

# UNO SVILUPPO SOSTENIBILE PER UN PAESE MODERNO

A CURA DI COMMUNICATION PLANET



## HOT FORM: L'AZIENDA CHE SFIDA IL FUTURO FRA INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ

Rilevare un'azienda, ristrutturarne il debito ed infine rilanciarla con successo. È quello che ha fatto la famiglia Bonotto quando nel 2017 entra nel board aziendale di Hot Form, azienda specializzata nello stampaggio di materiali termoplastici e produzione di contenitori alimentari per cibi freschi, caldi, prodotti da forno. Alla guida della nuova realtà troviamo Giorgio e Jacopo Bonotto, padre e figlio, uniti da una visione sulla sostenibilità e sull'economia circolare che ha pochi uguali oggi in Italia. "Dopo aver acquisito l'azienda e aver messo in piedi un piano di ristrutturazione del debito abbiamo subito guardato avanti a noi. Ci siamo presto resi conto - racconta l'Avv. Giorgio Bonotto - che, sebbene l'azienda fosse praticamente al fallimento, il suo cuore ancora pulsante era forte e vigoroso. Le persone che vi lavoravano, il prodotto che si offriva al mercato, erano aspetti di primaria importanza per noi, da valorizzare. E così abbiamo fatto. Dal primo gennaio 2017 si è cominciata la ristrutturazione di un'azienda che soffriva per la mancanza di un controllo di gestione e di una vera pianificazione oltre ad un piano industriale che consegnasse una visibilità futura. Tutto questo è passato da un'atten-

ta analisi della situazione e su importanti investimenti in ricerca, innovazione e controllo/pianificazione del processo produttivo: oggi abbiamo un efficace sistema robotizzato. È stata licenziata la prima totale robotizzazione di fine linea delle presse, che fa il lavoro che avrebbero dovuto fare due persone".

Ma il lavoro fatto non è stato solo a livello gestionale/aziendale ma anche di marketing. La vera sfida infatti era raggiungere un punto di equilibrio fra innovazione e sostenibilità nell'ottica di quell'economia circolare che oggi è sulla bocca di molti ma che pochi praticano realmente. "È stato mio figlio Jacopo che ha puntato su questo aspetto, per noi fondamentale: avere un prodotto non solo riciclabile ma che sia composto esso stesso da materiale riciclato. Questa è la vera sfida. Oggi la normativa impone di utilizzare un certo quantitativo di materiale vergine nel packaging alimentare. Per motivi di igiene e salute. Ma noi stiamo puntando a qualcosa di davvero innovativo: costruire un impianto di estrusione che utilizzerà un decontaminatore che permetterà di utilizzare solo ed esclusi-

sivamente materiale riciclato per dare vita così, veramente, a un circolo economico virtuoso", conclude il dott. Jacopo Bonotto.



## LA SFIDA DI HOT FORM: ECONOMIA CIRCOLARE E SOSTENIBILITÀ ENERGETICA

Nonostante le contingenze socio-economico-politiche del momento, Hot Form si mostra in grande forma con un fatturato che può contare sul 40% di vendita in Italia e un 60% nella vecchia Europa e nei paesi arabi. La produzione conta 600 milioni di pezzi all'anno, 50 milioni di pezzi ogni mese. Numeri impressionanti che mettono però anche a dura prova la tenuta dei costi di gestione per quanto riguarda l'approvvigionamento energetico. "La nostra è un'azienda particolarmente energivora - dichiara Giorgio Bonotto - che produce chiaramente anche CO2 e per questo motivo dobbiamo cominciare fin da subito a guardare al futuro. Non possiamo più dipendere dalle tradizionali fonti energetiche. Stiamo implementando un nuovo sistema fotovoltaico, ma soprattutto stiamo studiando sistemi alternativi per creare energia". Il riferimento è a Hot Form Agricola, guidata in prima persona dalla dott.ssa Giorgia De Bastiani. "La nostra idea è quella di sviluppare un nuovo progetto energetico attraverso l'utilizzo di elementi vegetali (come le alghe ad esempio) per trasformarli in carburante biocompatibile, gas biologico, biodiesel, biometano. La nostra ambizione è quella di produrre l'energia che ci serve per diventare totalmente autonomi", dichiara Bonotto.



