

Risparmio, Mercato, Imprese

L'Economia

VENERDÌ
20.05.2022

ANNO XXVI
Numero Speciale

economia.corriere.it

del **CORRIERE DELLA SERA**

CORRIAMO (NONOSTANTE TUTTO)

I mille Campioni del made in Italy hanno superato la crisi del Covid a ritmi da boom. Anche in questi mesi difficili non si sono fermati e già progettano il prossimo rilancio. Ecco come

di **Francesca Gambarini** e **Raffaella Polato**. Con articoli di **Caterina Della Torre**, **Mario Corti**, **Franco Mosconi**, **Filiberto Zovico**



NUMERO SPECIALE

IL FUTURO È UN UOVO DA COVARE

La scelta più sicura per chi cerca un servizio di investimento realmente personalizzato. Per proteggere e far crescere il vostro patrimonio, per covare le vostre ambizioni.



ERSEL
Wealth Management



MARGARITELLI CAMBIA FORMA AL LEGNO

Il gruppo umbro, partito dalle traverse ferroviarie in rovere, oggi si rinforza anche col business dell'arredo

di **Andrea Salvadori**



Il legno è da oltre 150 anni la materia prima alla base delle fortune imprenditoriali della famiglia umbra Margaritelli. Prima grazie alla fabbricazione di traverse per le ferrovie in rovere, in seguito anche per la produzione di pavimentazioni per l'arredo, un comparto dove l'azienda opera nella fascia alta del mercato con il marchio Listone Giordano. Controllato al 100% dalla famiglia, il gruppo ha chiuso il 2021 con un fatturato di oltre 175 milioni di euro, in forte crescita sia rispetto ai 158 milioni del 2019 sia sui 138 milioni del 2020, un ebitda pari a circa il 16% del giro d'affari e una forza lavoro di circa 660 dipendenti. I ricavi delle attività ferroviarie hanno sfiorato i 100 milioni di euro, mentre Listone Giordano ha superato i 75 milioni.

«Ancora oggi sono queste le nostre aree di business — spiega il brand manager Andrea Margaritelli —. Se le traverse in legno per le ferrovie sono diventate un prodotto di nicchia, da tempo abbiamo trasferito il nostro know how alla produzione di traverse in cemento armato precompresso. Listone Giordano è invece diventata l'azienda più importante a livello europeo nelle pavimentazioni lignee d'alta gamma, una leadership conquistata anche alla luce della scelta di proporre, primi nel mercato, un prodotto caratterizzato da una spiccata componente di design, grazie alla collaborazione avviata con alcuni tra gli architetti più noti del settore».

Al centro di tutto rimangono le foreste della Borgogna di proprietà del gruppo, dove viene raccolta la materia prima attraverso una gestione forestale sostenibile, «siamo tra i pochi nel mondo a garantirla con la certificazione Pefc», aggiunge Margaritelli. Il legno viene lavorato a Fontaines nello stabilimento di prima trasformazione con una capacità produttiva di oltre 60mila metri cubi

annui. I semilavorati vengono poi trasportati a Miralduolo di Torgiano, nel perugino, dove viene completato il ciclo di produzione dei prodotti Listone Giordano. «L'attenzione alla sicurezza dei consumatori è per noi un'altra priorità. Le materie prime sono tutte naturali, non ricorriamo a solventi chimici e le tecnologie che abbiamo brevettato garantiscono igiene e salubrità inibendo la proliferazione dei batteri sulla superficie del parquet», spiega Margaritelli.

Tra i progetti del gruppo c'è in primis un'ulteriore spinta all'internazionalizzazione. «Nel business ferroviario siamo attivi in particolare in Italia e Francia, la nostra intenzione ora è estendere la presenza in altri mercati. La commercializzazione di Listone Giordano copre invece circa

60 Paesi del mondo con una rete di 500 punti vendita tra store monomarca e corner: l'export vale il 55% dei ricavi, grazie in particolare ai risultati raggiunti soprattutto in Europa, negli Stati Uniti e, in misura crescente, anche in Medio ed Estremo Oriente. Tre quarti del

fatturato arriva dalla clientela retail, il restante 25% dalle cosiddette forniture contract per gli operatori del real estate, dell'hotellerie, della nautica e per gli spazi culturali. Gli investimenti per Listone Giordano sono indirizzati soprattutto per lo sviluppo dei nostri showroom». Si chiama Arena il flagship store milanese di recente inaugurato, progettato dall'architetto Michele De Lucchi. «Un luogo non solo per la presentazione e per la vendita dei prodotti, ma anche per l'apprendimento di tematiche legate al mondo del legno e, più in generale, della natura». Interessi che il gruppo coltiva dal 2000 con la Fondazione Guglielmo Giordano, impegnata nella promozione di studi e ricerche di carattere storico e tecnologico.

