

MADE in MANTOVA

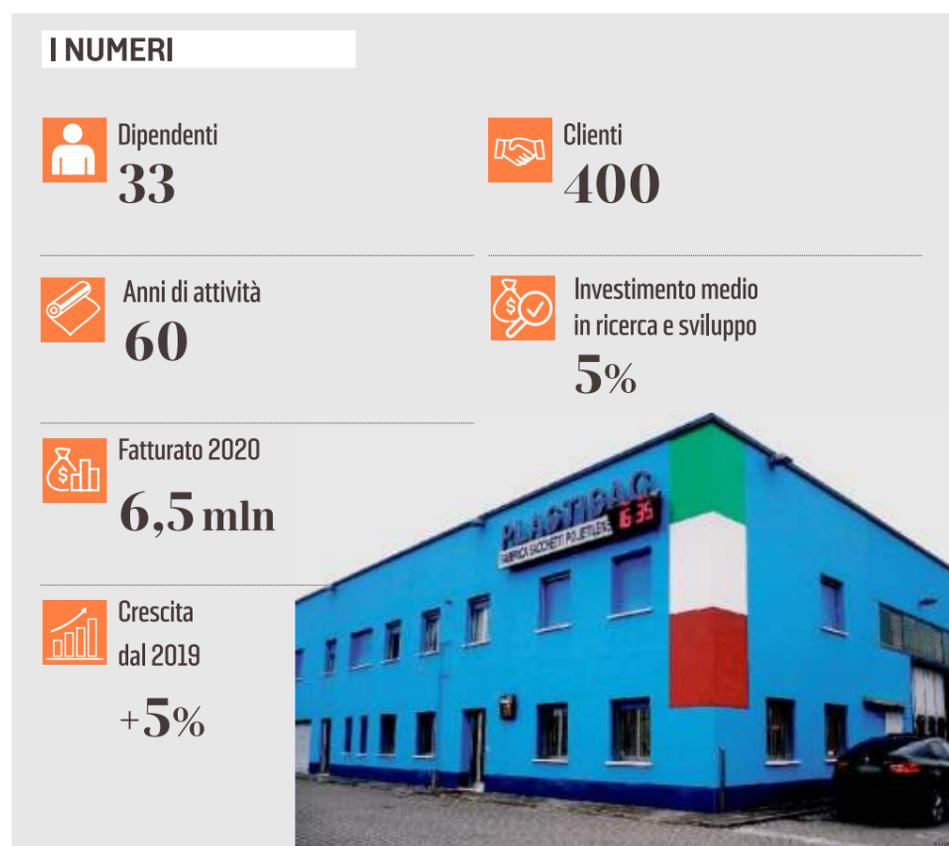
Plastica: la crescita passa per la sostenibilità e per la diversificazione

Nel 2020 l'azienda di Gambarara ha avuto un giro d'affari di 6,5 milioni. I settori di riferimento sono l'alimentare, il biomedicale e il farmaceutico

C'è sacchetto e sacchetto. Alla Plastisac di Gambarara, edificio azzurro che spicca tra capannoni tutti uguali e anima verde acceso, ne sono convinti. Da sessant'anni sul mercato, leader nella produzione di film plastici in polietilene, puntano ormai da tempo sulla sostenibilità ambientale. Oltre che sul servizio: dalle macchine sempre più tecnologiche non esce nulla di standard. Scelte che pagano: l'azienda, che nel 2020 ha fatturato 6,5 milioni di euro, è in crescita (più 5% rispetto al 2019). E ora guarda lontano: l'Europa l'aspetta.

«Il 2020 è andato bene. Sono anni, del resto, che la produttività sale. E questo grazie ai collaboratori e ai progetti sempre nuovi: quando mettiamo un prodotto in macchina ce n'è già un altro pronto che aspetta», racconta Mauro Bergamaschi, che gestisce l'azienda con i fratelli Lucio e Paolo. I clienti che acquistano sacchetti e film in polietilene sono più di quattrocento, ma i primi dieci per dimensione degli ordini fanno la metà del fatturato. L'azienda, in particolare, si è specializzata nell'alimentare, nel biomedicale e nel farmaceutico, settori più complessi di altri.