Al centro del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza il percorso dell'economia circolare è una grande opportunità per attivare un concreto svecchiamento del nostro sistema produttivo, da sempre centrato sulla massima valorizzazione e profitto del bene prodotto. Adesso le imprese si devono impegnare, prima ancora di produrre un bene, alla sua gestione post-uso cercando di eliminare molti di quegli accorgimenti "estetici" che valorizzano il prodotto nei negozi ma che poi ne rendono arduo il suo recupero e riutilizzo (pensiamo solo alla continua stratificazione dei materiali più disparati per realizzare un prodotto anche particolarmente semplice). Col risultato poi che prodotti dal valore irrisorio necessitano di costi enormi per il loro smaltimento o la loro distruzione. L'attivazione dell'economia circolare fermerà per sempre questo illogico spreco di risorse ed energie e consentirà con costi anche minori di recuperare ad un nuovo ciclo produttivo i beni usati. Con la continua crescita dei beni prodotti in tutto il mondo dopo la globalizzazione eravamo arrivati a produrre miliardi e miliardi di beni di qualsiasi genere il cui smaltimento richiedeva costi esorbitanti non più sostenibili. Ciò ha dato il via ad un percorso diverso che, naturalmente, i vari Paesi e i vari continenti declineranno in maniera diversa e dove l'Unione Europea deve essere la protagonista principale e l'Italia uno dei maggiori sostenitori di questa filosofia. Tutto questo in ragione della nostra storia e dei nostri valori che spesso richiamiamo e che stavolta possiamo davvero mettere al servizio di un grande progetto per il bene non solo di tutta l'umanità ma dell'intero pianeta che ci ospita.

## L'economia circolare come veicolo per un mondo più sostenibile

Nata nel 1971 come azienda costruttrice di macchine per lavaggio a secco FIRBIMATIC è oggi una delle più consolidate realtà del panorama delle macchine lavatrici per metalli. La "conversione" avviene all'inizio degli anni 2000, come racconta Mirco Mongillo, Sales Manager dell'azienda: "Con l'apertura della nuova divisione di lavaggio metallico ci siamo dati nuove prospettive e opportunità. In questo modo siamo oggi in grado di esportare la nostra tecnologia in oltre 100 paesi nel mondo; serviamo clienti importanti che ci riconoscono un know-how specifico e altamente tecnologico". FIRBIMATIC propone la miglior tecnologia attualmente presente in questo mercato e le lavametri prodotte dall'azienda utilizzano un nuovo sistema che assicura il miglior lavaggio in tempi concisi. Oltre a questo, l'azienda è in grado di personalizzare le macchine a seconda delle specifiche richieste del cliente. Un'idea vincente importata direttamente dall'esperienza del lavaggio tessile, molto apprezzata dai clienti. Questa continua ricerca tecnologica - che impegna l'azienda in investimenti in ricerca e sviluppo piuttosto consistenti intorno al 5-6% di un fatturato medio annuo di 22 milioni - si sposa con una nuova visione del rapporto fra produzione e sostenibilità. L'approccio green di FIRBIMATIC è improntato infatti a un costante risparmio energetico che si traduce



concretamente nel risparmio del consumo di acqua ed energia. "Parliamo di un 20-25% di risparmi di costi gestionali - sottolinea Mongillo - e di un maggior rispetto per l'ambiente. A questi numeri si è arrivati grazie a un impegno e ricerca costanti. Abbiamo fortemente voluto ottenere tali risultati. Per questo, tutta la nostra produzione da 3 anni è dettata da questa nuova visione: se prima una macchina aveva un ciclo di 30 minuti ora ne impiega la metà esatta ottenendo la stessa qualità di pulito in tempi molto più contenuti". Questo sviluppo è destinato a proseguire anche nei prossimi anni: "non ci fermiamo certo qui. Al momento stiamo studiando innovazioni che possano permetterci di migliorare le performance produttive rispettando sempre di più l'ambiente. La nostra volontà, quella dei titolari e dei dipendenti, è dimostrare di poter essere i migliori, di superarsi continuamente per raggiungere nuovi obiettivi. E' la nostra forza, la nostra passione", conclude Mongillo.

## FIRBIMATIC E L'IMPEGNO PER UNA PRODUZIONE SEMPRE PIU' GREEN, TECNOLOGICA E DIFFUSA A LIVELLO INTERNAZIONALE



giovani appena diplomati con ottimi voti e formarli in azienda. A questo proposito aggiungo anche una quarta P, quella di professionalità: cerchiamo persone di qualità perché possano dare ognuna un proprio contributo importante all'azienda, sia per la parte produttiva che per lo staff gestionale, per il quale scegliamo laureati e oggi contiamo su ben 12 ingegneri. Complessivamente lavorano da noi quasi 100 persone". Il variegato mercato europeo richiede flessibilità e spirito innovativo. Per mantenere il suo ruolo di leader, Exolon Group è quindi costantemente alla guida di nuovi sviluppi e alla conquista di nuove aree di business, vicino al mercato e vicino al cliente. Questi includono la selezione e la



Personale, performance e passione. Sono le tre P e più in generale i principi alla base dell'attività di Exolon Group, leader europeo nella produzione di lastre di policarbonato con sede a Nera Montoro, nel Ternano, con impianti anche in Belgio. Un'azienda che, nata nel 1980 come Carbolux, ha nel corso degli anni conosciuto vari passaggi di proprietà, passando dalla tedesca Bayer fino a Covestro, per poi dal 2020 entrare nell'orbita del gruppo tedesco Serafin. Un cambio di proprietà che ha visto rimanere tuttavia al timone Rodolfo Rosa in qualità di amministratore delegato. "La nostra priorità è in questo momento quella di promuovere il nostro nuovo brand Exolon - spiega Rosa - nel quale confluisce tutta la nostra esperienza di 42 anni: teniamo presente che siamo stati i primi in Italia a produrre lastre di policarbonato col marchio Makrolon. Ma anche la nostra attitudine a guardare avanti verso il futuro, come la scelta di puntare sui giovani: l'età media in azienda è di 38 anni, perché tendiamo a prendere

giovani appena diplomati con ottimi voti e formarli in azienda. A questo proposito aggiungo anche una quarta P, quella di professionalità: cerchiamo persone di qualità perché possano dare ognuna un proprio contributo importante all'azienda, sia per la parte produttiva che per lo staff gestionale, per il quale scegliamo laureati e oggi contiamo su ben 12 ingegneri. Complessivamente lavorano da noi quasi 100 persone". Il variegato mercato europeo richiede flessibilità e spirito innovativo. Per mantenere il suo ruolo di leader, Exolon Group è quindi costantemente alla guida di nuovi sviluppi e alla conquista di nuove aree di business, vicino al mercato e vicino al cliente. Questi includono la selezione e la

## EXOLON GROUP, ESPERIENZA E MENTALITÀ GIOVANE PER PUNTARE AL FUTURO

compilazione di materie prime idonee, l'ottimizzazione continua dei processi produttivi, la formazione continua dei dipendenti e la promozione di tecnologie innovative. Che si tratti di tetti, protezioni per macchine o punti vendita, grazie alla sua pluriennale esperienza, Exolon Group dispone di un ampio portafoglio di prodotti per molte applicazioni e settori. I prodotti possono essere trovati nelle applicazioni dell'edilizia, dell'industria, della comunicazione visiva e dell'illuminazione, nonché in altri settori. Lo sviluppo del prodotto si basa sulle attuali esigenze del mercato e sulle tendenze lungimiranti. Ciò significa che i materiali possono rivoluzionare le nuove applicazioni così come le applicazioni collaudate. Il materiale è prodotto secondo standard di qualità costantemente elevati. Inoltre, i dipendenti del servizio tecnico e delle vendite supportano direttamente i clienti. Grazie alla sofisticata rete di vendita e alla consulenza personale, i clienti in tutta Europa beneficiano di uno stretto contatto con l'azienda e di oltre 40 anni di esperienza. Oggi Exolon esporta ben l'85% della propria produzione e punta più che mai a sviluppare i mercati esteri. "Nell'ordine, i nostri mercati principali oggi sono Germania, Italia, Francia, Svezia e Polonia - spiega Rosa - Attualmente stiamo lavorando a un progetto per estendere le nostre attività nel continente americano".



## POLICARBONATO: IN LINEA CON LA SOSTENIBILITÀ

re portanti meno complesse e quindi anche di maggiore sostenibilità. Si tratta di un materiale ignifugo che resiste al calore fino a 150°. Da non confondere con quelle in PMMA impropriamente denominato plexiglas, che è invece infiammabile, non infrangibile e non particolarmente isolante termicamente. Il processo di produzione, infine, è a bassissimo impatto ambientale generando una quantità di scarti irrilevante. Novità in arrivo anche per quanto riguarda le capacità di riciclo. "Intanto si tratta di un materiale dalla lunghissima durata, infatti la garanzia standard è decennale - dice Rosa - Inoltre i produttori di materia prima hanno già immesso sul mercato del policarbonato realizzato anche con materie di origine rinnovabile". Anche in tempo di pandemia, Exolon ha svolto un ruolo importante realizzando ingenti quantitativi di separatori in policarbonato esportati in tutta Europa. Oltre ai prodotti, Exolon Group è anche attiva nel supportare progetti ambientali, ad esempio Progetto LIFECLIVUT a Perugia, Italia. Il progetto sostenuto dall'UE prevede azioni di partecipazione dei cittadini per migliorare il verde urbano e contribuire al benessere e alla qualità della vita nelle città. Un altro è il progetto Urban Re-Generation di cui Exolon Group è uno dei promotori. L'obiettivo strategico è dare vita al primo distretto italiano di Sostenibilità, Economia Circolare e Rigenerazione Urbana in un'area che attragga investimenti volti alla ricerca di una sintesi tra contesti urbani, naturali e di pianificazione aziendale. Infine Exolon Group ha investito nella autoproduzione di energia elettrica da fonti rinnovabili ed, a breve, i suoi dipendenti potranno caricare le batterie della propria auto elettrica durante l'orario lavorativo presso il parcheggio aziendale.