

RICERCA E SVILUPPO CON UN SOLIDO APPROCCIO INDUSTRIALE

GIARDINA GROUP, UNA PRESENZA DI PRIMO PIANO NEL MONDO DELLA FINITURA.

Abbiamo l'opportunità di visitare lo stabilimento produttivo di **Giardina Group** a Figino Serenza nel cuore della Brianza: della cultura brianza della finitura, questa realtà, nata dall'unione di **Giardina Finishing**, di **Mauri** e di **De Stefani**, un pool di aziende che compie attorno al 2022 il suo Cinquantesimo di storia ed esprime un patrimonio tecnologico e industriale di primo piano.

La disponibilità in Giardina Group di tecnologie di verniciatura immediatamente pronte o con un imponente magazzino di semilavorato e di macchine, standard ma in grado di essere personalizzate per il cliente, è il portato di una concezione industriale del produrre.

Questa scelta vede alla sua base una struttura operativa di grandi dimensioni concentrata nello stabilimento di Figino Serenza per esprimere una capacità produttiva e di risposta innovativa nei differenti settori: metallo, vetro, legno, materiali compositi, plastica, cemento e fibrocemento, ceramica prodotti aerospaziali, automotive, ma non mancano approcci a tecnologie specifiche e particolari che ottengono per i clienti che lo richiedono risposte alle loro specifiche richieste di finitura.

«Essere mono settore e monoprodotto – ci dice **Stefano Tibé**, l'anima commerciale del Gruppo – è oggi un grosso pericolo per la sopravvivenza delle aziende, proprio l'opposto del nostro obiettivo che è quello di essere riconosciuti come leader tecnologici e di innovazione nei diversi settori di applicazione, senza perdere il passo nella ricerca e nello sviluppo». «Aggiungiamo – ci dice ancora Tibé – che non

vogliamo essere un'azienda che vende soltanto, noi vogliamo essere in grado di offrire al cliente un servizio di consulenza, coprendo sempre tutti i clienti, partendo da quello che il cliente produce e da quali sono le sue necessità tecnologiche».



□ GIARDINA GROUP, A LEADING INDUSTRY IN THE WORLD OF FINISHING

■ We have the opportunity to visit the **Giardina Group** production plant in Figino Serenza in the heart of Brianza: of the Brianza culture of finishing, this reality, born from the union of **Giardina Finishing**, **Mauri** and **De Stefani**, a pool of companies that around 2022 its fiftieth anniversary and expresses a leading technological and industrial heritage.

The availability in Giardina Group of immediately ready painting technologies or with an impressive warehouse of semi-finished products and machines, standard but able to be customized for the customer, is the result of an industrial conception of production. This choice is based on a large operational structure concentrated in the Figino Serenza plant to express an innovative production and response capacity in the different sectors: metal, glass, wood, composite materials, plastic, cement and fiber cement, ceramic, aerospace products, automotive, but there is no shortage of approaches to specific and particular technologies that obtain answers to their specific finishing requests for customers who request it.

"Being a single sector and a single product – **Stefano Tibé**, the commercial soul of the Group tells us – is today a great danger for the survival of companies, just the opposite of our goal which is to be recognized as technological and innovation leaders in different application sectors, without losing pace in research and development."

"Let's add – Tibé tells us again – that we don't want to be a company that only sells, we want to be able to offer the customer a consultancy service, always covering all customers, starting from what the customer produces and from which its technological needs."

Keeping up with the times means for Giardina Group to face the challenges of the present and the future today: "Today – concludes Tibé – we try to create super-efficient systems also from an energy point of view, companies want to recover even the last ten degrees of temperature and the last few watts of energy. Customers are always looking for new cycles and finishes on different substrates and the way to arrive at a product that is intrinsically cheaper but more attractive from an aesthetic and performance point of view. One of our priorities is undoubtedly to simplify the use of our technologies as much as possible, equipping them with those automations that allow any operator, even those who do not have specific skills, to be able to obtain excellent finishes thanks to the capacity of the machine, the line, to self-regulate."

A RATIONAL PATH IN A HIGHLY COMPETITIVE CONTEXT

To summarize the journey of this Group, both young and



Essere al passo coi tempi significa per Giardina Group affrontare oggi le sfide del presente e del futuro: «Oggi – conclude Tibé – cerchiamo di creare impianti super-efficienti anche dal punto di vista energetico, le aziende vogliono recuperare anche gli ultimi dieci gradi di temperatura e gli ultimi wati di energia. I clienti sono sempre alla ricerca di nuovi cicli e finiture su supporti diversi e della via per arrivare a un prodotto intrinsecamente più economico ma esteticamente e prestazionalmente più attrattivo. Una delle nostre priorità è indubbiamente semplificare al massimo l'utilizzo delle nostre tecnologie, dotandole di quelle automazioni che permettano a qualsiasi operatore, anche a quello che non ha una competenza specifica, di poter ottenere ottime finiture grazie alla capacità della macchina, della linea, di autoregolarsi».