La famiglia possiede foreste in Borgogna, gestite in maniera sostenibile. Il business dei pavimenti spinge sull'export

Il gruppo è cresciuto del 38,5% dal 2020 e ha un Ebitda al 45%. «Ma ora ci occorre manodopera qualificata»



TECHNOPROBE IL LABORATORIO DEI CHIP

In provincia di Lecco l'azienda dei Crippa «testa» i microprocessori per i big tech di tutto il mondo

di **Massimiliano Del Barba**

Per misurare la distanza che intercorre fra una lavorazione meccanica considerata commodity e una produzione specialistica, ad alto contenuto tecnologico e perciò generatrice di più ampio valore aggiunto, il consiglio è quello di prendersi una mezza giornata libera per raggiungere Cernusco Lombardone, in provincia di Lecco. Citofonare al 2 di via Cavalieri di Vittorio Veneto. Lì ha sede — una delle sue undici sedi, ormai — la Technoprobe: 392 milioni di fatturato nel 2021 per un Ebitda del 45% (sì, non è un refuso, del 45%), un risultato netto di 119 milioni ma, soprattutto, una crescita composta annua del 38,5% durante il biennio dominato dall'emergenza sanitaria.

Un gioiello finanziario, la Technoprobe — la quale lo scorso 14 febbraio si è pure quotata all'Euronext Growth Milan —, che è però anzitutto un gioiello tecnologico. Qui si producono le cosiddette probe-card, oggetti fondamentali per lo sviluppo dell'economia digitale. In sintesi, Technoprobe permette ai produttori di chip di testare il proprio prodotto prima che questo entri in un dispositivo elettronico. Dal cellulare al frigorifero, dalle carte di credito alle automobili, i circuiti elettronici miniaturizzati al silicio sono il cuore pulsante del nostro mondo (se l'auto che avete ordinato qualche mese fa sconta un ritardo di consegna la colpa è che non se ne producono abbastanza per soddisfare una domanda in continua crescita): ecco perché il loro corretto funzionamento va verificato. Uno a uno.

E qui entra in gioco Technoprobe, nata letteralmente in un garage con i soldi della liquidazione di un ex dipendente Stm che ha avuto l'intuizione vincente. Lui è Giuseppe Crippa: ha fondato l'azienda con la moglie nel 1995, ha sviluppato nel 2012 la tecnologia proprietaria delle probe-card e ora ha la-

sciato il testimone nelle mani dei figli Cristiano e Roberto e del cugino Stefano Felici. «I chip vengono realizzati su wafer — spiega il vicepresidente Roberto Crippa —, cioè sottili fette di materiale semiconduttore, tipicamente il silicio. Poi vengono separati uno dall'altro per essere montati sui dispositivi per i quali sono stati creati. Tuttavia, per essere sicuri che funzionino, vanno testati. Noi lo facciamo appunto con le nostre probe-card, interfaccia elettroniche che permettono di eseguire il test quando i chip sono ancora sul wafer attraverso migliaia di piccoli aghi che connettono i loro terminali a una macchina esterna».

Ogni probe-card è unica, nel senso che viene costruita su misura per il chip che dovrà testare: di qui la natura di specialty dell'azienda lombarda, che è ormai fornitrice dei principali player mondiali dell'hi-tech, tanto che il 98% del fatturato è generato fuori dal nostro Paese.

Una corsa sostenuta anche dalla recente quotazione — l'obiettivo dichiarato è raddoppiare il fatturato nel giro di 5-6 anni e acquisire aziende in grado di integrare il portafoglio tecnologico — e che non sembra arrestarsi nemmeno di fronte all'impennata dei costi energetici e delle materie prime: «Potrebbe rallentare qualche fornitura — ammette Crippa — ma noi giochiamo su un altro terreno, che non è quello del prezzo ma è quello dell'innovazione. Come aumenta la complessità dei chip aumenta contemporaneamente la complessità del test che siamo chiamati a eseguire. La nostra forza è la conoscenza e il nostro limite alla crescita è dato dalla disponibilità di manodopera qualificata. Per questo, più giovani talenti dotati di know how troveremo, più rapida sarà la nostra crescita».