

SECONDA TAPPA DEL TOUR "IMPRESE VINCENTI" A BOLOGNA: IN GARA ANCHE LE AZIENDE DI MARCHE, ABRUZZO E MOLISE

# Emilia Romagna, svetta l'innovazione

## La sfida da 200 miliardi tra quattro Regioni

**B**ologna ha ospitato la seconda tappa di «Imprese vincenti», un «roadshow» per valorizzare il mondo delle pmi che fanno grande il made in Italy. Intesa Sanpaolo, Bain & Company, Elite e Gambero Rosso, partner dell'iniziativa, hanno selezionato 120 aziende, su 1800 domande. A Bologna 15 società con sede in Emilia Romagna, Marche, Abruzzo e Molise hanno raccontato il loro percorso, e tre di loro hanno accettato di farlo anche sul giornale. In questi territori vivono 7,6 milioni di abitanti, il 12,6% della popolazione italiana e ci sono 710 mila aziende che danno lavoro a 3,2 milioni di addetti e generano un valore di 212,5 miliardi, il 13,8% del totale nazionale. L'export vale 84,5 miliardi, il 18% di quello italiano. Alle aziende che partecipano all'evento Intesa Sanpaolo e gli altri partner offrono strumenti di sostegno alla crescita. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



Il gelato italiano è un importante motore dell'export non solo in Europa, ma anche in America e in Asia

Industria

### Dallara, i telai hi-tech fanno il giro del mondo "L'export vale il 90%"

**D**alla progettazione e realizzazione dei telai per le 33 auto da corsa hanno appena gareggiato nelle 500 miglia di Indianapolis alle monoposto della Formula E; dalle vetture della Formula 2 fino alla Dallara Stradale la prima supercar a marchio proprio. Ogni weekend circa 300 vetture Dallara corrono sui circuiti di tutto il mondo ed in varie formule. E negli ultimi anni sono anche arrivate le commesse dell'aerospace. Questa capacità di diversificazione produttiva si può spiegare con un numero, il 15 cioè la percentuale di fatturato che ogni anno viene investito in ricerca e sviluppo. Investimenti in crescita: «Chiudiamo il 2018 con un fatturato di 120 milioni di euro, il 90% realizzato sui mercati esteri e negli ultimi tre anni abbiamo registrato un tasso di crescita medio annuo del 18%», spiega Gianmarco Beltrami, direttore marketing e a comunicazione.

Facciamo un passo indietro. Nel 1972 l'ingegner Giampaolo Dallara, attuale presidente, dopo aver lavorato in Ferrari, Maserati, Lamborghini e De Tomaso, decide di aprire a di Varano de Melegari in provincia di Parma, suo paese natale, la

Giampaolo Dallara  
Presidente della società

«Dallara automobili da competizione». Da allora inizia un percorso di crescita che hanno portato l'azienda a diventare un fornitore strategico di tecnologie e di engineering per i grandi marchi dell'automotive e dell'aerospace.

Per Beltrami ci sono tre elementi che fanno parte del Dna della società: la progettazione utilizzando materiali compositi a partire dalla fibra di carbonio, l'aerodinamica con le gallerie del vento e la fluidodinamica computazionale fino alla dinamica del veicolo e al simulatore di guida. E poi c'è la produzione prototipale, veloce, flessibile e di qualità. E i mercati apprezzano e per far fronte ai nuovi ordini negli ultimi tre anni il personale è quasi raddoppiato arrivando a 660 addetti e «la formazione ha un ruolo centrale ed è prioritaria». M.TR. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Agroalimentare

