

Centergross

Una Storia di Famiglie

Racconti di imprese straordinarie

volume 2

Bonomo Editore per Centergross

Nel mese di ottobre 2018

Realizzazione editoriale: OMNIA Relations con LUN.A Libera Università delle Arti
Stampa: Bonomo Editore

ISBN - 978886972119-9

Tutti i diritti sono riservati a Centergross s.r.l.

Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta o utilizzata in alcun modo, escluse le citazioni giornalistiche, senza l'autorizzazione scritta di Centergross s.r.l., né con mezzi elettronici né meccanici, incluse fotocopie, registrazione o riproduzione attraverso qualsiasi sistema di elaborazione dati.

Centergross s.r.l. Rotonda Segnatello, 4 - 40050 Funo di Argelato (BO)
tel. +39 0518653111 fax + 39 0516647240 - info@centergross.com
www.centergross.com

Consiglio di Amministrazione

Lucia Gazzotti – Presidente
Piero Scandellari – Vice Presidente
Gianluigi Mazzoni - Consigliere di Presidenza
Monica Biondi - Consigliere di Segreteria
Silvano Bianchi
Roberto Borsari
Fabrizio Bosio
Silvano Brancaleoni
Fabrizio Casalini
Giuseppe Cremonesi
Francesca Mandreoli
Alessandro Santi
Emma Tadei

Progettazione

Chiara Caliceti, OMNIA Relations

Contributi in catalogo

OMNIA Relations: Antonella Zangaro, Elena Tartaglione
LUN.A Libera Università delle Arti: Elia Dal Maso, Alessandro Cavicchi

Coordinamento

Micol Maestrini, Comunicazione & Pubbliche Relazioni Centergross

Progetto grafico e crediti fotografici / photo credits

Studio Fuoribordo Srl: Valerio Succi, Fabiano Fontana, Enrico Busi

Segreteria

Virginia Loffredo, Studio Fuoribordo Srl
Svetlana Tsaiguer, Infopoint Centergross

Si ringraziano tutte le persone che con passione hanno contribuito a vario titolo alla realizzazione di questo progetto

SOMMARIO

Premessa

GGZ

Elisa Landri Diffusione

Primo Emporio

STIB19

Angela Mele Milano

Paquito Pronto Moda

My Day

Le prime donne di Eva

Ilario Rebecchi

Nila & Nila

Tanesini

ISLO Calzature

Gruppo Informatico Bolognese

Dentaurum Italia

Gisal

Scama Autronica

Bianchi Alberto

TH&S Bologna

Graphics Race

Hetro

IBL

Golden Group

Cargo Compass

IDF - Ingegneria del fuoco

Mani di Fata

CAD Adriatico

My Log

Campioni Ristorazione

Studio Beghelli & Partners

DA.RI.

Studio Fuoribordo

Studio Legale Mazzoni & Associati

Agenzia Immobiliare Palafittalavoro

Master Center 38 Bis

Miyabi Hairstyle

Villa Orsi

Mazzanti Oddino

Studio Legale Franceschi, Nucci, Cicognani

Studio Minardi

Zironi Casalinghi

Conclusioni



Le prime donne di Eva



CAD Adriatico



Mani di Fata



Gisal



Gruppo Informatico Bolognese



Myiabi



IDF



Studio Minardi



Bianchi Alberto



Villa Orsi



Mazzanti Auto



SCAMA



Divine Follie



Studio Fuoribordo



Studio Beghelli



Ilario Rebecchi



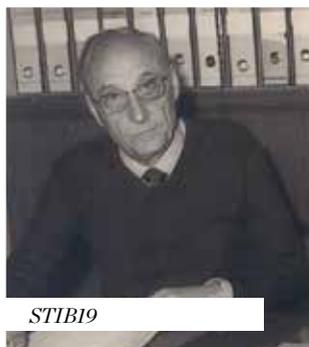
My Day



Graphics Race



TH&S



STIB19



Presidente L. Gazzotti



Avv. Gianluigi Mazzone



Zironi



Palafitta Lavoro



Golden Group



Dentaurum



Paquito Pronto Moda



Elisa Landri



Cargo Compass



Campioni Ristorazione



My Log



Hetro



Da.Ri.



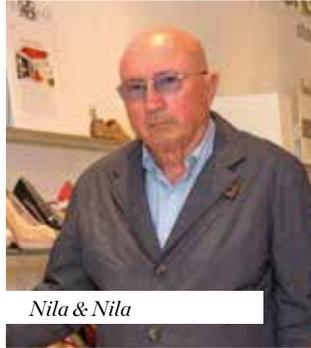
ISLO



IBL



Master Center 38 Bis



Nila & Nila



Primo Emporio



Vicolo



Avv. Michele Nucci

PREFAZIONE

Nel 1977, l'inaugurazione del Centergross ha aperto una nuova stagione per Bologna e il Made in Italy. Dopo aver celebrato il giro di boa dei primi quarant'anni, guardiamo con fiducia al futuro, ai prossimi quaranta. Ma senza dimenticare le nostre radici. Seguendo sempre l'esempio luminoso dei nostri padri fondatori: loro per primi si accorsero, a metà anni settanta, che il centro di Bologna era diventato troppo stretto per le loro aziende, e così decisero di trovare una soluzione. E lo fecero insieme. **Fare rete si è dimostrata la scelta vincente**, confermata e consolidata nel tempo. Da allora questo centro rappresenta un ecosistema di aziende che hanno creato una comunità. Questo libro nasce dal desiderio di celebrare questo importante anniversario raccontando le storie di alcune di queste realtà che, insieme, hanno reso speciale il Centergross, lasciando per un attimo da parte numeri e modelli di business ma mettendo al centro le persone: **la vita e le storie delle famiglie che hanno reso queste aziende uniche**. Quando il distretto fu ideato si pensò da subito in grande e anche per questa ragione, da allora Centergross, per le sue dimensioni e per i numeri che muove, continua a rappresentare un modello unico in Italia. L'abnegazione e la dedizione di chi è venuto prima di noi tracciando il percorso da seguire, e forse un destino - complice anche la storia, con la caduta delle barriere doganali in Europa e successivamente, del Muro di Berlino - ci ha fatto guadagnare una ribalta internazionale sempre più importante. Ad oggi, il 60% delle persone che arrivano qui proviene dall'estero. E questo ha reso il nostro Centergross una fiera internazionale permanente, grande come l'Expo di Milano del 2015, ma viva e attiva da oltre quarant'anni. In questi decenni abbiamo assistito anche all'evoluzione del sistema di lavoro generato con la conversione al pronto moda. I nostri grossisti sono diventati produttori di linee e brand dai cicli di produzione molto brevi riuscendo così a soddisfare le mutate esigenze dei mercati a tutte le latitudini. **Le nostre famiglie all'inizio erano 103, oggi sono più di 600; il 70% delle maestranze qui sono donne. In questi quarant'anni, abbiamo sempre operato per offrire a tutti le condizioni di lavoro e di vita migliori**. Abbiamo aperto un asilo nido in bioarchitettura, abbiamo investito sulla formazione ospitando anche una scuola di stilismo e poi servizi, poste, banche, bar e ristoranti. Il Centergross è diventato una cittadella vivibile e totalmente inserita nel territorio che lo ospita perché anche gli abitanti dei paesi limitrofi possono usufruire delle sue opportunità. **In questo sistema di aziende dove ognuno svolge compiti che si integrano**, la nostra attenzione è sempre stata rivolta anche alle relazioni con la Città metropolitana di Bologna. Abbiamo consolidato collaborazioni con il Comune, la Regione, le grandi infrastrutture come l'Interporto, la Fiera, il Caab, oggi con Fico e con l'aeroporto G. Marconi, ma anche con



Lucia Gazzotti, Presidente Centergross

gli organi statali, ministeriali e con la Presidenza della Repubblica che si è dimostrata sempre attenta al nostro lavoro. Viviamo nell'epoca dell'**economia 4.0**: le piattaforme digitali sono sempre più gli strumenti con cui consolidare e ampliare i nostri mercati di riferimento, affiancandole alla partecipazione a eventi di risonanza internazionale. In **Russia** oggi siamo tra i protagonisti delle maggiori fiere di settore e stiamo rafforzando la nostra presenza anche nelle città di secondo livello; dalla **Cina** accogliamo i progetti che sempre più spesso richiedono il nostro coinvolgimento, senza ovviamente dimenticare l'**Europa**, Germania in testa, dove quest'anno le nostre aziende hanno debuttato a The Gallery Düsseldorf e dove non mancheremo il prossimo appuntamento con Panorama Berlin in programma a gennaio 2019. Oltre al settore moda, Centergross da sempre ospita anche grossisti di articoli tecnici con una grandissima specializzazione, dal settore della logistica, all'automotive, all'aeronautica e ai trasporti. Abbiamo assistito alla gemmazione di aziende nate qui da personale che si è messo in proprio. Crescono le imprese di seconda, terza e quarta generazione. **Qui al Centergross abbiamo una comunità di giovani che ha tutta l'intenzione di conquistare il mondo pronta a vincere le sfide dei prossimi quarant'anni.**

Lavoriamo per loro, certi che sapranno raccogliere il testimone e passarlo a chi verrà dopo di noi, con lo stesso nostro entusiasmo.

Lucia Gazzotti

GGZ

Nome azienda: GGZ srl

Marchi: Vicolo

Fondatori: Giancarlo e Gabriella Zanchi

Distribuzione e mercati: Globale

Presso GGZ lavorano una settantina di dipendenti

www.vicolo.com

Tutto inizia nel 1966, a Pozzonovo, vicino a Padova: all'epoca Gabriella Zanchi aveva un piccolo laboratorio, lavorava per grossi brand del Nord Italia. Nel '72 lei e il marito aprirono un piccolo magazzino: producevano con il marchio Teatro capi in maglieria e jersey cotone. Ma il vero punto di svolta fu il 1990, con l'arrivo a Centergross, a Bologna e il parallelo ingresso dei tre figli in azienda, Roberto, Massimo ed Alessandro. A raccontare è quest'ultimo. *“Merito di mio padre: i nostri clienti parlavano sempre di questo posto, quindi lui ha pensato bene di provarci, e venire al blocco 7. È dove siamo ancora oggi, anche se gli iniziali 500 metri quadrati sono diventati 1200”*. L'azienda – GGZ Srl, dalle iniziali dei fondatori, Gabriella e Giancarlo Zanchi – cresce, e ognuno fa la sua parte. Il padre continua ad occuparsi degli aspetti finanziari, Roberto cura l'amministrazione e Massimo ed Alessandro gestiscono l'acquisto dei materiali e lo stile. Da poco c'è anche Alessia, figlia di Massimo, la terza generazione che muove i suoi primi passi. *“Abbiamo mantenuto la stessa ossatura aziendale, con alcuni settori come l'acquisto materie prime, l'ufficio stile e l'ufficio modelleria che sono ancora a Padova, e sono gli stessi da decenni. Qui a Bologna gestiamo il contatto con i clienti con tutto ciò che comporta”*. Le relazioni umane e il territorio rappresentano l'aspetto valoriale più importante sottolinea Alessandro. *“Lavoriamo con interesse famiglie, abbiamo dipendenti con noi da 30, 40 anni: la zia, le nipoti, i fratelli. Cerchiamo, se possibile, di assumere gente del posto. L'attaccamento all'azienda si manifesta anche in questo modo”*. Con il loro brand Vicolo gli Zanchi realizzano capi di maglieria e tessuto, e – da qualche anno – anche accessori, scarpe, borse, costumi. La parola d'ordine è versatilità. *“Realizziamo settimanalmente 50 o 60mila capi, creandoli in base alle esigenze del mercato e del fast fashion, ma anche servendoci del nostro intuito per le tendenze”* racconta Alessandro, che però sottolinea: *“la nostra è una produzione totalmente Made in Italy: un valore in cui crediamo profondamente, e che ci permette di arrivare in tutto il mondo con un prodotto fresco e giovane, unendo qualità e prezzo non eccessivo”*. Vicolo si muove online, grazie a un sempre più efficace sito aziendale, e offline: sta aprendo il quarto monomarca, e si prepara al lancio di vari flagship store in città come Milano, Roma, Firenze. Ma le ambizioni maggiori si trovano oltre i confini nazionali. *“Il mercato italiano è praticamente saturo, quindi puntiamo a rafforzarci ulteriormente all'estero, specialmente in Europa. È una bella sfida: là fuori c'è un mondo da scoprire, e da cui farsi scoprire”*.



Alessandro, Roberto, Giancarlo e Massimo Zanchi.



Lo showroom di Vicolo

ELISA LANDRI DIFFUSIONE

Nome azienda: Elisa Landri Diffusione srl

Marchi: Elisa Landri, Malandrina

Fondatori: Guelfo Malandrin e Alessandro Martinelli

Distribuzione e mercati: Globale

Presso Elisa Landri lavorano 30 persone fra dipendenti e collaboratori

www.elisalandri.it

Con Daniela Martinelli parliamo un po' del passato, apprezziamo il presente e ci proiettiamo con entusiasmo verso il futuro. Titolare della Elisa Landri Diffusione, ci racconta l'incontro fortunato tra le due famiglie che a questa azienda hanno dato vita. Da una parte Guelfo Malandrin e la moglie Nazarena, con una lunga esperienza creativa nel campo dell'abbigliamento, dall'altra Alessandro Martinelli e la moglie Nadia, che portano in dote l'esperienza commerciale nel campo del tessile. Saperi diversi ma un'affinità profonda che li ha condotti ad unirsi per fondare al Centergross l'azienda Elisa Landri Diffusione. Della seconda generazione, è stata la figlia di Guelfo e Nazarena la prima ad entrare. *“Nata tra tragiacuci e modelleria, Elisabetta è una figlia d'arte che al saper fare unisce un gusto innato estetico: e da anni è la nostra Fashion Stylist”*. A seguire negli anni '90 sono arrivati prima Daniela e poi il fratello Paolo per curare la distribuzione del brand Elisa Landri. *“Oltre alle filiali o agli showroom per la clientela tradizionale abbiamo impiantato la catena in franchising Via Condotti che distribuisce in esclusiva i marchi Elisa Landri e Malandrina”*. Ben 78 punti vendita in tutta Italia. Non ci sono segreti nel successo di questa azienda di abbigliamento moda donna: è merito della qualità del Made in Italy che caratterizza l'intera filiera. *“Insieme a questo prodotto – precisa ancora Daniela – cerchiamo di trasmettere al nostro pubblico il pensiero e l'emozione che ci sono dietro”*. La collezione è stagionale, ma ogni settimana nuovi dettagli, nuovi capi curatissimi, nuove capsule arricchiscono con classe ed eleganza la loro proposta. *“Ci teniamo a seguire il cliente e ascoltare quanto ha da dirci. È una sinergia che funziona molto bene. Diamo sempre un prodotto ben fatto, ben pensato, ben studiato perché veste bene, con un buon rapporto qualità prezzo”*. Di traguardo in traguardo, la terza generazione si affaccia con entusiasmo e ottimi strumenti. *“Ho voluto mostrare alle mie figlie che il lavoro dà soddisfazione”*. E infatti Giulia e Alessandra sembrano averlo capito molto bene. Allieve appassionate all'Istituto Marangoni di Milano, si stanno facendo le ossa per affrontare al meglio l'ingresso nell'impresa di famiglia: l'una nel Fashion Stylist, l'altra nel Visual Merchandising, metteranno presto a disposizione la loro freschezza e il loro talento.



Daniela e Paolo Martinelli con Elisabetta Malandrin.

PRIMO EMPORIO

Nome azienda: Primo Emporio

Fondatori: Gennaro Provitera

Distribuzione e mercati: Italia, Est Europa

Presso Primo Emporio lavorano una ventina di dipendenti

www.primoemporio.it

È il 1978 quando Gennaro Provitera, a Napoli, apre la sua azienda. Chissà se già aveva intuito che sarebbe stato solo il principio. A quel negozio se ne aggiungeranno altri, in una positiva reazione a catena che porterà, nel 1990, alla creazione del marchio Primo Emporio. Parallelamente agli affari è cresciuta una bella famiglia: i quattro figli sulle cui gambe cammina l'impresa oggi, Gianni, Massimo, Marco e Alessandro. È quest'ultimo a raccontare la storia. *“Siamo tutti soci, mio padre ha passato un po' la palla, per così dire”* racconta Alessandro. *“Marco si occupa dei negozi al dettaglio, Gianni della produzione e dello stile, Massimo e io curiamo i rapporti con i clienti, lui al Cis di Nola e io qui a Bologna”*. Ne hanno fatta di strada: inizialmente il padre vendeva capi acquistati a Centergross, poi ha iniziato a realizzarli per i suoi negozi. Negli anni '90 la svolta: a fronte di un boom di richieste la produzione diventa all'ingrosso. Nasce Primo Emporio, che da fenomeno locale si impone sulla scena nazionale e internazionale. I primi abiti Alessandro li ricorda bene. *“Lo stile era black, aggressivo, metallaro. Dopo ci siamo ammorbiditi. Oggi sfoggiamo un'anima metropolitana, si potrebbe dire urban glamour e di tendenza, per ragazzi e uomini”*. Un total look completo, abiti, scarpe e accessori, cinture, guanti, foulard, cappelli, orologi, bracciali. *“Tranne il profumo – aggiunge – Ma ci arriveremo”*. Una decina i punti vendita, al Nord e al Sud. La manifattura è sempre Made in Napoli, dove il know-how è consolidato. Il cuore è lì, ma Bologna rappresenta un'arteria fondamentale. *“Siamo arrivati al Centergross il 13 novembre del 2006. Non lo dimentico, ha coinciso con il mio ingresso in azienda”* confida Alessandro. *“Da allora ci siamo levati delle soddisfazioni, nuovi franchising, nuovi store, apertura verso l'Est, la Russia, il Giappone”*. L'importante è essere coerenti. Lo sottolinea Jimmy Brugnati, che si occupa del visual merchandising. *“Gianni immagina la collezione, e questa poi si deve rispecchiare nel mood dei punti vendita: ognuno di loro racconta il nostro mondo. Attraverso l'immagine rispettiamo i valori, l'integrità e identità del marchio”*. Una coerenza che è anche interna alla collezione, e che permette di *“giocare”* a creare continui outfit davanti allo specchio. *“Ogni capo si abbina agli altri, tutto sta bene con tutto”* conclude Alessandro. *“Creare questo tipo di dettagli, richiami e rimandi ad ogni stagione è una sfida, e ci piace”*.



