

L'INTERVISTA
Angelo Radici

Il gruppo vara altri investimenti in Italia per fabbricare il tessuto filtrante per 170 milioni di mascherine al mese, ma già pensa al successivo uso dei nuovi macchinari per fabbricare materiali in nylon per altri settori industriali

Radici pronta a fare filtri per auto e costruzioni

Cristiana Gamba
MILANO



Il presidente di Radici Group, Angelo Radici

Angelo Radici, presidente di Radici Group, multinazionale della chimica che fattura 1,1 miliardi, spiega il paradigma della mascherina. Tre i pilastri: velocità nel cogliere le esigenze del cliente, flessibilità nella produzione, filiera corta. «A marzo scorso, in pieno lockdown, il Paese non aveva mascherine chirurgiche - racconta - ci siamo dati da fare per contribuire alla loro realizzazione: lo dovevamo al nostro territorio, e ci siamo riusciti».

Nella riconversione momentanea, tuttavia Radici coglie un'opportunità e quella dei dispositivi medici di protezione diventa parte integrante della produzione della società. Tanto da fare scattare l'intuizione di riportare in Italia la fabbricazione di meltblown, il tessuto filtrante che sta in mezzo al sandwich-mascherina.

Presidente, da febbraio sarete in grado di fornire le materie prime necessarie per mascherine made in Italy senza più dipendere dall'Asia. E quando il Covid passerà?

Per il primo anno abbiamo deciso di impegnarci in questa direzione. Sappiamo benissimo, e me lo auguro, che non potremo fare all'infinito mascherine. Per questo abbiamo già attivato indagini di mercato per entrare in altri settori, più industriali. La capacità filtrante del meltblown è estremamente performatica e, a parte piccole realtà, ancora assente in Ita-

«Dovevamo al Paese la produzione di mascherine in pieno lockdown»

lia. Stiamo sondando settori come l'automotive, l'immobiliare.

Quanto meltblown produrrete? Il macchinario è grande, lo stiamo installando in questi giorni presso la Tessiture Pietro Radici, azienda del gruppo con sede a Gandino, in val Seriana, una delle zone più colpite dal virus. Saremo la società italiana con la maggior capacità produttiva media: 200 chili/ora di materiale, che consente di produrre 170 milioni di mascherine al mese.

A quanto ammonta l'investimento della nuova linea? Quindici milioni. Abbiamo deciso nel giro di una settimana, in modo quasi garibaldino: si era aperta una finestra, dovevamo cogliere l'occasione al volo. Abbiamo acquistato la miglior macchina sul mercato: è bicomponente, accanto al polipropilene (il materiale grezzo che serve per le chirurgiche, ndr) è in grado di lavorare anche il polietilene. Potremmo pensare anche di fabbricare filtri fatti in nylon per prodotti più sofisticati e resistenti. Il nylon in fin dei conti è la matrice del nostro gruppo.

Velocità nella scelta e versatilità della macchina. È un effetto della pandemia?

Sì, in futuro anche gli impianti dovranno essere più flessibili, magari con meno capacità in termini di volumi ma con la facoltà di fare più prodotti diversi e di cambiare programmi in pochissimo tempo.

Avete accorciato la filiera. Il percorso della mascherina può essere un modello per l'industria post Covid? La filiera corta è premiante ma deve essere protetta. I clienti so-



no molto esigenti, vogliono prodotti in velocità con cambiamenti qualitativi in corso d'opera e quindi non si può pensare di avere sparsi per il mondo i diversi componenti. La forza sta nel potere dare risposte tempestive, studiando nuove soluzioni, nuove tecnologie e nuovi processi. Ma la politica, e penso a quella europea, deve darci una mano: noi facciamo gli investimenti, teniamo viva e sviluppiamo l'industria manifatturiera ma dobbiamo essere sostenuti: la filiera europea può essere una nuova leva di sviluppo.

Chiedete aiuto, concretamente? Le merci prodotte all'interno dell'Europa vanno sostenute meglio, con certificazioni che valorizzino il manufatto. Inoltre è necessario sensibilizzare il consumatore, aiutandolo a capire il valore aggiunto di un



Investimenti in pieno lockdown. Nuovi macchinari alla Radici Group per la produzione di tessuto filtrante per mascherine

prodotto che crea occupazione, e impatta sull'ambiente seguendo regole codificate. Sul mercato si tende a dimenticare il valore della materia prima, alla fine se si riuscisse a creare un'industria manifatturiera in Europa il prodotto potrebbe essere di maggiore qualità.

La pandemia ha travolto il mondo. Il peggio è passato?

Non ne sono convinto. Posso parlare di noi: i primi tre mesi abbiamo retto. Poi, aprile, maggio, giugno e in parte anche luglio sono stati terribili, con cali fino al 50% della produzione e grandi difficoltà di organizzazione. Per un gruppo come il nostro, con impianti a ciclo continuo, la sofferenza è stata forte soprattutto nell'area legata alla moda, ai tessuti indemagiabili, al tessile in generale. In altri settori come la chimica o l'high performance polymers abbiamo tenuto di più perché siamo globali. Chiudiamo il 2020 meglio del previsto, tuttavia, e riusciremo a limitare le perdite sotto il 10%.

Come ci siete riusciti?

Siamo stati resilienti ma anche reattivi. Dobbiamo tutti prepararci ad essere più rapidi nel cambiamento, anzi preferisco dire nel miglioramento degli aspetti produttivi cercando il contatto diretto col cliente per essere in grado di gestire le sue esigenze con velocità immediata sia per i nuovi prodotti che nuovi processi. Così abbiamo recuperato in termini di fatturato che di marginalità.

Certo, non siamo sul mercato finale e solo tra qualche mese saremo in grado di misurare l'impatto del calo dei consumi.

Radici dopo le mascherine è pronta a fare filtri per auto e costruzioni



Riconversioni industriali

Il gruppo guidato da Angelo **Radici** vara nuovi investimenti per la produzione di dispositivi anti covid ma già guarda all'impiego successivo dei macchinari per altri settori industriali

di Cristiana Gamba

Angelo **Radici**, presidente di **Radici** Group, multinazionale della chimica che fattura 1,1 miliardi, spiega il paradigma della mascherina. Tre i pilastri: velocità nel cogliere le esigenze del cliente, flessibilità nella produzione, filiera corta. «A marzo scorso, in pieno lockdown, il Paese non aveva mascherine chirurgiche – racconta –, ci siamo dati da fare per contribuire alla loro realizzazione: lo dovevamo al nostro territorio, e ci siamo riusciti».

Mascherine e regole frenano l'influenza tradizionale

I nuovi investimenti

Nella riconversione momentanea, tuttavia **Radici** coglie un'opportunità e quella dei dispositivi medici di protezione diventa parte integrante della produzione della società. Tanto da fare scattare l'intuizione di riportare in Italia la fabbricazione di meltblown, il tessuto filtrante che sta in mezzo al sandwich-mascherina.

Presidente, da febbraio sarete in grado di fornire le materie prime necessarie per mascherine made in Italy senza più dipendere dall'Asia. E quando il Covid passerà?

Per il primo anno abbiamo deciso di impegnarci in questa direzione. Sappiamo benissimo, e me lo auguro, che non potremo fare all'infinito mascherine. Per questo abbiamo già attivato indagini di mercato per entrare in altri settori, più industriali. La capacità filtrante del meltblown è estremamente performatica e, a parte piccole realtà, ancora assente in Italia. Stiamo sondando settori come l'automotive, l'immobiliare.

Quanto meltblown produrrete?

Il macchinario è grande, lo stiamo installando in questi giorni presso la Tessiture Pietro **Radici**, azienda del gruppo con sede a Gandino, in val Seriana, una delle zone più colpite dal virus. Saremo la società italiana con la maggior capacità produttiva media: 200 chili/ora di materiale, che consente di produrre 170 milioni di mascherine al mese.

A quanto ammonta l'investimento della nuova linea?

Quindici milioni. Abbiamo deciso nel giro di una settimana, in modo quasi garibaldino: si era aperta una finestra, dovevamo cogliere l'occasione al volo. Abbiamo acquistato la miglior macchina sul mercato: è bicomponente, accanto al polipropilene (il materiale grezzo che serve per le chirurgiche, ndr) è in grado di lavorare anche il polietilene. Potremmo pensare anche di fabbricare filtri fatti in nylon per prodotti più sofisticati e resistenti. Il nylon in fin dei conti è la matrice del nostro gruppo.

Velocità nella scelta e versatilità della macchina. È un effetto della pandemia?

Sì, in futuro anche gli impianti dovranno essere più flessibili, magari con meno capacità in termini di volumi ma con la facoltà di fare più prodotti diversi e di cambiare programmi in pochissimo tempo.

Avete accorciato la filiera. Il percorso della mascherina può essere un modello per l'industria post Covid?

La filiera corta è premiante ma deve essere protetta. I clienti sono molto esigenti, vogliono prodotti in velocità con cambiamenti qualitativi in corso d'opera e quindi non si può pensare di avere sparsi per il mondo i diversi componenti. La forza sta nel potere dare risposte tempestive, studiando nuove soluzioni, nuove tecnologie e nuovi processi. Ma la politica, e penso a quella europea, deve darci una mano: noi facciamo gli investimenti, teniamo viva e sviluppiamo l'industria manifatturiera ma dobbiamo essere sostenuti: la filiera europea può essere una nuova leva di sviluppo.

Chiedete aiuto, concretamente?

Le merci prodotte all'interno dell'Europa vanno sostenute meglio, con certificazioni che valorizzino il manufatto. Inoltre è necessario sensibilizzare il consumatore, aiutandolo a capire il valore aggiunto di un prodotto che crea occupazione, e impatta sull'ambiente seguendo regole codificate. Sul mercato si tende a dimenticare il valore della materia prima, alla fine se si riuscisse a creare un'industria manifatturiera in Europa il prodotto potrebbe essere di maggiore qualità.

La pandemia ha travolto il mondo. Il peggio è passato?

Non ne sono convinto. Posso parlare di noi: i primi tre mesi abbiamo retto. Poi, aprile, maggio, giugno e in parte anche luglio sono stati terribili, con cali fino al 50% della produzione e grandi difficoltà di organizzazione. Per un gruppo come il nostro, con impianti a ciclo continuo, la sofferenza è stata forte soprattutto nell'area legata alla moda, ai tessuti indemagliabili, al tessile in generale. In altri settori come la chimica o l'high performance polymers abbiamo tenuto di più perché siamo globali. Chiudiamo il 2020 meglio del previsto, tuttavia, e riusciremo a limitare le perdite sotto il 10%.

Come ci siete riusciti?

Siamo stati resilienti ma anche reattivi. Dobbiamo tutti prepararci ad essere più rapidi nel cambiamento, anzi preferisco dire nel miglioramento degli aspetti produttivi cercando il contatto diretto col cliente per essere in grado di gestire le sue esigenze con velocità immediata sia per i nuovi prodotti che nuovi processi. Così abbiamo recuperato in termini di fatturato che di marginalità.

Certo, non siamo sul mercato finale e solo tra qualche mese saremo in grado di misurare l'impatto del calo dei consumi.

Nuovo impianto da 15 milioni per le mascherine RadiciGroup: così rafforziamo la filiera italiana

Investimento. Il Gruppo produrrà 120 tonnellate di meltblown al mese, pari a 170 milioni di dispositivi di protezione. Installata a Gandino, la linea funzionerà da gennaio 7 giorni su 7 e richiederà personale con competenze specifiche

RadiciGroup investe 15 milioni di euro per avviare la produzione di meltblown, il materiale normalmente usato per lo strato intermedio delle mascherine chirurgiche.

Fin dall'inizio della pandemia, quando l'Italia e Bergamo in primis si sono ritrovate a fare i conti con una drammatica carenza di dispositivi di protezione, il gruppo di Gandino si è subito messo in gioco contribuendo alla creazione di una filiera locale per la produzione di mascherine fornendo il proprio tessuto non tessuto spunbond, lo stesso con il quale la scorsa primavera RadiciGroup ha anche iniziato a realizzare camici, copricapi e calzari per uso sanitario.

In tutti questi mesi il meltblown, invece, ha continuato a non essere presente sul mercato italiano, pur essendo una componente essenziale delle mascherine chirurgiche per la sua elevata capacità filtrante,

anche per particelle di dimensioni microscopiche come i virus, pur garantendo la traspirabilità.

«In piena pandemia - racconta Maurizio Radici, vicepresidente e chief operational officer di RadiciGroup - noi stessi continuavamo a ricevere

decine e decine di richieste di potenziali clienti: il meltblown è un materiale che in Europa è prodotto in quantità minima, sicuramente non sufficiente per fronteggiare le esigenze in una situazione di emergenza sanitaria. Producendo già lo spunbond usato

per due strati delle mascherine chirurgiche, abbiamo deciso di investire in una nuova linea produttiva per poter offrire al mercato anche il terzo strato rafforzando così la filiera italiana».

Il nuovo impianto, in corso di installazione nel sito di Gandino, dove sono stati fatti anche lavori di adeguamento de-



Il nuovo impianto di produzione di meltblown installato da RadiciGroup nello stabilimento di Gandino

gli spazi, entrerà in funzione a gennaio e sarà operativo a ciclo continuo, 7 giorni su 7, producendo circa 120 tonnellate al mese di meltblown, equivalenti a ben 170 milioni di mascherine chirurgiche al mese. Una linea tecnologicamente avan-

zata che richiederà personale con competenze specifiche. RadiciGroup non confezionerà i dispositivi di protezione finiti, ma potrà fornire il 90% dei materiali necessari. «Oggi la filiera italiana è in grado di poter fare i numeri necessari per il

nostro Paese, anche a un prezzo competitivo, con tutte le garanzie di qualità e sicurezza», aggiunge Radici.

Una decisione sicuramente coraggiosa, visti i tempi. Il gruppo di Gandino, pur avendo recuperato la pesante situazio-

ne del primo lockdown, chiuderà infatti il 2020 con meno 10% di fatturato e meno 5% di volumi. L'obiettivo è far sì che il nostro Paese possa diventare sempre meno dipendente dalle importazioni extraeuropee per scongiurare i problemi logistici affrontati durante la prima ondata di Covid-19.