UN PERCORSO RAZIONALE IN UN CONTESTO ALTAMENTE COMPETITIVO

Ma per riassumere il cammino di questo Gruppo, giovane e storico assieme, è **Stefano Mauri** – contitolare con il fratello **Riccardo** – a raccontarci un percorso positivo e vincente, anche se frutto di un impegno intenso e profondo.

«La storia è semplice», ci dice. «Siamo partiti dalla gestione delle diverse aziende che oggi costituiscono il Gruppo come entità separate: dunque **Mauri Macchine**, poi **Giardina Finishing** e alla fine – a gruppo costituito – la decisione di acquisire il

ramo di attività della **De Stefani** per creare la nuova **Destefani**.

Un processo che, negli anni, abbiamo portato avanti mettendo in atto precise scelte strategiche e industriali: abbiamo trasferito l'attività della **Mauri Macchina** dallo stabilimento di Cernate nei spazi attuali, la storica sede di **Giardina Finishing**, così da poter produrre tutte le macchine in un'unica sede e, soprattutto, con la medesima filosofia improntata alla qualità e alla massima velocità nella consegna. Un passaggio che ci ha consentito di consolidare una importante collaborazione a livello di logistica e di approvvigionamenti.

La scelta di rivitalizzare le competenze nel mondo della levigatura del bordo e del profilo creando la nuova **Destefani** – una società nella cui compagine azionaria sono presenti i fratelli **Sara e Alessio De Stefani**, figli del fondatore **Valerio De Stefani** – è stato quello che potremmo definire il primo passo nell'allargamento dei nostri settori di interesse. Anche **Destefani** è stata trasferita dalla storica fabbrica di Gussano negli spazi di Novestrate, proprio di fianco al nostro nuovissimo show room, proseguendo su quella strada di razionalizzazione e di ricerca della massima efficienza a cui ho già accennato.

Chiave di volta di questa realtà comune ai tre marchi è un magazzino importante, che ci permette di consegnare, per esempio, una macchina **Destefani** a sessanta giorni, grazie al fatto che abbiamo sempre disponibili tutti i componenti

historic, it is **Stefano Mauri** – co-owner with his brother **Riccardo** – who tells us about a positive and successful path, even if it is the result of an intense and profound commitment.

"The story is simple," he tells us. "We started from the management of the various companies that today make up the Group as separate entities: therefore **Mauri Macchine**, then **Giardina Finishing** and finally – once the group was established – the decision to acquire the business branch of **De Stefani** to create the new **Destefani**.

A process that, over the years, we have carried forward by implementing precise strategic and industrial choices: we have transferred the activity of **Mauri Macchina** from the Cernate plant to its current premises, the historic site of **Giardina Finishing**, so as to be able to produce all the machines in a single location and, above all, with the same philosophy based on quality and maximum speed in delivery. A step that has allowed us to consolidate an important collaboration in terms of logistics and procurement.

The decision to revitalize skills in the world of edge and profile sanding by creating the new **Destefani** – a company whose shareholding structure includes the brothers **Sara and Alessio De Stefani**, sons of the founder **Valerio De Stefani** – was what we could define as the first step in expanding our sectors of interest. **Destefani** has also been transferred from the historic factory in Gussano to the spaces in Novestrate, right next to our brand new showroom, continuing on that path of rationalization and the search for maximum efficiency that I have already mentioned.

The cornerstone of this reality common to the three

brands is an important warehouse, which allows us to deliver, for example, a **Destefani** machine in sixty days, thanks to the fact that we always have all the necessary components available. We have also done a great job at the technical office level, reorganizing and updating all the projects, the drawings of our technologies, of our aggregates, which means being able to cut the time needed to go from an idea, from a customer's request to a project executive to be made in the workshop.

THE TRANSITION TO GIARDINA GROUP

Arriving at the creation of **Giardina Group** and making it a starting point for new entrepreneurial activities is certainly the crowning achievement of the dream of the founder, **Giampiero Mauri**.

"Unfortunately our father was unable to see this important stage of his work; he left us too soon, but this was a further stimulus to have courage and to bring our experience in finishing technologies even further forward", adds **Stefano Mauri**.

An example of this is the recent acquisition – together with the industrial partner **GTechnologies Group**, which includes the **Brosio Meccanica** and **Giardina Graphic brands**, a company with which we boast a historic collaboration – of **Marval**, an extremely well-known brand in the world of insulating glass. We started from our experience in glass, gained through our **Giardina Group Glass Division**, to enter a market – that of double glazing – which still has very large growth potential in the near future. Pursuing diversification strategies is the right way, in our opinion and that of many other entrepreneurs, to be able to develop different skills, accelerate the development of new ideas and innovative solutions, always creating the best environment to "keep alive" a know-how that expands every day.

This implies creating a differentiation of products but also of markets: "Today – **Stefano Mauri** tells us – we have various target countries that are fundamental for us, starting with **Brazil**, the **United States**, **Great Britain** and **Canada**. We are also sowing seeds in certainly more complex markets, such as **India**, and achieving excellent results in **Europe**, especially in **Poland**, **Romania** and **Portugal**, just to mention the main ones.