Alessandro Provitera.

STIB19

Nome azienda: Stib19 s.r.l.

Fondatori: Mario Orsi e Sergio Cassoli

Distribuzione e mercati: I Italia ed estero

Presso Stib19 lavorano 11 dipendenti e 5 collaboratori

www.stib19.com

La Stib19, nasce nel 1958, quando Mario Orsi, che lavorava alla Commerciale Tessile di Bologna, ne esce per fondare una sua azienda assieme a Sergio Cassoli. D'altronde allora era normale che i dipendenti dopo un periodo di gavetta e anni di formazione sul campo si mettessero in proprio. Oggi, al contrario di oggi dove è richiesto molto coraggio per affrontare una simile sfida. *“Vendiamo tessuti per donna – spiega Ernesto Orsi, figlio di Mario e attuale titolare assieme a Nicola Trevisi. – Eravamo specializzati negli stampati, ma poi abbiamo ampliato la proposta ai tessuti jacquard, uniti e ricami per offrire una gamma di prodotti più vasta e in linea con il cambiamento dei mercati”.* All'inizio degli anni '70, Sergio Cassoli lascia il progetto per mettersi in proprio e Giorgio Trevisi, direttore all'interno dell'azienda, rileva le sue quote diventando socio. Al Centergross approdano nel 1977. *“Ho bellissimi ricordi di quegli anni al distretto – ricorda ancora il sig. Orsi – Oggi il mercato è più difficile. Le aziende vogliono spendere meno e spesso comprano all'estero il prodotto finito”.* Con l'ingresso del signor Giorgio Trevisi, nel 1972, Stib19 ha cambiato completamente pelle: da rivendita di tessuti è diventata un'azienda che propone anche moda. *“Il suo arrivo è stato determinante, come lo è stato in seguito quello del figlio Nicola, che ha ereditato la sua bella sensibilità, il gusto per l'abito e l'amore per il lavoro. Più artista e meno commerciale, forse, ma molto bravo”.* La parte stilistica è sempre stata affidata a loro. Anche la sorella è in azienda. Dopo un'esperienza in Inghilterra è da anni responsabile estero. Per le figlie di Ernesto Orsi, che da sempre si occupa dell'amministrazione, il percorso di vita è stato diverso. *“Ho pensato fosse giusto che prima conoscessero il mondo del lavoro “sotto padrone”. Le porte dell'azienda di famiglia sarebbero state sempre aperte. Alla fine hanno fatto carriera nei loro settori e non posso che esserne fiero”.* Oggi la Stib19 è un laboratorio, un tentativo di portare un'ispirazione diversa e più raffinata nel mondo del pret a porter, continuando a migliorarsi sempre. Obiettivo del prossimo futuro, far breccia nel mercato estero, soprattutto Europa e Stati Uniti, e magari trovare dei giovani che si appassionino al mestiere. *“Negli anni '70, d'estate, c'era la fila di ragazzini che finita la scuola cercavano un lavoro per i tre mesi o un impiego più stabile – ci racconta con un po' di rammarico il sig. Orsi salutandoci. – Oggi non se ne vede più neanche uno, purtroppo”.* Ed è un vero peccato, ci permettiamo di aggiungere.



Mario Orsi e il socio Giorgio Trevisi.



Il magazzino di Stib19.

ANGELA MELE MILANO

Nome azienda: Angela Mele Milano

Marchi: Angela Mele

Fondatori: Angela Muratori

Distribuzione e mercati: mercato internazionale (in prevalenza Russia, Cina, Hong Kong)

Presso Angela Mele lavorano una quindicina di dipendenti

www.angelamele.it

Milano Marittima, anni '80: Dr. Martens ai piedi, abitini vintage comprati per poche migliaia di lire nei mercatini delle pulci di Bologna, Angela Muratori è una promettente studentessa di medicina in vacanza quando viene notata dal suo futuro mentore. *“Roberto produceva i suoi capi a Centergross: gli piaceva il mio look, perciò mi ha contattata e mi ha chiesto di seguirlo a Parigi, alla Settimana della Moda”* racconta Angela. Al ritorno i due fecero un patto. Lei avrebbe scelto e personalizzato uno dei capi acquistati a Parigi. Lui l'avrebbe fatto produrre. *“Gli feci realizzare 300 camicie con le maniche trasparenti e le spalline enormi, Sono troppe, non le venderai mai”* diceva. *“In un attimo erano sparite. Allora ho lasciato medicina e ho iniziato questo viaggio”*. Il loro accordo dura alcuni anni. Nel 1995 Angela si mette in proprio e crea il brand Angela Mele Milano, nome suggerito da un'agenzia di comunicazione. Con questo marchio apre la produzione al blocco 30, si espande a Cernusco sul Naviglio, inaugura negozi a Bologna, Forte dei Marmi, Lignano Sabbiadoro, Marina di Massa, sfila a Parigi, Londra, Berlino, Milano. Il parka di Angela Mele viene *“adottato”* da tutte le caporedattrici dei magazine di moda durante un freddo inverno newyorkese, è un regalo di Natale. La visibilità è al massimo, gli affari vanno a gonfie vele. Fino al brusco risveglio, la crisi del 2006. Angela Mele Milano resiste, mantiene un unico negozio in via San Felice, a Bologna, vende il magazzino, riduce spazi, volumi, comunicazione. *“È cambiato tutto, ma noi no: come sempre non inseguiamo nessuna moda, creiamo il nostro stile”*. Il futuro è un capo da disegnare giorno dopo giorno. Sempre incoraggiando il talento e l'espressione di sé. *“Oggi con noi lavorano due gemelle londinesi, Nadia e Zehra, abbiamo sponsorizzato il loro brand, siamo stati ospitati a Pechino, a Vancouver, a Berlino. Loro hanno studiato al Polimoda di Firenze, mentre io ho dovuto imparare guardando le sar-te al lavoro. Creo i capi direttamente “vestendo” il manichino, provando varie soluzioni e dando indicazioni alla modellista, mi lascio guidare dall'ispirazione. Potrei anche fare il tecnico di produzione, conosco ogni dettaglio dei tempi di lavorazione. Questo sapere concreto è ciò che sto provando a trasmettere alle ragazze. Forse un giorno saranno loro a proseguire questa avventura”*. Il sogno è quello di tornare stabilmente a calcare le passerelle, e magari aprire un negozio a Milano. Portare nel mondo il proprio stile unico.



Angela Muratori.



Lo showroom di Angela Mele Milano.

PAQUITO PRONTO MODA

Nome azienda: Paquito Pronto Moda s.r.l.

Marchi: Paquito Pronto Moda

Fondatori: Omobono Calzolari, Silvana Carboni, Nino Calzolari

Distribuzione e mercati: globale

Presso Paquito Pronto Moda lavorano 10 dipendenti

www.paquitoprantomoda.com

Paquito nasce alla fine degli anni '70 ad opera di Nino Calzolari, con il figlio Omobono e sua moglie Silvana Carboni, e nei primi anni '80 si trasferisce a Centergross. *“In quegli anni, poi, nostro padre e il fratello Marco hanno fondato anche la Kaos, dando origine a un gruppo di aziende che integrano la loro produzione occupandosi di generi diversi”* raccontano Valentina e Riccardo, la terza generazione. La Paquito punta a un target medio alto per giovane signora, cercando di conciliare al meglio qualità del prodotto e l'accessibilità del prezzo. *“Siamo conosciuti per offrire taglie fino alla 54”* spiega Valentina. *“Siamo nati come magliari, è vero, ma oggi ormai tutti vogliono il total look. E così ci siamo adeguati, perché i nostri clienti possano coprire l'outfit completo della moda donna”*. In azienda la famiglia è ancora in piena attività: la madre Silvana si occupa di contabilità, Valentina di marketing, mentre il fratello Riccardo e il padre gestiscono la scelta degli articoli e la produzione dei campionari. La crisi degli ultimi anni si è fatta sentire anche al Centergross, e ogni realtà ha reagito con una propria strategia. Paquito ha alzato il tiro. *“Abbiamo puntato sul fatto che in periodo di crisi è proprio la qualità ciò che paga – chiosa Riccardo. – Mentre altre aziende hanno cercato di limare sui costi di produzione, noi ci siamo concentrati su filati pregiati ed eccellenza delle lavorazioni”*. *“Ci sono clienti dei nostri clienti che ci raccontano di avere ancora nostri capi a cui sono affezionati, che continuano ad indossare dopo anni”*. – aggiunge con fierezza Valentina. Anche la tecnologia ha un ruolo importante. Whatsapp, tra gli altri, ha rivoluzionato il ritmo e il modo di gestire le vendite: oggi chiunque può scegliere e ordinare senza affrontare i costi di un trasferimento. *“Ma il contatto con la materia prima è fondamentale per apprezzarne la qualità – precisano ancora. – Quando si affaccia un cliente nuovo consigliamo sempre di fare il primo acquisto di persona, per toccare con mano il nostro prodotto”*. Forse la sig.ra Silvana sarebbe pronta a prendersi un po' di meritato riposo, ma il sig. Omobono non ci pensa proprio. *“Per nostro padre l'azienda è un altro figlio. Non è da lui stare a casa – ci dice ancora Valentina. – Magari ha rallentato un po' il ritmo, ma alle 7.30 è in ditta ogni mattina”*. Forse la quarta generazione è ancora troppo giovane per pensarci, ma le premesse per prendere in mano un'azienda di successo, alla Paquito, sembrano esserci tutte.



Riccardo e Valentina Calzolari.



Lo showroom di Paquito Pronto Moda.

MY DAY

Nome azienda: My Day

Marchi: F&emme e LMP

Fondatori: Maria Poluzzi

Distribuzione e mercati: Italia, Europa (in particolare Francia e Russia)

Presso My Day lavorano 5 dipendenti

www.mydaymoda.com

Un abito prima nasce nella mente, poi diventa disegno, si concretizza in un prototipo, viene realizzato in quantità e infine è venduto. Al blocco 2 di Centergross si può ammirare ogni fase di questo processo affascinante: My Day produce “in casa” anche 1500 capi alla settimana. Nei suoi 1300 metri quadrati trovano posto l’ufficio stile, la sala taglio, il magazzino dei tessuti, le macchine per stampare su tessuto, lo showroom, l’accoglienza clienti. Lo racconta Fabrizio Gaiba, titolare, con il fratello Iller, dell’azienda fondata dai genitori Maria e Piero. *“Siamo a Centergross dall’84, ovvero da quando mia madre ha iniziato a commercializzare abbigliamento, per poi decidere, nel ’91, di avviare la produzione e la commercializzazione dei propri marchi. Siamo sempre qui: è il polo europeo della moda più forte”*. My Day nasce e cresce intorno alla grande passione di Maria Poluzzi per la moda e la bellezza in ogni sua forma. *“Mentre mio padre si occupava della produzione, lei curava la parte commerciale. Ma soprattutto, mia madre ha impresso la sua impronta creativa e di stile. Anche oggi lei e la nostra fidata stilista sono un team imbattibile. Hanno fiuto. Mi hanno insegnato quanto è importante sedersi in un bar e osservare la gente prendendo appunti, cogliendo spunti e tendenze”*. Da alcuni anni ai genitori si è affiancata la seconda generazione, Iller e Fabrizio, subentrando in società. Un passaggio di testimone riuscito, anche se Maria e Piero continuano a dare il loro supporto. L’azienda è specializzata in taglie comode. Un prodotto che personalizzano con atmosfere un po’ japan, urbane, contemporanee. Con il tempo sono nati anche F&emme e LMP, brand che si contraddistinguono per le linee “Over” contemporanee e ironiche. *“Il nostro punto di forza sono i capispalla, un prodotto difficile da produrre a regola d’arte. Rappresentano il 35% delle nostre vendite. Ormai abbiamo un know-how importante, lavoriamo anche per private label, specialmente distributori francesi”*. L’esperienza paga sempre. Come quando, dopo aver realizzato per anni “tinto in capo”, quasi da pionieri, hanno visto questa particolare lavorazione farsi sempre più comune e commerciale. Allora, per distinguersi, hanno cominciato a sperimentare tinture naturali, spesso a base di frutta e prodotti alimentari, come il tè o la curcuma. *“Ci piace innovare”* sintetizza Fabrizio, che spesso nel weekend testa le tinture in laboratorio. *“Difficilmente si ‘stacca’, perché la creazione è una passione autentica, è emozione”*.



Fabrizio Gaiba.

LE PRIME DONNE DI EVA

Nome azienda: Le Prime Donne di Eva Srls

Marchi: Le Prime Donne di Eva

Fondatori: Ilves e Eva Bighi

Distribuzione e mercati: Globale

Presso Le Prime Donne di Eva lavorano 3 dipendenti

“La nostra storia in Centegross data da molti decenni. Ma la nostra storia aziendale è appena iniziata”. Un apparente paradosso, quello che raccontano Ilves Baroni ed Eva Bighi, fondatori e titolari di Le Prime Donne di Eva Srls, giovane realtà nata nel 2014. Per 40 anni Eva ha lavorato nella storica Foschi Vladim, a Centergross, finché l’azienda non ha chiuso. A quel punto la decisione: aprire nello stesso blocco una società con il marito Ilves per fare pronto moda e riprendere le fila del discorso, in piccolo. “Eravamo alla soglia della pensione, perciò i commenti erano: ma siete matti?” ricorda Ilves, che viene da un passato molto differente. “Ho sempre lavorato come artigiano nel ramo automazioni e sistemi di sicurezza. Per la nostra azienda seguo la parte burocratica, banche e commercialisti. Fornitori, aziende ed abiti sono invece il territorio di mia moglie. È una questione di impostazione mentale: da tecnico, devo far funzionare le cose. Ma di moda, lo ammetto, non capisco niente”. E va bene così, perché a tutti gli altri aspetti pensa Eva, anima complementare, che in tanti anni di professione ha sviluppato gusto e competenze solidi. “La nostra azienda veste una donna mediamente giovane, che cura l’eleganza, semplice ma distinta, non casual” spiega. “Acquistiamo dai fornitori: molti li conoscevo già, altri sono arrivati per passaparola”. L’azienda è ancora in fase embrionale, sono passati pochi anni da quando ha aperto i battenti. La congiuntura economica non aiuta. “Per fortuna Centergross è l’unico centro che si mantiene nonostante la crisi. Noi andiamo avanti giorno per giorno, puntando al nostro obiettivo, raggiungere una quota che ci permetta di sentirci al sicuro” racconta Ilves, a cui spetta fare i conti. Un obiettivo molto importante è accrescere la quota estera. “Gli stranieri sono il 20% dei nostri clienti, se arrivassimo al 40% sarebbe magnifico, l’ideale sarebbe il 50%. Il mercato nazionale è abbastanza saturo, e con tempi di pagamento dilazionati”. Ma come racconta Eva, “è difficile farci conoscere. A Centergross vengono in visita gruppi di possibili acquirenti, ma sono abituati a fare sempre lo stesso giro tra i blocchi. A volte gli affari dipendono anche dai capricci del meteo: se spunta il sole hanno voglia di vedere altro, e magari ci scoprono. E così abbiamo clienti da ogni parte del mondo. Ma vogliamo crescere, ne abbiamo bisogno. Tanto le lingue non sono un problema: abbiamo ottimi collaboratori anche poliglotti”.



Ilves Baroni e Eva Bigli con le loro collaboratrici.