Ma tra le commesse ci sono anche quelle di case di moda importanti, che non avvolgerebbero mai le loro creazioni in involucri qual-



siasi. «Vendiamo il prodotto, la consulenza e il servizio insieme. E tutta la nostra produzione - prosegue Bergamaschi - è su richiesta del cliente».

Per accontentarlo, i salti mortali sono la regola. Un esempio: per una lavanderia industriale che serve, tra l'altro, anche ospedali, l'azienda fa analizzare, a campione, la carica batterica dei

sacchetti. La ricerca su materiali, processi e applicazioni, cui viene destinato, in media, il 5% del fatturato, serve anche a questo.

Difficoltà? «Un problema riguarda le materie prime, che da dicembre a oggi hanno raddoppiato il loro prezzo. E se ne trovano pochissime, tutte andate verso la Cina. È un problema di tutta l'Europa: se va avanti così,

molto settori hanno tre mesi soltanto di autonomia».

Sul fronte mercati, per ora gran parte delle vendite parlano italiano, ma nel futuro c'è un rafforzamento dell'estero. «Siamo partiti forte con l'Italia, inizialmente con distanze entro i 150 chilometri, ma poi abbiamo cominciato ad allungare le distanze». Per prodotti a basso valore aggiunto come possono

essere i sacchetti, i costi di trasporto incidono molto, ma grazie alla specializzazione e all'attenzione verso il servizio anche i conti tornano. All'estero l'azienda già lavora con Paesi come Cipro, Spagna, Svizzera, Austria. E si spinge persino più in là, verso Israele e Oman.

Ora, per consolidare la propria presenza oltre confine, ha investito in seo, l'insieme delle attività che migliorano il posizionamento nei motori di ricerca sul web. L'idea, che ha già funzionato per il mercato interno, sta portando buoni frutti anche per l'Europa.

Sull'Italia, però, il passaparola continua a essere il mezzo promozionale migliore: «Ci siamo fatti il nome di azienda seria, che produce qualità», spiega la responsabile commerciale, Raffaella DalBello.

Nel futuro, anche investimenti in tecnologia 4.0 e un ampliamento. Oltre a nuove assunzioni: i dipendenti, adesso 33, sono destinati a crescere di numero. «Stiamo cercando operai per i nostri tre turni di lavoro», spiega Bergamaschi. E poi c'è il

capitolo ambiente, uno dei fili rossi delle decisioni aziendali. Prima azienda del settore a siglare, nel 2014, un accordo volontario con il Ministero dell'ambiente, collabora con il Cnr e continua a lavorare sulla riduzione della propria Carbon footprint, il parametro utilizzato per stimare le emissioni di gas serra causate da un prodotto o da un processo produttivo.

«Abbiamo deciso, come produttori di plastica, di rendere sostenibile il nostro processo a 360 gradi», racconta Claudio Peschiera, responsabile sostenibilità e qualità. «La plastica, se trattata in maniera adeguata, può essere riciclata all'infinito». Per una parte della produzione, l'azienda sta usando materie prime che derivano dalla raccolta differenziata e da tempo impiega materiale rigenerato derivante dagli scarti di produzione.

Per alcuni clienti, sta per decollare, poi, un nuovo progetto: gli imballaggi potranno essere ritirati, lavorati e restituiti sotto forma di nuovi prodotti. —

SABRINA PINARDI

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA NOVITÀ

Ultime nate le “happy cover” per tutelare i pazienti del Poma

Servono a proteggere e a mantenere igienizzati cellulari, tablet e telecomandi. Plastisac le ha lanciate sul mercato lo scorso maggio e le ha chiamate “happy cover”. Ora, nel mezzo di una nuova preoccupante ondata della pandemia, l'azienda ha deciso di donarne duemila all'ospedale di Mantova.

Le ha consegnate venerdì scorso Paolo Bergamaschi, che con i fratelli Mauro e Lu-

cio gestisce l'azienda di famiglia fondata nel 1961 dal papà Luciano.

«Ogni paziente avrà una cover per il proprio telecomando - spiega Mauro Bergamaschi - e anche i telefoni e i tablet che servono a fare comunicare i malati con i propri famigliari a casa potranno essere protetti».