Secondo dati Assosistema-Confindustria, da febbraio ad agosto 2020 l'Italia ha importato 2,66 miliardi di euro di mascherine, il 92% delle quali dalla Cina, ma per Radici «è fondamentale che l'Italia non si faccia trovare impreparata in futuro di fronte a situazioni di emergenza sanitaria. Il nostro acquisto della nuova linea per il meltblown va in questa direzione. Al tempo stesso, rappresenta un investimento per il nostro gruppo, in quanto questo materiale può trovare molte altre applicazioni tecniche, ad esempio nel settore della filtrazione, presentando prospettive di sostenibilità economica nel medio periodo».

Lucia Ferrajoli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Maurizio Radici
vicepresidente

Speciale Atalanta / CALCIO & AFFARI

L'INTERVISTA

Maurizio Radici

«Grazie all'Atalanta le fibre sintetiche sono sbarcate a Cipro»

Il vice presidente del gruppo è sponsor e grande tifoso: «Le imprese della Dea ci hanno aperto nuovi mercati»

CHI È'

Maurizio Radici

Ha 65 anni, è il vicepresidente della RadiciGroup fondata dal padre Gianni, con sede a Gandino (Bg). Produce a livello mondiale fibre sintetiche e tecnopolimeri, ha un miliardo di fatturato e 3.500 dipendenti divisi in 34 stabilimenti e 16 Paesi. È il secondo sponsor dell'Atalanta per campionato e Coppa Italia. Anche i fratelli lavorano in azienda: Angelo è il presidente, Paolo è consigliere. La nipote di Maurizio, Cristina, ha sposato Luca Percassi, a.d. dell'Atalanta.

di **Guglielmo Longhi**

Maurizio Radici, 65 anni, è il vicepresidente di un gruppo che ha un miliardo di fatturato e 3.500 dipendenti divisi in 34 stabilimenti e 16 Paesi. È il secondo sponsor dell'Atalanta, ma non avrebbe bisogno delle vittorie nerazzurre per farsi conoscere in Europa. Eppure...

► **Vendete più fibre sintetiche grazie alla Dea?**
(ride) «Sembrerà strano, ma la squadra ci ha fatto scoprire nuovi mercati, come Cipro con un importante ritorno di immagine anche tra i lavoratori, la metà che già non tifa Atalanta».

► **Un bergamasco che sponsorizza l'Atalanta: il massimo.**

«Sono un tifoso da sempre, sento un forte legame. La nostra azienda è nata e ha sede qui».

► **Quindi ha visto giocare Antonio Percassi.**

«Difensore scarso tecnicamente ma tosto, un martello».

► **Lei è lo zio acquisito dell'a.d. Luca Percassi che ha sposato sua nipote Cristina. L'Atalanta è una questione di famiglia.**

«Con Luca ci vediamo spesso, ho un ottimo rapporto».

► **Quanto investite nella sponsorizzazione?**

«Circa mezzo miliardo, ma soltanto per il campionato e la

Coppa Italia».

► **Niente Champions.**

«No, ma due anni fa abbiamo sponsorizzato l'Europa League».

► **Lei è anche consigliere e azionista dell'Atalanta: era ad Amsterdam?**

«No, troppo complicato. E poi meglio che la squadra stia da sola. Più sicuro».

► **Da fuori come l'ha vista?**

«Gara anomala, abbiamo giocato di rimessa ma l'Ajax ha avuto solo un'occasione».

► **Gasp è diventato prudente?**

«Giusto così: abbiamo giocato a viso aperto con il Liverpool in casa e sappiamo come è andata



Nipote e zio Luca Percassi, 40 anni, amministratore delegato nerazzurro e (destra) Maurizio Radici, 65, vicepresidente di uno degli sponsor della Dea

a finire. In trasferta abbiamo cambiato e siamo stati premiati. Come ad Amsterdam».

► **Secondo anno di fila agli ottavi di Champions.**

«Prima dell'Ajax ero preoccupato, negli ultimi mesi la squadra ha avuto poche possibilità di allenarsi e questo spiega i risultati altalenanti».

► **Cosa pensa della lite tra Gasperini e il Papu Gomez?**

«Succede tra persone che hanno un carattere forte. E poi stare a stretto contatto per due o tre giorni per colpa del Covid, può esasperare i rapporti».

► **Ilicic?**

«Gasp ha fatto molto per recuperarlo, Ilicic ha passato mo-

menti difficili, serve tempo».

► **Gasp andrà via?**

«Spero di no, il matrimonio funziona. Lui ha trovato un club che l'ha fatto crescere».

► **Più tifoso lei oppure i suoi fratelli, Angelo, presidente del gruppo e Paolo, consigliere?**

«Stravincio io».

► **Bergamo ha pagato un prezzo altissimo al Covid.**

«Purtroppo abbiamo perso alcuni dei 1.500 dipendenti che abitano in città e provincia. Ma nei nostri stabilimenti non ci sono stati focolai».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TEMPO DI LETTURA 2'43"

HA DETTO



La lite tra Gasp e Gomez? Normale che accada tra chi ha una personalità forte



In Europa ora siamo più prudenti. Gusto così, visto cosa è successo in casa con il Liverpool?

Maurizio Radici

Economia

ECONOMIA@ECO.BG.IT
www.ecodibergamo.it/economia/section/

Mascherine, sos della filiera orobica «Più tutele nelle gare pubbliche»

Sicurezza. In frenata la produzione di dispositivi di protezione delle aziende bergamasche Santini: domanda molto ridotta. Tecnofilati: ci siamo fermati, in magazzino un terzo dei prodotti

LUCIA FERRAJOLI

Da febbraio ad agosto 2020 l'Italia ha importato 2,6 miliardi di euro di mascherine chirurgiche, Ffp2 e Ffp3, con un incremento del +2.094% rispetto allo stesso periodo del 2019. Il picco di acquisti dall'estero, oltre 772 milioni di euro, secondo dati Assosistema-Confindustria si è avuto nel mese di giugno.

A immettere sul mercato italiano ben il 92% del valore complessivo dell'import di dispositivi per le vie respiratorie è stata la Cina, nonostante la corsa contro il tempo di molte aziende nostrane per avviare una produzione a chilometro zero fin dall'inizio della pandemia. Anche a Bergamo, dove la prima ondata del Covid è stata devastante, diverse imprese si sono date da fare per riconvertirsi parzialmente sulla spinta del decreto Cura Italia che a marzo, con le mascherine diventate introvabili e i prezzi schizzati alle stelle, aveva autorizzato la produzione in deroga.

La prima ad arrivare sul mercato in primavera era stata la mascherina chirurgica «Molamia», frutto di una filiera promossa da Confindustria Bergamo: tessuto non tessuto di RadiciGroup (che da inizio pandemia ha aperto il business anche al settore medicale), membrana di Plastik Textile, confezione del maglificio Santini, sanificazione affidata a Steris e imbustamento a Mini-Pack Torre. «Ne abbiamo fabbricati oltre 90 mila pezzi», sottolinea Monica Santini, amministratore delegato della ditta

di Lallio - ma ora la domanda si è molto ridotta, quindi produciamo solo su richiesta».

Conferma il calo della domanda anche Alberto Sghez, consulente commerciale e marketing di Confezioni Cam di Antegnate, specializzata in capispalla per le griffe internazionali del lusso, che nei mesi scorsi si è dotata di un impianto automatizzato per realizzare non solo mascherine chirurgiche, ma anche tute e copricalzature con marcatura CE. «Da inizio pandemia abbiamo cucito 6 milioni di mascherine - racconta Sghez - ma ora abbiamo meno richieste sia perché sul mercato c'è più offerta, sia perché la seconda ondata ha portato una ripresa della didattica a distanza e dello smart working e quindi ha ridotto l'uso dei dispositivi di protezione».

Si è fermata, invece, la produzione di mascherine del Maglificio Ghidotti di Cologno al Serio, arrivato a 100 mila pezzi dall'inizio dell'emergenza sanitaria, e di Tecnofilati di Medolago. «Abbiamo realizzato 300 mila mascherine certificate, ma oggi, a fronte di un importante investimento economico, ci ritroviamo con un terzo dei pezzi ancora in magazzino e una linea di produzione inutilizzata - sottolinea il patron di Tecnofilati Andrea Abati -. Invece di aiutare le aziende italiane, lo Stato ha favorito l'importazione di prodotti asiatici, spesso di bassa qualità. Quella che poteva essere una nuova opportunità per il Paese si è trasformata in una delusione».



«Si parla tanto del valore delle filiere italiane, ma nelle gare pubbliche il made in Italy fa fatica a reggere la concorrenza dei prodotti cinesi», sostiene Simone Cornali, presidente di Somain di Brembate Sopra, azienda specializzata in sistemi di protezione anticaduta, che proprio venerdì ha inaugurato un macchinario automatizzato per la produzione di mascherine Ffp2 certificate. L'impianto, costruito interamente in Lombardia, può realizzare 130 pezzi al minuto:

dotato di sensori in grado di individuare in tempo reale eventuali difetti, è predisposto per diventare una camera bianca, cioè un ambiente chiuso a bassissimo contenuto di micro-particelle di polvere in sospensione, e confeziona ogni mascherina in busta singola direttamente in macchina proprio per evitare contaminazioni. «Speravamo di avere qualche punto di vantaggio nelle gare sui portali - continua Cornali - invece ci troviamo a subire la concorrenza cinese: si guarda

al prezzo più basso senza valutare la qualità del prodotto». Gli fa eco il consigliere regionale Giovanni Malanchini, che venerdì era presente all'avvio del nuovo macchinario: «Lo Stato dovrebbe riconoscere una premialità ai prodotti italiani, come finalmente avviene nell'agro-alimentare. Il chilometro zero non è una moda, ma una scelta che considera anche impatto ambientale ed etica del lavoro. Chi può fare la differenza è il consumatore finale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Da Bombassei, Persico e Radici nasce il fondo per le start up del futuro

L'operazione. I tre capitani d'industria creano «Cysero», fondo di venture capital da 100 milioni per individuare le realtà più innovative e le migliori soluzioni di robotica

LUCA BONZANNI

Anticipare il futuro. Sul sentiero dell'innovazione, corre un nuovo progetto. Si chiama Cysero e parla soprattutto bergamasco: è un nuovo fondo di venture capital pronto a investire nella cybersecurity e nella robotica umanoide, tecnologia al servizio dell'uomo, per sostenere lo sviluppo di start up e Pmi che guardano al domani attraverso quelle lenti.

A promuoverlo sono il Kilometro Rosso, eccellenza bergamasca per ricerca e sviluppo, e Avm Gestioni, società di gestione del risparmio che ha cuore anche all'interno del Kilometro Rosso. Obiettivo: raccogliere 100 milioni di euro per fare da volano a un settore in cui l'Italia ha enormi potenzialità, presenti e future. Mettere a sistema ciò

■ I tre imprenditori orgogliosi della mission: «C'è voglia di fare squadra e di guardare avanti»

che già c'è in Italia, dunque, per dar vita a un nuovo polo dedicato a tecnologie che già oggi si stanno affermando, e destinate a innescare nei prossimi anni una sempre più diffusa rivoluzione della quotidianità. I primi 15 milioni del fondo arriveranno da tre imprenditori di primo piano del tessuto produttivo bergamasco, e cioè Alberto Bombassei (Brembo, oltre che presidente del Kilometro Rosso), Pierino Persico (Persico Group) e Angelo Radici (Radici Group). In prospettiva, c'è anche la possibilità di una quotazione in borsa.

Da Bergamo al mondo

Da Bergamo, lo sguardo si allargherà sempre più. «Questa idea nasce dalla capacità del territorio di esprimere iniziative d'impresa votate al successo e al futuro - premette Giovanna Dossena, alla guida di Avm e riferimento anche per Cysero -. Puntiamo a identificare modalità attraverso cui favorire lo sviluppo delle imprese verso prospettive future. Questo fondo è anche uno strumento che permette di posizionare il nostro Paese in un

orizzonte più ampio di competizione».

«Ho promosso la nascita di Cysero perché voglio contribuire a scongiurare il rischio che il nostro Paese perda un'altra occasione per dimostrare la straordinaria capacità di innovazione che è in grado di generare - le parole di Alberto Bombassei -. Il progetto vuole assicurare al Paese e al nostro territorio il primato anche produttivo in un settore che contribuirà a cambiare, in tempi brevissimi, le nostre abitudini. Accadrà già nei prossimi anni, infatti, di vivere l'esperienza di incontrare un robot, con un aspetto rassicurante, che ci aiuterà a risolvere molte necessità quotidiane. Che a governare questo salto nel futuro siano anche capitali e competenze del nostro territorio e del nostro Paese è una scommessa che mi piacerebbe vincersimo, almeno questa volta».

«Siamo molto orgogliosi che Bombassei ci abbia coinvolto in questo progetto come soci fondatori, insieme anche all'amico Pierino Persico - spiega Angelo Radici, a nome anche dei fratelli Paolo e Maurizio, azionisti di



Il Kilometro Rosso sarà la sede della nuova iniziativa degli imprenditori Bombassei, Radici e Persico



Alberto Bombassei



Angelo Radici



Pierino Persico

RadiciGroup -. Si tratta di una iniziativa che vuole essere espressione della volontà di fare squadra tra realtà imprenditoriali del territorio. È uno slancio verso il futuro e verso altre esperienze, partendo dalla concretezza e dalla propensione, innata in noi bergamaschi, a guardare sempre avanti». «Quando Alberto Bombassei ci ha proposto di partecipare al fondo - sottolinea Pierino Persico -, ci ha affascinato l'idea, anzi la visione, di creare a Bergamo e in Italia un polo di competenza sulla robotica e l'intelligenza artificiale, per provare a costruire sul nostro

territorio una Silicon Valley dedicata a queste tecnologie. Il progetto è importante perché può avere ricadute di contaminazione su un territorio già altamente industrializzato».

