno memorabile».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

HALLBERG REAL ESTATE
luxuryspecialists WORLDWIDE

Abbiamo La Chiave Delle Case Più Belle
MILANO • ROMA • ATHENS
Milano - T. +39 02 7601 5931 • **Roma** - T. +39 06 4559 9039 • **www.hallberg.it**