### La Romana, dolci e gelati sbarcano a Riad e Dubai "Nel 2020 tocca agli Usa"

**N**oi spiavamo il babbo per memorizzare quei gesti che ai nostri occhi lo rendevano un maestro, e che ci avrebbero permesso di fare il mestiere più bello del mondo». Massimiliano Zucchi racconta così gli dell'adolescenza passati nella gelateria La Romana fondata nel 1947 a Rimini. Il 1999 è l'anno del passaggio generazionale e dell'avvio di una programmazione che porterà all'apertura di nuovi punti vendita prima a Rimini e poi nel resto d'Italia. Cinque anni dopo viene lanciato il progetto di franchising. «Adesso - racconta Zucchi - abbiamo 46 punti vendita, dieci dei quali all'estero e tra un mese il nostro gelato arriverà anche a Riad, la capitale dell'Arabia Saudita e a Dubai». I punti vendita fatturano complessivamente circa 28 milioni di euro, in crescita costante negli ultimi anni «frutto di un'attenta programmazione» e di un progressivo «rafforzamento della struttura interna». Si inserisce in questo percorso la scelta di creare un percorso di formazione interno, «la chiamiamo università e può ospitare fino a 250 persone», prosegue Zucchi. In queste settimane, poi, è stato avviato l'iter di certifica-

Massimiliano Zucchi  
Proprietario de La Romana

zione con le autorità americane «con l'obiettivo di aprire un punto vendita negli Stati Uniti». Alla base di questo percorso di allargamento all'estero c'è un lavoro di «ricerca e sviluppo in loco e cerchiamo di creare dolci e gusti di gelato che rispettino le tradizioni locali». Secondo Zucchi «il maggior ostacolo da superare all'estero è quello culturale perché è necessario spiegare la differenza tra un gelato artigianale come il nostro e un prodotto industriale». Zucchi, però, vorrebbe anche un sostegno istituzionale: «Io e tanti altri piccoli imprenditori ci sentiamo quasi dei pionieri nella ricerca di nuovi spazi commerciali all'estero. A volte ci sentiamo soli e ci aiuterebbe una narrazione unitaria del made in Italy magari accompagnata da un marchio». M.TR. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Moda e design

### Ltm, tacchi e accessori Così la metallurgia si sposa con l'alta moda

**P**er Federico Lombardi la sua Ltm è un «campione nascosto del made in Italy». Nasce perché «in pochi sanno che in quel capannone noi realizziamo ogni anno 4 milioni di rinforzi per i tacchi a spillo». In tutto il mondo ne vengono realizzati 20 milioni e dunque «uno su cinque lo facciamo noi e i grandi stilisti della moda ne sono soddisfatti». Quel capannone si trova a Castrocaro Terme in provincia di Forlì/Cesena e la Ltm ha chiuso il fatturato del 2018 a 6,2 milioni «con un tasso di crescita costante nel corso degli anni compreso tra il 15 e il 20% e anche nel 2019 continueremo la nostra espansione».



Ltm è un'azienda metallurgica e il rapporto con il mondo dell'alta moda parte nel 2002. In quell'anno «dopo un incontro con un modellista che mi confida la difficoltà di realizzare alcuni modelli di calzature a fronte delle richieste degli stilisti che puntavano su tacchi a spillo sempre più alti». Un confronto produttivo: «Ho avuto l'intuizione di risolvere il problema utilizzando la materia prima che trasformiamo nella nostra fabbrica per andare incontro alle esigenze degli stilisti con l'obiettivo di garantire la sicurezza di chi indossa

Federico Lombardi  
Amministratore delegato Ltm

quelle scarpe». Nel 2010 arriva il salto di qualità con l'introduzione della lavorazione su modelli tridimensionali Icam che «ci hanno permesso di industrializzare il nostro prodotto garantendo stile e bellezza». Secondo Lombardi nel dna dell'azienda c'è la propensione per l'innovazione: «Di fatto siamo una start up permanente che investe in ricerca il 20% del fatturato». Nello stabilimento ci «sono molte macchine - a partire dai robot antropomorfi - e pochi addetti con grande competenza e con alta retribuzione». Oggi Ltm dà lavoro a 30 persone - erano 24 l'anno scorso - e il percorso di crescita prosegue, anche con la lavorazione di accessori, «ma sarebbe più agevole in presenza di una situazione di certezza sulle politiche economiche nazionali e riducendo il peso della burocrazia». —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI