

**L'intervista**

Gianmaria Balducci (Cefla): «Dopo la crisi siamo diventati più forti»

5

**Monopoli**

Unipol e il dopo Fonsai: polizze hi-tech, welfare privato e rischio casa

7

**Turismo**

Camere in saldo sotto le Due Torri. E la Regione investe in fondi europei

12

# CORRIERE IMPRESE

## EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI

**L'analisi**

### La cultura del cibo? A Parma

di **Helmut Failoni**

**P**oche città al mondo hanno una reputazione gastronomica (internazionale) così forte e, aggiungerei, inscalfibile come Bologna. Il mito, come ha spiegato in diversi dei suoi illuminanti saggi lo storico Massimo Montanari, è indissolubilmente legato alla nascita dell'Università più antica del mondo, nel 1200, sotto le Due Torri. Gli studenti che provenivano da Paesi stranieri portavano in città le loro identità. E uno degli elementi più forti dell'identità è da sempre, e ovunque, il cibo. In tutte le sue declinazioni. Anzi, dirò di più, il cibo è un territorio molto meno neutro di quanto non si possa pensare. E nel 1600, cito ancora Montanari, la nostra città pullulava di trattorie straniere, dove si mangiava «alla polacca», «alla tedesca», «alla francese»... La grande forza della gastronomia bolognese è stata quella di aver saputo assorbire le identità straniere, per poi metabolizzarle, farle proprie, trasformandole in qualcosa di diverso, che ora è ciò che chiamiamo cucina bolognese. La metafora che si potrebbe usare è quella della spugna che Walter Benjamin usava per raccontare le mille culture che Napoli assorbiva e poi rilasciava in un modo diverso, nuovo. Fatta questa premessa, va detto che il mito è diventato un falso mito, perché a Bologna si mangia bene soprattutto nelle case. Meno nei ristoranti. A Bologna non c'è un ristorante di eccellenza, di quelli che ti fanno fare la deviazione dall'autostrada per andarci a mangiare (le cose, a onor del vero, vanno però lentamente migliorando). Siamo «Tortellino City», ma poi quando si parla di eccellenza della ristorazione, ci si deve purtroppo tirare un filo indietro.

continua a pagina 15

**Primo piano**

**Romagna**  
La nuova sede della Banca di Credito Cooperativo di Faenza

## Bcc in **cerca** d'autore

Sono 19 le Banche di Credito cooperativo emiliano-romagnole interessate dal decreto di riforma del governo. Alcune potrebbero scegliere di restare autonome. Ma la maggioranza opterà per aderire alla superholding nazionale, guidata da Emil Banca Pula: «Una grande occasione per il sistema italia». Le perplessità di Banca di Bologna

**L'intervento**

### Il wellness, l'intuizione che sta cambiando il volto della Romagna

di **Paolo Lucchi**

**L**a prospettiva lanciata da Nerio Alessandri di dar vita ad una «Davos del benessere», a me pare la sfida — per le imprese coinvolte, per il nostro mondo sportivo, per le amministrazioni locali, per i cittadini — in grado di cambiare in meglio il volto della Romagna. Spiego perché.

Quando ci soffermiamo sul tema del benessere fisico, tendiamo al massimo classificarlo tra le questioni che collegano sport, cura dell'alimentazione e sanità. È naturale

che così sia e farlo ci indirizza verso una sanità romagnola capace di collocare sempre di più l'attività fisica tra le scelte sanitarie e di organizzare in modo innovativo anche le «Case della salute» (e cioè i nostri tanti «già ospedali»).

Ma relegare il tema del benessere ad un approccio esclusivamente sportivo-sanitario, sarebbe sbagliato. Per esempio, in questi anni in Romagna abbiamo imparato a utilizzare i parchi, l'ampia rete di piste ciclabili, i lungo fiume, come teatri di una pratica sportiva realmente aperta a tutti. Traduco l'affermazione con un numero: ogni martedì ed ogni giovedì sera a Cesena, ormai più di 1.500 persone camminano assieme (partendo dal principale parco cittadino, quello dell'Ippodromo, ma ritrovandosi anche in decine di frazioni).

continua a pagina 15

dietro ogni **innovazione** c'è un **sogno**



**manzella+associati**  
brevetti, marchi, modelli

www.manzella.eu  
info@manzella.eu

**we**  
protect  
**dreams**

## L'INTERVISTA

Gianmaria **Balducci**

Il presidente di Cefla festeggia il bilancio 2015 con fatturato e dipendenti in aumento. E guarda avanti con l'investimento nei led di potenza

## L'azienda

## La storia

Dai dentisti ai mobili, la coop imolese ha una macchina per tutti gli impieghi



«La crisi ci ha reso più **forti**»

## Chi è

**Gianmaria Balducci**, è socio della Cefla dal 2002 ed è stato eletto nel 2010 come membro del suo consiglio di amministrazione. Ne è diventato vicepresidente nel 2012 e presidente nel 2013

di **Maurizio Andreoli**

**O**rmai è un mantra: innovare, diversificare i business, conquistare sempre nuovi mercati. Figuriamoci se non lo recitano in Cefla. «La crisi iniziata nel 2009 ci ha fatto pensare che un settore in difficoltà può essere bilanciato da uno che tiene meglio, abbiamo capito che si possono travasare persone, competenze, che occorre il coraggio di mettersi sempre in discussione, accettando anche cambiamenti di ruoli, di mansioni, a volte traumatici per l'uomo» dice il presidente della cooperativa imolese, Gianmaria Balducci. «Un grande vantaggio per noi — aggiunge — è stato quello di essere già molto presenti a livello internazionale. Una scelta lungimirante, fatta da chi guidava l'azienda all'inizio degli anni 80».

I risultati si sono visti. Cefla ha chiuso nel 2014 il suo miglior bilancio, con un fatturato di quasi 419 milioni e un risultato netto che avvicina i 10 milioni. I conti definitivi del 2015 segneranno un'ulteriore crescita del fatturato, che sarà intorno a 430 milioni, e i circa 1.800 dipendenti del gruppo sfioreranno quota 1900. Quattro i settori in cui l'azienda è impegnata. Il principale è il medicale (soprattutto dentale con brand come Anthos, Castellini), poi ci sono il finishing, gli impianti e gli arredamenti commerciali. «Le chiamavamo divisioni, ora preferiamo il termine business unit. Fino al 2010 Cefla era la somma di quattro aziende separate, adesso ci sentiamo molto più azienda unica».

**Presidente, cosa significa essere cooperativa oggi?**

«È un modello che se ben interpretato può essere ancora vincente. Penso al diffuso orientamento all'obiettivo. E a una logica di redistribuzione del valore aggiunto creato, in un'epoca in cui la forbice delle differenze sociali sta aumentando».

**Ma il mondo avanza veloce, le coop stanno al passo?**

«Bisogna adeguarsi. Essere cooperativa rende forse la gestione ancora più attenta, ma non per questo meno dinamica».

**Come mai avete solo 270 soci?**

«Vogliamo una base sociale che sia il più possibile motivata e selezionata, che creda non solo nel fare un investimento che può rendere

bene, ma nel modello cooperativo inteso come lo intende Cefla. In questi anni le aziende con una base sociale non troppo allargata si sono dimostrate più veloci nel fare le azioni necessarie per adeguarsi alle nuove dimensioni di mercato».

**Siamo sempre lì, occorre essere snelli e tempestivi.**

«Ormai una buona scelta, ma fatta con un ritardo anche solo di qualche mese, può essere non più quella giusta».

**Quanto credete e quanto investite nell'innovazione?**

«Tantissimo, al punto che forse non abbiamo neanche il quadro completo dei soldi che investiamo per le tante persone di Cefla che ci lavorano. Il plus che abbiamo creato all'inizio del 2015 è avere anche un ufficio ricerca e sviluppo corporate, che pensa 365 giorni all'anno anche a business che non abbiamo, a strade che esulano da quelle classiche di sviluppo del prodotto».



**Solo 270 soci? Vogliamo una base sociale che sia il più possibile motivata. Per una visione di lungo periodo è giusto investire su rapporti stabili, ma senza la paura che se ti crolla un mercato non hai nessun modo per gestire le cose, se non gli ammortizzatori sociali**

**Ci dia qualche anticipazione sui vostri progetti.**

«Stiamo potenziando sempre di più l'attività dei led di potenza per illuminazione. Oltre a venderli a terzi (siamo fornitori della 3F Filippi di Bologna, una delle aziende più qualificate in Italia nell'illuminotecnica di interni), li utilizziamo nelle lampade scialitiche delle poltrone per dentisti, per illuminare gli scaffali nell'arredamento, per l'essiccazione delle vernici e così via».

**Ci credete fortemente?**

«Ci sono già segnali molto forti dei margini di sviluppo che si possono avere. Sarà un business che nei prossimi 5-10 anni avrà una crescita altissima, finché non verrà inventato qualcosa

di più efficiente e più funzionale».

**All'Expo, Cefla è stata protagonista. Quale bilancio fa della manifestazione?**

«È stata una bella esperienza. Partita lenta, ma da luglio c'è stata una vera e propria esplosione. Credo che il paese Italia potesse sfruttare l'Expo meglio. Ora spero si prosegua con Fico».

**Che aspettative avete?**

«Stiamo facendo parte degli impianti del sito produttivo. Considerando che dovrà diventare un'esposizione permanente aperta al mondo, speriamo che possa essere una vetrina per portare i nostri clienti internazionali a fare un tour gradevole e allo stesso tempo far loro vedere i nostri prodotti».

**Quali sono gli ostacoli, i problemi principali che questo territorio, inteso come regione Emilia Romagna ma non solo, deve superare?**

«Mi viene subito in mente il sistema fieristico e faccio un paragone con quello tedesco: aereo, treno e sei già in fiera. Noi qualcosa di simile, ma fatto un po' male, l'abbiamo forse a Milano. A Bologna sono almeno 30 anni che si parla del collegamento aeroporto-stazione-fiera, 20 anni che si parla del Passante Nord. Ma se ci soffermiamo sulle infrastrutture, il tema è assolutamente nazionale. Penso all'hub logistico che il nostro Paese potrebbe essere per il Nord Africa, tensioni geopolitiche permettendo».

**Un flash sul Jobs Act.**

«Le tutele crescenti sono una mossa giusta. Anche noi di Cefla dobbiamo fare il mea culpa: abbiamo abusato del lavoro interinale. Per una visione di medio e lungo periodo è giusto investire di più su rapporti stabili, ma senza la paura che se ti crolla un mercato non hai nessun modo per gestire le cose, se non arrampicarti sugli ammortizzatori sociali».

**Infine ci dica dove Cefla deve migliorare.**

«Ci sono Paesi che stiamo ancora sfruttando poco, penso al Nord America e alla Cina. Rispetto agli investimenti fatti in questi mercati, le nostre quote sono risibili. Abbiamo i prodotti adeguati, quelli che dobbiamo superare sono problemi di normative differenti, magari molto selettive come negli Stati Uniti. Ma a volte si tratta anche, banalmente, di strutturare una rete commerciale. Questione non semplice ad esempio in Cina, dove se non riesci a essere capillare puoi avere anche il più bel prodotto del mondo ma non sfonderai mai».

**C**efla è nata a Imola il 4 maggio 1932 come Cooperativa elettricisti, fontanieri, lattonieri e affini. Col tempo si è affermata, espandendosi in altri settori, ma cercando sempre di mantenere un legame molto forte col territorio. Attualmente, dei 1.800 dipendenti del gruppo, un migliaio lavorano a Imola.

La storia dell'azienda è fatta di alcune tappe fondamentali. Nel 1950 è nato il gruppo arredamenti commerciali, nel 1964 Cefla è entrata nel settore degli impianti di verniciatura del legno, nel 1998 ha assorbito la Cir, specializzata nel settore dentale. Oggi è una realtà multibusiness con 22 siti nel mondo e 176.000 metri quadrati di stabilimenti. Le quattro business unit sono legate da un progetto comune. Per quanto riguarda il fatturato, quasi un terzo è appannaggio del medicale, mentre le altre tre business unit si dividono in parti quasi uguali il rimanente.

Cefla esporta circa il 90% del settore finishing (legno, plastica, vetro, fibrocemento), l'85% del medicale-dentale, il 55-60% degli arredamenti. È invece quasi esclusivamente impegnato sul mercato nazionale il settore degli impianti.

La cooperativa imolese è leader mondiale nella produzione di macchine e impianti per la verniciatura, decorazione e nobilitazione del legno, global player nella progettazione e realizzazione degli equipment per il settore odontoiatrico e medicale, leader nella realizzazione di soluzioni complete per l'arredo di superfici commerciali (scaffalature, banchi cassa, carrelli di spesa, fino al concept esecutivo). Quanto all'anima storica dell'azienda, oggi è la prima realtà italiana nella realizzazione di impianti tecnologici. Da oltre trent'anni Cefla si occupa di energia e ambiente. Realizza impianti di cogenerazione a gas naturali e da fonti rinnovabili, impianti a biomassa e biogas, propone soluzioni chiavi in mano, dalla progettazione fino alla gestione di tutto il ciclo di vita degli impianti.

L'azienda è presente in tutte le più importanti fiere dei settori di cui si occupa, in particolare in Germania (Colonia, Düsseldorf, Hannover), ma anche negli Stati Uniti. Recentemente ha partecipato alla Aeedc di Dubai per il settore dentale. Dal 24 al 28 maggio prossimi, Cefla finishing sarà a Milano a Xylexpo, fiera biennale di caratura mondiale per le tecnologie della lavorazione del legno e dei componenti per l'industria del mobile.

Oltre al forte impegno in Expo 2015, Cefla ha partecipato tra l'altro alla realizzazione della Allianz Tower di Milano, al restauro del teatro La Scala di Milano, all'adeguamento impiantistico della Galleria degli Uffizi di Firenze.

**M. A.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA