

# Giardina Group progetta il futuro

“Guardiamo avanti, come ogni imprenditore deve fare”. **Stefano Mauri** non ha esitazioni nel rispondere quando gli poniamo, rigorosamente al telefono, questa domanda. Ci eravamo lasciati una manciata di settimane fa, più precisamente a metà febbraio, in occasione della conferenza stampa internazionale di Xylexpo: avevamo parlato delle iniziative poste in atto negli ultimi mesi, di cosa era cambiato nei dieci, intensi anni trascorsi dal fatidico 9 aprile del 2010, quando il compianto Giampiero Mauri, con un paio di soci, aveva deciso di acquisire Giardina Finishing e di aprire una stagione decisamente nuova nella sua storia di imprenditore. Dieci anni in cui l'azienda ha letteralmente cambiato pelle, prima dello stop forzato che la pandemia di coronavirus ha imposto al pianeta.

“A dire il vero, come tanti, anche noi siamo rimasti sempre operativi, con tutti i limiti imposti dalle indicazioni delle autorità: lo smart working ci ha permesso di mantenere attive tutte quelle funzioni che si svolgono negli uffici; la nostra **rete commerciale** ha continuato a interloquire con i clienti di tutto il mondo; l'**ufficio tecnico** è stato coinvolto nella progettazione di diversi nuovi impianti che abbiamo proposto in alcuni Paesi dove c'è una discreta attività. Abbiamo lavorato soprattutto sul potenziamento del nostro **network** all'estero, sulla capacità dei nostri agenti e rivenditori di essere ancora più vicini a chi ha scelto le nostre tecnologie. Superfluo dire che a livello di ricambi e di organizzazione del lavoro abbiamo fatto il possibile perché le settimane di blocco forzato della attività, per quanto l'azienda non abbia mai chiuso completamente, non abbiano riflessi troppo pesanti sul presente e tanto meno sul futuro”.

**Il dovere di una impresa è fare costantemente i conti con gli scenari che cambiano; ecco perché le difficoltà di questa inattesa stagione non fermano la volontà dello specialista nelle finiture di pensare ai prossimi mesi...**

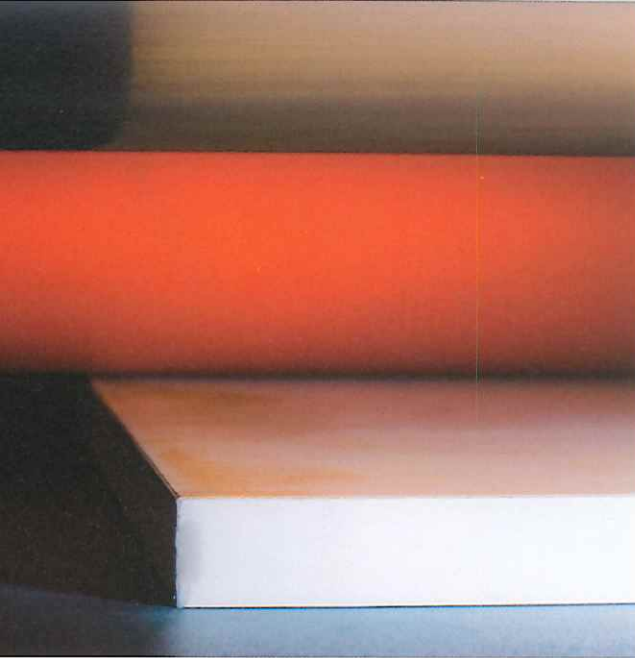
Tutto questo ha origini molto lontane...

“È vero e lo avremmo dimostrato a maggio a Xylexpo, dove con mio fratello **Riccardo** avevamo deciso di rappresentare ciò che siamo oggi, in uno stand di 600 metri quadrati dove avremmo esposto il meglio delle nostre tecnologie. Purtroppo dobbiamo rimandare il tutto a novembre... e non lo avremmo certo fatto per “mostrare i muscoli”, ma perché volevamo sottolineare questo tempo per noi di grande soddisfazione.

A questo proposito posso aggiungere che il 2019 si è chiuso con un bilancio decisamente soddisfacente, un giro di affari complessivo di **20 milioni di euro**; abbiamo già un portafoglio ordini per l'anno in corso decisamente importante e che ci porta a essere ottimisti. È presto per valutare come e quanto influirà sui nostri trend la pandemia di “Covid-19”, ma abbiamo fatto alcune nuove assunzioni e stiamo cercando figure professionali di alto profilo che possano sostenere in modo dinamico ed efficace la nostra crescita. Perché è questo che vediamo nel nostro futuro”.

“Negli ultimi anni abbiamo lavorato con particolare intensità e serietà, seminando competenza, disponibilità e professionalità che ci hanno dato molte soddisfazioni e di cui oggi, nonostante tutto, raccogliamo i frutti”.





interviene **Stefano Tibè**, il direttore commerciale. “La nostra tecnologia **“Zero Gloss”**, il nuovo **“Giampiero Mauri Innovation Center”**, una **presenza ancor più radicata** in molte aree del mondo, un brand sempre più forte e riconoscibile sono i pilastri su cui stiamo costruendo il futuro di Giardina Group”.

A proposito di eccimeri...

“È indubbio che la **tecnologia agli eccimeri** sia il focus tecnologico di questi anni e il mercato oramai riconosce che siamo stati fra i primi e i più convinti sostenitori delle potenzialità di questa tecnologia.

Oramai offriamo una tecnologia ampiamente collaudata sia per le superfici verniciate a rullo che a spruzzo e stiamo aspettando il momento più adatto per presentare la nostra ultima fatica, una versione dei nostri forni di essiccazione **“Zero Gloss”** dalle particolari prestazioni e che potrebbero rappresentare la soluzione ideale per molte aziende della verniciatura”, ha concluso Tibè.

“Siamo certamente ottimisti per il futuro, perché abbiamo fatto scelte importanti nel recente passato, prima fra tutte proprio la creazione del nuovo **“Giampiero Mauri Innovation Center”**”, riprende Stefano Mauri. “Proprio in queste settimane avevamo in programma una serie di incontri e di eventi che ci avrebbero permesso di farlo conoscere a un pubblico più vasto dei nostri stakeholders, ma abbiamo ovviamente dovuto rinviarlo. Ciò non toglie che il disporre di una struttura così moderna sia indubbiamente un fattore di successo: si parla tanto di profondi cambiamenti nelle nostre abitudini e nelle nostre modalità di fare business.

Il nostro calendario fieristico è stato letteralmente “smontato” ed è chiaro che sempre di più sarà fondamentale disporre di modalità di contatto, di dialogo, di presentazione delle tecnologie e delle applicazioni che siano realmente innovative.

Il nostro nuovo “competence center” – oltre 2.500 metri quadrati con sale per incontri e formazione che fanno da contorno a un grande show-room/laboratorio di 1.500 metri quadrati dove sono operative tutte le tecnologie Giardina Group – sarà aperto tutti i giorni per coloro che vorranno “toccare con mano” lo stato dell’arte della verniciatura di materiali diversi, dal legno al vetro, dal pannello alla plastica, dal fibrocemento alle applicazioni più particolari, ma lo stiamo attrezzando perché possa essere il centro nevralgico di ciò che siamo e soprattutto il luogo da cui – lo ripeto, con modalità del tutto diverse – potremo mostrare ai nostri clienti consolidati e potenziali in tutto il mondo cosa potremmo fare per loro, come potremmo aiutarli nel loro lavoro quotidiano”.

“Vediamo farsi avanti un **futuro diverso** – prosegue Mauri – e questo ci stimola a voler essere diversi: stiamo pensando a come ridisegnare alcuni progetti, vogliamo oggi più che mai collaborare e ragionare in un’ottica nuova con i produttori di vernici, realtà con le quali lavoriamo ogni giorno a strettissimo contatto ma con le quali sappiamo di poter fare ancora di più, con reciproco vantaggio. Come le dicevo all’inizio non possiamo rinunciare al nostro lavoro di imprenditori e soprattutto ci accorgiamo ogni giorno che ci sono **opportunità**: questo settore sta attraversando una fase di trasformazione e di grande preoccupazione e non solo per gli accadimenti contingenti, ma per i cambiamenti che lo hanno attraversato negli ultimi vent’anni.

Non ci si può fermare, non ci si deve fermare. Proprio in queste settimane stiamo maturando scelte significative, che ci apriranno nuove opportunità: anche se le nostre energie in questo momento sono quasi totalmente assorbite dal “dopo Covid-19” non possiamo rinunciare a guardare più lontano...” ■