Ampliare le competenze

«Sul territorio bergamasco c'è già un'elevata competenza sul tema - prosegue Dossena -, la volontà è quella di ampliarla ulteriormente». L'intuizione, intrecciata con epopee imprenditoriali di successo, è la filigrana che anima l'iniziativa di Cysero nella ricerca dei progetti più innovativi da sostenere: «Alcuni

target verso cui orientare gli investimenti sono già stati individuati. Il fondo è una piattaforma versatile, attraverso cui valorizzare due temi sempre più cruciali: la cybersecurity declinata all'interno della robotica umanoide, cioè di quelle tecnologie finalizzate ai servizi per la persona che necessitano di essere controllate - sottolinea Giovanna Dossena -. Tutti gli studi e le applicazioni muovono in una direzione che è quella di rendere sostenibile la tecnologia, adatta a favorire e soddisfare i bisogni della collettività».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Bilancio e sostenibilità vanno a braccetto

La sostenibilità al centro della creazione di valori di [RadiciGroup](#) - Archivio

Anche per il 2019, si conferma la capacità di [RadiciGroup](#) di creare valore per i suoi stakeholder: filiera, ambiente, dipendenti e territorio. Il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo, basato sui dati forniti da 22 siti industriali in tutto il mondo e dalla holding, ne mette in evidenza azioni e risultati concreti.

Performance positive raggiunte grazie al continuo impegno per coniugare gli obiettivi di business con l'ottimizzazione delle risorse e con la tutela delle comunità locali e delle persone. È così che [RadiciGroup](#) contribuisce al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda Onu 2030 per lo sviluppo sostenibile.

«L'impegno per uno sviluppo più sostenibile da un punto di vista economico, ambientale e sociale è un tema attuale anche e soprattutto in un momento delicato come quello che stiamo vivendo. Riveste infatti un ruolo strategico nel processo di rilancio economico e sociale ed è fondamentale per garantire un futuro migliore alle generazioni che verranno – ha commentato **Angelo Radici**, presidente di [RadiciGroup](#) -. In un contesto profondamente mutato, la condivisione di obiettivi, sforzi ed esperienze è centrale per continuare a crescere. Anche nel 2019 abbiamo dato concretezza alla nostra mission, creando valore duraturo attraverso iniziative condivise con tutti i nostri stakeholder. Abbiamo saputo reagire alle difficoltà e ai mutamenti del mercato rimanendo coesi e ciò mi rende fiducioso guardando al futuro, nonostante ci aspettino ancora mesi difficili».

CREAZIONE DI VALORE PER LA FILIERA - L'impegno di [RadiciGroup](#) nasce all'interno della propria filiera, che genera un vantaggio competitivo per l'azienda e un valore aggiunto per tutta la catena del valore. Un sistema virtuoso basato sul confronto con fornitori, clienti, associazioni e partner e su un modello di business ispirato ai principi

dell'economia circolare. Lo sforzo è quello di creare prodotti duraturi e di qualità, realizzati investendo sull'innovazione, utilizzando materie prime a limitato impatto e riciclabili, scegliendo fonti rinnovabili, minimizzando gli scarti, perfezionando i processi e adottando rigorosi sistemi di misurazione dell'impatto ambientale. Nel corso del 2019, il portafoglio di prodotti a limitato impatto di [RadiciGroup](#) si è ampliato con Renycle, la gamma di filati provenienti dal riciclo del nylon e 100% riciclabile a fine vita, con applicazioni in ambito tessile/moda, interior e automotive. Il polimero Renycle, infatti, consente di risparmiare oltre l'87% di energia e il 90% di acqua garantendo prestazioni tecniche paragonabili alla materia vergine. Inoltre, si riducono le emissioni di CO₂ del 90%.

CREAZIONE DI VALORE PER L'AMBIENTE - Per RadiciGroup, l'ambiente è uno stakeholder privilegiato, valorizzato attraverso iniziative e investimenti significativi. Nel 2019, il Gruppo ha stanziato 7,6 milioni di euro per incrementare la sostenibilità delle sue attività. Guardando ai risultati ottenuti, nel triennio 2017-2019, risultano migliorati inoltre gli indici relativi al contenimento dei rifiuti di processo per tonnellata lavorata: il dato passa infatti da 9,76 kg/t a 8,85 kg/t (-9,3%). Per quanto riguarda il consumo di energia primaria diretta, i dati 2019 evidenziano un decremento sia in termini di valore assoluto (-13,6%) sia in rapporto ai quantitativi lavorati (-2,8%). Il Gruppo continua inoltre ad affidarsi, dove possibile, alle fonti rinnovabili: anche lo scorso anno il mix energetico ha visto una percentuale rilevante di energia elettrica verde (42,1%). Numerosi siti sono alimentati con energia rinnovabile e in Italia possono contare sulla fornitura idroelettrica del partner Geogreen. Le scelte operate in questa direzione e in favore dei carburanti a minore impatto nel 2019 hanno consentito ai siti di RadiciGroup di emettere il 23,8% di gas a effetto serra in meno rispetto a quanto avrebbero fatto attenendosi ai mix energetici nazionali a loro disposizione. Altro risultato di rilievo è la percentuale di acqua risparmiata rispetto al fabbisogno teorico, pari al 70% (+5% di risparmio rispetto al 2017). RadiciGroup, inoltre, non utilizza acqua all'interno dei propri prodotti e non costituisce riserve idriche a lungo termine per le proprie attività, che rimangono così a disposizione delle comunità locali.

CREAZIONE DI VALORE PER I DIPENDENTI - Per il Gruppo le persone sono una risorsa preziosa. Il rispetto dei diritti umani, la salvaguardia della salute e della sicurezza dei lavoratori, lo spirito di squadra, la spinta al miglioramento continuo e un dialogo trasparente sono valori chiave. Oltre il 90% dei dipendenti è assunto a tempo indeterminato. Sono previsti percorsi personalizzati di formazione continua e oltre un terzo delle ore formative complessive è dedicato a salute e sicurezza.

CREAZIONE DI VALORE PER LE COMUNITA' LOCALI - RadiciGroup prosegue nel consolidamento del suo rapporto di dialogo con il territorio. Una relazione alimentata da uno scambio continuo, grazie anche all'ubicazione delle aziende in prossimità di centri urbani. In particolare in Italia l'80% dei lavoratori abita entro un raggio di 20 chilometri dalla sede aziendale, così come la famiglia Radici mantiene una presenza solida laddove il Gruppo è nato e opera. Numerose sono le iniziative a favore delle comunità locali tra cui progetti con le scuole per lo sviluppo dei talenti e il sostegno alle attività sportive giovanili locali. La passione per lo sport, inteso come palestra di vita, si concretizza nella sponsorship dello Sci Club RadiciGroup che conta oltre cento atleti di varie categorie. Importante anche la collaborazione con Atalanta B.C., squadra di riferimento del territorio. Oggi RadiciGroup costituisce un'opportunità di occupazione per i giovani, tramanda un know how manifatturiero solido e promuove un continuo rapporto di fiducia con le realtà industriali del territorio. Quest'ultimo aspetto è stato strategico per attivare una filiera Made in Italy per la produzione di dispositivi medicali in occasione dell'emergenza sanitaria. In un'ottica di evoluzione continua, RadiciGroup ha dato vita a Radici InNova, il consorzio dedicato alle attività di ricerca e innovazione del Gruppo, nel segno della sostenibilità. La nuova Società si avvale di numerose collaborazioni, anche con partner scientifici ed istituzionali esterni.

L'iniziativa

di Dario Di Vico

«Creiamo nuove imprese» Il fondo Cysero per i robot

La sfida di Bombassei, Radici e Persico: puntiamo a raccogliere 100 milioni

Per gli imprenditori di successo è arrivato il momento di quello che gli anglosassoni chiamano *give back*, della restituzione. La ripartenza post-pandemia ha bisogno che scendano in campo le migliori energie, non si può confidare solo nella spesa pubblica e nel debito.

È questo il ragionamento che ha spinto Alberto Bombassei insieme ad Angelo Radici e Pierino Persico a lanciare una nuova iniziativa: si chiama Cysero, è un fondo di venture capital finanziato inizialmente dal trio dei tre industriali bergamaschi per investire nelle migliori soluzioni di robotica umanoide e cybersecurity. I tre in perfetta sintonia con la terra in cui lavorano non amano la vuota retorica e le frasi fatte ma è chiaro che Cysero è un prototipo e anche una sorta di chiamata alle armi per la grande e media imprenditoria italiana. Servono nuove imprese nei

settori del futuro. «È un progetto — spiega Bombassei — che punta a generare non solo una filiera industriale preziosa ma anche tante opportunità per chi sulle piattaforme robotiche potrà costruire servizi, strategie di comunicazione e nuovi modelli di business».

Cysero ha l'obiettivo di raccogliere 100 milioni, i primi 15 li metteranno Bombassei-Radici-Persico e la regia dell'operazione sarà tra Bergamo e Milano, tra il Kilometro Rosso e la sgr Avm gestioni guidata da Giovanna Dossena. Il progetto è stato già presentato ad alcuni investitori istituzionali e ha come ipotesi anche una futura quotazione in Borsa. Cysero investirà in start up e Pmi innovative che poi, come si dice in gergo, «scaleranno» nella realizzazione di un nuovo polo industriale.

I tre promotori hanno in comune storie di successo e valore aggiunto nell'automot-



Presidente
Alberto Bombassei, co-fondatore della società, è presidente di Brembo dal 1993.

tive, nei tecnopolimeri e nella nautica e pensano di «valorizzare l'enorme bagaglio di competenze che l'Italia esprime nell'innovazione e che troppo spesso non raggiunge il mercato».

L'idea quindi è quella di sviluppare un vero polo italiano della robotica umanoide e

della cybersecurity. Spiega Alberto Bombassei, che presiederà il nuovo fondo: «Puntiamo alla prossima generazione di robot, quelli che entreranno nelle vite di tutti noi con la semplicità con cui ci siamo trovati in mano un cellulare nel passaggio dagli anni 90 agli anni Duemila. Grazie alla convergenza di molte tecnologie avremo robot umanoidi che ci aiuteranno nella vita quotidiana».

Penso, continua il patron della Brembo, all'assistenza negli ospedali, nelle residenze per anziani o nelle case ma anche a robot guardiani o assistenti negli aeroporti. Se oggi a un cellulare chiediamo di dirci che tempo fa non avrà problemi a trovare l'informazione nella rete ma se gli chiediamo se ho dimenticato la luce accesa o dove posso trovare il libro che stavo leggendo, questa dimensione fisica non è alla portata di Alexa e Google. «Per questo arriva-



Immaginiamo la prossima generazione di robot, quelli che entreranno nella vita di tutti noi

Bisogna valorizzare l'enorme bagaglio di competenze che l'Italia esprime nell'innovazione

ranno macchine nuove, dotate di più intelligenza e maggiore sicurezza, che potranno compiere azioni nello spazio fisico in cui ci muoviamo anche noi. Con Cysero abbiamo deciso di partecipare a questa partita».

Nella robotica esiste un robusto tessuto di iniziative e di ricerca che ha i suoi punti di eccellenza nell'Iit di Genova e nella scuola S. Anna di Pisa ma anche scuole di livello internazionale a Napoli e Verona.

La strategia

Gli ideatori metteranno i primi 15 milioni: tra le ipotesi anche la quotazione in Borsa

Ci sono quindi tutte le condizioni per rinverdire la fama degli italiani bravi come integratori di tecnologie. «Tropo spesso abbiamo assistito a idee brillanti nate in Italia che hanno trovato fortuna all'estero — dice Bombassei —. Penso a Meucci, al pc della Olivetti e al microprocessore di Faggin. Il fondo vuole dare una nuova chance al Paese e pensiamo di aver individuato i due segmenti giusti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

RadiciGroup punta sullo sviluppo green

R repubblica.it/economia/rapporti/impresa-italia/manifattura/2020/12/01/news/radicigroup_punta_sullo_sviluppo_green-276577926

1 dicembre 2020

Il miglioramento degli indici relativi al contenimento dei rifiuti di processo per tonnellata; la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra grazie all'impiego di fonti rinnovabili; il lancio di una nuova gamma di filati provenienti dal riciclo del nylon che consente di risparmiare acqua ed energia. Sono alcuni dei risultati raggiunti da **RadiciGroup**, azienda italiana specializzata nella produzione di poliammidi, intermedi chimici, polimeri ad alte performance, fibre sintetiche e non tessuti, che sono stati evidenziati nel **Bilancio di Sostenibilità 2019**.

L'azienda con sede a Gandino, in provincia di Bergamo, ha scelto sin dalle sue origini di puntare sulla realizzazione di prodotti che utilizzano materie prime a limitato impatto e riciclabili. In quest'ottica il portafoglio prodotti di **RadiciGroup** si è ampliato con Renycle, gamma di filati provenienti dal **riciclo** del nylon e 100% riciclabile a fine vita che può essere impiegata in ambito tessile/moda, interior e automotive. Si tratta di un polimero che consente di risparmiare oltre l'87% di energia e il 90% di acqua, riducendo le **emissioni** di CO₂ del 90%. Proprio l'innovazione è uno degli aspetti chiave del business per il gruppo che ha di recente dato vita a **Radici InNova**, consorzio dedicato ad attività di ricerca e innovazione nel segno della sostenibilità che si avvale anche di collaborazioni con partner scientifici e istituzionali esterni.

Una strategia che ha visto la società stanziare inoltre lo scorso anno 7,6 milioni di euro per incrementare la **sostenibilità** delle sue attività. Già nel triennio 2017-2019 sono migliorati gli indici relativi al contenimento dei **rifiuti** di processo per tonnellata lavorata: il dato è passato infatti da 9,76 kg/t a 8,85 kg/t (-9,3%). Per quanto riguarda il consumo di energia primaria diretta, i dati 2019 hanno evidenziato un decremento sia in termini di valore assoluto (-13,6%) sia in rapporto ai quantitativi lavorati (-2,8%).

Il gruppo continua poi ad affidarsi alle **fonti rinnovabili**: anche lo scorso anno il mix energetico ha visto una percentuale rilevante di energia elettrica verde (42,1%). Le scelte operate in questa direzione e in favore dei carburanti a minore impatto nel 2019 hanno consentito ai siti di **RadiciGroup** di emettere il 23,8% di gas a effetto serra in meno rispetto a quanto avrebbero fatto attenendosi ai mix energetici nazionali a loro disposizione.