In some – such as in **Brazil**, where we have an important collaboration, with a reality that has about seventy agents throughout the country – we are carrying out extremely engaging projects, reaching the point of creating real training centers dedicated to the various aspects of finishing, a model that we would like to gradually export to other situations.

necessari. Abbiamo fatto un grande lavoro anche a livello di ufficio tecnico, riorganizzando e aggiornando tutti i progetti, i disegni delle nostre tecnologie, dei nostri aggregati, il che significa poter tagliare i tempi necessari per passare da una idea, dalla richiesta di un cliente al progetto esecutivo da realizzare in officina».

IL PASSAGGIO A GIARDINA GROUP

«Arrivare alla creazione di **Giardina Group** e farne un punto di partenza per nuove attività imprenditoriali è certamente il coronamento del sogno del fondatore, **Giampiero Mauri**».

«Purtroppo nostro padre non ha potuto vedere questa importante tappa del suo lavoro: ci ha lasciato troppo presto, ma questo è stato un ulteriore stimolo ad avere coraggio e a portare la nostra esperienza nelle tecnologie per la finitura ancora più avanti», aggiunge Stefano Mauri.

«Ne è un esempio la recente acquisizione – insieme al partner industriale **GTechnologies Group**, che comprende i marchi **Brosio Meccanica** e **Giardina Graphic**, una realtà con la quale vantiamo una storica collaborazione – della **Marval**, un marchio estremamente noto nel mondo del vetrocamera. Siamo partiti dalla nostra esperienza nel vetro, maturata attraverso la nostra **Giardina Group Glass Division**, per entrare in un mercato – quello del vetrocamera – che ha



ancora ampissimi spazi di crescita nel prossimo futuro. Portare avanti strategie di diversificazione è il modo giusto, ad avviso nostro e di moltissimi altri imprenditori, per poter maturare competenze diverse, accelerare lo sviluppo di nuove idee e di soluzioni innovative, creando sempre l'ambiente migliore per "mantenere vivo" un know-how che si espande ogni giorno».

Questo implica creare una differenziazione di prodotti ma anche di mercati: «Oggi – ci dice Stefano Mauri – abbiamo diversi Paesi target per noi fondamentali, a partire dal Brasile, dagli Stati Uniti, dalla Gran Bretagna e dal Canada».

Stiamo anche seminando in mercati certamente più complessi, come l'India, e riscuotendo ottimi risultati in Europa, soprattutto in Polonia, in Romania e in Portogallo, solo per citare i principali.

In alcuni – come in Brasile, dove abbiamo una collaborazione importante, con una realtà che conta una settantina di agenti in tutto il Paese – stiamo portando avanti progetti estremamente coinvolgenti, arrivando a creare veri e propri centri di formazione dedicati ai vari aspetti della finitura, un modello che vorremmo esportare progressivamente in altre situazioni».

IL CINQUANTESIMO E IL PROGETTO PININFARINA

«Ma non sarebbe completo questo sintetico resoconto senza parlare del **Cinquantesimo del Gruppo** nei suoi vari componenti». Ci dice ancora Stefano Mauri: «La collaborazione con **Pininfarina** è stato un progetto iniziato nel 2019: abbiamo voluto realizzare una macchina innovativa collaborando con un grande nome del design industriale, progetto che ha preso corpo in "pieno Covid" e che abbiamo presentato in anteprima mondiale a Xylexpo lo scorso ottobre».

Un modo eclatante per celebrare il **nostro Cinquantesimo**, una macchina che ha riscontrato un successo di mercato inaspettato, clienti affascinati dall'idea di poter avere in fabbrica una tecnologia che è anche una icona di stile, una macchina che non è solo esteticamente bella, ma vanta alcune caratteristiche tecniche efficaci e raffinate assieme in termini di ergonomia e di funzionalità. Una esperienza così positiva da pensare che potrebbe essere solo un primo passo che ci porti magari ad avere un modello "**design by Pininfarina**" per ogni linea di prodotto...».

THE FIFTIETH ANNIVERSARY AND THE PININFARINA PROJECT

But this brief report would not be complete without mentioning the fiftieth anniversary of the Group in its various components. Stefano Mauri tells us again: "The collaboration with **Pininfarina** was a project that began in 2019: we wanted to create an innovative machine by collaborating with a big name in industrial design, a project that took shape in "full Covid" and which we presented in preview

world championship at Xylexpo last October. A striking way to celebrate our fiftieth anniversary, a machine that has met with unexpected market success, customers fascinated by the idea of being able to have a technology in the factory that is also an icon of style, a machine that is not only aesthetically beautiful, but boasts some effective and refined technical characteristics together in terms of ergonomics and functionality.

Such a positive experience that we think it could just be a first step that may lead us to have a "**designed by Pininfarina**" model for each product line..".