Lo showroom di Le Prime Donne di Eva

ILARIO REBECCHI

Nome azienda: Ilario Rebecchi

Marchi: IR Children World

Fondatori: Ilario Rebecchi

Distribuzione e mercati: Emilia Romagna

A volte il mestiere del commerciante è un *“one man show”*. È il caso di Ilario Rebecchi, titolare e factotum di IR Children world, che definisce, con ironia, un’impresa familiare estremamente ristretta, essendo l’unico a farne parte. La sua storia professionale e quella della sua azienda iniziano nel 1980. *“Ero agente di commercio, rappresentante nel ramo dell’abbigliamento per bambini nella fascia 0-16”* racconta. *“Senza un ufficio, non mi “posavo” mai. E davo una mano a mia madre, che aveva un negozio di biancheria e tessuti per la casa: era con lei che all’epoca frequentavo il Centergross”*. Avvicinandosi a questa realtà ha potuto apprezzare il polo commerciale innanzitutto come acquirente. *“Ma avevo un sogno, aprire un giorno un’attività qui”*. Detto fatto. Nel 2003, il grande salto, l’arrivo a Centergross. Dapprima è in affitto al Blocco 4A, poi acquista il suo ufficio al 4B. Dopo tanti km di trasferte ha trovato un punto fisso e stabile, piantato al centro della sua mappa di relazioni, e ci gira intorno come con un compasso, andando a incontrare le persone. Continua a frequentare assiduamente i negozi, ha ancora dei clienti pluridecennali, ai quali se ne sono aggiunti altri, con le nuove aperture. *“Considero la conoscenza personale fondamentale, e perciò non mi fermo mai. Però avere una base operativa mi agevola molto, sono più visibile e rintracciabile”*. Il suo settore è sempre lo stesso, bambini e adolescenti, fino a 16 anni. Varia lo stile – casual o sportivo, quotidiano o da cerimonia – e i materiali – pelle, jeanseria – e tratta sia abbigliamento che calzature, ma anche la cosiddetta puericultura, ovvero carrozzelle e passeggini. Il tutto esclusivamente al dettaglio. Il suo raggio d’azione, oggi come negli anni ’80, comprende l’Emilia-Romagna: anche per questo motivo la centralità di Centergross rappresenta un vantaggio innegabile. Ma non tutto è rimasto come allora. Soprattutto sul versante dei fornitori. *“Principalmente lavoravo con aziende regionali, ma ora la situazione si è capovolta: la parte del leone spetta alle aziende estere, con pochissime italiane”*. Un cambiamento al quale guarda con favore. *“Con una piattaforma come Centergross ci si può rivolgere efficacemente alla piccola distribuzione, lavorando direttamente con le aziende produttrici, senza intermediari. Si può essere competitivi verso l’estero. In questi anni qualche contatto l’ho creato, e mi piacerebbe allargarmi ancora in Europa”*. Naturalmente, come sempre, un passo per volta.



Ilario Rebecchi.

NILA & NILA

Nome azienda: Nila & Nila di Fratesi Srl

Marchi: Nila & Nila

Fondatori: Onelio Fratesi e Franca Danila

Distribuzione e mercati: nazionale e internazionale, in quasi in 20 paesi

Presso Nila & Nila lavorano 15/20 fra collaboratori e dipendenti

www.nila-nila.it

Quasi 50 anni di storia per l'azienda della famiglia Fratesi, marchigiani con un piede a Bologna. Sono stati Onelio Fratesi e la moglie Franca Danila a muovere i primi passi nel commercio, a Pesaro, come grossisti puri. Era il 1970. *“Dieci anni dopo – racconta Michele Fratesi - mio padre ha creato Nila & Nila, un nome che omaggia mia madre. Il marchio che ci ha permesso di personalizzare i nostri prodotti, costruendoci un'immagine e un'identità. Negli anni successivi io e mia sorella Giorgia siamo entrati in azienda, poi è arrivato mio cognato Matteo a darci man forte”*. Nila & Nila oggi si regge su due gambe, la sede di Pesaro e quella di Bologna. *“Nel 2015 abbiamo aperto la succursale a Centergross, un distretto fondamentale, che tutta Italia conosce, proprio per essere più dinamici”*. I Fratesi producono calzature da donna, borse e pelletteria: accessori con un tocco fashion per un target che va dai 20 ai 60 anni. Uno staff di stilisti elabora i prototipi, creando collezioni che possono contare fino a 1200 pezzi. I prodotti vengono presentati alla fiera di Milano, il Micam, e poi a ruota partono in direzione delle fiere estere, specialmente in Russia, Kazakistan, Ucraina e Giappone. In seguito Nila & Nila affina la produzione, estendendo nei colori e nella modelleria i modelli più di successo della linea. Punto di forza del brand è il Made in Italy. *“Ci riconosciamo in questo, per noi è un carattere irrinunciabile: è un modo di lavorare e di essere azienda, ma soprattutto è uno stile, un gusto di cui i marchi italiani sono ambasciatori nel mondo: un plus che ci distingue”*. Nonostante il passaggio di testimone tra i fondatori e la seconda generazione l'impronta di Onelio rimane evidente. *“Mio padre è l'ideatore, e si occupa della sede di Pesaro. È una presenza rassicurante, perché fornisce feedback e consigli preziosi basati sull'esperienza. Io e Matteo gestiamo la sede al Centergross, che con il tempo diventerà sempre più importante. Quanto a mia sorella, si occupa dello sviluppo delle collezioni, ed è determinante nella decisione di quali linee portare avanti”*. La famiglia Fratesi ha superato, con sacrifici e impegno, i periodi di crisi, restando saldamente al timone. Le avversità, infatti, si affrontano di petto, i cambiamenti non si subiscono ma si gestiscono, con spirito di sacrificio e tanto lavoro. È una delle lezioni che Onelio ha trasmesso ai figli. Oltre all'intuito necessario per capire da che parte tira il vento.



Onelio e Michele Fratesi.



Lo showroom di Nila&Nila.

TANESINI

Nome azienda: Tanesini srl

Marchi: Divine Follie

Fondatori: Domenico Tanesini

Distribuzione e mercati: Italia ed estero

Presso Divine Follie lavorano una decina di persone fra collaboratori e dipendenti

www.divinefollie.com

“Il nome? Un flash, una ispirazione arrivata per caso”, sorride Massimiliano Tanesini. “Avevo 22 anni, cercavo un nome per il nuovo brand che sentivamo esigenza di creare. Mi apparve in sogno, ma al risveglio purtroppo non lo ricordavo già più. Poi quel mattino stesso, improvvisamente, mentre guidavo, ecco l’illuminazione, l’idea. Mi fermai subito per annotarla e non rischiare così di dimenticarla nuovamente; ed è così che è nato il brand Divine Follie. Era il 1990”. Massimiliano e Mirko, di qualche anno più giovane, appartengono già alla terza generazione che nella famiglia Tanesini si occupa di scarpe; la prima ha posto le basi, la seconda le ha consolidate, la terza ha continuato con quel lavoro di innovazione necessario per adeguarsi ad un mercato sempre più veloce ed esigente. Racconta Massimiliano: “Nostro nonno Giuseppe subito dopo la guerra iniziò a produrre scarpe da lavoro a Faenza, dove tutt’ora risiediamo e dov’è situata la sede legale dell’azienda. Nostro padre Domenico ben presto preferì commercializzarle anziché produrle. Io sono entrato concretamente in azienda subito dopo aver assolto agli obblighi della leva. Mio fratello dopo pochi anni seguì le mie tracce: con noi quindi è nato il marchio”. Dopo aver aiutato come magazziniere, Massimiliano era pronto per essere promosso a venditore; una gavetta veloce e senza sconti che così ci racconta nei suoi esordi: “Mio padre mi affiancò ad un rappresentante che mi fece conoscere alcuni clienti nella zona compresa tra Bologna e Rimini e vari metodi di vendita. Sul finire della prima ed unica settimana di questa esperienza avvenne il passaggio delle consegne – e delle chiavi del furgone – con il rappresentante. Consegnandomele mi fece gli auguri dicendomi che avrei potuto ritenermi soddisfatto se fossi riuscito a vendere ogni giorno 100 paia. Per un po’ di tempo quello rimase il mio obiettivo di vendita, ma ben presto mi resi conto che avrei potuto fare molto di più!” ricorda divertito. Nei mesi a seguire è nato il brand Divine Follie. Un’altra innovazione: per andare incontro ad un mercato esigente e dinamico, alla ricerca di novità ed esclusività, era necessario riuscire ad interpretare al meglio il concetto di pronto moda. L’anno 1996 è quello del boom: l’inizio di una crescita costante, che ci ha portati ad approdare a Centergross agli inizi del 2014. “Sentivamo l’esigenza di fare un salto di qualità rivolgendoci anche ad una clientela estera. Un cambiamento radicale sotto ogni punto di vista, per l’impegno fisico, finanziario ed organizzativo”. Oggi l’azienda si è ampliata, ma l’impianto resta saldamente familiare anche nello spirito. “Considero i rapporti umani la base del nostro lavoro. Clienti e fornitori vengono considerati come veri e propri partner, affrontiamo con loro ogni difficoltà e sfida. La nostra arma per interpretare un mercato in evoluzione rapidissima, davanti al web e alle grandi catene di distribuzione, è il contatto personale”. Ed è proprio questa la forza di “Divine Follie”: a dispetto del nome, sono umani.



Massimiliano e Mirko Tanesini.

ISLO CALZATURE

Nome azienda: ISLO Isabella Lorusso Calzature

Marchi: ISLO, GENEVE

Fondatori: Isabella e Gianluigi Lorusso

Distribuzione e mercati: Globale

www.islo.com - geneveshoes.com

Presso ISLO lavorano 7 dipendenti

È un racconto a due quello di Isabella e Gianluigi Lorusso. Si intuisce che oltre ad essere cresciuti insieme, fratello e sorella hanno percorso fianco a fianco ogni tappa della loro vita professionale. Anche nel racconto le voci talvolta si sovrappongono, mantenendo però un grande equilibrio. Sono le due “gambe” dell’azienda, e il loro segreto è la complementarità: Isabella è l’anima creativa e segue interamente la produzione, Gianluigi cura tutto ciò che è amministrazione e sviluppo commerciale, anche on-line. La storia dell’azienda è nata con loro. “Non avevamo alle spalle una famiglia di commercianti di lungo corso, nessun know how “ereditario” - racconta Gianluigi. “Ma dai genitori abbiamo ricevuto tutto ciò di cui avevamo bisogno: l’appoggio, la credibilità – anche creditizia – e soprattutto la fiducia necessaria per partire per la nostra strada”. Una sfida che si è tradotta in una marcia in più: “abbiamo sperimentato tutto sulla nostra pelle, e quando sbagliamo – è capitato, e succederà ancora – impariamo subito la lezione, non commettiamo mai due volte lo stesso errore”. Entrambi iniziano lavorando per un’azienda di calzature a Centergross. Quando l’azienda chiude decidono di fare il grande salto diventando imprenditori. Nel 2005 inaugurano il brand Islo, per la donna elegante e amante della mondanità. “Amo le scarpe estremamente femminili, ho cercato di realizzare un prodotto che mi rispecchiasse” spiega Isabella. Nel 2012 nasce Geneve, per potersi avvicinare a un mercato diverso con nuove collezioni con un prodotto più improntato alla quotidianità. “L’idea è quella di soddisfare lo stesso tipo di cliente in situazioni differenti, in un contesto serale come in un ambiente più urbano. I nostri prodotti hanno una forte identità, sono riconoscibili” spiega Gianluigi. “L’ispirazione? – rilancia Isabella con trasporto – Un tessuto, un film, una canzone, un ricordo che nella mia mente prendono la forma di una scarpa. Un’idea che diventa concreta grazie all’esperienza e all’abilità dei fidati collaboratori di cui ci avvaliamo”. I due fratelli hanno intorno una vera squadra, con cui il confronto è quotidiano. A parte qualche turnover “fisiologico” si tratta sempre delle stesse persone, che come loro credono nel progetto. Hanno affrontato insieme le difficoltà, trasformandole in altrettante occasioni di riorganizzazione e crescita. “Bisogna avere una mente giovane ed aperta per cambiare, se le tue strutture - anche mentali – sono rigide e ancorate al passato rischi di soccombere” è il commento di Gianluigi. Prossime sfide? L’apertura di un punto vendita in Cina, che farà da apripista all’espansione in quel Paese. Sempre avanti, un passo per volta.



Isabella e Gianluigi Lorusso con i loro collaboratori.



Lo showroom di Islo.

GRUPPO INFORMATICO BOLOGNESE

Nome azienda: Gruppo informatico bolognese

Fondatori: Angelo Pascucci

Distribuzione e mercati: Italia

Presso Gruppo informatico bolognese lavorano una trentina di dipendenti e collaboratori

www.gruppoinform.it

Dall'Olivetti, grande mito italiano della prima era informatica, a Centergross, uno dei principali poli economici europei per il pronto moda. *“Io e il mio collega Sergio Rusconi, prima di fondare il Gruppo Informatico Bolognese, eravamo olivettiani”* – ricorda Angelo Pascucci. *“Conclusa quell'esperienza siamo arrivati qui come tecnici, e ben presto abbiamo aperto, nell'83, la nostra piccola realtà”*. I semi gettati da Angelo e Sergio hanno rapidamente germogliato: l'azienda è cresciuta in parallelo alle necessità delle imprese di Centergross, che scoprivano, negli anni '80, l'informatica. Oggi, racconta, forniscono servizi in ambito gestionale, contabilità, produzione logistica, CRM per la gestione della parte commerciale, installazione, manutenzione, riparazione. Si occupano anche di reportistica e gestione dell'archiviazione. *“Tutto ciò che avviene deve essere tracciabile, tempi, costi, approvvigionamenti, magazzino, tempo di produzione, codici a barre lettori, filiera”*. Il Gruppo Informatico Bolognese lavora ormai con una trentina di collaboratori, mentre Sistema srl, una delle società del gruppo, ha instaurato una partnership con TeamSystem, una delle più importanti realtà del settore dell'informatica. 1983, 2018: tra queste due date passano 35 anni, l'età dell'azienda, e il tempo di una rivoluzione informatica che ha riconfigurato da cima a fondo le nostre esistenze. Rivoluzione che l'azienda ha saputo cavalcare per aiutare il settore moda – e non solo – a gestire in modo razionale la complessità: i grandi numeri, i flussi, le merci, i beni virtuali e reali, in entrata e in uscita. Un mondo che invecchia in fretta, che richiede un aggiornamento costante. Ma c'è spazio ancora per qualche ricordo vintage e d'annata, come i primi computer, *“un'accozzaglia, tanto ferro e poca elettronica”* come rievoca con un sorriso Angelo Pascucci. *“E pensare che ora è l'elettronica ad essersi ridotta”*. L'evoluzione del Gruppo Informatico Bolognese si è consolidata anche attraverso l'acquisizione di altre aziende, in provincia e nella zona di Modena, e in Romagna. Spesso i dipendenti hanno scelto di restare, e sono diventati soci. *“Ci consideriamo una struttura solida anche grazie a chi ha accettato di condividere responsabilità e scelte”*. Progetti futuri? L'azienda già si proietta in avanti, lavorando nel settore della sicurezza e dell'aspetto documentale della privacy, soprattutto alla luce delle normative europee alle quali l'Italia si sta adeguando. Chi si ferma è perduto.



Angelo Pascucci e i suoi collaboratori.



Angelo Pascucci.

DENTAURUM ITALIA

Nome azienda: Dentaureum Italia

Fondatori: Federico Gerold

Distribuzione e mercati: Italia, Europa (Russia compresa)

Presso Dentaureum lavorano 25 persone fra dipendenti e collaboratori

www.dentaureum.it

I passaggi di testimone sono sempre un momento cruciale nella vita di un'azienda. Ma la famiglia Gerold-De Robertis, a capo della filiale italiana della tedesca Dentaureum, vanta una certa esperienza: il fondatore, Federico Gerold, ha lasciato le redini ai figli Daniela e Claudio nel '95, e ora tocca a loro dare sempre più spazio alla terza generazione, Andrea e Alberto. *“Con i nostri collaboratori costituiscono un bel gruppo di giovani, siamo in buone mani”* sostiene Claudio Gerold. Per il momento, ognuno ha il suo ruolo ben definito: la direzione generale, tecnica e commerciale spetta a Claudio, la direzione amministrativa, gli acquisti e i rapporti con la casa madre a Daniela, Alberto cura la contabilità e i bilanci, Andrea il marketing. Dentaureum Italia è un punto di riferimento per i dentisti e gli odontotecnici in tutta la penisola. L'azienda si è trasferita a Centergross nell'84. Una scelta vincente, spiega Daniela Gerold. *“All'epoca abbiamo lasciato Bologna per approdare in questa struttura che offre tutti i servizi di cui necessitiamo, come l'ufficio postale, le banche, i corrieri, e spazio sufficiente per lavorare al meglio”*. Ora dispongono di 2250 metri quadri circa, tra aree di stoccaggio – *“Abbiamo pur sempre 10mila prodotti – ricorda Claudio – e aule per la formazione”*. All'interno di Centergross, infatti, ha trovato posto anche la Dentaureum Academy. *“Organizziamo incontri e corsi teorici e pratici per professionisti, e abbiamo aperto una scuola per giovani odontotecnici, un biennio di formazione al termine del quale rilasciamo un diploma. I nostri allievi non di rado vengono ci vengono inviati dai nostri stessi clienti”* spiega Claudio. Quanto ai prodotti, con gli anni sono aumentati di numero, ma soprattutto si sono evoluti tecnologicamente. *“Abbiamo un reparto digitale che offre servizi con software e applicazioni, come il setup e l'analisi cefalometrica, per l'ortodonzia dei bambini e degli adulti e le pianificazioni implantari”* raccontano Claudio e Daniela. Infine Dentaureum Italia possiede un proprio sito con due sezioni, una per i professionisti e una per i potenziali pazienti. Obiettivo: stimolare la loro curiosità e spiegare in termini semplici e divulgativi le tecnologie più moderne. Con la stessa filosofia di fondo l'azienda utilizza anche i social network. E recentemente sta sviluppando lo shop online. *“Nel nostro settore è una novità. Ma crediamo molto nelle potenzialità della rete”* conclude Daniela.



Alberto, Daniela, Claudio e Andrea Gerold.



Alcuni uffici di Dentaurum.

GISAL

Nome azienda: Gisal srl

Fondatori: Santi Munfuletto

Distribuzione e mercati: Estero

Presso Gisal srl lavorano 10 dipendenti e 10 collaboratori

www.gisal-srl.com

Per alcuni la pensione è il momento per tirare i remi in barca, per altri l'occasione per scendere in campo da protagonisti. Santi Munfuletto è uno di questi: un professionista che con una lunga carriera alle spalle ha voluto offrire al mercato le tante competenze acquisite negli anni. È così che nel 2010, lasciata la Zoppas *“per raggiunti limiti d'età”*, ha colto di buon grado il suggerimento di quanti, conoscendolo e stimandolo, lo hanno spronato ad aprire un'attività di consulenza tecnica nel settore impiantistico. È nata così la Gisal srl, una piccola realtà che in quasi otto anni ha saputo conquistare a un tempo la fiducia di un vasto pubblico e il riconoscimento delle grandi aziende italiane produttrici di macchine per il beverage e per il food. Sono stati anni un po' duri per tutti, ma la crisi può essere anche un'occasione da cogliere al volo. *“Giorgia, la mia figlia maggiore, si era laureata da poco. Lavorava in situazioni precarie che non le davano sufficiente motivazione e non le offrivano l'occasione di dimostrare le sue competenze e il suo talento. Le ho proposto di entrare in azienda e di affiancarmi per poter ampliare la nostra proposta commerciale”*. Così è stato. Dopo di lei, hanno fatto il loro ingresso la moglie Marilena e l'altra figlia, Sara. La dimensione domestica non era più sufficiente, servivano spazi adeguati e il Centergross rispondeva alle diverse esigenze di un'azienda che cresceva a vista d'occhio. In pochi anni è passata dalla consulenza all'offerta di ricambistica e servizio tecnico fino a diventare una realtà imprenditoriale che spazia dalla progettazione all'installazione delle macchine per il trattamento e la confezione in linea di food e beverage. Orgogliosa di portare nel mondo la qualità del Made in Italy, la Gisal è riconosciuta dai grandi produttori italiani che vedono in questa azienda qualcosa che va al di là di una mera agenzia commerciale. Gisal è un partner affidabile che promuove con competenza e professionalità il prodotto italiano offrendo al tempo stesso assistenza tecnica e tempestività nel rispondere alle esigenze dei clienti. Che sono molti, e spaziano dal Sud America ai tanti stati dell'Est Europa. *“Siamo snelli. Se un cliente ha bisogno di noi, avverto il tecnico e il giorno dopo è su un aereo pronto a rispondere alle sue necessità”*. Un valore aggiunto non da poco che è riuscito più volte a renderli competitivi di fronte a grandi leader nel settore, spesso troppo grandi per offrire la rapidità di intervento essenziale su macchine che lavorano 24 ore su 24. Questa è la Gisal che Santi Munfuletto ha messo in piedi: un'azienda fatta di giovani motivati che assieme alle sue figlie crescono e portano nel mondo la professionalità dell'Italia. Il solco è tracciato, le orme seguite con passione e con cura. Possono stare tranquilli il signor Santi e la moglie: quando avranno voglia di godersi davvero la pensione, con le figlie al comando, l'azienda sarà in ottime mani.



Santi Munfuleto.

SCAMA AUTRONICA

Nome azienda: Scama Autronica s.r.l.

Fondatori: Gianfranco Consolini

Distribuzione e mercati: Emilia Romagna

Presso Scama Autronica lavorano 12 dipendenti e 8 collaboratori

www.scama.it

“Tornassimo indietro di quarant’anni, sceglierei comunque di venire qui senza esitazione”. Non ha dubbi Gianfranco Consolini, fondatore di Scama Autronica, un’azienda di attrezzature e servizi per l’autoriparazione fondata a Bologna nel 1966. Trasferire al Centergross l’attività ha permesso di migliorare l’offerta rivolta alle tante officine dell’Emilia Romagna che da anni si affidano a lui e al suo team: dall’allestimento delle officine stesse ai servizi post vendita, dalla manutenzione ai controlli, e in generale, a tutto quanto può essere necessario nel settore. *“Ci siamo trasferiti qui per una questione di logistica. – spiega il sig. Gianfranco – Avevamo bisogno di un magazzino più grande e già allora, con i tanti servizi che offriva, Centergross appariva una scelta estremamente competitiva”.* Il mercato dell’auto è un mondo in continua evoluzione. Nuove tecnologie si succedono a un ritmo incredibile e costringono aziende come la Scama Autronica a tenersi costantemente aggiornate. *“Stare al passo è fondamentale. Essere in anticipo sui tempi è la nostra scommessa”.* È ora Fabio a parlare, il figlio minore, che dopo una bella gavetta è subentrato a suo padre, che per lui resta sempre un supporto e un prezioso consigliere. *“Oggi è veramente impossibile prevedere quello che sarà il futuro. L’evoluzione è talmente rapida che è difficile capire cosa avverrà da qui a pochi anni. È necessario stare all’erta a saper cogliere le sfide e le opportunità quotidiane”.* Percorso tecnico e laurea in discipline economiche, Fabio ha uno sguardo molto lucido sullo stato di cose, e se per lui entrare in azienda è stata l’ovvia conseguenza di una passione coltivata fin dall’adolescenza, per Silvia – la figlia maggiore – è stato più arduo. *“A trent’anni di distanza gli sono proprio grata, ma allora avere un padre così forte è stato piuttosto difficile. Ma so che questo mi ha resa altrettanto forte”.* Di fronte a queste parole il padre Gianfranco non nasconde l’orgoglio, né la consapevolezza della propria fortuna: *“Aver potuto passare il testimone ai figli che spontaneamente hanno deciso di imbarcarsi in questa impresa è certo stata una grande soddisfazione”.* Sarà forse il primogenito di Silvia a proseguire tutto questo. Certo è che Lorenzo, in azienda, passa spesso e volentieri per condividere con lo zio la passione per il mondo delle auto. Sarà un valido successore cui trasmettere i consigli del nonno. Specialmente questo: *“Non dobbiamo pensare soltanto alla nostra famiglia e alla nostra azienda, ricordiamoci sempre che abbiamo una grande responsabilità: le famiglie dei nostri dipendenti”.* Valido per Silvia e Fabio, utile per Lorenzo, preziosissimo per tutti noi.



Fabio, Gianfranco e Silvia Consolini.



Il magazzino di Scama Autronica.

BIANCHI ALBERTO

Nome azienda: Bianchi Alberto SRL

Fondatori: Alberto Bianchi

Distribuzione e mercati: Italia

Presso Bianchi Alberto lavorano 9 persone

www.bianchialberto.it

Alberto Bianchi sa bene cosa comporta lavorare in un piccolo universo come Centergross: essere, in un certo senso, sotto gli occhi di tutti. *“La visibilità è un’arma a doppio taglio”* spiega. *“Se commetti errori ti “bruci”, ma se lavori bene sei ripagato ancora di più da questa attenzione e dal passaparola che ne scaturisce. Devo dire che questo sistema ci ha gratificati per il nostro impegno”*. L’affidabilità, racconta, è tutto, permette di costruirsi una buona fama e dei contatti. Ecco perché 9 anni fa ha deciso di dare il proprio nome all’azienda. *“Non è stata una scelta molto originale – scherza – ma mi consente di metterci la faccia al 100%”*. Bianchi Alberto SRL nasce dalle ceneri di una precedente gestione. *“Il mio ex titolare aveva preso in mano una realtà avviata negli anni ’90, e quando è prematuramente scomparso sono subentrato io, apportando delle modifiche soprattutto sul piano dell’organizzazione e degli interventi che realizziamo”*. L’azienda si occupa di ristrutturazioni, curando ogni aspetto, da quello più strutturale agli arredi, passando per l’impiantistica. E negli ultimi anni si è aggiunto un ulteriore tassello, che è entrato a fare parte del core business: il risparmio energetico. Tutto viene fatto in casa, senza subappaltare: *“in questo modo controlliamo direttamente la qualità del lavoro. Ma soprattutto siamo in grado di consegnare un lavoro completo e coerente da ogni punto di vista. Già il precedente titolare parlava di consegna “chiavi in mano”, in un’epoca in cui, a Centergross, questo concetto non era stato ancora sviluppato. Questa impostazione l’ho mantenuta e rafforzata, e i risultati si vedono”*.

Alberto Bianchi e la sua squadra lavorano sia con le aziende di Centergross che all’esterno, nell’edilizia civile. *“Anche grazie alla visibilità conquistata con il nostro sito stiamo gettando le basi della nostra evoluzione. Oltre a metterci alla prova con il restauro storico – come quando siamo intervenuti su un’antica casa del ‘400, a Bologna – puntiamo ad affiancare alle ristrutturazioni la realizzazione di edifici ex novo. Abbiamo già operato in questo ambito, ma in regime di subappalto. Ora abbiamo il know-how necessario per continuare da soli. Soprattutto alla luce di un’importante novità: dal 2020, con le nuove normative europee, le case dovranno essere a impatto zero. Di questo passo noi saremo pronti per questo business nel 2019”*. Sempre contando sul capitale più importante, la fiducia. *“Il nostro lavoro parla per noi”*.



Alberto Bianchi.

TH&S BOLOGNA

Nome azienda: TH&S Bologna s.r.l.

Fondatori: Claudio Tonna, Enrico Rocchi

Distribuzione e mercati: Italia

Presso Th&S Bologna lavorano 5 collaboratori e 4 dipendenti

www.thsbo.it

È stato un piccolo o forse grande fallimento a far incontrare Claudio Tonna e il suo destino. *“Non ero riuscito a superare l’esame da pilota e per poter dormire a casa durante il servizio militare avevo bisogno di una valida ragione. Così mi sono iscritto a un corso serale di Cobol e ho scoperto che quello era ciò che avrei voluto fare per il resto della vita”*. Al Centergross il sig. Tonna arriva poi, nei primi anni '80, entrando alla Ornati, una società di software che il titolare, andando in pensione, cederà in seguito a un’azienda francese. *“Per fortuna Enrico Rocchi ed io ci eravamo staccati nel '87 dando vita alla TH&S. Molti clienti ci avevano seguito fin da subito perché avevano fiducia nel nostro lavoro. Altri sono arrivati dopo, quando la ditta che avevamo lasciato era fallita come avevamo temuto”*. In quegli anni era l’hardware a fare la parte del leone, il software era un complemento indispensabile, ma spesso fornito in omaggio. Poi l’avvento del PC ha cambiato il mondo e in breve tempo i rapporti di forza si sono completamente rovesciati. Tra i tanti software che realizzano oggi, il sig. Tonna ne cita uno del tutto inaspettato ed emblematico per la sua complessità. *“Ne produciamo uno che segue la filiera della macellazione delle carni dall’inizio alla fine, dall’acquisto dei suini alle statistiche di vendita delle parti sezionate, dalla lavorazione alla stampa delle etichette”*. Se comprate della carne al supermercato è molto probabile che l’etichetta sia un piccolo frutto visibile del loro lavoro. E ce n’è tanto dietro quel rettangolo di carta adesiva. Le normative in costante evoluzione, le discipline sanitarie, il controllo delle macchine. *“La mia passione è sempre la stessa e sono fiero di avere all’interno dell’azienda tanti validi programmatori che sono cresciuti con me. Poi, oggi, stare fermi è impossibile: il mondo va avanti, galoppa. Dobbiamo cogliere le opportunità. Come il mondo delle criptovalute, ad esempio”*. Ed è proprio per questo che la TH&S ha installato da poco al Centergross un ATM che permette di cambiare euro in bitcoin e viceversa. *“Abbiamo pensato che un rapporto diretto con le persone potesse farle sentire maggiormente a proprio agio”*. Una sorta di mediazione tra il bisogno di novità e l’abitudine a un contatto concreto e tangibile, anche perché la crisi degli ultimi anni ha spaventato il mercato. *“Una volta era più facile, adesso invece che aspettare le telefonate dei clienti indaghiamo le loro esigenze e produciamo software e applicazioni che semplifichino il loro lavoro, dal controllo incrociato tra contabilità interna ed estratti conti delle banche ad applicazioni che permettano ai rappresentanti di lavorare direttamente sul campo”*. A quanto pare il mondo non si ferma, ma Claudio Tonna neppure.



Claudio Tonna.

HETRO

Nome azienda: Hetro snc

Marchi: Hetro

Fondatori: Gruppioni e Vancini

Distribuzione e mercati: Italia ed estero

Presso Hetro lavorano 2 dipendenti

www.hetro.com

Paola Gruppioni e suo marito approdano al Centergross nel 2000 per dar vita a Hetro, piccola impresa nel campo del packaging e delle shopping bag. Vari anni dopo, è ancora tanta l'emozione nel definire, a parole, il senso del proprio lavoro. *“Quando incontro un cliente nuovo, mi piace conversare, mi piace capire, mi piace cercare di cogliere gli aspetti del suo carattere – rivela. – Per me è importante immaginarlo immerso nella sua attività, in modo da riuscire a trasportare sulla carta quello che ho assorbito dal suo racconto, dalla passione per il suo mestiere”.* Un amore che Paola comprende assai bene: valorizzare l'immagine di un'azienda che si affida ad Hetro agli occhi dei suoi stessi clienti è un obiettivo importante e una grande soddisfazione. La grana della carta, le sfumature del colore, il gusto degli accostamenti. Segreti e saperi appresi sul campo e resi concreti da abili grafici e aziende italiane. *“Siamo fieri di occuparci di shopping bag e altri accessori per il packaging. Siamo gli unici a esserci imbarcati in questa impresa all'interno del polo commerciale”.* Per alcuni, forse, il costo di un sacchetto è qualcosa sui cui si può talvolta risparmiare, ma questi piccoli sapienti gesti evocano un mondo, e l'attenzione ai dettagli di stile viene notata e ripagata dagli acquirenti. *“L'occhio vuole la sua parte. Quando si vende un capo, magari costoso, non è molto elegante infilarlo in una busta qualsiasi: meglio prendere un po' di carta velina, magari personalizzata, e confezionarlo con cura offrendolo in un proprio sacchetto. Magari accompagnandolo con un portascontrino per inserirci la ricevuta del bancomat e della cassa con i riferimenti del proprio negozio”.* Forse una borsa di plastica o di carta, apparentemente, ha poco da spartire con l'abbigliamento in sé, ma il lavoro di Paola Gruppioni e del suo staff, la precisione sartoriale con cui creano un oggetto di pregio in cui i titolari dei negozi si possano riconoscere distinguono i prodotti Hetro, così diversi dalle borse di plastica o di carta che si acquistano a distanza. *“È difficile capire com'è una busta in carta da 90 o 120 grammi quando si decide di comprarla online, e quando arriva ci si rende conto di avere risparmiato nel modo sbagliato, la si appoggia e quella non si regge in piedi, cade”.* Un piccolo suggerimento, quindi: scegliamo con cura la nostra shopping bag. È un modo semplice per esaltare il marchio e accrescere la soddisfazione dei clienti al momento dell'acquisto.



Paola Gruppioni.

GRAPHICS RACE

Nome azienda: Graphics Race

Fondatori: Cristian La Vigna e Andrea Minardi

Distribuzione e mercati: Italia.

www.graphicsrace.com

Graphics Race si occupa della comunicazione visiva di un'azienda, dalla realizzazione del logo alla progettazione integrata del marketing pubblicitario, dalla creazione di insegne e vetrofanie alla fabbricazione di mega stampe e murali. Ce lo racconta Cristian La Vigna, fondatore e titolare. *“Tutto inizia a Bologna nel 2001: fondo Letter Service, e poi proseguo nell'ambito della comunicazione visiva fino al 2008, quando ho l'occasione di occuparmi della progettazione grafica delle pubblicità sulle auto da corsa. Nasce così Graphics Race: un'avventura lunga 4 anni, con un gran parco macchine e molti sponsor”*. È una parentesi importante che si conclude nel 2012, in concomitanza con l'intensificarsi della collaborazione con le aziende del distretto. In Cristian matura l'idea di trasferirsi al Centergross. *“Questo luogo mi ha sempre affascinato, cambia velocemente ed è molto stimolante”* spiega. *“Per me è stato un po' tornare alle origini”*, sostiene Andrea Minardi, che condivide con il compagno Cristian la passione per il lavoro e la gioia di crescere Viola, quasi due anni. *“Sono nata qui dentro: mio padre, da geometra, seguiva la direzione dei lavori durante la costruzione del Centro, per poi aprire un proprio studio all'interno. Conosco il Centergross come le mie tasche”*. Tra i molti obiettivi, offrire un servizio di interior design: Andrea già segue il settore con una sua impresa personale. *“Lavoro da anni con grandi aziende a Brescia e Milano per l'allestimento di showroom – racconta ancora Cristian – e vorrei offrire ai nostri clienti le tante competenze acquisite”*. Un ambito promettente è quello delle pellicole di sicurezza anti scheggia e di quelle a controllo solare per gestire la temperatura interna dei locali. Un servizio proposto da Graphics grazie a validi collaboratori. Per il futuro tanti progetti, non ultimo quello di riuscire a limitare un po' gli spostamenti di papà Cristian. *“Vorrei stare di più con mia figlia che cresce a vista d'occhio”*. Anche per i genitori di Andrea è una grande emozione. A dieci anni dalla pensione che li ha portati in Sicilia, sono tornati per godersi la nipote e dare una mano. *“Probabilmente con noi rivivono la loro esperienza passata. Anche perché la nostra sede è proprio di fronte allo studio che aveva aperto mio padre”*. Storia di Famiglie in fondo significa anche questo: genitori che vanno e figli che tornano. Un'esperienza sempre viva come vivo è il Centergross.



Andrea Minardi.



Cristian La Vigna.

IBL

Nome azienda: IBL s.r.l.

Fondatori: Matteo Zaniboni e Paolo Zuppiroli

Distribuzione e mercati: Emilia-Romagna

Presso IBL lavorano 2 dipendenti

www.agenziaibl.it

“Cerco di fare ciò che gli altri non fanno. Per me è fondamentale non solo essere al passo con i tempi, ma anticiparli di qualche anno”. Esordisce così Matteo Zaniboni, titolare e cofondatore dell’impresa IBL. “Oggi sono in grado di utilizzare strumenti che gli stessi architetti non conoscono, ma che in futuro saranno alla portata di tutti. L’aggiornamento costante è importantissimo. Voglio conoscere le innovazioni nel campo dell’illuminazione per proporle per primo e nel migliore dei modi”. Anche per questo in azienda è centrale la cura della comunicazione, un aspetto spesso trascurato da molti competitor. Nel 2007, Matteo Zaniboni arriva al Centergross quasi per caso, grazie a suo suocero che qui aveva un suo spazio. “Mi ero separato dal mio socio e cercavo un locale dove appoggiarmi. Non immaginavo che avrei trovato in questa struttura dei locali perfetti per il mio lavoro, uffici con l’interrato e con accesso carrabile. Mi muovo tutti i giorni, e la comodità offerta da posizione e servizi mi fa guadagnare tempo prezioso”. La IBL è la parte commerciale di diverse aziende che promuovono interventi nel campo dell’illuminazione: la sua attività principale non è la pura vendita, quanto piuttosto la consulenza a progettisti e architetti. “Ci tengo a proporre soluzioni eccellenti e su misura, anche perché abbiamo scelto di posizionarci in una nicchia di mercato di alto livello, e all’esigenza del cliente deve corrispondere la qualità del nostro servizio”. Se è grazie al suocero che è approdato al distretto, è anche vero che ha potuto restituire ben presto il favore. “Assieme a mia moglie, sua figlia, da consulente di tessuti ha deciso di diventare terzista. Ora producono scarpe. Avevano bisogno di un nuovo spazio per rodare l’impresa e sono stati miei ospiti per un po’. Il loro progetto ha funzionato e così si sono spostati in un locale loro a trenta metri dal mio”. Sono molte le sfide da affrontare, non ultima la necessità di capire come il settore dell’illuminazione sarà influenzato dalle vendite online. “Anche per questo sto cercando di completare l’offerta. Dieci anni fa avrei potuto coprire il 30 per cento di una commessa, oggi arrivo all’80. Data un’opportunità, devo trarne il massimo. Lavoro con i cataloghi delle aziende produttrici, ma è nella mia testa che devo avere le idee chiare e conoscere i prodotti nei minimi dettagli. Solo così posso rispondere alle esigenze dei clienti e aiutarli a illuminare al meglio i loro ambienti e le loro vetrine”.



Matteo Zaniboni.

GOLDEN GROUP

Nome azienda: Golden Group

Fondatori: Davide Malaguti

Distribuzione e mercati: Globale

Per Golden Group lavorano più di 130 persone

www.goldengroup.biz

Sorriso aperto e cordiale, scioltezza, una favella invidiabile. Davide Malaguti si esprime con l'energia e la sicurezza di chi ha costruito una carriera sulla capacità di tirare fuori il massimo da sé e dagli altri.

La sua carriera scolastica, come racconta lui stesso, è cominciata in modo per nulla brillante. Poi il giovane Davide ha compreso l'importanza degli studi, tra università, master, business school in Italia, Inghilterra e Usa, ha iniziato ad accumulare esperienze e non si è più fermato. È entrato in una società di selezione e formazione italiana, ha curato l'apertura della filiale spagnola, e ha cominciato a tenere corsi.

“Nel 1996 nasce la mia prima azienda, Gobag, dedicata alla formazione e selezione del personale, in un ufficio in affitto qui a Centergross. Mi sono occupato anche di vari punti vendita dell'allora Marco Polo Expert, oggi Unieuro. Nel 2000 scopro la possibilità di ottenere contributi a fondo perduto per la formazione, e apro una seconda azienda che aiuta le imprese ad ottenere contributi europei: la Golden Group” spiega Malaguti.

Da qui in poi, la sua storia subisce un'accelerazione. Tre ingegneri della Golden gli propongono di aprire un'azienda con loro: Archita Engineering. Da lì a poco inaugura Malaguti Enterprise, un'immobiliare. Tutto a Centergross. Tranne le ultime nate, Coach for Charity, che si trovano a Londra e Miami. *“L'idea è semplice, facciamo incontrare un “vip” con un suo fan, che paga una sessione di coaching con il suo idolo. Il ricavato va in beneficenza ad un'associazione indicata dal personaggio famoso”.*

Oggi Davide Malaguti dà lavoro a più di 130 persone, secondo una stima per difetto. La *“parte del leone”* la fa Golden Group. La burocrazia e l'iter legati ai contributi europei sono talmente complessi che richiedono un dispiegamento straordinario di persone, che gestiscono lo studio preliminare, lo scouting, l'analisi preliminare, la programmazione, l'istruzione della domanda. Ingegneri, economisti, comunitaristi, commerciali sono all'opera per aiutare le aziende a districarsi in una selva di normative: un esercito di 130 persone. Ma la grande passione di Davide Malaguti resta il coaching. *“Nasco formatore, è questo il mio vero lavoro. Scrivo libri e tengo corsi per persone dai 13 ai... 76 anni, l'età del mio allievo più “grande”. Ho messo a punto la metodologia Speed, ovvero “strategia, proattività, esperienza emozionale, domande”, che aiuta a inseguire e realizzare i propri sogni. Come ho fatto io”.*



Davide Malaguti.

CARGO COMPASS

Nome azienda: Cargo Compass s.p.a.

Fondatori: Andrea Biasci

Distribuzione e mercati: Globale

Presso Cargo Compass lavorano 120 dipendenti sul territorio italiano

www.cargocompassworld.com

La Cargo Compass è un'azienda che opera nel settore delle spedizioni internazionali, ha vent'anni di vita e da oltre dieci è attiva al Centergross. A portarla in questo polo commerciale è stata la necessità di offrire ai dipendenti della filiale di Bologna una sede di lavoro vicina alle proprie abitazioni. Ce lo racconta Andrea Biasci, fondatore e titolare. *“Avevamo due opzioni: una l'interporto, che è più af-fine al nostro mondo, l'altra il Centergross. Non avevamo bisogno di magazzini, ma cercavamo un ufficio: qui l'abbiamo trovato e qui abbiamo trasferito la filiale. Non è stata una decisione lungamente meditata, però alla fine abbiamo scelto il Centergross e ne apprezziamo i servizi”*. E che le cose stiano realmente così ce lo conferma tra parentesi Paolo Atzei, il responsabile di questa filiale. *“Che dire? È un gran bella famiglia, un'ambiente in cui si sta bene e che offre tanti servizi. Io sono qui da vent'anni, mi ci sono affezionato e lo trovo sempre comodo”*. Non male per la filiale di un'azienda na-ta in Toscana, con sede legale a Milano, che oggi possiede infrastrutture di proprietà in molte regioni italiane e varie aree del mondo, quali Sud Africa, Estremo Oriente e Sud America: una realtà di medie dimensioni che solo in Italia offre lavoro a circa 120 dipendenti e movimentata un elevato numero di merci via mare, via terra e via aria. *“Cerchiamo di attivarci sul territorio perché è necessario esserci – prosegue il sig. Biasci. – Per offrire il nostro servizio è necessario che il nostro personale colga le opportunità e intercetti sul campo le occasioni di lavoro. E lo fa con più efficacia se è presente dove nascono le merci. Vendiamo un servizio e lo vendiamo con la nostra faccia”*. È chiaro e incisivo il sig. Biasci, la questione è molto concreta, ma in tanti anni di esperienza ha saputo meritarsi la fiducia dei clienti. *“La distribuzione del servizio è capillare. I clienti ci affidano i loro beni, ma noi, poi, dobbiamo essere bravi a mantenere le promesse che abbiamo fatto. Questo è tipico del nostro la-voro. Da qui la necessità di essere in Emilia Romagna che è un punto strategico sia per l'import che per l'export”*. La filiale del Centergross è il riferimento commerciale di tutta la regione e assieme alle altre in Italia e nel mondo concorre alla politica di espansione dell'azienda. *“Ce lo impone il mercato – ci spiega ancora il titolare – non è che il fatto di aggiungere nuove bandierine sulla mappa sia una politica che attuiamo soltanto per il gusto di ampliare: dobbiamo essere adeguatamente grandi per confrontarci con i grossi complessi e poter competere a livello internazionale. E per questo dobbiamo organizzarci”*.



Paolo Atzei.

IDF – INGEGNERIA DEL FUOCO

Nome azienda: IDF - ingegneria del fuoco s.r.l.

Fondatori: Andrea Luppi

Distribuzione e mercati: Italia ed estero

Presso IDF lavorano una trentina di persone

www.idf-fire.com

Non sono poche le preoccupazioni di chi possiede un'azienda e il timore di un incendio è tra i primi in classifica. È un rischio che non si può scongiurare del tutto, ma affidarsi a valide società che lavorano per garantire la sicurezza antincendio è certo il modo migliore di tutelarsi. Per fortuna i professionisti di IDF – Ingegneria del fuoco ci aiutano a dormire sonni tranquilli. A raccontarci la sua storia è l'ingegnere Andrea Luppi, l'iniziatore di questa impresa. *“La società di ingegneria è frutto di una continua evoluzione. Nata nel 2006 come realtà individuale, ha accolto via via molteplici collaboratori. IDF si occupa di tutto ciò che a che fare con la prevenzione rischio incendio. Intercettiamo i bisogni di grandi realtà nazionali e internazionali, di architetti e ingegneri strutturali ai quali offriamo consulenze specialistiche, e di tante aziende che hanno bisogno di essere a norma con le certificazioni che lo attestino.”* Nel 2009 entra a farne parte l'ing. Filomena Guerra, che qui illustra altri aspetti della sua evoluzione. *“Arrivare al Centergross nel 2014 è stata un'intuizione felice: ci ha permesso di avvicinarci a molti clienti che avevamo e di farci conoscere dai tanti che dei nostri servizi si sono avvalsi in seguito. Il Centergross è comodo per tutto ciò che offre e per noi che viaggiamo molto su tutto il territorio nazionale, la posizione è assolutamente strategica”.* Se il punto di forza di questo grande polo commerciale è il numero di aziende e la sua collocazione, quello di IDF è il lavoro di squadra. *“Il clima dello studio è molto positivo – testimonia Andrea – anche perché abbiamo dei coordinatori dei gruppi di lavoro che sanno trasmettere allo stesso tempo competenza, serenità ed entusiasmo”.* Sarà forse anche per questo che è una realtà che cresce di anno in anno e ad oggi può vantare la collaborazione di trenta professionisti: tecnici che interagiscono fra loro integrando al meglio le diverse competenze per offrire una progettazione completa, il cui valore è riconosciuto anche all'estero. Ed è proprio l'internazionalizzazione dello studio a rappresentare uno dei più grandi obiettivi del prossimo futuro. *“Già da anni i nostri ingegneri seguono diversi cantieri in giro per l'Europa”* e anche questo, in fondo, è far valere il Made in Italy. *“C'è una qualità di noi tecnici italiani che ha senso esportare – ci dicono entrambi con orgoglio – perché siamo molto versatili e la nostra elasticità mentale è notata e apprezzata”.*



Andrea Luppi e il suo team.



Gli uffici di IDF - Ingegneria del fuoco.

MANI DI FATA

Nome azienda: Mani di Fata s.r.l.

Fondatori: Pantaleone Ionadi

Distribuzione e mercati: Emilia-Romagna

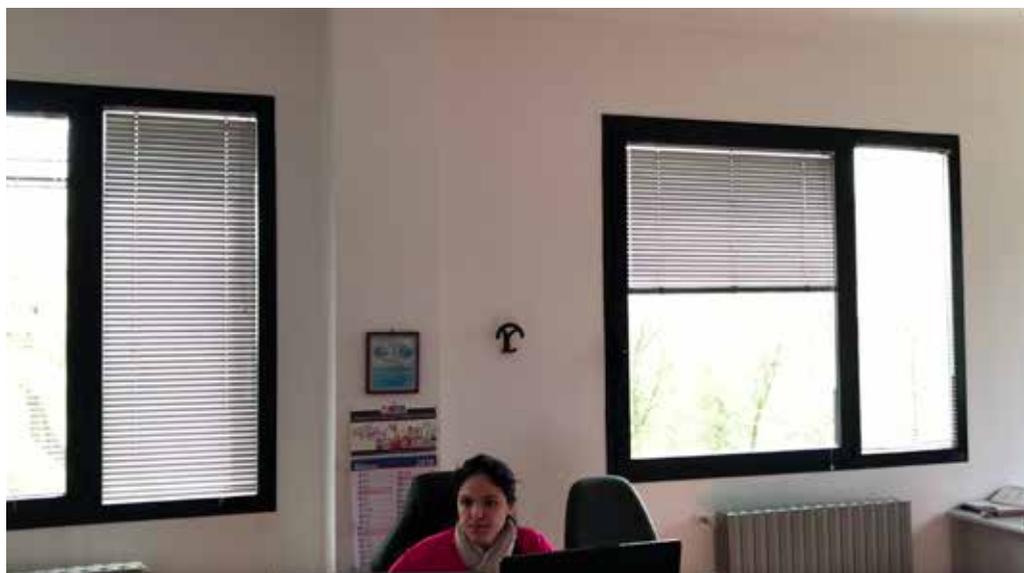
Presso Mani di Fata lavorano 35 dipendenti e 5 collaboratori

www.manidifatapulizie.it

“Io amo questo lavoro. Perché mia mamma lavora in un’impresa di pulizie ed è stata lei a trasmettermi questa passione. Ricordo che da piccolo la aiutavo molto spesso”. È Giuseppe Papa, responsabile commerciale dell’impresa Mani di Fata, a parlare. Si è fatto le ossa per vent’anni in altre imprese a Modena e Vignola ed è entrato in azienda nel 2014, quando ha conosciuto il titolare, Pantaleone Ionadi, con il quale c’è stata intesa immediata. Mani di Fata apre nel 2004, prima a Corticella, e poi nel 2016 si sposta a Centergross: per avvicinarsi ai tanti clienti già presenti nel centro e per dotarsi di spazi più ampi, accompagnando la crescita dell’azienda. *“Il signor Ionadi è proprio una grande figura di imprenditore – riprende Giuseppe. – È un uomo che si è fatto da sé, come suol dirsi: da muratore ha costruito prima se stesso e poi un’azienda come questa”.* Non è cosa da poco conquistare la fiducia di tanti clienti, ognuno con le sue necessità. E pensare che sono partiti in due o tre, e oggi sono in trentacinque, con un parco macchine notevole e attrezzature per interventi industriali su larga scala. *“Il clima in azienda è di grande sostegno è affiatamento reciproco. Il lavoro di squadra è molto importante, fa parte della nostra identità. Se i ragazzi mi telefonano per qualche problema li raggiungo subito in cantiere. Ci sono per loro, come loro ci sono per l’azienda”.* E anche i clienti lo riconoscono: quando chiamano, Mani di Fata arriva. *“Siamo veloci, puntuali e sempre disponibili. Offriamo qualità dei servizi e qualità dei prodotti. E non soltanto pulizie, ma anche facchinaggio, giardinaggio, piccole riparazioni e servizi d’imbianchino”.* Questo sì che è crescere. Tra i punti di forza dell’impresa, le pulizie di sgrosso di appartamenti e locali commerciali e la cura delle diverse tipologie di pavimenti: dal gres al legno, al marmo e a tutto il resto. Non sono molte le ditte di pulizia al Centergross, e Mani di Fata può vantare tra i propri clienti grossi nomi del distretto. In fondo è anche grazie alla qualità di imprese come questa che le aziende, in questo grande polo commerciale, possono offrire ospitalità in locali accoglienti che profumano di fresco e di pulito.



La sede di Mani di Fata



Gli uffici di Mani di Fata

CAD ADRIATICO

Nome azienda: CAD Adriatico s.r.l.

Fondatori: Annarita Gnocchini

Distribuzione e mercati: Emilia Romagna e Marche

Presso CAD Adriatico lavorano 20 dipendenti

www.ebs-srl.it

È il titolare, il doganalista Luigi Mattozzi a raccontare la storia di CAD Adriatico, azienda approdata al Centergross su sollecitazione di due grosse ditte di trasporto che operavano nel distretto. *“Loro purtroppo hanno chiuso per la crisi, come molti dei nostri clienti. Noi, da intermediari, ce ne siamo accorti per il numero di pratiche da sbrigare, calate in pochi anni di quasi il 70%. Ma abbiamo tenuto duro, ci abbiamo creduto e siamo stati premiati. Da qualche anno notiamo una ripresa, soprattutto il commercio con i paesi dell'ex Unione Sovietica: Kazakistan, Azerbaigian, ad esempio, paesi ricchi che hanno il petrolio, che stanno crescendo in modo incredibile e che ci tengono a portare in casa la qualità del Made in Italy”.* Il doganalista svolge un lavoro forse invisibile, ma fondamentale per garantire un flusso puntuale e ordinato delle merci. Roberto Astori, da 4 anni in CAD e responsabile della filiale al Centergross, ci aiuta a capire meglio questa figura preziosa: *“Potremmo dire che il doganalista sta all'Agenzia delle Dogane come il commercialista sta all'Agenzia delle Entrate”.* Grazie alle loro competenze, i professionisti di CAD preparano la documentazione che permette alle aziende di esportare i propri prodotti. *“Non può farlo chiunque – precisa il titolare. – Dobbiamo dare un esame di stato ed essere abilitati a svolgere questo lavoro. Le responsabilità sono molte”.* La loro attività è una cartina al tornasole di come vanno gli affari al Centergross, un termometro dei flussi di mercato. *“Ci auguriamo di andare sempre meglio, perché sarebbe un segnale, se cresciamo noi significa che molte aziende italiane stanno facendo lo stesso. E questo non può che farci piacere. Fortunati noi, fortunate loro”.* In questi anni al Centergross, CAD Adriatico si è occupata esclusivamente delle pratiche delle esportazioni, mentre l'import è gestito prevalentemente alle frontiere e a Civitanova Marche. *“In quella sede lavora stabilmente mia moglie, io invece seguo il lavoro dove più c'è bisogno. Vengo qui al distretto due giorni sì e due settimane no, perché ho validi collaboratori e so che lascio l'agenzia in ottime mani”.* L'obiettivo per il futuro è crescere e, perché no, creare le condizioni per occuparsi anche al Centergross del grande settore dell'import. *“Per ora non ci resta che confidare nel successo dei nostri clienti e in quelli che verranno. – Ci dice salutandoci Luigi Mattozzi. – Crediamo in loro e loro credono in noi”.* Questo sì che è un lavoro di squadra.



Luigi Mattozzi.



MY LOG

Nome azienda: My Log srl

Fondatori: Claudio Longhi

Distribuzione e mercati: Italia

Presso My Log lavorano una quindicina di dipendenti

www.mylog.it

Tutto parte nel 2006, quando cinque amici che lavorano, con diverse competenze ed esperienze, nel mondo della logistica, decidono di unirsi e iniziare una nuova avventura insieme. Mylog nasce così. *“Oggi siamo ancora noi 5, e per alcuni di noi questo è il nostro impiego principale”* racconta Claudio Longhi, amministratore dell'azienda. *“Con gli anni sono arrivati i primi clienti, che hanno permesso alla società di raggiungere, a 12 anni dalla fondazione, 3 milioni e mezzo di fatturato”*. Il core business resta la logistica nelle sue varie articolazioni, e-commerce, in house, industriale, anche con multinazionali. L'azienda si trova a Centergross solo da un anno. Mylog ha più distaccamenti dislocati all'interno di Bologna e provincia: ha aperto inizialmente a Calderara di Reno, poi si è spostata all'Interporto – dove si trova ancora la sede principale. Infine, nel 2017, è arrivata a Centergross, dove ha inaugurato il magazzino, sede per logistica, e-commerce e sede amministrativa. *“Siamo venuti con un obiettivo, essere un riferimento per le aziende che lavorano a Centergross”* spiega Claudio. *“Per il momento qui abbiamo un paio di clienti. Contiamo di crescere, stiamo seguendo diversi progetti che riguardano questo magazzino, che sarà ampliato e implementato con attrezzature e software innovativi”*. Un altro settore in piena effervescenza è la logistica *“in house”*: svolgere il proprio servizio direttamente a casa del cliente, nel suo magazzino. *“Siamo noi ad andare lì portando mezzi, operatori, attrezzature, software. È una soluzione molto pratica, specialmente per grandi aziende, come la Rizzoli a Budrio, la Malaguti a San Lazzaro e la Novalux a Funo. Ci spostiamo dove serve”*. Mylog si occupa anche di logistica in campo alimentare, facendo da magazzino di supporto per Coop Adriatica, ed è in trattativa con altre aziende del settore.

Il lavoro non manca di certo, ma avanzano tempo ed energie per immaginare il proprio futuro. Che punta deciso in direzione dell'e-commerce. *“Stiamo sviluppando metodologie per gestire più velocemente le richieste dei clienti che ordinano su internet: in questo mondo la rapidità è un fattore decisivo”* conclude Claudio. *“Vedremo se queste idee daranno frutti”*.



Claudio Longhi.



Il magazzino di My Log.

CAMPIONI RISTORAZIONE

Nome azienda: Campioni Ristorazione Srl

Fondatori: Gianmaria Campioni

Presso Campioni Ristorazione lavorano 9 persone

A colazione torte, biscotti e muffin, tutti fatti in casa. A pranzo pane home made, con lievito madre, a base di farina di grano macinato a pietra, farina di carbone o altri ingredienti speciali. I sapori di una volta, il gusto della tradizione, ma non solo: materie prime freschissime, ricette emiliane e internazionali, dalle tagliatelle al tempura. *“Facciamo tavola fredda, tavola calda, ma cuciniamo anche espresso, su richiesta. Siamo grande distribuzione ma lavoriamo un po’ come un ristorante”* racconta Gianmaria Campioni. *“Merito anche dello chef Gloria che dopo un’importante esperienza in un rinomato locale storico bolognese ha accettato di seguirci in quest’avventura”*.

Sono trent’anni che la famiglia Campioni lavora a Centergross. *“Mio padre, già dalla seconda metà degli anni ’80, gestiva una mensa, con un’altra ragione sociale. Dal 1998 ci siamo trasferiti al blocco 1A e abbiamo preso in gestione questa attività. Mia moglie Gaia mi ha raggiunto, e abbiamo assunto del personale che è con noi ancora oggi. L’anno scorso abbiamo rinnovato la struttura, per completare il nostro percorso di crescita”*. Il team è uno dei segreti di Campioni Ristorazione, confida Gianmaria. L’altro è la capacità di intercettare i bisogni dei clienti, ovvero gli operatori e i visitatori di Centergross. Campioni Ristorazione punta principalmente su due momenti cruciali, la colazione e il pranzo, anche se l’area bar resta aperta fino all’ora dell’aperitivo. In questo lasso di tempo bisogna essere veloci e al contempo offrire un servizio ottimo. *“Centergross richiama tante persone con necessità diverse, e così ci preoccupiamo di disporre di un’ampia scelta, compatibilmente con il fatto che siamo una piccola azienda. Ogni giorno prepariamo almeno un piatto vegano, e in generale offriamo sempre qualcosa, un’idea, uno spunto particolare”*. Da qualche anno l’azienda ha iniziato a fare consegne a domicilio, sul luogo di lavoro. *“Il tempo dedicato alla pausa pranzo è sempre meno, e se non possono venire da noi siamo noi ad andare da loro. Poi viene talvolta richiesto di preparare buffet e rinfreschi: anche l’inaugurazione dell’Infopoint l’abbiamo curata noi, insieme ad altri colleghi. È un motivo di orgoglio e soddisfazione”*. L’importante è essere coesi e fare gruppo: è questa la ricetta per superare ogni difficoltà. *“Il merito è di chi lavora con noi: ringrazio sempre le nostre collaboratrici, perché se siamo qui è grazie a loro”*.



Gianmaria Campioni con il suo staff.



I locali di Campioni Ristorazione.

STUDIO BEGHELLI

Nome azienda: Beghelli and Partners e Archimede sas

Fondatori: Gianni Beghelli

Distribuzione e mercati: Italia

Presso Studio Beghelli lavorano 4 Soci e 5 dipendenti

www.studiobeghelliepartners.it - www.studioarchimede.eu

“La nostra è una professione di grande responsabilità, che racchiude in sé diverse abilità, precisione, capacità di ascolto, di dialogo, passione per lo studio, per gli aggiornamenti normativi e per l’evoluzione dei supporti informatici. E’ quindi un mestiere stimolante una sorta di elisir di giovinezza”. Piera Brandani racconta come sono nati lo Studio Beghelli & Partners – consulenza del lavoro – e lo Studio Archimede Sas – consulenza contabile e fiscale – in qualità di socia di entrambe le realtà. Era il 1978 quando Gianni Beghelli, brillante personalità della Bologna di ieri e di oggi, ebbe l’illuminante idea di costituire lo studio che porta il suo nome in un locale della storica via Galliera. *“A metà anni ‘80 ho iniziato a lavorare nello studio e sono diventata la moglie di Gianni. Le crescenti esigenze di spazio hanno determinato nel tempo il susseguirsi di trasferimenti prima alla Bolognina, poi a Castelmaggiore in una casa colonica ristrutturata e valorizzata dal nostro stile intriso di storia ma attento al nuovo. Le esigenze della clientela unitamente ad una buona dose di lungimiranza ci hanno quindi convinto ad aprire lo Studio Archimede. Alla nostra storica attività di gestione del personale si è aggiunta quella, non meno importante, contabile e fiscale”.* Le società con altri collaboratori sono nate per partogenesi: *“Avevamo degli ottimi dipendenti e volevamo tenerceli stretti, abbiamo dunque pensato di gratificarli responsabilizzandoli, costituendo con loro le due attuali società”.* Una di loro, Elisa Fiocchi ci illustra: *“Seguiamo le aziende, accompagnandole dal momento della loro costituzione nella loro attività quotidiana, aiutandole e rappresentandole nei loro rapporti con gli istituti assicurativi-previdenziali e sindacali”.* Come avete deciso di spostarvi al Centergross? *“Avevamo bisogno di spazi ed eravamo alla ricerca di nuove opportunità. Abbiamo trovato entrambe le cose qui, su consiglio di un cliente, nel 2006. E noi a nostra volta abbiamo suggerito ad altri clienti di seguire il nostro esempio”* prosegue Piera. Ora un terzo dei nostri clienti si trova al Centergross. I nostri 2 studi sono due realtà solide che continuano ad espandersi: sia lo Studio Beghelli & Partners sia lo Studio Archimede vantano 4 soci e 5 dipendenti. Lo Studio Archimede inoltre ha aperto una filiale a Pieve di Cento mentre una prossima aprirà a Quarto Inferiore, frazione di Granarolo dell’Emilia. Collaboriamo con altri professionisti per fornire sempre più servizi ai nostri clienti convinti però che la forza dei nostri Studi sia oltre alla professionalità e la nostra accattivante disponibilità.



Piera Brandani e i suoi collaboratori.



Gli uffici dello Studio Beghelli.

DA.RI.

Nome azienda: DA.RI srl

Fondatori: Oddone Sangiorgi e Jacob Kovo

Distribuzione e mercati: Globale

Presso DA.RI. srl lavorano 8 persone

“Penso di avere realizzato con soddisfazione una piccola utopia concreta: lavorare con gli amici e con i familiari”. In queste parole del fondatore Oddone Sangiorgi si racchiude l'essenza della DA.RI srl, un'azienda che ha avuto origine nell'organizzazione di fiere e mostre e ha poi ampliato l'ambito di intervento nello sviluppo di applicazioni digitali e soluzioni per dispositivi mobili. Era il 1983 quando Oddone Sangiorgi, dopo una lunga esperienza nella distribuzione commerciale, decise di imbarcare cinque amici e mettersi in proprio. Erano gli anni dell'avvento e della diffusione dell'economia digitale, da lì a poco il TIME avrebbe dichiarato personaggio dell'anno il “personal computer”. “Sull'onda di questo impetuoso sviluppo, – ci racconta – proponemmo alla Fiera di Bologna, alla Fondazione Guglielmo Marconi e all'associazione di categoria Anie di organizzare una manifestazione dedicata alle nuove tecnologie, quella che poi sarebbe diventata il Salone dell'informatica”. Nel tempo le visioni imprenditoriali non hanno sempre coinciso, bisognava strutturarsi, distinguere i ruoli, creare un percorso realmente basato sulle competenze di ognuno e sulle diverse attitudini. Qualcuno si è perso per strada: la vita è fatta anche di questo. “Da parecchi anni c'è anche mia moglie a occuparsi dell'amministrazione e del controllo di gestione, ma degli amici iniziali siamo rimasti in due: Jacob Kovo ed io”. Al distretto, l'azienda ci arriva nel 2001, in coincidenza con l'implementazione di nuove attività nel comparto della consulenza aziendale e della formazione. “Cercavamo una sede di dimensione adeguata da acquistare, spazi belli e funzionali. Al Centergross l'abbiamo trovata. Pian piano ci siamo diffusi sui territori e connessi in rete”. Da tempo alla DA.RI srl siamo ben consapevoli che web e social media hanno rivoluzionato le leve tradizionali del marketing. “Oggi giorno le imprese devono imparare ad adeguarsi alle nuove e diversificate competenze che il mercato richiede” – precisa Sangiorgi. Per il futuro, quindi, tanta carne al fuoco per un'impresa moderna in cui la tecnologia digitale si sposa con quella fisica. “Le manifestazioni fieristiche, dove il pubblico professionale e amatoriale può prendere contatto diretto con prodotti e servizi, rimarranno un asset fondamentale della nostra attività” Ma un crescente spazio lo acquistano le applicazioni mobili e i video, strumenti per risolvere i problemi dei clienti e offrire informazioni, la realtà virtuale e aumentata, i cui utilizzi si evolvono conti-nuamente, e poi ancora Personal branding Web e Business Intelligence.



Oddone Sangiorgi e Jacob Kovo.

STUDIO FUORIBORDO

Nome azienda: Studio Fuoribordo s.r.l.

Marchi: Fuoribordo

Fondatori: Valerio Succi e Marella Inserra

Distribuzione e mercati: Globale

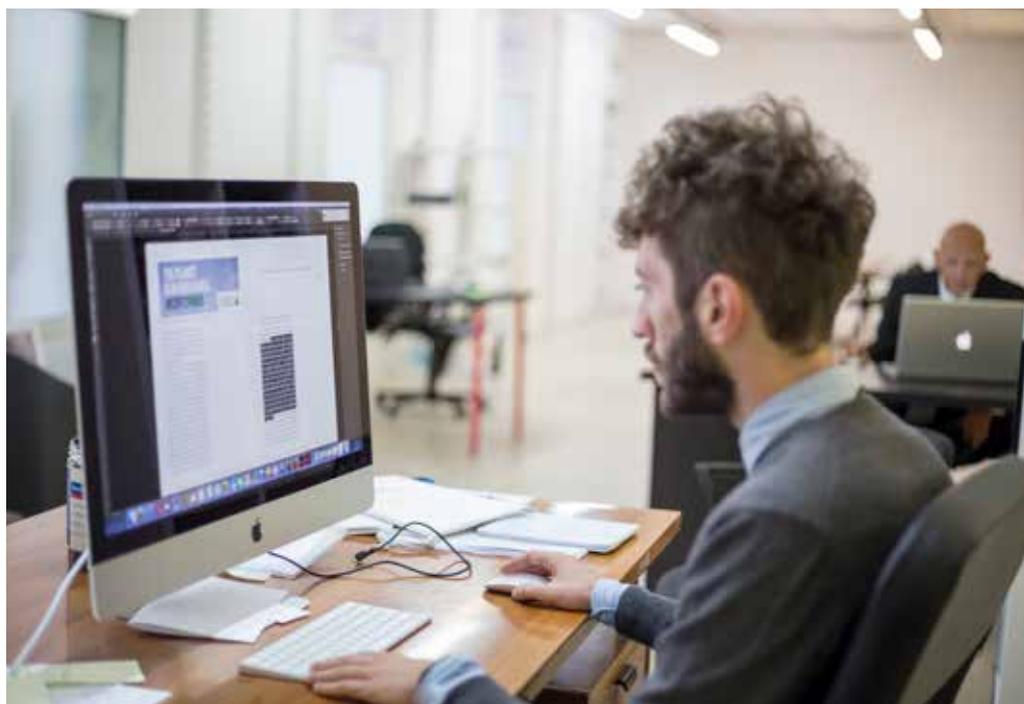
Presso Studio Fuoribordo lavorano 8 persone fra dipendenti e collaboratori

www.studiofuoribordo.it

“Ho esordito sul campo nel 2009, presso la HitStudio, un’agenzia di comunicazione qui al Centergross. Avevo appena concluso un corso di grafica e mi hanno offerto l’opportunità di crescere all’interno dello studio”. È Valerio Succi a dar voce a questo racconto. Nei primi anni della sua esperienza ha potuto approfondire il mondo del web, dell’editoria e delle riviste periodiche, una passione che l’ha inaspettatamente riavvicinato alla professione del padre, editore e libraio antiquario che più volte in passato gli aveva proposto di collaborare con lui. Ma la storia di una famiglia è talvolta una ruota che gira: i figli, impegnati a tracciare il proprio percorso, scoprono di non essere finiti poi così lontani da dove tutto ha avuto origine. Il tempo passa e nel 2015 Il Centergross, propone a Valerio, riconosciuta la sua professionalità, di aprire una sua realtà. “Mi sono confrontato con Marella, la mia ragazza, laureata in Scienze della Comunicazione con Magistrale in Marketing, ed essendo figure complementari abbiamo deciso di aprire la nostra agenzia. La ricerca del nome ci ha impegnati un bel po’, perché volevamo evocare a un tempo il mondo della grafica e il desiderio di superare i confini: oltre i margini di una pagina e oltre le consuetudini. È qualcosa in cui mi riconosco”. Il salto da dipendente a imprenditore non è stato da poco. “Mi occupo meno di grafica e sono costretto a delegare spesso ciò che so fare meglio. Ma anche questa è un’occasione per crescere. Anche perché sento molto la responsabilità nei confronti delle persone che lavorano con me”. Poi aggiunge: “Mi piacciono le sfide, mi piace il lavoro di squadra e l’idea di condividere le idee e gli spazi di lavoro. E poi gli anni passano anche per me e questo è un buon modo per stare coi giovani, con la loro spontaneità e linfa vitale”. Come da junior graphic è stato fonte di energia per il Senior che lo ha formato sul campo, ora è felice di poter fare altrettanto, ma è anche ben consapevole di avere molto da offrire ai giovani. “Vorrei riuscire a trasmettere loro il gusto di un font, il piacere della carta, il senso di una scelta grafica di un layout che accompagna il lettore in un’esperienza, cartacea o digitale”. E qualcosa ci fa credere che continuerà a farlo ancora a lungo.