Le “happy cover”, realizzate in polietilene a bassa e alta densità, riciclabili al 100%,

sono soltanto un esempio della capacità di innovare e della flessibilità dell'azienda, che nel corso degli anni ha registrato quattro brevetti. Risultati possibili grazie a un investimento costante in ricerca e sviluppo, pari in media a circa il 5% del fatturato.

Tre gli ambiti principali sui quali si concentrano i ricercatori. Si parte dal materiale, il polietilene: gli studi consentono di trovare soluzioni per



All lavoro in azienda

migliorarne in maniera continuativa le proprietà. Si prosegue con le procedure di lavorazione, in tutte le loro fasi: gli obiettivi sono aumentare la produttività e rispondere in maniera sempre più tempestiva alle richieste dei

clienti e, al tempo stesso, rendere il processo ancora più sostenibile dal punto di vista ambientale.

E poi c'è la fase dello sviluppo di nuove funzionalità della materia prima: campi di applicazione infiniti che fan-

Servono a proteggere e a mantenere igienizzati cellulari, tablet e telecomandi

no sì che l'azienda possa spingersi a esplorare nuovi mercati. Ma tra gli oggetti di studio degli ultimi anni c'è anche la tracciabilità dei prodotti realizzati in polietilene.

Su questo tema, l'azienda può offrire più soluzioni tecnologiche: codici a barre e QR code sono due esempi di strumenti che consentono di tracciare i sacchetti e il loro contenuto. —

S.PIN.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sui motori di ricerca

Per consolidare la propria presenza oltre confine, la Plasticsac di Gambarara ha investito Inseo, l'insieme delle attività che migliorano il posizionamento nei motori di ricerca sul web



Obiettivo sostenibilità

«La plastica può essere riciclata all'infinito». Per una parte della produzione, l'azienda sta usando materie prime che derivano dalla raccolta differenziata e da tempo impiega materiale rigenerato.



Il tricolore sulla sede non è un vezzo: il processo produttivo è interamente italiano

L'alimentare è stato puntato 10 anni fa. Da qui l'idea di prendere le certificazioni

«Nostro padre ci ha lasciato un'azienda sana e l'abbiamo mantenuta così»

Nelle fotografie di Nicola Saccani l'interno della Plasticsac. A fianco l'imprenditore Lucio Bergamaschi

Sessant'anni fa la fondazione grazie a Luciano Bergamaschi, il padre di Mauro, Lucio e Paolo. La sede storica, dove tutto nasce, è in via Giosuè Carducci, in pieno centro storico

Nel 1961 mancavano i sacchetti: la produzione con macchinari "arrangiati"

LA STORIA

Il compleanno, di tutto rispetto, lo festeggeranno quando il Covid19 smetterà di stravolgere vite. Perché dovrà essere festa vera. Gli anni da celebrare, del resto, sono sessanta: è il 1961 quando Luciano Bergamaschi, il padre di Mauro, Lucio e Paolo, gli attuali titolari, fonda la Plasticsac.

Tutto comincia quando, dopo aver lavorato come chimico in Montedison, inizia a fare il rappresentante per una ditta di accessori. Si accorge, andando in visita ai clienti, che sul mercato mancano sacchetti di plastica. La lampadina si illumina: perché non produrli?

Così gli viene il piglio di recuperare delle assi di scarto da una falegnameria, di assemblarle per bene e di inven-

tarsi una saldatrice. Poco dopo parte con l'attività: compra le bobine e produce i primi sacchetti. La sede storica, dove tutto nasce, è in via Giosuè Carducci, in pieno centro.

Nel corso degli anni, poi, l'azienda cambia sede più volte, ma rimane sempre nel capoluogo. E dal primo piccolo capannone di 350 metri quadrati, con casa annessa come capitava spesso in

quell'epoca di imprenditori intrepidi, la Plasticsac si sposta alle porte della città, a Gambarara, dove si trova ancora oggi: la sua facciata azzurra accesa con la bandiera italiana dipinta sullo spigolo, ad avvolgere la colonna portante della struttura, è inconfondibile.

E non si tratta soltanto di un vezzo estetico: fin dagli albori tutto il processo produttivo è sempre stato intera-

mente realizzato all'interno dei confini italiani, per garantire la massima qualità e al tempo stesso gestire una filiera corta e essere il più possibile flessibili.

La stessa simbologia ritorna nel marchio, nato da un'intuizione del fondatore: uno scudo che protegge, la vocazione degli imballaggi in polietilene, con all'interno le iniziali dei tre figli e in cima una corona tricolore. Made in Italy anche i macchinari per fabbricare i prodotti in polietilene, sempre più tecnologici: arrivano perlopiù dalla Brianza, dalla provincia di Varese e dalla Toscana. Servono a sostenere la corsa verso prodotti per imballaggio ancora più performanti e fatti su misura per i clienti. Negli ultimi anni, poi, con la gestione di Lucio, Mauro e Paolo Bergamaschi, che con l'azienda di famiglia sono cresciuti, è arrivato l'impegno per l'ambiente: nel 2011 Plasticsac ha installato un impianto fotovoltaico e nel 2014, prima nel suo settore, ha firmato un accordo volontario per la riduzione delle emissioni di anidride carbonica.

Negli anni a seguire gli sforzi sono proseguiti, e culmineranno a breve nel bilancio di sostenibilità, che ogni anno, oltre a valutare gli indicatori di impatto ambientale, misurerà il welfare aziendale e la conduzione dell'impresa.

Un capitolo a parte riguarda, inoltre, le certificazioni. «Più di dieci anni fa - spiega Mauro Bergamaschi - abbiamo avuto l'idea di studiare per bene il settore alimentare. Questo ci ha portato a prendere certificazioni che ora ci consentono di essere tra i leader di mercato. Erano certificazioni non obbligatorie, ma la nostra forza è stata quella di metterle sulle scrivanie dei clienti prima ancora che ce le chiedessero». La forza dell'azienda? «La nostra forza è la curiosità, che ci porta a inventare tutti i giorni qualcosa di nuovo». Inventare, quindi, e crescere, ma con responsabilità: «Nostro padre ci ha lasciato un'azienda sana e la nostra mission, quando lui è mancato, è stata di mantenerla sana. Ci stiamo riuscendo». —

S.PIN.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GLI INDICATORI

Un bilancio di sostenibilità tra ambiente e welfare interno

La responsabile commerciale Raffaella Dal Bello: obiettivo delle grandi realtà, ma tutto il mondo occidentale si sta muovendo in questa direzione

Non soltanto conto economico e stato patrimoniale: presto la Plasticsac avrà anche un bilancio di sostenibilità. Sotto la lente, ogni anno, non ci saranno, quindi, soltanto i risultati economici e finanzia-

ri: anche gli indicatori di impatto ambientale, il welfare aziendale e la governance aziendale saranno oggetto di attenta misurazione.

«Il bilancio di sostenibilità - spiega la responsabile commerciale, Raffaella Dal Bello - è un obiettivo soprattutto delle grandi aziende, ma tutto il mondo occidentale si sta muovendo in questa direzione». E Plasticsac vuole esserci, per coglierne le opportunità

di mercato, legate per esempio a una migliore reputazione del marchio o a migliori condizioni di accesso al credito, e perché, da sempre, crede nella responsabilità d'impresa. La strada è già tracciata: il punto di partenza è stato l'aspetto ambientale con lo studio della Carbon footprint (il parametro utilizzato per stimare le emissioni di gas serra), l'installazione (già nel 2011) dell'impianto

fotovoltaico, l'acquisto di certificati verdi e, prossimo step, la certificazione ambientale.

I passaggi successivi riguarderanno il welfare aziendale (per esempio i dati sulla forza lavoro, i rischi operativi, le relazioni sindacali, il controllo della catena di fornitura, il rispetto delle diversità e dei diritti umani) e la valutazione della conduzione aziendale (tra i parametri presi in esame ci sono la presenza di consiglieri indipendenti, le politiche di diversità nella composizione del consiglio di amministrazione, la presenza di comitati sulla sostenibilità, la remunerazione dei vertici aziendali). —

S.PIN.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La lavorazione dei film alla Plasticsac