L'attenzione all'ambiente va di pari passo con quella per i dipendenti per i quali sono previsti percorsi personalizzati di **formazione** continua, con oltre un terzo delle ore formative complessive dedicato a salute e sicurezza. Aspetto strategico per il gruppo, si evidenzia nel Bilancio, resta infine lo sviluppo di un dialogo costante con il territorio in cui opera. Da questo punto di vista sono numerose le iniziative promosse a favore delle **comunità** locali, tra cui progetti con le scuole per lo sviluppo dei talenti e il sostegno alle attività sportive giovanili locali.

RadiciGroup insieme a Fca e Cnr per il riciclo di componenti di auto

Progetto europeo

L'idea è: prendiamo le automobili elettriche e ibride e vediamo se tra batterie, parti in metallo e parti in plastica è possibile offrire una «nuova vita» a queste tipologie di materiali. È questo il cuore del progetto «Care-Service», all'interno di «Horizon 2020», il programma quadro dell'Unione europea per la ricerca e l'innovazione, a cui aderisce anche RadiciGroup. Per la multinazionale bergamasca - e nella fattispecie per la business area High Performance Polymers - l'obiettivo è riciclare le parti polimeriche giunte a fine vita e riformularle in modo che i clienti - gli stampatori - le possano reimpiegare per altre destinazioni d'uso.

In particolare, come spiega Riccardo Galeazzi, product manager dei materiali post consumer della divisione Hi-

gh Performance Polymers, l'obiettivo è «recuperare materiali per rimmetterli nel mercato dell'automotive, piuttosto che nel settore elettrico ed elettronico, o nell'arredamento».

Il progetto - che beneficia di un finanziamento europeo di 7 milioni di euro - ha preso il via il 1° giugno 2018 e ha una durata triennale. Ma considerata l'emergenza sanitaria, è stato prorogato di sei mesi: si concluderà quindi a dicembre dell'anno prossimo. Oltre a RadiciGroup e alla sua divisione tecnopolimeri che vanta una presenza a livello mondiale (in Bergamasca sono due gli stabilimenti: uno a Villa d'Ogna e l'altro a Chignolo d'Isola), sono 14 i partner che aderiscono al progetto. Tra gli altri Stiima-Cnr, Fca, Cobat-Consortio nazionale raccolta e riciclo, Cia Automation and Robotics e E-Vai, il primo car-sharing elet-



RadiciGroup a Villa d'Ogna. Sotto, il gruppo di lavoro



trico regionale, integrato con il sistema ferroviario lombardo.

«RadiciGroup è stata inizialmente coinvolta da Stiima-Cnr e Fca per cercare di mettere a punto un sistema in grado di riciclare alcuni componenti in poliammide presenti nel veicolo (vedi coprimotori e copripneumatici ndr)», prosegue Galeazzi. Trattandosi di pezzi a fine vita, riveste una particolare importanza il processo di preparazione, che consente di eliminare le impurità che non devono «inquinare» la fase del riciclo. Si tratta insomma di un sistema intelligente e strutturato per il riciclo dei materiali, in modo che la nuova materia prima seconda che si viene a creare mantenga proprietà vicine a quelle di riferimento.

Il 9 dicembre è in programma un webinar in cui i partner di «Care-Service» puntano a mettersi in contatto con aziende, università, ricercatori e centri di ricerca interessati ai risultati del progetto anche in vista di potenziali partnership. Proprio durante questo appuntamento saranno presentati i primi risultati.

F. B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Economia

ECONOMIA@ECO.BG.IT
www.ecodibergamo.it/economia/section/

RadiciGroup, nel 2020 limitati i danni Covid «Inizio anno in salita»

Scenario. Il presidente Angelo Radici: fatturato a -15% ma meglio delle previsioni. Intatta la voglia di reagire «Il mercato cambia, verso meno volumi e più qualità»

ELVIRA CONCA

«Gli effetti di questo secondo lockdown li pagheremo, non ora, ma il prossimo anno. Sono preoccupato anche se come tanti miei colleghi imprenditori bergamaschi la volontà di reagire non viene meno». Da uomo concreto quale è, Angelo Radici, presidente di RadiciGroup, non usa giri di parole nel descrivere lo scenario complicato in cui si muove la holding orobica (1,1 miliardi di fatturato e oltre 3.100 dipendenti nel mondo, 1.200 in provincia di Bergamo), specializzata nella produzione di poliammidi, fibre sintetiche e tecnopolimeri. Tessile moda, interior e automotive i mercati di sbocco per le produzioni RadiciGroup, tutti settori legati a filo doppio alla ripresa dei consumi. «In questo momento stiamo lavorando quasi dappertutto a pieno ritmo, chiuderemo il 2020 con una flessione del fatturato del 15%, risultato migliore rispetto alle aspettative che avevamo nel secondo trimestre quando avevamo il morale davvero a terra. Tutta-



Angelo Radici

■ Nel Bilancio di sostenibilità forti risparmi su acqua e energia. «Persone al centro»

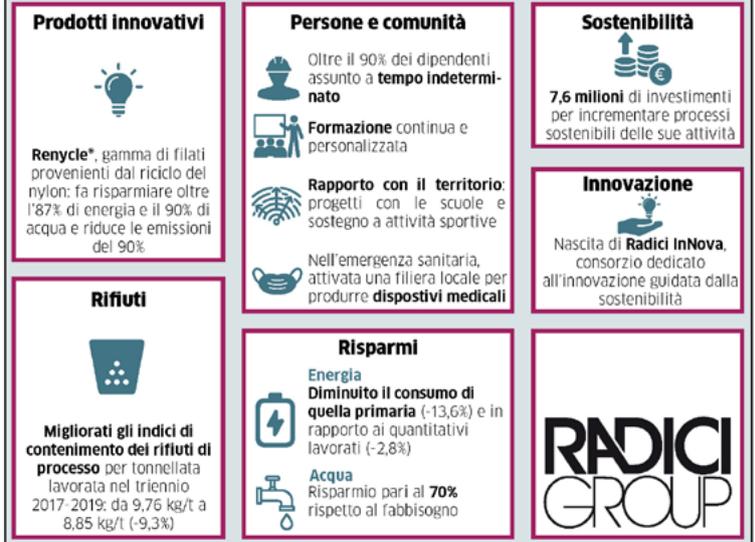
via, se non riprenderanno velocemente i consumi, il 2021 sarà in salita. Ci aspettano mesi difficili ma sono fiducioso perché abbiamo saputo reagire alle difficoltà e ai mutamenti del mercato rimanendo coesi». A domi-

nare, rimarca, l'incertezza dettata, per una parte importante, dalle preoccupazioni legate alla pandemia che pesano sulle scelte del consumatore finale, in particolare nel settore dell'automotive che per RadiciGroup vale il 50% del fatturato. «La ripartenza grazie agli incentivi c'è stata e anche noi ne abbiamo beneficiato, ma ora che succederà? Non è una situazione solo italiana, è così in tutta Europa». Buoni risultati arrivano, invece, da Cina, Stati Uniti e Brasile. «L'emergenza Covid non ha cancellato le difficoltà con cui stiamo misurando da anni. Da europeista convinto mi piacerebbe vedere un'Europa più compatta a difesa delle proprie produzioni».

RadiciGroup, assicura il presidente, è pronta a reinventarsi come già fatto nella sua storia lunga 80 anni. «Il mercato cambia, le esigenze cambiano anche il Covid -19 ci pone di fronte a possibili scelte diverse». «Nei prossimi due o tre anni -anticipa Angelo Radici - prevediamo una riduzione dei volumi a vantag-

RadiciGroup, il Bilancio di sostenibilità 2019

DANIELE TORESANI



gio di produzioni di maggiore qualità». «Stiamo lavorando moltissimo - spiega - sull'area High Performance Polymers che produce tecnopolimeri per l'automotive, elettrico ed elettronico e l'industria per recuperare valore aggiunto. Andiamo verso una diversa organizzazione perché ci viene richiesta maggiore flessibilità e capacità di rispondere a una domanda sempre più frammentata ma gestiremo tutto con tranquillità. Il futuro prevede, comunque, numeri ancora molto importanti per il nostro gruppo».

Un remix che, conferma il presidente, continuerà ad avere l'innovazione al centro, nel segno della sostenibilità. Scelta che in RadiciGroup ha già una

lunga storia alle spalle e risultati tangibili come certifica anche il Bilancio di sostenibilità 2019. A fronte di 7,6 milioni di investimenti (45 milioni dal 2015) su questo capitolo specifico, RadiciGroup ha visto arricchirsi il portafoglio di prodotti a limitato impatto con Renycle, la gamma di filati provenienti dal riciclo del nylon e 100% riciclabile a fine vita, che consente di risparmiare oltre l'87% di energia e il 90% di acqua garantendo prestazioni tecniche paragonabili alla materia vergine. Migliorati inoltre gli indici relativi al contenimento dei rifiuti di processo per tonnellata lavorata: il dato passa infatti da 9,76 kg/t a 8,85 kg/t (-9,3%). Ridotto di un ulteriore 13,6% il consumo di ener-

gia primaria (la percentuale di energia verde utilizzata è salita al 42,1%). Scelte che hanno consentito ai siti di RadiciGroup di emettere il 23,8% di gas a effetto serra in meno. Confermati tutti gli impegni verso il territorio e le comunità dove sono situati gli stabilimenti. «Le persone restano sempre al centro» si legge. «Alla sostenibilità credo ma guardo agli obiettivi e non sempre sono facili da raggiungere. Spesso ci si scontra con una legislazione che spinge sulle energie rinnovabili ma poi, nel concreto non aiuta a limitare i tanti veti che incontra chi vuole investire in questa direzione: nessuno, alla fine, vuole sul proprio territorio un impianto eolico o fotovoltaico. Questa è la verità».

RadiciGroup rilancia sullo sviluppo sostenibile

L'azienda manifatturiera italiana chiude il bilancio di sostenibilità 2019 segnando numerosi goal nella direzione della green economy. Tra materiali riciclati, energia rinnovabile e tutela dei territori, il gruppo punta sull'economia circolare

di **Laura Bittau**

26/11/2020



La sede di RadiciGroup

Il 2019 è stato un anno nel segno della sostenibilità per **RadiciGroup**. La società italiana specializzata nella produzione di poliammidi, fibre sintetiche e tecnopolimeri destinati ad applicazioni in diversi ambiti, dal tessile all'arredamento, conta stabilimenti in oltre 20 Paesi.

Coerentemente con la propria mission, il gruppo conferma e rilancia il proprio impegno per uno sviluppo sostenibile, nel tentativo di coniugare gli obiettivi di business con l'ottimizzazione e la tutela delle risorse ambientali e umane.

Il bilancio di sostenibilità 2019 riflette questo impegno, che si è tradotto in iniziative e azioni concrete quali il lancio di nuovi prodotti eco-friendly, la gestione dei rifiuti, il consumo di acqua ed energia elettrica e la valorizzazione di comunità e territori.

«L'impegno per uno sviluppo più sostenibile da un punto di vista economico, ambientale e sociale è un tema attuale anche e soprattutto in un momento delicato come quello che stiamo vivendo. Riveste infatti un ruolo strategico nel processo di rilancio economico e sociale ed è fondamentale per garantire un futuro migliore alle generazioni che verranno», ha commentato **Angelo Radici**, presidente di **RadiciGroup**. «In un contesto profondamente mutato, la condivisione di obiettivi, sforzi ed esperienze è centrale per continuare a crescere. Anche nel 2019 abbiamo dato concretezza alla nostra mission, creando valore duraturo attraverso iniziative condivise con tutti i nostri stakeholder. Abbiamo saputo reagire alle difficoltà e ai mutamenti del mercato rimanendo coesi e ciò mi rende fiducioso guardando al futuro, nonostante ci aspettino ancora mesi difficili».

Con la sua divisione Advanced textile solutions, il gruppo si occupa della produzione di un'ampia gamma di fibre realizzate a partire dai polimeri che spazia dalla poliammide al poliestere, all'acrilico, al polipropilene. Si tratta di fibre che trovano applicazione nel tessile e nella moda dopo una misurazione rigorosa dell'impatto ambientale di prodotti e servizi, nella logica dell'eco-design.

Il modello a cui **RadiciGroup** si ispira è quindi quello dell'economia circolare: i prodotti sono, infatti, riciclabili dopo il loro utilizzo. Molti di essi vengono realizzati con materiali riciclati e attraverso l'impiego di energia rinnovabile.

Sono svariati i progetti che il gruppo ha in cantiere nell'ottica della sostenibilità. Tra i tanti, la progettazione di un reggiseno interamente realizzato in materiale riciclabile e riutilizzabile, anche in altri ambiti, al termine del suo ciclo di vita e Renycle, la gamma di filati prodotti dal riciclo del nylon, capaci di far risparmiare oltre l'87% di energia e il 90% di acqua e riduce le emissioni del 90% (vedi scheda in allegato).

Altri risultati rilevanti sono stati la percentuale di acqua risparmiata rispetto al fabbisogno teorico, pari al 70% (con un +5% di risparmio rispetto al 2017) e l'impiego, laddove possibile, di energie rinnovabili nella filiera produttiva.

In un'ottica di evoluzione continua, infine, **RadiciGroup** ha dato vita a **Radici inNova**, un consorzio dedicato alle attività di ricerca e innovazione del gruppo, avvalendosi di numerose collaborazioni, anche con partner scientifici ed istituzionali esterni. (riproduzione riservata)

Radici InNova, come un gruppo chimico fa innovazione puntando sulla sostenibilità

economyup.it/innovazione/radici-innova-come-un-gruppo-chimico-fa-innovazione-puntando-sulla-sostenibilita

18 novembre
2020



Stefano Alini, CEO di Radici InNova

La società di **Radici** Group sviluppa progetti di ricerca e innovazione legati al riciclo e all'economia circolare, per esempio lavorando su vecchi air-bag, e studia nuovi materiali compositi a basso impatto ambientale per i trasporti. “Ci guida l’impegno per la sostenibilità” dice Stefano Alini, CEO di **Radici** InNova

di **Luciana Maci**

1 minuto fa

Stefano Alini, CEO di **Radici** InNova

Anche un'azienda chimica può scegliere la sostenibilità. Soprattutto un'azienda chimica. Ma, per farlo, ha bisogno di innovazione. Da queste premesse è scaturita **Radici InNova**, società di **RadiciGroup**, colosso internazionale nel settore dei prodotti chimici. Si tratta di una società consortile, senza scopo di lucro, che punta a sviluppare nuovi **progetti di ricerca e innovazione per i settori della chimica**, dei polimeri ad alte prestazioni, delle soluzioni tessili avanzate. Tutto questo rimanendo in linea con la strategia di sostenibilità del Gruppo. Come? Per esempio studiando **metodologie per recuperare materiali in poliammide giunti a fine vita** e utilizzarli in nuove applicazioni. “Siamo fortemente convinti che la chimica possa risolvere i problemi che in passato si sono generati, anche per mancanza di conoscenza e comportamenti non virtuosi” dice a EconomyUp **Stefano Alini**, CEO di **Radici** InNova. “Ora può fare molto nel campo della bonifica e della riduzione degli inquinanti. Non solo: se pensiamo ai materiali chimici per l’igienizzazione e la protezione delle persone, ci rendiamo conto

che è una risorsa preziosa in tempi di emergenza sanitaria”. Ma vediamo meglio quali sono le attività del gruppo Radici, per poi approfondire le sue strategie di innovazione.

Che cosa fa Radici Group

Con circa 3.100 dipendenti, un fatturato di 1.092 milioni di euro nel 2019 e un network di unità produttive e sedi commerciali dislocate tra Europa, Nord e Sud America e Asia, RadiciGroup è tra i leader mondiali nella produzione di una vasta gamma di intermedi chimici, polimeri di poliammide, tecnopolimeri ad alte prestazioni e soluzioni tessili avanzate, tra cui filati in nylon, filati in poliestere, filati provenienti da recupero e da fonti bio, non tessuti e dispositivi di protezione in ambito sanitario.

Come funziona Radici InNova

Il progetto della società consortile (che riunisce cioè 8 consorziati), già in cantiere da alcuni anni, ha ricevuto il via ufficiale a dicembre 2019 ed è partito operativamente nel localizzati a Novara, presso uno degli stabilimenti più grandi del gruppo, Radici Chimica. “Radici InNova – spiega Alini- nasce dall’esigenza di avere un’attività di ricerca e innovazione trasversale alle aree di business storiche del gruppo, che negli anni hanno portato avanti attività di ricerca incrementale, mentre ora si cercano nuovi processi e prodotti. Si è resa perciò necessaria una struttura dedicata all’innovazione che potesse mettere a fattor comune le varie competenze. L’obiettivo è inserirsi in nuovi mercati e cogliere nuove occasioni di business”.

Nello specifico, sono cinque le macro-aree su cui si focalizzano le attività di Radici InNova:

- **Sviluppo di polimeri da fonte bio**, quindi a ridotto impatto ambientale, con applicazioni in diversi settori, tra cui l’automotive e l’abbigliamento
- **Produzione di intermedi chimici** derivati da fonti naturali, utilizzati nella produzione di nylon, poliesteri e poliuretani e impiegati a loro volta in una vasta gamma di prodotti di uso quotidiano
- **Sviluppo di soluzioni per l’economia circolare**, al fine di allungare il più possibile la durata dei prodotti, riciclandoli a fine vita per nuovi usi (eco-design)
- **Nuove opportunità di business**, anche per prodotti già esistenti, come per esempio è avvenuto per il tessuto non tessuto prodotto dal Gruppo, che nel corso del lockdown è diventato l’ingrediente di base nella creazione di una nuova filiera Made in Italy per produrre camici e mascherine e far fronte così in tempi strettissimi all’emergenza sanitaria
- **Ottimizzazione dei processi industriali**, nella direzione di una sempre maggiore sostenibilità e di un miglioramento delle performance.

“A guidarci è la sostenibilità – sottolinea il CEO – centrale per tutti i progetti. Ne abbiamo diversi legati al riciclo: riciclo di tipo meccanico, chimico, per dissoluzione (cioè fisico, un lavaggio molecolare dei polimeri). Il focus è sull’economia circolare”. Da qualche anno questo modello di produzione e consumo che implica condivisione, prestito, riutilizzo, riparazione, ricondizionamento e riciclo dei materiali e prodotti

esistenti il più a lungo possibile ha cominciato ad essere implementato da imprese e cittadini.

Ora anche [Radici](#) InNova sta sperimentando procedimenti che rendano possibile riutilizzare materiale a fine vita (post-consumer) per uso tessile e altro. Per esempio **sta lavorando su vecchi air-bag**: “Stiamo tentando, attraverso un processo di “lavaggio molecolare”, di recuperare il polimero mantenendo le performance di utilizzo per una seconda applicazione” spiega Stefano Alini. Risultato: **da questo oggetto ritenuto inutilizzabile potrebbe nascere del filo per fare un tappeto**. Allo stesso modo la società sta lavorando su capi di abbigliamento a fine vita. “Stiamo cercando soluzioni per separare la poliammide, quella che serve a noi, dagli altri materiali con cui si trova solitamente accoppiata. **Spesso ci si trova davanti a rifiuti di cui non sappiamo cosa fare perché in fase di design del prodotto non si è ragionato sul suo fine vita**. Noi promuoviamo il concetto di eco-design dove tutta la filiera diventa protagonista”.

Un altro progetto riguarda l'utilizzo di **materiali disponibili per nuove applicazioni**. [Radici](#) Innova è al lavoro per cercare di ottenere materiali composti da utilizzare nel settore automotive, soprattutto nei trasporti e nell'aviazione. Partendo da un tessuto in fibra di vetro o carbonio, impregnato con un materiale polimerico e composto di strati, si ottiene un laminato con resistenza elevatissima, resistente come l'acciaio ma che pesa molto di meno. **Utilizzare questo tipo di materiale nell'automotive vuol dire contribuire all'alleggerimento del mezzo di trasporto**. E, se il mezzo è più leggero, consumerà anche meno CO₂. Con benefici facilmente immaginabili per l'ambiente e il pianeta.

La società sta studiando anche nuove possibilità in campo medicale, in quanto [RadiciGroup](#) è attiva nella produzione di camici, calzari, copricapo che utilizzano il polipropilene, un tessuto non tessuto. “Stiamo lavorando – dice Alini – per arrivare a realizzarli con un unico materiale, in modo che possano essere agevolmente recuperati e rimacinati. **Progettare prodotti monomateriale è alla base dell'economia circolare**”.

A monte c'è la necessità di una misurazione oggettiva della riduzione dell'impatto ambientale. “Occorre sempre avere dei parametri per capire se un prodotto riciclato può avere un impatto più basso di uno non riciclato e di quanto” conclude il CEO.

Radici Group: «Facciamo chimica verde per moda e auto. Con una passione per l'Atalanta»



Sostenibili? Noi lo siamo da quarant'anni. «Da quando nel 1981 abbiamo fatto confluire tutti gli scarti delle nostre lavorazioni tessili in uno stabilimento che produce tecnopolimeri esclusivamente a partire da materiali di scarto e che oggi si trova a Chignolo d'Isola, in provincia di Bergamo». A 40 chilometri di distanza, nella cittadina di Gandino, in Valseriana, **Radici Group** ha fatto del basso impatto ambientale e dell'economia circolare la sua bussola. Angelo **Radici**, classe 1951, ne è presidente e amministratore delegato.

La chimica italiana

Di quella svolta sostenibile è stato l'interprete a fianco dei fratelli Maurizio, vice presidente, e Paolo, consigliere. Ma è solo l'ultima delle svolte del gruppo bergamasco nei suoi 80 anni di storia. Il gruppo è specializzato nella produzione di poliammidi, fibre sintetiche e tecnopolimeri, un business da 1,1 miliardi di fatturato, un terzo in Italia, e oltre 3.100 dipendenti. Servono per l'automotive, il tessile, l'abbigliamento ma anche per l'elettronica. Ora contribuiranno a produrre camici per il personale sanitario, una svolta impressa a primavera, per fare fronte all'emergenza negli ospedali e che ora è diventata una linea di business stabile, un nuovo fronte di sviluppo.

Radici group è una delle aziende che animano la chimica made in Italy «la cui forza oggi sta nel puntare su produzioni a maggior valore aggiunto, diventando leader nelle nicchie. E ora dobbiamo di nuovo accelerare il cambiamento allungando ancora di più la filiera per presidiare il mercato a valle e collaborare di più con i clienti. Stiamo lasciando la nostra cultura del passato che puntava su grandi volumi con pochi articoli. Ed è impegnativo. Dobbiamo adeguare gli impianti, cambiare l'organizzazione, diventare più flessibili e adatti a una domanda più frammentata».

Gli investimenti

Nella crescita il gruppo bergamasco dal 2015 ha investito 216 milioni. Di questi 45 sono stati spesi in sostenibilità e innovazione tecnologica solo nel 2019. Angelo **Radici** è anche un tifoso dell'Atalanta, come del resto tutta la famiglia, co-sponsor della squadra bergamasca e anche azionista con il 5%. La figlia Cristina è sposata con l'amministratore delegato Luca Percassi. «Io in realtà sarei interista. Ma l'Atalanta è il club del nostro territorio e devo dire che dà parecchie soddisfazioni. Mentre qualche volta quando vedo l'Inter mi arrabbio», dice **Radici**, grande appassionato di sci. La famiglia è al centro dell'impresa, «è il suo futuro». Proprio per questo la dinastia si è affidata ad Ambrosetti per disegnare le regole di governance e successione che dovranno garantire quel futuro, fatto anche dai telai tessili della **Itema**, l'energia rinnovabile di **Geogreen** e hotellerie con **l'Excelsior** San Marco a Bergamo.

Il presidente di Confindustria Carlo Bonomi ha riaperto i riflettori sulla chimica italiana, terza in Europa. Quali saranno ora i vostri fronti di crescita?

«Abbiamo appena tenuto a battesimo **Radici** InNova che mette a fattor comune le competenze delle diverse attività del gruppo. Ora sarà possibile sviluppare progetti integrati di ricerca avanzata, allineati alla nostra strategia di sostenibilità. Sarà un centro di coordinamento della ricerca. Poi, sviluppiamo tecnopolimeri per sostituire i metalli nell'auto elettrica del futuro. La ricerca, quella vera, è un rischio, grande, per un'impresa ma noi lo assumiamo».

In dettaglio?

«Pensiamo allo sviluppo di polimeri da fonte biologica per auto e abbigliamento, per esempio. Abbiamo comprato una realtà vicino a Vercelli, piccola ma che guarda al futuro perché recupera le fibre tessili che tornano poi a essere nuove fibre di nylon per la moda. Avere una fibra in nylon di qualità da uno scarto è complicato, costa di più della materia prima vergine. Ma è la stessa industria della moda che ci chiede di essere sostenibili. Dobbiamo essere ancora più bravi e lavorare per avere un filo sempre più puro. Produciamo inoltre un polimero completamente da fonte bio. Nella nostra storia ci siamo reinventati cento volte e così sarà ancora, il mercato lo richiede. Mio nonno Pietro nel '41 aveva fondato una tessitura per produrre coperte, mio padre Gianni a partire dagli anni '50 ha diversificato con tappeti, tessuti, moquette. Poi è iniziata la produzione di polimeri e fibre sintetiche. E con lo sviluppo dei mercati abbiamo comprato un ex sito produttivo Montedison, a Novara.

Quali sono gli obiettivi raggiunti sul fronte della sostenibilità?

«In dieci anni in tutto abbiamo ridotto del 17,5% l'utilizzo di energia per tonnellata lavorata, tagliato del 61,5% le emissioni di CO₂, e diminuito dell'8,6% l'utilizzo di acqua. E questo si applica a tutte le nostre aree di business. Dalla **Radici** Group Specialty Chemicals, leader nella chimica del nylon, che realizza prodotti e intermedi chimici, alla Advanced Textile Solutions che produce filati in nylon o poliestere, utilizzati per la pavimentazione tessile, l'abbigliamento, l'automotive. Fino all'area High Performance Polymers che produce tecnopolimeri per l'automotive, elettrico ed elettronico, water management e industria».

Farete altre acquisizioni?

«In un anno difficile come questo abbiamo comprato la Zeta Polimeri a Vercelli. Recupera fibre sintetiche e materiali termoplastici. In questa operazione abbiamo investito dieci milioni per rispondere meglio alle richieste di sostenibilità provenienti dai settori a valle. I polimeri di poliammide 6 da riciclo utilizzati per creare filati per l'abbigliamento rispetto ai polimeri vergini consentono di risparmiare l'87,4% di energia, il 90,4% di acqua e di tagliare dell'89,3% le emissioni di CO₂. I clienti vanno all'estero per comprare le materie prime "commodity" e in Italia acquistano quelle a maggiore valore. È una sfida culturale per un'impresa chimica. E non è scontata».

Quali le difficoltà?

«Si parla molto per esempio di reshoring delle attività produttive per tenere sotto controllo la filiera, per sostenerla, renderla tracciabile e farci trovare pronti nei momenti di emergenza. Ma noi imprenditori avremmo bisogno di maggior sostegno politico per salvaguardare il Made in Europe».

Come immagina il futuro ?

«Siamo e resteremo un gruppo familiare e ad oggi non guardiamo a una quotazione in Borsa. La proprietà è divisa in pesi uguali tra i tre rami familiari, il mio e quello dei miei due fratelli. Arrivati alla terza generazione abbiamo deciso di disegnare regole e governance, attuali e future. Ci siamo avvalsi dei consulenti di Ambrosetti. Abbiamo deciso che al vertice ci sarà sempre un solo esponente per ramo familiare. Per imparare facciamo corsi di formazione in famiglia. Chi vorrà impegnarsi nel gruppo potrà candidarsi, se no farà l'azionista. Sono sposato con Olga da più di 40 anni e ho tre figli: Cristina guida le attività sportive legate allo sci ed è impegnata nella società che gestisce gli impianti sul Monte Pora, vicino a Bergamo, Mariella è un'impreditrice nella ristorazione tra Milano e Londra con i ristoranti di RC Group, tra i quali 'Il Macellaio' ed Emanuele studia ingegneria al Politecnico di Milano».

del **CORRIERE DELLA SERA**



**NUOVI TERRITORI
PER LA CHIMICA
MADE IN ITALY
DOBBIAMO ESSERE VICINI
A FILIERE E MODA**

ANGELO RADICI

Sostenibili? Noi lo siamo da quarant'anni. «Da quando nel 1981 abbiamo fatto confluire tutti gli scarti delle nostre lavorazioni tessili in uno stabilimento che produce tecnopolimeri esclusivamente a partire da materiali di scarto e che oggi si trova a Chignolo d'Isola, in provincia di Bergamo». A 40 chilometri di distanza, nella cittadina di Gandino, in Valseriana, RadiciGroup ha fatto del basso impatto ambientale e dell'economia circolare la sua bussola. Angelo Radici, classe 1951, ne è presidente e amministratore delegato. Di quella svolta sostenibile è stato l'interprete a fianco dei fratelli Maurizio, vice presidente, e Paolo, consigliere. Ma è solo l'ultima delle svolte del gruppo bergamasco nei suoi 80 anni di storia.

