

Giardina Group guarda al futuro

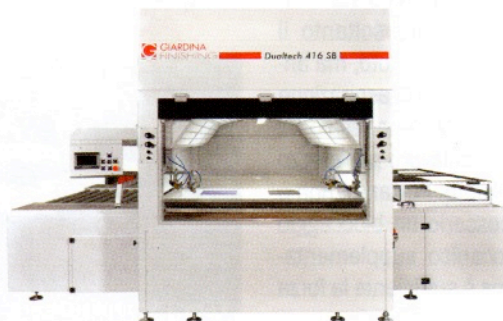
Lo scorso 28 dicembre è nato ufficialmente Giardina Group, nel segno della continuità di due storie – quella di Mauri Macchine e di Giardina Finishing – che il mondo della finitura delle superfici ha imparato a conoscere molto bene...

La firma di un atto notarile ha segnato l'inizio ufficiale di **Giardina Group**, marchio con il quale peraltro da tempo operavano sul mercato due realtà molto ben conosciute nel mondo della finitura delle superfici, non solo del legno e dei suoi derivati: **Mauri Macchine** e **Giardina Finishing**. La conclusione di un percorso disegnato e fortemente voluto da Giampiero Mauri fin da quando, nell'ormai lontano 2010, acquistò Giardina Finishing con alcuni soci che ha poi liquidato all'inizio del 2017. Una tappa fondamentale è stata l'ultima Ligna, dove il marchio è stato presentato in un grande stand di oltre quattrocento metri quadrati. Le scorse settimane la firma ufficiale del documento che apre una nuova pagina che vede i figli **Riccardo e Stefano Mauri** consiglieri delegati, il primo responsabile tecnico e di produzione, il secondo impegnato sul versante commerciale e della gestione. Purtroppo Giampiero Mauri non ha potuto vedere l'ultimo atto di uno spettacolo di cui è stato fino alla fine arguto regista, ruolo che ha dovuto lasciare lo scorso 24 agosto, a un mese esatto dal suo settantesimo compleanno. Una scomparsa che la famiglia ha voluto vivere con grande riserbo, dando priorità al come dare corpo al sogno del fondatore: "Sappiamo di avere una grande responsabilità – ha commentato **Stefano Mauri** – e abbiamo subito intrapreso ogni iniziativa necessaria per garantire la massima continuità alle nostre aziende. La firma dell'atto costitutivo di Giardina Group segna di fatto la fusione di tre grandi esperienze – Mauri Macchine, Ventilazione Italiana e Giardina Finishing – che oggi danno corpo a una sola realtà più forte, aggressiva, coordinata e con le risorse necessarie per arrivare ai traguardi indicati da mio padre".

Traguardi che si stanno avvicinando: oggi Giardina Group ha la propria, **unica sede a Figno Serenza**, nel grande stabilimento Giardina Finishing dove sono stati già stati avviati i lavori di ristrutturazione per adeguarlo alle nuove necessità e ad ospitare i **60 addetti** del gruppo. Dal punto di vista economico si punta alla soglia dei **20 milioni di euro**, un obiettivo da conseguire nel 2018, per poter poi aprire una stagione di consolidamento e di nuovi investimenti indispensabili per andare oltre questa linea. "Sappiamo bene che oggi puntare a certi fatturati impone di essere "solidi" da ogni punto di vista, capaci di fare una innovazione calibrata sulla domanda della nostra clientela, attivi sul fronte della comunicazione e pronti a stimolare nuove opportunità attraverso una rete commerciale ben strutturata", ha aggiunto Stefano Mauri. "Stiamo creando una squadra forte, partendo dall'ufficio tecnico fino al nostro agente che lavora nel Paese più lontano; un percorso che la nascita di Giardina Group rende molto sicuro".

"Siamo partiti con il piede giusto", aggiunge **Stefano Tibè**, responsabile commerciale. "Il 2017 si è concluso in modo decisamente positivo, con un fatturato pari a 18 milioni di euro, dunque decisamente superiore rispetto ai 12,5 del 2016. Abbiamo avuto l'immediata conferma che il progetto di Giampiero Mauri è vincente: per il 2018 abbiamo già ordini firmati per oltre 7 milioni di euro e le trattative in corso ci fanno dire che quest'anno avremo modo di dimostrare tutte le nostre potenzialità".

"Negli ultimi dodici mesi – ha proseguito Tibè – abbiamo realizzato impianti importanti in Stati Uniti e Canada; an-

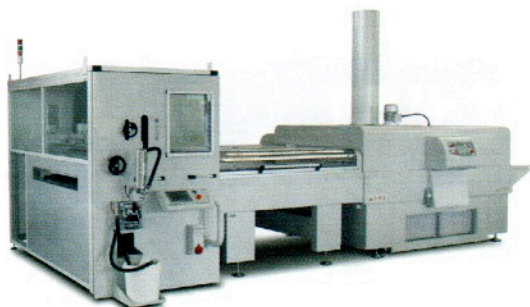




che l'Europa ci ha dato ottime soddisfazioni, soprattutto in Scandinavia, area che stiamo affrontando con rinnovato vigore. Superfluo aggiungere che per tecnologie evolute come le nostre i mercati maturi rimangono fondamentali e la ripresa generalizzata che ha coinvolto il Vecchio Continente e altre aree del mondo ci ha certamente avvantaggiato. Piacevolissime sorprese dalla Svizzera, un Paese vicino dove abbiamo realizzato un fatturato estremamente significativo; l'Italia, di contro, continua a essere poco "attiva" sui grandi impianti, anche se ci sono buone prospettive per l'anno appena iniziato, durante il quale prevediamo di superare certamente il milione di fatturato che vi abbiamo realizzato nel 2017".

Un impegno sempre più forte a livello mondiale, dunque, che passa anche attraverso la partecipazione alle fiere più importanti: "Per la prima metà del 2018 abbiamo scelto di essere a Fimma-Maderalia, e a Holz-Handwerk a Norimberga, per quanto la tappa più importante di quest'anno sia indubbiamente Xylexpo, dove ci presentiamo con quello che è probabilmente il più grande stand della nostra storia", racconta Stefano Mauri. "Vi esporremo una serie di macchine che racconteranno la completezza della nostra gamma: l'aver riunito esperienze così diverse sotto un unico tetto ci permette di poter dire che siamo l'unica realtà al mondo che può proporre così tante soluzioni, dal profilo alla impregnazione delle travi, dai bracci di verniciatura robotizzati alle spazzolatrici.

Una gamma che abbiamo ridisegnato negli ultimi mesi raggiungendo la perfetta integrazione fra quelle che erano le proposte delle nostre diverse aziende. La prima delle tante novità su cui punteremo nella prossima stagione sarà indubbiamente il nostro robot antropomorfo per



il mondo del serramento, una tecnologia che presidiamo dagli inizi degli anni Novanta applicata al pannello e che ora sviluppiamo in una soluzione progettata e realizzata per essere alla portata anche del serramentista di piccole medie dimensioni, un progetto che trasferiremo anche in altri settori".

Il legno, infatti, da tempo non è più l'unico orizzonte all'interno del quale si muove Giardinagroup. Il 2017 ha visto alcune interessanti realizzazioni nel mondo del vetro, fra cui due impianti completi voluti da un grande gruppo multinazionale per il formato "Jumbo", lastre fino a 3.200 millimetri di larghezza, e una linea all'avanguardia per una nota realtà. Un segmento nel quale si è investito molto e da cui ci si attendono sviluppi rilevanti.

"Non possiamo essere dei follower, non è nel nostro dna e saremmo espulsi dal mercato nel giro di qualche anno", conferma Stefano Tibè. "Oggi più che mai è indispensabile incontrare le aziende, confrontarci, conoscere nuovi approcci e modalità, confrontare le soluzioni che frequentiamo con quelle a cui stiamo solo pensando, in modo da inventare il percorso per l'innovazione dei prossimi anni. In questa direzione indispensabile il rapporto con i produttori di vernici: sono loro che immaginano, progettano, creano nuove sostanze vernicianti che spetta poi alle nostre macchine applicare nel miglior modo possibile. E' una spinta alla ricerca che ci stimola e di cui vogliamo essere sempre più partecipi: stiamo immaginando, ad esempio, macchine per applicare vernici adatte per nuovi sistemi di appassimento suggeriti da settori lontani anni luce da quello delle superfici.

Guardiamo con altrettanto interesse alla stampa digitale, attraverso una partnership con un grosso partner industriale che vanta esperienze di primissimo piano in altre applicazioni e che con noi affronta oggi il tema del vetro, del fibro-cemento, puntando alla condivisione e alla crescita comune".

Padiglione 3, stand P11-S20.