Lo staff di Studio Fuoribordo.



Valerio Succi.

STUDIO LEGALE MAZZONI & ASSOCIATI

Nome azienda: Studio legale Mazzoni & Associati

Fondatori: Gianluigi Mazzoni

Distribuzione e mercati: Italia

Presso lo Studio legale Mazzoni & Associati lavorano 7 collaboratori

www.studiomazzoni.it

Quarant'anni di professione, una vita dedicata al diritto. *“Sono avvocato dal 2 febbraio 1978”* racconta Gianluigi Mazzoni, ripercorrendo rapidamente gli anni che l'hanno visto fondare uno studio legale associato a Bologna, in via Rizzoli, e poi aprire altre sedi in provincia di Bologna e Ferrara, compresa una succursale a Centergross, dove svolge il ruolo di consulente e amministratore. L'unione fa la forza e così è dal 1990 che lo Studio Legale Mazzoni ha assunto la configurazione di Mazzoni & Associati, che negli ultimi anni ha visto entrate quali nuovi giovani professionisti anche i figli, Matteo e Anna Maria Mazzoni, al fianco del padre e socio fondatore. *“Lo studio è in grado di offrire elevata competenza in vari ambiti del diritto: in particolare nel diritto immobiliare e delle locazioni, in quello assicurativo e commerciale, nella contrattualista e nel recupero crediti, ma anche nel diritto di famiglia, successioni, divisioni”*. Tutto ciò, spiega l'avvocato, grazie alla collaborazione di un valente team di professionisti esperti e competenti, tra cui l'avvocato e mediatrice familiare e dei conflitti Rita Totti, l'avv. Martina Dominese e i dott.ri Lorenzo Mariano e Gian Marco Dovesi. Il rapporto con Centergross è nato in modo informale, tra una partita e l'altra, sui campi da tennis di Calstelmaggiore. *“Ero amico di vari imprenditori del centro, ci incontravamo per giocare nel break dalle 13 alle 15, bei tempi”* sorride. *“Erano anche miei clienti, e così ho familiarizzato con Centergross ancora prima di aprire una sede all'interno”*. Lo studio ha aperto a metà degli anni '90, dapprima presso uffici di proprietà del Centergross, e poi nel gennaio 1999 acquistando un proprio immobile al blocco A3 dell'asta centrale, grazie all'immobiliare di famiglia, la Or's Caviar srl. *“Un nome curioso: nell'87 abbiamo aperto questa società per un cliente svizzero che per alcuni anni ha importato caviale iraniano. Quando la società madre Svizzera ha chiuso è stato mutato l'oggetto società ed è diventata la nostra immobiliare di famiglia”*. Centergross non è solo la “casa” di una delle sedi dello studio. Gianluigi Mazzoni vanta una collaborazione pluridecennale con il centro e i suoi presidenti, attualmente è consigliere di dirigenza – al secondo mandato in CDA – e svolge un'attività di consulenza e amministrazione. In breve, è uno dei perni su cui ruota un complessa “macchina” che in definitiva è fatta di legami che in futuro si intensificheranno. *“I nostri progetti? Stringere sempre maggiori rapporti con Centergross in vista delle sfide che ci attendono, specialmente nel campo del commercio internazionale e della contrattualistica: ecco perché apriremo delle succursali all'estero. Supereremo i limiti del territorio per dirigerci verso le mete della globalizzazione. È una prospettiva, ma anche un augurio che faccio a chi verrà dopo di me, i miei collaboratori e i miei figli”*.



Lo staff dello Studio Legale Mazzoni & Partners



Avv. Gianluigi Mazzoni.

AGENZIA IMMOBILIARE PALAFITTALAVORO

Nome azienda: Agenzia Immobiliare Palafittalavoro s.r.l.

Fondatori: Claudio Manara

Distribuzione e mercati: Bologna e provincia

Presso Palafittalavoro lavorano 6 persone fra dipendenti e collaboratori

www.palafittalavoro.it

“Trasparenza e professionalità”. Parole semplici e chiare quelle usate da Ilaria Manara, dell'agenzia immobiliare Palafittalavoro. Principi cardine che assieme a *“riservatezza e buoni consigli”* descrivono fin da subito l'approccio con cui da oltre cinquant'anni la sua famiglia lavora nel campo della mediazione immobiliare. Per quasi vent'anni hanno promosso il Centergross dall'esterno, avvalendosi di collaboratori di grande professionalità che hanno saputo raccontare con estrema efficacia le sue grandi potenzialità. È anche per questo che nel 2017 hanno scelto di aprire un'unità locale proprio al suo interno: *“il modo migliore per seguire in maniera più approfondita i clienti e offrire i nostri servizi sul campo”*. La loro storia inizia mezzo secolo fa, quando il nonno Gino lavora come mediatore immobiliare. *“Erano altri tempi. – Ci spiega Claudio, figlio di Gino e padre di Ilaria – Non si chiamava “agente”, era una persona che aveva un ufficio in casa e si trovava nelle piazze i giorni di mercato per confrontarsi con altri colleghi, cercando di soddisfare una domanda di richiesta e offerta che reciprocamente avevano. Erano collaborazioni fatte sulla piazza. Poi, via via, l'attività si è evoluta”*. Una professione che negli anni si è fatta più complessa e che impone di seguire con cura tutti gli adempimenti burocratici e tecnici necessari. Un servizio che la Palafittalavoro, fondata da Claudio Manara con il cugino Viller e il cognato Roberto, è orgogliosa di offrire nel migliore dei modi: non semplice intermediazione quindi, ma ma accompagnamento del cliente passo dopo passo. *“Specializzandoci in immobili d'impresa e lavorando su Bologna e provincia, siamo riusciti a insediare qua dentro aziende che altrimenti non sarebbero venute”*, piccole e grandi realtà imprenditoriali che non appartenendo al settore moda o abbigliamento non immaginavano quanto prezioso e proficuo sarebbe stato metterci piede. Molteplici i punti di forza su cui l'agenzia immobiliare fa leva per proporsi alle aziende interessate, tante italiane e non poche straniere: *“La sicurezza del centro con una vigilanza 24 ore su 24, i vari servizi (banche, poste e ristorazione, solo per dirne alcuni), la grande affluenza di pubblico e la posizione strategica che facilita l'arrivo da ogni parte d'Italia”*. Venire al Centergross è stata quindi una svolta importante: una scelta d'impresa vincente per far vincere altre imprese. Grazie anche a Palafittalavoro, qui al Centergross altre aziende coraggiose metteranno radici e conquisteranno la fiducia dei clienti nel mondo.



Ilaria con il padre Claudio Manara.



Gli uffici di Palafittalavoro.

MASTER CENTER 38 BIS

Nome azienda: Master Center 38 bis srl

Fondatori: Pietro Martinelli e Stefania Motta

Distribuzione e mercati: 90% Italia, 10% estero

Presso Master Center 38 bis lavorano 4 dipendenti

Il Parmigiano di montagna invecchiato 30 mesi, il Prosciutto di Parma di 24 mesi, il brodo fatto con un bel cappone, i conigli grossi e saporiti, il mascarpone fresco per il tiramisù, la vera mostarda bolognese, la polenta di Storo e ancora, i passatelli, o i tortellini, tirati al mattarello ogni giorno dalla figlia Consuelo. *“I miei colleghi, anche la mia famiglia, mi prendono per pazzo”* racconta il titolare del self service Master Center 38 bis, un nome che contiene *“l’indirizzo”*. Non è immediato da trovare, sulla circonvallazione esterna. Ma chi ci entra non se lo scorda. Qui l’arte di trovare e scegliere le migliori materie prime è elevata a culto. *“L’idea di offrire un prodotto che non sia il migliore mi risulta intollerabile”* spiega Paolo Viadana. *“Esco di notte al mercato per scovare la prima scelta. Non è vero che “l’è tutto uguèl”, quando assaggi ti rendi conto che la qualità è tutto”*. Paolo è arrivato a Centergross con suo fratello Vittorio nel gennaio 1978, praticamente agli albori di questa grande avventura. Hanno aperto il primo bar, al 4B, poi un secondo. Dopo alcuni ulteriori passaggi, Paolo si è insediato al 38 bis ormai da una trentina d’anni.

La passione per l’eccellenza l’ha sviluppata nella sua *“vita precedente”*, quando con Vittorio gestiva una salumeria a Bologna, in via Zamboni. *“Selezionavamo le partite nel Langhirano, andavamo nel mantovano a scegliere le forme, avevamo i contatti giusti. Vendevamo 70 prosciutti al mese, rifornivamo il famoso Cantunzein. Poi arrivarono il ’77, la contestazione studentesca, la morte di Lorusso, i carri armati in piazza. Quando bruciarono i negozi – compreso il Cantunzein – noi fummo risparmiati. Ma era tempo di andare. Mio fratello mi ha convinto ad ignorare altre offerte e venire qui: l’affitto era caro, ma le prospettive erano interessanti”*. Oggi lavora con la moglie Teresa e le due figlie, Sara e Consuelo. Il timone resta comunque in mano a Paolo, che detta tempi, ritmi, lavorazioni. Il Master Center, o *“da Paolo”*, come dicono i clienti, è la sua creatura. Negli anni ha accolto imprenditori e gruppi. Sempre di corsa – gli avventori, a pranzo, non sono molto rilassati – ma sempre ugualmente attento al dettaglio, alla ricerca perenne di una qualità senza compromessi.



Consuelo Viadana, Teresa Valenti Clemente, Paolo Viadana e Sara Viadana.

MIYABI HAIRSTYLE

Nome azienda: Miyabi Hairstyle

Fondatori: Anna Colucci

Presso Miyabi Hairstyle lavorano 3 dipendenti

Miyabi è la pronuncia in giapponese di un ideogramma dai molteplici significati, che si possono racchiudere negli aggettivi ‘elegante, bello, raffinato’. *“È il nostro modo di essere e di sentire”* racconta Anna Colucci, fondatrice di Miyabi Hairstyle. L’ispirazione orientale riguarda la forma – l’atmosfera creata – ma anche la sostanza.

“Abbiamo adottato uno stile zen perché riflette bene la nostra filosofia, attenta ai materiali naturali, alla filiera dei prodotti, all’impatto ambientale e alla salute”.

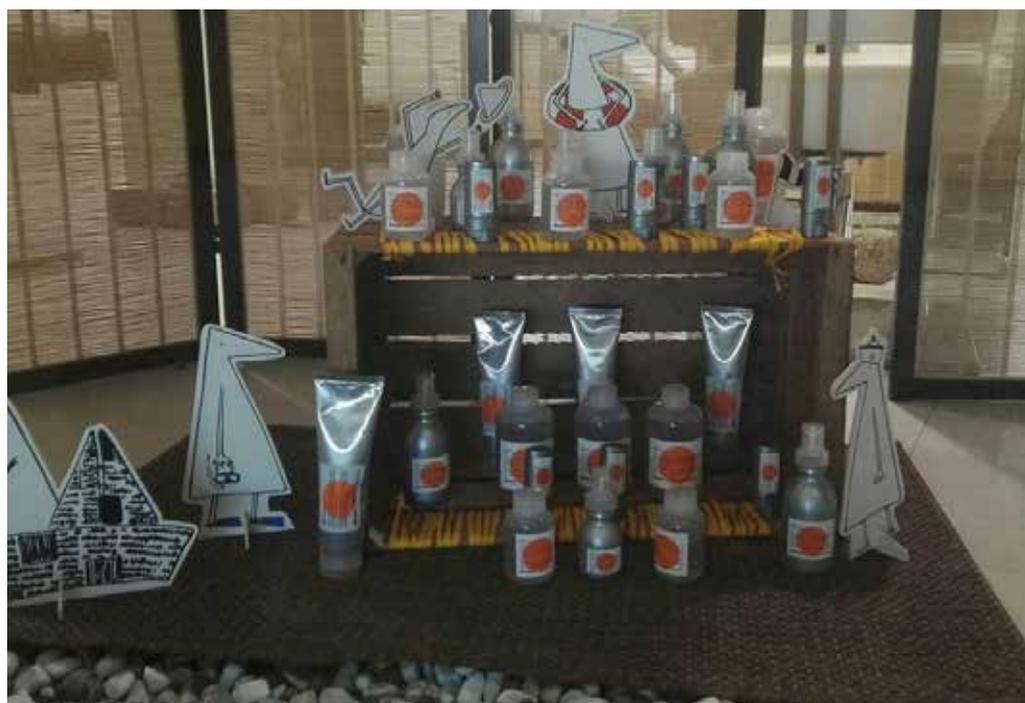
Anna ha aperto il suo salone nel 2006. Dopo avere lavorato a Bologna e poi a Castelmaggiore si è messa in proprio con un socio. *“Cercavamo un’alternativa al centro città, e il Centergross ci è apparso la soluzione ideale. Qui troviamo un’altissima concentrazione di donne attente al proprio aspetto. Nel commercio l’apparenza è molto importante, soprattutto qui, nel cuore del distretto della moda”.* Dopo 5 anni Anna ha rilevato la quota del socio, ed è rimasta l’unica titolare. Al suo fianco ha due valide collaboratrici. Il lavoro certo non manca. *“Abbiamo una clientela stimolante e attenta alle novità”.* Tante *“teste”* con esigenze diverse, e un solo cruccio: la fretta. A Centergross l’orologio detta legge. *“Ci capita di lavorare in due sulla stessa testa, girandole attorno per essere più veloci: un trattamento vip”* sorride. Per molti, e soprattutto molte, entrare in Miyabi significa aprire una parentesi tutta per sé in una giornata fitta di impegni, sedersi comode e assaporare un momento di calma, affidandosi alle cure altrui. *“Dicono che siamo veloci. Ultimamente mi ripeto spesso che ciò che abbiamo di più prezioso è il tempo. Non va sprecato, l’attesa non piace a nessuno”.* Il tempo è necessario anche per conoscersi e creare un rapporto di fiducia: allora le clienti si lasciano consigliare, sono ricettive ai suggerimenti.

Mode, colori, tagli. In 12 anni sono cambiate tante cose. Nel 2016 Miyabi ha aperto un angolo fai da te, una postazione per chi desidera asciugarsi i capelli da solo. Un’opzione specialmente apprezzata dalle ragazze che vanno in piscina o colorano i capelli in casa. *“Ci piace offrire varie scelte. Per le altre il salone rappresenta un momento di coccole, quindi preferiscono il trattamento completo”.* L’importante per Anna è essere orgogliosa di quanto fa. *“La mia massima soddisfazione è sapere che c’è una bella “testa” in giro, e poter dire che è uscita dal mio negozio”.*



Miyabi Hairstyle
tel. 02. 47. 12. 972
Orari

Manicure	10,00 - 12,00
Spazzatura	10,00 - 12,00
Shampoo	10,00 - 12,00
Ritocco	10,00 - 12,00



La vetrina del negozio Miyabi Hairstyle.

VILLA ORSI

Nome azienda: Villa Orsi

Presso Villa Orsi lavorano 3 collaboratori

www.villaorsi.it

Impossibile non notarla: la sua figura elegante emerge dal verde di un piccolo ma folto parco. Circondata dal paesaggio urbano squadrato e regolare di Centergross, tutto blocchi e capannoni, Villa Orsi spicca come un'atipicità che attira irresistibilmente lo sguardo. Ma non è un'ospite stravagante, quanto, piuttosto, l'autentica originaria padrona di casa, presente da secoli. *“È così che è cominciato tutto”* racconta Gabriella Zerbini, titolare di Villa Orsi. *“La tenuta di un'antica famiglia bolognese, gli Orsi, è stata acquistata proprio per consentire a Centergross di edificare i propri blocchi su questo terreno. La villa, abitata fino agli anni '70, è stata riconvertita in un ristorante”*. Una storia che ora è anche la sua. *“Oggi mi sento parte di questa casa, insieme a chi come me ci lavora ogni giorno, durante la settimana, nel weekend, a Natale e Capodanno. In un certo senso abitiamo qui”* sorride. Eppure c'è capitata per caso, assicura. *“Conoscevo i gestori precedenti, ogni tanto davo una mano. Una sera dovevano preparare una cena, e si sono ritrovati in una situazione di emergenza: dovevano fare una montagna di tagliatelle. Forse la sfoglina aveva dato forfait. E che sarà mai, mi sono detta. Le ho fatte io. È stata la mia fine, non ne sono più uscita”* scherza Gabriella. In realtà è solo dal 2014 che lavora qui in modo esclusivo e full time: prima, dal 2000 in avanti – quando i gestori hanno deciso di ritirarsi e cederle il posto – questo era il suo secondo lavoro. Non ha perso le antiche abitudini: ogni giorno fa la pasta personalmente. *“Per me è naturale, come tutta la mia generazione ho imparato da piccola, in casa, dalla nonna. Era come andare in bicicletta, una tappa di crescita. Oggi è diverso, il mondo è cambiato, la gente frequenta, da adulta, dei corsi appositi”*. Villa Orsi propone una cucina tradizionale, bolognesissima, per chi lavora qui e anche per chi viene da fuori, e cerca i sapori di una volta. Tutto questo quotidianamente, a pranzo, mentre la cena si prepara su prenotazione. Siamo pur sempre dentro Centergross, e qui le serrande chiudono presto. Ma l'aspetto elegante e d'altri tempi della casa richiama anche un altro tipo di clienti, che trovano a Villa Orsi una location interessante per celebrazioni familiari come matrimoni, anniversari, battesimi, cresime. Le aziende, ma anche club come il Rotary e il Lyons, la scelgono per organizzare cene e meeting. Gli ospiti ammirano il porticato che conduce all'ingresso, una facciata elegante e ben preservata, e la Sala Ovale al piano terra. Arrivati qui, immancabilmente si fermano davanti agli affreschi originali, senza trattenere un moto di sorpresa. Potenza della bellezza.



Ingresso di Villa Orsi.



Villa Orsi vista dal parco.

MAZZANTI ODDINO

Nome azienda: Mazzanti Oddino

Fondatori: Mazzanti Oddino

Distribuzione e mercati: Italia ed Europa

www.automazzanti.com

Al Centergross Oddino Mazzanti ha fatto prima di tutto una lunga gavetta. Entrato nel 1998 come socio all'interno di un consorzio di noleggiatori, in oltre vent'anni di lavoro ha maturato sul campo una grande esperienza. Competenze e saperi che nel 2009 ha messo a frutto aprendo in proprio un'attività di noleggio auto con conducente. *“Una piccola realtà che comunque mi dà grandi soddisfazioni”*, precisa sorridendo. Nato come servizio destinato principalmente alle lunghe percorrenze, ha visto negli anni una crescente concorrenza dei treni ad alta velocità che, offrendo una puntualità prima insperata, hanno portato via una bella fetta di clienti. La situazione è questa, ma il sig. Oddino non si arrende: *“Puntiamo molto sul rapporto fiduciario, vogliamo essere per i nostri clienti qualcosa di speciale”*.

“Essere al Centergross è molto importante, – riprende poi con piglio ottimista – è pur sempre una cittadella dove arriva e va tanta gente e molti possono avere bisogno del nostro servizio. È un lavoro molto impegnativo: non ci sono orari e riposi stabiliti, ma nonostante questo mio figlio Luca era convinto potesse piacergli. Anni fa mi ha chiesto di provare”. Ne sono passati ormai quasi dieci e Luca è ancora in pista: evidentemente gli piace davvero. *“Non sono in grado di prevedere quali saranno le future trasformazioni nel campo della mobilità, ma sicuramente saranno molte. Dovremo inventarci qualcosa, magari il teletrasporto”*, conclude scherzando. Quello sì che sarebbe un successo garantito, sempre che non si trasformi in un boomerang com'è stato per il navigatore satellitare. *“Il nostro mestiere ha avuto un calo di richieste notevoli anche perché molti stranieri, che prima si affidavano a noi per spostarsi, oggi prendono le auto a noleggio. Anni fa, uno che non fosse di Bologna non sapeva da che parte girarsi, ma oggi con questa tecnologia la nostra funzione è messa in discussione. Il navigatore ci ha reso più semplice cercare gli indirizzi, ma in fin dei conti ci ha portato via un mucchio di lavoro”*. L'imperituro conflitto tra tradizione e progresso, tra abitudini consolidate e innovazioni che tutto rimescolano. Forse macchine senza pilota e robot di ogni genere renderanno più facile la nostra mobilità, ma non avrà mai concorrenti il piacere di affidarci a qualcuno che ci accoglie con cortesia e ci accompagna con un sorriso.



Oddino Mazzanti.

STUDIO LEGALE FRANCESCHI, NUCCI, CICOGNANI

Nome azienda: Studio Legale Franceschi, Nucci, Cicognani

Fondatori: Cosmè Franceschi, Michele Nucci, Federico Cicognani

Distribuzione e mercati: Italia

Presso lo Studio Legale Franceschi, Nucci, Cicognani lavorano 2 collaboratori

www.studiolegalefnc.it

Michele Nucci è un avvocato che ha iniziato la sua attività professionale all'interno della Ducati. *“Per me è stata un’esperienza estremamente intensa e formativa, soprattutto nel settore della contrattualistica. Avrei potuto proseguire la mia carriera in azienda, ma nel corso degli anni il richiamo della libera professione è stato molto forte”*. È a questa chiamata che risponde quando assieme agli avvocati Cosmè Franceschi e Federico Cicognani dà vita nel 2008 ad uno studio legale associato, attivo nel diritto civile, commerciale e del lavoro, sia in campo giudiziale che stragiudiziale. La scelta del 2015 di aprire un ufficio al Centergross risponde all’esigenza di essere più vicini ai clienti presenti in zona. *“I nuovi mezzi di comunicazione sono certo molto utili, ma non possono sostituire la necessità di incontrarsi. I clienti, anche le aziende, hanno comunque bisogno di avere un contatto diretto con il professionista, perché quello che instauriamo è un rapporto fiduciario e personalizzato”*. Sono sostanzialmente tre le ragioni che ha un’azienda per rivolgersi a uno studio legale. La prima è la consulenza preventiva, che permette agli imprenditori di fare le scelte più opportune nella gestione del proprio business alla luce di un contesto normativo sempre più complesso. *“Rivolgersi a un professionista che si occupi di questo è un grande vantaggio, che viene troppo spesso trascurato”*. La seconda ragione è il supporto nella redazione di contratti commerciali, per un’accurata definizione di tutte le clausole che garantiscano la massima tutela dell’impresa. *“La terza, purtroppo, quella patologica della gestione di un eventuale contenzioso. Dico purtroppo perché molte volte certi contenziosi si sarebbero potuti evitare se ab origine i clienti si fossero rivolti preventivamente a uno studio legale”*. Gli studi legali molto spesso raggruppano una pluralità di professionisti, in quanto la collaborazione quotidiana tra avvocati con competenze diverse è utile per supportare il cliente in fattispecie complesse. *“Nel nostro studio, noi e i nostri collaboratori, riteniamo fondamentale fornire un servizio tempestivo e concreto, nell’ottica di diventare parte attiva con il cliente nella ricerca delle migliori soluzioni per la sua attività”*.



Avv. Michele Nucci.

STUDIO MINARDI S.A.S.

Nome azienda: Studio Minardi s.a.s.

Fondatori: Rita Bonini e Donato Dondarini

Distribuzione e mercati: Italia

Presso lo Studio Minardi lavorano 2 collaboratori

www.studiominardisas.it

È la storia di un'eredità professionale quella che racconta Rita Bonini, fondatrice dello Studio Minardi sas. *“Il mestiere l’ho imparato sul campo, nello studio di Giampietro Minardi, che al Centergross era stato il geometra di cantiere. Arrivata alla fine degli anni ’80, è qui che ho imparato a curare questo giardino”*. Passano gli anni, nel 2005 il titolare decide di godersi la meritata pensione e propone a Rita di succedergli. *“Una grande occasione per me: portare avanti l’attività era un’idea che mi piaceva moltissimo”*. Nasce così la nuova impresa che del primo studio mantiene il nome e anche per questo rimane un valido punto di riferimento per molte aziende del distretto. *“Il nostro è uno studio tecnico, dall’inizio alla fine. – spiega Donato Dondarini, geometra e socio – Ci occupiamo di tutto ciò che è legato alla progettazione di uno spazio, e tramite i nostri collaboratori riusciamo a offrire un servizio completo”*. Nel 1993, fresco degli studi di geometra, Donato entra in Minardi per uno stage come disegnatore CAD. *“La collaborazione termina, la nostra amicizia no – aggiunge Rita – tant’è che dal 2005, quando prendo in mano l’attività, Donato rimane e presto subentra all’altro socio fondatore, che ha scelto un altro percorso professionale”*. Negli anni ’80 e ’90 il lavoro era forse più stimolante e creativo, le aziende avevano maggiori risorse e investivano nel bello. Oggi i limitati margini di spesa hanno concentrato gli interventi nella messa a norma degli stabili. E con la crisi anche il rapporto con i clienti ha subito qualche cambiamento. *“Vent’anni fa gli imprenditori erano fiduciosi e si lasciavano consigliare per il meglio – riprende Donato – Oggi la crisi economica ha reso tutto più difficile, e a volte dover limare sui costi del nostro servizio ci impedisce di offrire tutto il valore delle nostre competenze”*. Però, oggi come allora, i clienti desiderano essere seguiti, quasi accuditi. Fanno affidamento sulla professionalità dello studio, che prosegue lungo la sua strada anche grazie alla collaborazione preziosa dell’ingegnere Davide Mandrioli e dell’architetto Daniela Ruggeri. Lo studio Minardi sas è come una famiglia, il rapporto umano è centrale. Anche per questo una piccola sfida è recuperare la propria storia. *“Ci piacerebbe poter tornare a valorizzare gli aspetti creativi e progettuali degli anni passati: è la nostra cifra – concludono quasi all’unisono. – Lo auguriamo ad un tempo ai nostri molti clienti e a noi stessi”*.



Rita Bonini e i suoi collaboratori.



Gli uffici dello Studio Minardi.

ZIRONI CASALINGHI

Nome azienda: Zironi Casalinghi

Fondatori: Enrico Biondi

La prima fattura emessa a Centergross? Porta il nome di Zironi Casalinghi e la firma di Enrico Biondi. *“Era il 1 gennaio 1977, Centergross non era neanche stato inaugurato, ed eravamo già dentro a lavorare”.* Eppure il rapporto tra Biondi e l’attuale polo della moda inizia ben prima. Nasce nel momento in cui lui e altri imprenditori concepiscono un’idea rivoluzionaria: decentrare le aziende di Bologna, per sfuggire ai costi e al traffico del centro, dare vita a un microcosmo dedicato al commercio. Enrico Biondi riavvolge il nastro della memoria, racconta con precisione e diffusi tocchi di ironia due percorsi, il suo e quello di Centergross, saldamente intrecciati. Gallierese classe 1935, per 30 anni è stato in Consiglio di amministrazione, e Presidente per più di 13 anni. Ma nel commercio ha occupato ogni ruolo, compreso quello di fattorino. *“Ho iniziato a commerciare nel ’48. Zironi è ancora più anziana di me, è stata fondata nel 1892. Sono entrato nel ’63, e ho scalato un gradino dopo l’altro, fino a diventare amministratore, insieme ad altri 3 soci e all’erede della famiglia Zironi. A quei tempi l’Università era questa: il “gavet marketing”. Con la volontà e la passione arrivavi ovunque. Oggi servono nuove competenze”.* I tempi sono cambiati. Ma Enrico Biondi, a dispetto dell’età, guarda sempre lucidamente al futuro, come ogni imprenditore vero. *“Anni fa la grande distribuzione ha colpito il commercio al dettaglio, e a ricaduta anche noi grossisti. Abbiamo affrontato quella sfida, ora ne abbiamo di fronte un’altra: la vendita on-line. Lo dimostrano colossi come Amazon o Alibaba in Asia. E per andare avanti dovremo giocare d’anticipo”.* Cambiare per non morire: Zironi l’ha fatto negli anni della crisi, quando ha smesso di vendere all’ingrosso e per mantenere la piattaforma di 11mila metri ha cominciato ad amministrare l’immobile, dove hanno trovato casa Mylog, attiva nella logistica integrata, e Biplastic, grossista di una nicchia del settore casalinghi. Rimasta unica al timone di Zironi, la famiglia Biondi – Enrico, la figlia Monica, la moglie Bruna – ha trovato così un modo per andare avanti. E proprio la compagna di vita di Enrico merita un elogio d’altri tempi. *“Per tutti questi anni Bruna è stata al mio fianco occupandosi dell’amministrazione, mentre io pensavo al commercio”.* Due mentalità diverse, numeri e business, razionalità e istinto. *“Ho desiderato sposarla appena l’ho incontrata”* confessa. In una vita di successi, il miglior *“affare”*.



Enrico Biondi.



Il magazzino di Zironi Casalinghi.

CONCLUSIONI

Ci sono i numeri, i volumi di affari, i metri quadri, i bilanci, i grafici e le curve delle vendite. E poi ci sono le persone. Anna, Valentina, Fabrizio, Isabella, Ilario, Andrea e tutti coloro che abbiamo conosciuto in questi mesi, visitando gli showroom ed entrando nel “dietro le quinte” del Centergross.

A loro è dedicata questa pubblicazione, il secondo volume di una collana che ci permetterà di conoscere le aziende del grande distretto alle porte di Bologna. Un progetto fortemente voluto dalla Presidente Lucia Gazzotti e dal Consiglio di Amministrazione, che ci hanno consegnato il proposito di divulgare l'anima del Centergross.

A più di 40 anni dall'inaugurazione, Centergross punta a nuovi traguardi, nel segno di una maturità raggiunta. Il merito va a tante persone: sono le voci e i volti di questa avventura, che si raccontano una pagina dopo l'altra.

Per noi è questo progetto è un privilegio raro. L'occasione di mettere in primo piano il fattore umano, quel quid spesso inafferrabile, che rappresenta il vero motore dello sviluppo di un'impresa familiare. Abbiamo avuto l'opportunità di sondare in profondità e con delicatezza il punto dove si intersecano affetti e lavoro.

Uno alla volta, i protagonisti di questo secondo volume ci hanno aperto le porte della loro realtà, con la schiettezza e la concretezza che contraddistingue chi per mestiere “bada al sodo”, ma anche con l'emozione di chi si mette in gioco in prima persona. Nelle loro parole, nei loro sguardi, la fatica e l'orgoglio di fare parte di un polo nato quando ancora non esisteva nulla di simile.

Tutti hanno abbracciato un'incognita, investendo in un progetto a 10 km dal centro cittadino. Insieme hanno superato anni di crisi e mutamenti del settore. Centergross appartiene a loro, è la loro sfida, affrontata con vero coraggio imprenditoriale.

Intervista dopo intervista, ci hanno trasmesso il significato profondo di una delle maggiori qualità del Made in Italy: il passaggio del testimone, l'eredità che coinvolge più generazioni. Con la consapevolezza che su questa base solida, su queste radici, potranno costruire il futuro.

Persone, famiglie e storie piene di passione ed eroica concretezza.

Questa è l'anima del Centergross: la schietta solidità di una comunità.

Il concept di questa collana restituisce lo spaccato di un mondo intessuto di passione e creatività, e sceglie di farlo con un taglio fresco e giovane, coinvolgendo anche gli studenti di L.U.N.A., la Libera Università delle Arti. Per i giovani è stata un'immersione preziosa nel mondo del lavoro. Si sono messi in gioco per scoprire una realtà ricca di sfaccettature, da raccontare con una pluralità di strumenti: oltre ai testi della pubblicazione, immagini e video.

E così un progetto che racconta come si trasmette il sapere imprenditoriale all'interno delle famiglie di Centergross diventa a sua volta il veicolo di un apprendimento concreto rivolto alle giovani generazioni.

Il merito va a chi ha creduto in quest'idea, infondendole l'energia per camminare lontano, al professor Dario Apollonio, preside di L.U.N.A., Libera Università delle Arti, e tutto lo staff del Centergross.

*Un sincero ringraziamento
Chiara Caliceti, Antonella Zangaro, Elena Tartaglione, Elia Dal Maso.*