Il gruppo è specializzato nella produzione di poliammidi, fibre sintetiche e tecnopolimeri, un business da 1,1 miliardi di fatturato, un terzo in Italia, e oltre 3.100 dipendenti. Servono per l'automotive, il tessile, l'abbigliamento ma anche per l'elettronica. Ora contribuiranno a produrre camici per il personale sanitario, una svolta impressa a primavera, per fare fronte all'emergenza negli ospedali e che ora è diventata una linea di business stabile, un nuovo fronte di sviluppo. Radici group è una delle aziende che animano la chimica made in Italy «da cui forza oggi sta nel puntare su produzioni a maggior valore aggiunto, diventando leader nelle nicchie. E ora dobbiamo di nuovo accelerare il cambiamento allungando ancora di più la filiera per presidiare il mercato a valle e collaborare di più con i clienti. Stiamo lasciando la nostra cultura del passato che puntava su grandi volumi con pochi articoli. Ed è impegnativo. Dobbiamo adeguare gli impianti, cambiare l'organizzazione, diventare più flessibili e adattati a una domanda frammentata».

Nella crescita il gruppo dal 2015 ha investito 216 milioni. Di questi 45 sono

«Ricerca e sostenibilità le chiavi del nostro successo» spiega il presidente e ceo di RadiciGroup, 1,1 miliardi di ricavi, che produce fibre per l'industria tessile, l'automotive e l'elettronica

«La famiglia resta il futuro del gruppo, ma stiamo scrivendo nuove regole di governance per la quarta generazione».

di Daniela Polizzi

stati spesi in sostenibilità e innovazione tecnologica nel 2019. Angelo Radici è anche un tifoso dell'Atalanta, come del resto la famiglia, co-sponsor della squadra e anche azionista con il 5%. La figlia Cristina è sposata con l'amministratore delegato Luca Percassi.

«Io in realtà sarei interista. Ma l'Atalanta è il club del nostro territorio e devo dire che dà parecchie soddisfazioni. Mentre qualche volta quando vedo l'Inter mi arrabbio», dice Radici, grande appassionato di sci. La famiglia è al centro dell'impresa, «è il suo futuro». Proprio per questo la dinastia si è affidata ad Ambrosetti per disegnare le regole di governance e successione che dovranno garantire quel futuro, fatto anche dai tessuti della Itema, l'energia rinnovabile di Geogreen e hotellerie con l'Excelsior San Marco a Bergamo. Radici è appassionato di tecnologia: a titolo personale ha appena investito nella Dott, startup olandese nell'affitto di monopattini elettrici.

Il presidente di Confindustria Carlo Bonomi ha riacceso i riflettori sulla chimica italiana, terza in Europa. Quali sono ora i fronti della crescita? «Abbiamo appena tenuto a battesimo Radici InNova che mette a fattor comune le competenze delle diverse attività del gruppo. Ora sarà possibile sviluppare progetti integrati di ricerca avanzata, allineati alla nostra strategia di sostenibilità. Sarà un centro di coordinamento della ricerca. Poi, sviluppa-

mo tecnopolimeri per sostituire i metalli nell'auto elettrica del futuro. La ricerca, quell'altra, è un rischio, grande, per un'impresa ma noi lo assumiamo».

In dettaglio?

«Pensiamo allo sviluppo di polimeri da fonte biologica per auto e abbigliamento, per esempio. Abbiamo comprato una realtà vicino a Vercelli, piccola ma che guarda al futuro perché recupera le fibre tessili che tornano poi a essere nuove fibre di nylon per la moda. Avere una fibra in nylon di qualità da uno scarto è complicato, costa di più della materia prima vergine. Ma è la stessa industria della moda che ci chiede di essere sostenibili. Dobbiamo essere ancora più bravi e lavorare per avere un filo sempre più puro. Produciamo inoltre un polimero completamente da fonte bio. Nella nostra storia ci siamo reinventati cento volte e così sarà ancora, il mercato lo richiede. Mio nonno Pietro nel '41 aveva fondato una tessitura per produrre coperte, mio padre Gianni a partire dagli anni '50 ha diversificato con tappeti, tessuti, moquette. Poi è iniziata la produzione di polimeri e fibre sintetiche. E con lo sviluppo dei mercati abbiamo comprato un ex sito Montedison, a Novara.

Quali sono gli obiettivi raggiunti sul fronte della sostenibilità?

«In dieci anni in tutto abbiamo ridotto del 17,5% l'utilizzo di energia per tonnellata lavorata, tagliato del 61,5% le emissioni di CO₂, e diminuito dell'8,6% l'utilizzo di acqua. E questo si applica a tutte le nostre aree di business. Dalla RadiciGroup Specialty Chemicals, leader nella chimica del nylon, che realizza prodotti e intermedi chimici, alla Advanced Textile Solutions che produce filati in nylon o poliestere, utilizzati per la pavimentazione tes-



● Su L'Economia

Il risveglio della chimica italiana al servizio di filiere e distretti o, come dice Paolo Lamberti, infrastruttura tech per la crescita del manifatturiero, è il tema del servizio di Dario Di Vico sul numero del 19 ottobre (foto sopra).

● RadiciGroup

È la prima realtà europea integrata nel nylon attraverso una filiera lunga che va dalla chimica ai filati. Ha chiuso il 2019 con 1,1 miliardi di ricavi e un utile di 165 milioni. L'Asia cresce a buon ritmo mentre i mercati europei e Usa sono ancora nell'incertezza. Ma il gruppo continua a investire nella crescita: 45 milioni nel 2019

sile, l'abbigliamento, l'automotive. Fino all'area High Performance Polymers che produce tecnopolimeri per l'automotive, elettrico ed elettronico, water management e industria».

Farete altre acquisizioni?

«In un anno difficile come questo abbiamo comprato la Zea Polimeri a Vercelli. Recupera fibre sintetiche e materiali termoplastici. In questa operazione abbiamo investito dieci milioni per rispondere meglio alle richieste di sostenibilità provenienti dai settori a valle. I polimeri di poliammide 6 da riciclo utilizzati per creare filati per l'abbigliamento rispetto ai polimeri vergini consentono di risparmiare l'87,4% di energia, il 90,4% di acqua e di tagliare dell'89,3% le emissioni di CO₂. I clienti vanno all'estero per comprare le materie prime "commodity" e in Italia acquistano quelle a maggiore valore. È una sfida culturale per un'impresa chimica. E non è scontata».

Quali le difficoltà?

«Si parla molto per esempio di reshoring delle attività produttive per tenere sotto controllo la filiera, per sostenere la renditura tracciabile e farci trovare pronti nei momenti di emergenza. Ma noi imprenditori avremmo bisogno di maggior sostegno politico per salvaguardare il Made in Europe».

Come immagina il futuro?

«Siamo e resteremo un gruppo familiare e ad oggi non guardiamo a una quotazione in Borsa. La proprietà è divisa in pesi uguali tra i tre rami familiari, il mio e quello dei miei due fratelli. Arrivati alla terza generazione abbiamo deciso di disegnare regole e governance, attuali e future. Ci siamo avvalsi dei consulenti di Ambrosetti. Abbiamo deciso che al vertice ci sarà sempre un solo esponente per ramo familiare. Per imparare facciamo corsi di formazione in famiglia. Chi vorrà impegnarsi nel gruppo potrà candidarsi, o farà l'azionista. Sono sposato con Olga da più di 40 anni e ho tre figli: Cristina guida le attività sportive legate allo sci ed è impegnata nella società che gestisce gli impianti sul Monte Pora, vicino a Bergamo, Mariella è un'impresaria nella ristorazione tra Milano e Londra con i ristoranti di RC Group, tra i quali 'Il Macellaro', ed Emanuele studia ingegneria al Politecnico di Milano».

del **CORRIERE DELLA SERA**

Dal lockdown al green deal la rigenerazione dell'industria nazionale passa per una «rete lombarda» di aziende che offrono soluzioni a chi produce beni finali. «Siamo l'infrastruttura tecnologica al servizio del manifatturiero, come la banda larga per il digitale», spiega Paolo Lamberti, presidente di Federchimica

di **Dario Di Vico**

Chi pesa di più in Europa



(plastica e fertilizzanti) rappresenta il restante 40%. Ed è proprio questa dislocazione a valle, molto a ridosso del mercato, a segnare una differenza di almeno 15 punti rispetto alla media europea (più a monte) e a rendere più decisiva l'innovazione di prodotto rispetto alle economie di scala.

La Nazionale e gli stranieri

Infine la proprietà: il 38% delle imprese è a capitale estero, i gruppi italiani medio-grandi sono il 23% e le Pmi il 39%. Una presenza che in Federchimica viene definita «bilanciata» sia perché gli stranieri hanno saputo valorizzare e replicare il modello italiano ma anche perché si tratta di Pmi sui generis. Che presentano un valore aggiunto per addetto quasi doppio rispetto alla media dei Piccoli dell'industria italiana e una spesa per il personale di 50,6 migliaia di euro contro 38,2. La classifica dei fatturati è capeggiata da un gruppo della chimica di base, la Versalis (Eni) ma subito dopo arrivano le multinazionali tascabili come Mapei, Bracco, Radici Group, Sol e Coim Group mentre le grandi straniere ci sono tutte (da Basf e Bayer a Solvay e LyondellBasell).

Le imprese a controllo estero sono in tutto 278, occupano 32 mila addetti e acquistano da fornitori italiani quasi 9 miliardi di euro l'anno di beni intermedi. Dal punto di vista della localizzazione la chimica italiana è decisamente nordista con la Lombardia in primissima fila con un 42% degli occupati, che ne fa anche la seconda regione d'Europa nella chimica fine dopo la Renania-Vestfalia e prima della Baviera.

Le mosse sotto lockdown

La pandemia non ha scalfito queste sicurezze perché durante il lockdown le imprese del settore sono state riconosciute essenziali e sono rimaste aperte per servire innanzitutto la filiera alimentare e la sanità. Ma l'attività è stata anche trainata dall'improvvisa richiesta di ossigeno, fibre per le mascherine, dispositivi medici monouso, soluzioni disinfettanti e prodotti per la sanificazione. «È un'ulteriore conferma del nostro ruolo di infrastruttura tecnologica al servizio del settore manifatturiero, siamo come la banda larga per il digitale» commenta Paolo Lamberti, presidente di Federchimica. Che candida il settore a ricoprire un ruolo chiave anche nel new Green Deal. «In un Paese povero di materie prime come il nostro, la chimica ha dato risposte all'insegna del "fare di più con meno" e questo know how ci ha permesso di essere all'avanguardia nell'economia circolare. Daremo ulteriori soluzioni innovative alle aziende dei settori che producono i beni finali».

Gli esempi non mancano: prodotti chimici per garantire l'efficienza energetica delle abitazioni, soluzioni per il trattamento delle acque e combattere la dispersione, nuovi imballaggi per garantire al cibo più lunga conservazione, inchiostri speciali per la produzione di piastrelle risparmiando energia e via di questo passo. «La chiamiamo chimica 4.0 e la vediamo come un'occasione per riprodurre il vantaggio competitivo della nostra specializzazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Paolo Lamberti
Presidente e amministratore delegato della Lamberti di Albizzate (Varese), è presidente di Federchimica



Daniele Ferrari
Amministratore delegato di Versalis (Eni), presiede Matrica, la joint venture nella chimica da rinnovabili fra Eni e Novamont



Marco Squinzi
Vicepresidente di Federchimica, è co-amministratore delegato della Mapei con la sorella Veronica



Angelo Radici
Presidente di RadiciGroup di Bergamo: è entrato nel 2019 nella Top 100 dei manager italiani di Forbes



La prima industria chimica italiana è l'Acna di Cengio. Seguono Menarini ('86) e Montecatini ('88)



A inizio secolo viene fondata Rumianca (nel '22 la Sir), nel '19 Angelini, nel '35 Chiesi e Farmitalia



Affidato alle cure di Enrico Mattei, che ne sarà presidente, nasce l'Ente Nazionale Idrocarburi



Il Nobel per la chimica va a Giulio Natta: c'è il Moplen di Montecatini che nel '66 con Edison diventa Montedison



Dopo la crisi petrolifera (1973 e '79) a fine anni Ottanta si tenta l'unione tra Eni e Montedison

È stato un passaggio della relazione di Carlo Bonomi («la chimica italiana è terza in Europa») all'assemblea nazionale di Confindustria a riaccendere i riflettori su un settore che ad ora dei fatturati, della quota di export, del valore aggiunto e della capacità di attrarre le multinazionali, non gode del protagonismo che meriterebbe. Stenta a farsi largo l'idea che la chimica italiana sia stata capace nel tempo di lasciarsi alle spalle i disastri del passato legati per lo più alle grandi imprese a proprietà pubblica e di inventarsi un posizionamento più a valle, che sia riuscita ad attraversare senza danni la Grande Crisi 2008-15, abbia retto alla prova del lockdown e oggi si proponga come «solution provider» davanti alla grande sfida del New Green Deal. Spiega lo storico dell'impresa Andrea Colli che ha studiato la chimica nei primi anni Dieci: «Il settore ha vissuto una dinamica positiva tipica del quarto capitalismo e il caso Mapei ne è forse l'esempio più lineare. Il modello si è rivelato azzeccato perché ha dato competitività e internazionalizzazione».

Aggiunge Giovanni Foresti della direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo che ha curato di recente un'indagine sul settore: «La forza della chimica italiana sta nell'essere al servizio di tutte le specializzazioni produttive, dall'agrofood alle costruzioni. A Nordest dietro i successi della conca ci sono le innovazioni della chimica, al Centro dietro il farmaceutico idem e questo vale per i distretti della gomma-plastica del Sebino e per tantissimi altri modelli locali di specializzazione. L'aver saputo dare risposte ai bisogni dei settori è stata una grande dimostrazione di flessibilità imprenditoriale». È la prova di una trasformazione ininterrotta iniziata con la grande svolta degli anni '80, maturata negli anni '90 e dimostrata via via capace di aggiornare la rotta. È ovvio che di necessità abbiamo fatto virtù: lo attesta la nostra bilancia commerciale con quel 1,5 miliardi di saldo negativo nella chimica di base che ci ricordano ancora gli errori del passato, solo attenuati statisticamente dall'avanzo prodotto dalla chimica fine (+4,2 miliardi) e dalla «sorella» farmaceutica (+3,6%).

Vicini al mercato

Ma proviamo ad abbinare a questi giudizi e ricostruzioni storiche i numeri-chiave di oggi. L'Italia vale il 9,5% della chimica europea dietro alla superpotenza tedesca (27,2%) e alla Francia (13,4%) ma davanti a Spagna, Regno Unito e Paesi Bassi. In alcune produzioni della chimica fine siamo addirittura leader mondiali, come nei principi attivi dei farmaci. Le imprese sono più di 2.800 e occupano direttamente circa 112 mila addetti che conteggiando l'indotto vanno più che raddoppiati. Se nell'arco di tempo che va dal 2007 al 2019 le vendite domestiche sono scese del 27,7% l'export ha compensato, per larga parte, salendo del 36,7%. Stiamo parlando anche del settore che con la minore incidenza di sofferenze sui prestiti bancari a dimostrazione di una migliore patrimonializzazione. Sommando la chimica fine e specialistica (vernici, inchiostri) a quella per il consumo (cosmetici e detersivi) si sfiora il 60% del totale della produzione, la chimica di base e fibre

AL SERVIZIO DEI DISTRETTI LA VIA ITALIANA PER LA CHIMICA

RadiciGroup un video sulla crisi climatica

In BergamoScienza

RadiciGroup è da molti anni tra i principali sostenitori di BergamoScienza, l'appuntamento annuale di divulgazione scientifica, che si è aperto sabato scorso e che andrà avanti fino a domenica 18 ottobre con una modalità tutta in digitale.

«Abbiamo sostenuto fin da subito - fa sapere RadiciGroup, -, l'idea degli organizzatori di un Festival in versione virtuale, con incontri e conferenze comodamente e gratuitamente fruibili da remoto»

RadiciGroup proporrà un contributo video prima dell'evento: «Chi vuole nascondere la verità sul clima?», in programma sabato 10 ottobre alle ore 21, che analizzerà la quantità di notizie relative alla crisi climatica con cui entriamo in contatto quotidianamente. «Il nostro intervento - spiega la società bergamasca - sarà basato sull'importanza del dubbio nell'attività strategica di un'azienda e su come la scienza, attraverso la misurazione, possa offrire valide risposte».

Dai telai alla grande chimica ha portato la valle nel mondo

Il ricordo. Quindici anni fa moriva Gianni Radici, ha dato forma al RadiciGroup. Appassionato di montagna e sport, sempre vicino alla sua gente e al territorio

SILVANA GALIZZI

Quel 5 ottobre del 2005 era un mercoledì. Gianni Radici muore a 81 anni, dopo un decennio di malattia. L'ictus l'aveva colpito nel 1995 in Ungheria durante un viaggio di lavoro: avrebbe dovuto partecipare a un'inaugurazione alla Lurotex, entrata in quei primi anni Novanta nel RadiciGroup. Inizia invece un lungo periodo in cui l'imprenditore leffese, pur limitato nell'attività e nella parola, non ha mai smesso di essere vicino alle aziende e al territorio, insieme alla sua grande famiglia: la moglie Luciana, con la quale ha condiviso 59 anni di vita, e i figli Paolo, Maria Grazia, Brunella, Angelo, Fausto (scomparso nel 2002) e Maurizio.

Ai funerali, il sabato 8 ottobre, c'è tutto il paese e non solo. «Gianni, Leffe ti ringrazia e ricorderà sempre», dice uno striscione appeso lungo la strada percorsa dal corteo funebre. Un'attestazione di stima, tra le tante di quei giorni, che dà voce all'affetto che ancora oggi si sente in valle parlando di Gianni Radici.

Il suo cammino da imprenditore inizia presto. Classe 1924, nei primi anni Quaranta è a fianco del padre Pietro Radici che ha rilevato una tessitu-



Gianni Radici

■ Oggi e domani Messe a Casnigo, Vall'Alta, Leffe e Peia. Celebrazione anche domenica 11

ra a Leffe per produrre coperte. Gianni comincia a lavorare tra i telai e da quella prima esperienza costruisce un gruppo che oggi conta 3.100 dipendenti, oltre 20 siti produttivi e sedi commerciali in tutto il mondo e un fatturato 2019 di 1.092 milioni di euro.

Alcune date segnano snodi fondamentali dello sviluppo. Gianni Radici capisce infatti per tempo che è necessario cambiare pelle al tessile tradizionale. Nel 1960 entra così nelle fibre sintetiche con la Manifattura Automatica di Gandino per la tessitura del nylon e quattro anni dopo, nel 1964, compie un primo fondamentale passo a monte della filiera fondando la Radicifil di Casnigo per la filatura del nylon. Il passo da gigante nella grande chimica avverrà vent'anni dopo: nel 1986, Gianni Radici rileva dalla Montedison lo stabilimento ex Montedipe di Novara. Il gruppo entra così nella produzione della materia prima, il nylon 6.6. Nasce la Radici Chimica, che raddoppierà più tardi la sua capacità produttiva con lo stabilimento gemello costruito da zero in Germania.

Fin qui l'imprenditore. Ma Gianni Radici è stato molto di più. Appassionato di sport, con la sua tenacia è riuscito a torna-

re sugli sci di fondo persino negli anni della malattia. Ha sempre sostenuto la sua gente, spesso nel silenzio: dal prestito sulla fiducia ai dipendenti per metter su casa a opere più evidenti, come la residenza per anziani Casa Serena di Leffe. Cavaliere del lavoro, l'onorificenza è del 1990, non ha mai smesso di salire le nostre vette, dal Farno al Curò, dai laghi del Venerocolo ai laghi Gemelli, nell'escursione della domenica con gli amici di sempre, spesso operai e piccoli artigiani del paese.

Ed è proprio questa sua capacità di realizzare grandi imprese restando un uomo semplice e schietto ad avergli guadagnato l'affetto e la riconoscenza di intere generazioni.

Per ricordarlo a 15 anni dalla morte, vengono celebrate le seguenti Messe: oggi alle 9,30 nella parrocchia di S. Giovanni Battista a Casnigo e alle 10,30 al Santuario di Altino a Vall'Alta di Albino; domani alle 8 nella parrocchia di San Michele Arcangelo a Leffe e alle 17 nella parrocchia di Sant'Antonio da Padova a Peia; domenica 11 ottobre infine alle 10,30 a Casnigo, al Santuario della Madonna d'Erbia, alla quale Gianni Radici era particolarmente legato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Radici Group: conferma presenza al Salone della Csr

MILANO (MF-DJ)-- **Radici Group** partecipa oggi al Salone della Csr e dell'Innovazione sociale - l'appuntamento annuale riconosciuto come il principale evento in Italia dedicato ai temi della sostenibilità e della responsabilità sociale - presentando il suo percorso di rendicontazione della sostenibilità e le azioni messe in campo dal Gruppo per la piena riciclabilità dei suoi prodotti destinati alla moda. Nello specifico, a presentare la visione e l'approccio del Gruppo alla sostenibilità sono oggi intervenuti Maria Teresa Betti, Communication & Sustainability Professional **Radici Group** e Marco De Silvestri, Sales and Marketing Director **Radici Group Advanced Textile Solutions**, che hanno offerto il proprio contributo, rispettivamente, nel corso dei panel "Rendere conto perché gli stakeholder si rendano conto" e "I driver dell'innovazione sostenibile nel mondo della moda". Maria Teresa Betti, in particolare, ha messo in luce come per promuovere un modello di sviluppo realmente sostenibile sia fondamentale adottare una rendicontazione evoluta, centrale nel continuo miglioramento dei prodotti e nella generazione di valore per gli stakeholder. "Essere sostenibili non è più una scelta, è un dovere. Per questo, coniugare i propri obiettivi di business con un modello di sviluppo sostenibile costituisce una parte fondante della mission di **Radici Group**, un percorso che inizia da lontano e che ha visto la pubblicazione del primo Bilancio Sociale nel 2004, forti della convinzione che la condivisione e la trasparenza verso i propri stakeholder siano gli strumenti migliori attraverso i quali certificare il proprio impegno e consolidare la propria coerenza e affidabilità". Consapevoli dell'importanza di un approccio sostenibile che sia misurabile e condivisibile, e in linea con l'evoluzione del concetto di sostenibilità del Gruppo, abbiamo adottato il modello di rendicontazione certificato Global Reporting Initiative (GRI), che offre standard riconosciuti a livello globale", ha commentato Maria Teresa Betti. Marco De Silvestri si è, invece, soffermato sui driver per una moda realmente sostenibile, dichiarando: Il settore della moda può e deve essere sostenibile, attraverso sistemi produttivi efficienti e a impatto limitato, una logistica coerente con i principi della sostenibilità, la scelta di materiali riciclabili e una misurazione scientifica. Per questo, nell'ottica dell'economia circolare tutti i materiali di **Radici Group** sono riciclabili a fine vita e molti provengono dal riciclo. Vengono, inoltre, tinti in massa, attraverso una tecnologia che consente di diminuire notevolmente l'uso di acqua ed energia e sono in molti casi realizzati attraverso processi alimentati con energia rinnovabile, che riduce la dipendenza dalle fonti fossili. Un sistema concettualmente e operativamente orientato verso prodotti duraturi, realizzati ottimizzando l'uso di risorse, perfezionando i processi, eliminando gli scarti, promuovendo la riciclabilità sin dalle fasi di progettazione dei materiali, promuovendo l'ecodesign di filiera, per il perseguimento di una reale economia circolare". **Radici Group** continua a promuovere e rilanciare il suo impegno verso un futuro più rispettoso dell'ambiente e delle persone destinando importanti investimenti all'aggiornamento tecnologico e alla sostenibilità, tanto che solo nel 2019, 7,6 milioni di Euro sono stati indirizzati all'implementazione di Best Available Techniques, all'efficientamento energetico, all'abbattimento di emissioni e ad attività di ricerca e sviluppo per incrementare processi e prodotti a limitato impatto ambientale. Strategica in questa direzione è stata anche l'acquisizione finalizzata all'inizio del 2020 di Zeta Polimeri srl, società italiana attiva nel recupero di fibre sintetiche e di materiali termoplastici. Infine, attraverso la recente costituzione di **Radici InNova**, il Gruppo svilupperà progetti integrati di ricerca avanzati ispirati ai principi del rispetto ambientale e dell'economia circolare. alb alberto.chimenti@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS

Dalla ricerca e dall'innovazione di Radici Group nasce “Radici InNova”



di
Redazione

- 15 Settembre 2020 - 16:41

Garantire la continuità del business, incrementare la competitività delle aziende e generare valore sul territorio: con questi obiettivi Radici Group annuncia la nascita di Radici InNova, società consortile senza scopo di lucro volta a sviluppare nuovi progetti di ricerca e innovazione per i settori della chimica, dei polimeri ad alte prestazioni, delle soluzioni tessili avanzate, in linea con la strategia di sostenibilità del Gruppo.

Radici InNova, infatti, conferma e rilancia l'impegno di Radici Group rispetto alla promozione di un modello di sviluppo in grado di mantenere un equilibrio tra profittabilità economica, tutela dell'ambiente ed equità sociale. La nuova società valorizza e rende sempre più sinergiche le attività di R&S che il Gruppo porta avanti da tempo nelle sue aree di business Specialty Chemicals, High Performance Polymers e Advanced Textile Solutions.

“La costituzione di Radici InNova rappresenta un traguardo importante per tutto il Gruppo e si inserisce all'interno di un percorso iniziato tempo fa – ha dichiarato Angelo Radici, Presidente di Radici Group – L'innovazione, infatti, è un elemento chiave che ci ha contraddistinti nel corso degli anni, permettendoci di espanderci in diversi settori e di offrire al mercato prodotti e soluzioni competitivi e all'avanguardia. Mettendo a fattor comune il know-how e le competenze delle diverse Business Area del Gruppo, sarà possibile sviluppare progetti integrati di ricerca avanzata, allineati alla nostra strategia di sostenibilità, e quindi ispirati ai principi del rispetto ambientale e dell'economia circolare, garantendo una crescita costante e un futuro migliore alle generazioni a venire”.

Radici InNova, avvalendosi delle competenze interne e di relazioni mirate con soggetti terzi, gestirà e coordinerà tutte le attività di ricerca che rivestono un ruolo strategico per il Gruppo, con l'obiettivo di consolidare l'innovazione quale driver di sviluppo per Radici Group, con grande attenzione al miglioramento continuo dei prodotti e dei processi, ottimizzando l'uso delle risorse e riducendo l'impatto ambientale delle sue attività.

Nello specifico, sono cinque le macro-aree su cui si focalizzano le attività di ricerca di Radici InNova: sviluppo di polimeri da fonte bio, quindi a ridotto impatto ambientale, con applicazioni in diversi settori, tra cui l'automotive e l'abbigliamento; produzione di intermedi chimici derivati da fonti naturali, utilizzati nella produzione di nylon, poliesteri e poliuretani e impiegati a loro

volta in una vasta gamma di prodotti di uso quotidiano; sviluppo di soluzioni per l'economia circolare, al fine di allungare il più possibile la durata dei prodotti, riciclandoli a fine vita per nuovi usi (eco-design); nuove opportunità di business, anche per prodotti già esistenti, come per esempio è avvenuto per il tessuto non tessuto prodotto dal Gruppo, che nel corso del lockdown è diventato l'ingrediente di base nella creazione di una nuova filiera Made in Italy per produrre camici e mascherine e far fronte così in tempi strettissimi all'emergenza sanitaria; ottimizzazione dei processi industriali, nella direzione di una sempre maggiore sostenibilità e di un miglioramento delle performance.

Oggi più che mai, in una fase delicata come quella che stiamo vivendo, per rilanciare l'economia occorre pensare a un sistema industriale innovativo, che sappia cogliere le opportunità legate ai repentini cambiamenti, implementando altrettanto velocemente soluzioni sostenibili per restare competitivi.

Per fare ciò è necessario promuovere un dialogo continuativo con tutti gli attori impegnati nella ricerca e sviluppo, coniugando anche esperienze e competenze eterogenee.

“Radici InNova opererà in stretta collaborazione con centri di ricerca pubblici e privati, università, clienti e fornitori del Gruppo – ha evidenziato Stefano Alini, alla guida della nuova Società – cercando di contribuire in maniera proattiva, soprattutto in questa fase, alla ripartenza dell'industria nel segno dell'innovazione e della sostenibilità, componenti fondamentali della visione del nostro Gruppo”.

Sostenibilità, Betti (RadiciGroup): 'Non è più una scelta è un dovere'

“ Essere sostenibili non è più una scelta, è un dovere . Per questo, coniugare i propri obiettivi di business con un modello di sviluppo sostenibile costituisce una parte fondante della mission di RadiciGroup ". Lo afferma Maria Teresa Betti, Communication & Sustainability Professional RadiciGroup , in occasione della partecipazione al Salone della Csr e dell'innovazione sociale, l'appuntamento annuale dedicato ai temi della sostenibilità, presentando il percorso del Gruppo nella rendicontazione e le azioni messe in campo per la piena riciclabilità dei suoi prodotti destinati alla moda.

Il percorso verso uno sviluppo più sostenibile, spiega Betti, "inizia da lontano e ha visto la pubblicazione del primo Bilancio Sociale nel 2004 , forti della convinzione che la condivisione e la trasparenza verso i propri stakeholder siano gli strumenti migliori attraverso i quali certificare il proprio impegno e consolidare la propria coerenza e affidabilità".

"Consapevoli dell'importanza di un approccio sostenibile che sia misurabile e condivisibile, e in linea con l'evoluzione del concetto di sostenibilità del Gruppo, abbiamo adottato il modello di rendicontazione certificato Global reporting initiative (Gri), che offre standard riconosciuti a livello globale", conclude Betti.

Al salone ha partecipato anche Marco De Silvestri, Sales and Marketing Director RadiciGroup Advanced Textile Solutions , che si è, invece, soffermato sui driver per una moda realmente sostenibile. Il settore della moda , spiega De Silvestri, " può e deve essere sostenibile, attraverso sistemi produttivi efficienti e a impatto limitato, una logistica coerente con i principi della sostenibilità, la scelta di materiali riciclabili e una misurazione scientifica . Per questo, nell'ottica dell'economia circolare tutti i materiali di RadiciGroup sono riciclabili a fine vita e molti provengono dal riciclo".

Inoltre, aggiunge De Silvestri, "vengono tinti in massa, attraverso una tecnologia che consente di diminuire notevolmente l'uso di acqua ed energia e sono in molti casi realizzati attraverso processi alimentati con energia rinnovabile, che riduce la dipendenza dalle fonti fossili. Un sistema concettualmente e operativamente orientato verso prodotti duraturi, realizzati ottimizzando l'uso di risorse, perfezionando i processi, eliminando gli scarti, promuovendo la riciclabilità sin dalle fasi di progettazione dei materiali, promuovendo l'ecodesign di filiera, per il perseguimento di una reale economia circolare".

Cultura

& Tempo libero

Le immagini girate nei luoghi simbolo dell'emergenza

Progetti e solidarietà durante il Covid Il corto sulla rinascita

Il punto

● La start-up culturale Squareworld Studio ha sede al point di Dalmine

● Il docufilm è ambientato nei luoghi simbolo dell'epidemia: dagli ospedali, alle imprese, fino alle case degli anziani

Un docufilm per raccontare i progetti di solidarietà e resistenza che sono nati a Bergamo durante i mesi terribili dell'emergenza da Covid-19: dall'ospedale da campo in Fiera al volontariato giovanile, dalle iniziative culturali alle aziende riconvertite per produrre mascherine. Dal titolo «Noi, Bergamo. Architettura di una rinascita», il cortometraggio sarà presentato ufficialmente giovedì 8 ottobre presso l'Auditorium di Piazza della Libertà, con due proiezioni gratuite alle 20 e alle 21.30, in collaborazione con Lab80 e il Comune.

È stato prodotto dalla start-up culturale Squareworld Studio (con sede operativa al Point di Dalmine) e il coinvolgimento di 13 artisti e creativi under 35, quasi tutti bergamaschi, che hanno lavorato gra-

13

gli artisti e creativi, tutti under 35, che hanno lavorato al docufilm. Sono quasi tutti bergamaschi, e hanno deciso di lavorare alle riprese e alle fasi di montaggio gratuitamente

tuitamente. Obiettivo comune: testimoniare l'operato di chi si è messo al servizio della collettività, agendo in prima linea per fronteggiare l'emergenza e porre le basi per la ripartenza futura. Diviso in quattro capitoli, il docufilm si sposta nei luoghi simbolo dell'impegno bergamasco per raccogliere le voci di associazioni, imprenditori, istituzioni e cittadini che sono scesi in prima linea. «Un viaggio lungo due mesi e mezzo, da aprile a metà giugno, in cui ci siamo potuti muovere liberamente grazie al permesso del Comune, che ha patrocinato il progetto», spiega Mattia Cesaria, co-regista e co-fondatore di Squareworld insieme a Giulia De Martini e Joao Lucas Baccaro, che si sono occupati della produzione. «Siamo partiti dall'ospedale in Fiera con le



Il docufilm

L'8 ottobre verrà proiettato «Noi, Bergamo», sui progetti e le iniziative di volontariato nati durante l'emergenza. Nella foto sotto Sara Montani, l'animation designer di Squareworld Studio



interviste ad Ana Bergamo, Artigiani, Emergency e Croce rossa. Poi abbiamo seguito i volontari di Bergamo X Bergamo nelle consegne a domicilio e abbiamo ascoltato le storie di chi apriva la porta, ma anche di Cesvi onlus, del sindaco Giorgio Gori e dell'Assessora alle politiche sociali Marcella

Messina». Segue una parentesi sulla raccolta fondi per gli ospedali, poi il focus si sposta sulle innovative esperienze culturali fruibili da casa, nate durante il lockdown: «Abbiamo parlato con Lorenzo Giusti di Gamec, Massimo Boffelli di Fondazione Teatro Donizetti, Francesco Micheli di Donizetti

Opera, Andrea Giudici e Davide Pansera di Tantemani e Vittorio Parisi di Fablab Bergamo». L'ultimo capitolo è dedicato alle aziende della filiera «Mola Mia» che hanno riconvertito la produzione in mascherine, come Radici Group, Maglificio Santini e Minipack Torre. A chiusura, il ritorno alla vita con le immagini delle persone che escono in strada dopo la fine del lockdown. Il docufilm sarà visibile anche il primo ottobre in occasione dell'inaugurazione della mostra «Ti Bergamo» alla Gamec, mentre il 6 ottobre alle 20.30, all'Auditorium di Piazza della Libertà, ci sarà una proiezione riservata all'amministrazione e ai testimoni intervistati, che verranno omaggiati con la consegna di una targa.

Marianna Locatelli
© RIPRODUZIONE RISERVATA

I PROGETTI



In laboratorio il progetto InNova di Radici parte da fonti bio

Radici InNova Innovazione e ricerca nella chimica

«Puntiamo sulla sostenibilità»

È un'innovazione dentro l'innovazione. Quindi doppiamente innovativa. Perché se una multinazionale della chimica come RadiciGroup con oltre un miliardo di ricavi ha pensato di creare una società ex novo (consortile e senza scopo di lucro) con il compito di raccordare e configurare in modo organico tutte le attività di Ricerca e Sviluppo, mettendole a fattor comune in una sorta di osmosi industriale, significa che la strada del futuro è chiaramente tracciata. Si tratta di percorrerla nel migliore dei modi.

Per questo motivo è nata

Radici InNova cui spetterà l'onore e l'onere di sviluppare nuovi progetti di ricerca e innovazione per i settori della chimica, dei polimeri ad alte prestazioni e delle soluzioni tessili avanzate. Cosa che il Gruppo capitanato da Angelo Radici già fa da tempo; basta pensare per esempio con quale flessibilità innovativa

Le collaborazioni
Il Gruppo lavorerà con centri di ricerca pubblici e privati e con università

nel corso del lockdown uno dei prodotti di punta, il tessuto-non tessuto è diventato l'ingrediente di base nella creazione di una nuova filiera per produrre camici e mascherine e far fronte così in tempi strettissimi all'emergenza sanitaria. Ma ricondurre tutta la complessità dell'innovazione e delle sue sfaccettature ad una struttura aziendale interna, indipendente ed integrata nello stesso tempo, significa proiettarsi in avanti. E soprattutto, in anticipo rispetto ai competitor.

Le macro aree su cui si focalizzerà l'attività di InNova saranno cinque: sviluppo di polimeri da fonte bio, quindi a ridotto impatto ambientale, con applicazioni in diversi settori, tra cui l'automotive e l'abbigliamento; produzione di intermedi chimici derivati da fonti naturali, utilizzati nella produzione di nylon, poliesteri e poliuretani e impiegati a loro volta in una vasta gamma di prodotti di uso quotidiano; sviluppo di soluzioni per l'economia circolare, al fine di allungare il più possibile la durata dei prodotti, riciclandoli a fine vita per nuovi usi (eco-design) e nuove opportunità di business, anche per prodotti già esistenti.

«Mettendo a fattor comune il know-how e le competenze delle diverse aree business del Gruppo — ha evidenziato il patron Angelo Radici — sarà possibile sviluppare progetti integrati di ricerca avanzata, allineati alla nostra strategia di sostenibilità, e quindi ispirati ai principi del rispetto ambientale e dell'economia circolare, garantendo una crescita costante e un futuro migliore alle generazioni a venire».

Alla guida della nuova realtà, Stefano Alini ha già preannunciato collaborazioni con centri di ricerca pubblici e privati, e anche con università, clienti e fornitori del Gruppo.

D.T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Sport

Radici resta, sul cuore

L'Atalanta presenta le nuove maglie e la scelta per l'ex main sponsor



La curva nord Gli spalti realizzati l'anno scorso compaiono in sovrapposizione in basso alla terza maglia, quella azzurra

C'è qualcosa di nuovo, anzi d'antico nelle maglie dell'Atalanta della prossima stagione. Il nuovo è soprattutto condensato nelle tecnologie produttive dello sponsor tecnico Joma, dal tessuto traspirabile alle cuciture antifregamento. Per dire. Che la maglia debba essere «sudata sempre» sta scritto all'interno sotto il colletto. Ma, attenzione, perché nelle zone di massima sudorazione il tessuto, trattato con il sistema Micro-Mesh, garantisce un efficace rilascio del calore corporeo, aumentando nel giocatore la sensazione di comfort. Insomma, si suda ma senza patire sensazioni fa-

stidiose. Dalla tecnologia al design il passo è breve. Per capirlo è sufficiente dare un'occhiata alla terza maglia, quella che da sempre concede più spazio alla fantasia. Indossata da Freuler, in versione modello nello scatto ufficiale di presentazione con capitano Gomez (che indossa la prima divisa) e Luis Muriel (con la seconda) si presenta di un azzurro ceruleo, ma con l'inserimento con tecnica a rilievo tridimensionale del profilo esterno della nuova Curva Nord. Novità assoluta. Strizza l'occhio ad un'impronta futurista, invece, la seconda divisa, quella da trasferta, sfondo

bianco contrassegnato da un disegno asimmetrico con colori dal blu al nero. Quanto all'antico, quelle righe strette della prima divisa, già viste sulla maglia della Champions, rappresentano una rievocazione della storia, dal momento che 8 strisce strette sul davanti si intravedono in uno dei primissimi scatti dell'Atalanta degli anni Venti.

Tutta un'altra storia è quello che ci sta sopra le maglie. L'irrinunciabile offerta del nuovo main sponsor Plus 500 che porterà nelle casse nerazzurre qualcosa come 4 milioni e mezzo a stagione per il prossimo triennio, ha ridise-

gnato i termini, finanziari e di partecipazione, dell'ex primo sponsor Radici Group.

Sarà che la multinazionale bergamasca del settore chimico-tessile è stato primo sponsor di coppe dal 2017 e quindi main sponsor dal 2018 fino alla scorsa annata, portando una gran fortuna, sarà anche per motivi affettivi, ma la presenza era scontata. Si trattava di capire come si sarebbe riconfermata questa partnership e le nuove maglie lo hanno chiarito. Radici Group sarà «sponsor del cuore». Sulla prima maglia il logo sarà, infatti, a quell'altezza alla sinistra dei giocatori. Lo spiega il vicepresidente del gruppo Maurizio Radici: «Ci sentiamo lo sponsor del cuore di Atalanta: siamo due realtà importanti del territorio che, soprattutto in questo recente periodo di emergenza sanitaria, hanno cercato di fare squadra per rafforzare quei valori comuni in cui crediamo, che già 4 anni fa ci hanno spinto a sostenere la squadra nell'avventura di Europa League».

Radici Group sarà ancora della partita, con un impegno attorno al milione di euro all'anno. «È molto più di una partnership», rimarca l'ad nerazzurro Luca Percassi.

Donatella Tiraboschi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La scheda

● L'Atalanta ha presentato le maglie della stagione 2020-2021. Tra le novità, il profilo della Curva Nord disegnato sulla terza maglia

● La prima maglia ha le righe strette come quella dell'Atalanta degli anni '20. Radici Group resta sponsor con una scritta all'altezza del cuore