

Un nuovo ruolo delle **DONNE** nell'**ECONOMIA ITALIANA**

A CURA DI COMMUNICATION PLANET



LUISELLA ZIGNONE

Avvicinandosi ai sessant'anni di storia il Lanificio Zignone, sito nella fascia pedemontana della provincia biellese, appare come un moderno opificio industriale attivo nella produzione di tessuti per abiti, giacche e pantaloni che si richiama alla grande tradizione della storia tessile del territorio ma adattata ai nuovi stili della confezione contemporanea. Con un forte radicamento nel mercato del lusso accessibile internazionale, presente in 50 Paesi, oggi la guida è affi-

LANIFICIO ZIGNONE, UNA LUNGA STORIA DI FAMIGLIA

data ai fratelli Matteo e Luca Patti, nipoti del fondatore Giulio Zignone, figura carismatica di grande ingegno commerciale e acuto conoscitore dei mercati, che ha fondato la società nel 1968 dopo un lungo percorso da commerciante di tessuti. Ideale anello di congiunzione tra la prima e la terza generazione, sono le due figlie del fondatore, Carla e Luisella. La prima si è dedicata alla famiglia, lasciando al marito Giuseppe Patti la gestione dell'azienda, la seconda ne ha seguito lo sviluppo assieme al cognato. È proprio Luisella Zignone che racconta il suo battesimo nel mondo della lana. "A vent'anni ho avuto la possibilità di trascorrere un anno intenso e bellissimo in Australia a conoscere le proprietà della lana più pregiata del mondo, una fibra naturale di altissima qualità e morbidezza. Leggera nel fisico e leggera nell'anima, la figura di Luisella Zignone si staglia nella storia dell'azienda biel-

lese che ha percorso sin dalla fondazione. Prima al fianco del padre, di cui ricorda la grande umanità, poi assieme al cognato a dirigere l'azienda e a farla crescere in anni complicati per il tessile dopo l'ingresso della Cina nel Wto, ed oggi nume tutelare dei nipoti che hanno il compito di traghettare questo periodo di grandi turbolenze. "Sono due persone serie e oneste che lavorano con grande passione e con grande rispetto del passato e del nome che il nostro lanificio si è fatto in tutto il mondo. L'azienda è in buone mani anche perché una nuova generazione si sta già affacciando." Una famiglia sempre molto unita che oggi si ritrova con tre diverse generazioni al lavo-

ro in azienda assieme a 130 collaboratori impegnati nel dare un futuro alla storica industria tessile biellese, realizzando collezioni di tessuti destinati all'eleganza maschile attraverso un controllo completo di tutte le fasi di lavorazione. "Verticalizzare la nostra produzione - racconta Luisella - ha richiesto un grande sforzo ma oggi ci consente di avere un controllo su tutta la filiera produttiva ed economie di scala che per una manifattura moderna sono indispensabili e ci consentono di essere un'impresa finanziariamente solida." Ad aiutare in questo ambito anche l'investimento realizzato negli anni ottanta, rilevando e ristrutturando una filatura del territorio che da



GIUSEPPE, LUCA E MATTEO PATTI

molti anni conduce con mano sicura Carla Zignone che, libera dalle incombenze familiari, si è rivelata un'ottima guida per questa lavorazione che, all'interno di una moderna filiera tessile, riveste un ruolo determinante per sviluppare un prodotto che identifichi la raffinatezza dei tessuti marchiati Zignone. "Ho trascorso la mia vita dedicandomi all'azienda - chiude Luisella Zignone - ma lasciando sempre uno spazio alle mie passioni e ad una vita sociale intensa e interessante. Mi sono sempre riconosciuta nei valori del nostro territorio fondati su sobrietà, operosità e serietà ed ispirata alla figura di mio padre la cui eredità morale spero di aver trasmesso a tutta l'azienda. Mia sorella e mio cognato sono stati due grandi sostenitori, per me è stato un privilegio lavorare con loro e con tutte le persone che hanno contribuito alla storia di questa azienda.



DA SINISTRA: GIOVANNA, PAOLO E MARIA VITTORIA MANTOVANI

C'è una parola che ricorre spesso nel racconto di Paolo Mantovani: qualità. È il filo rosso che attraversa la storia di Gioia Srl, manifattura di maglieria nata a Carpi come produttore conto terzi e diventata negli anni una realtà familiare solida, capace di crescere controcorrente. "Negli anni Novanta c'era il fast fashion, con le sue logiche. Io già allora pensavo che l'unica strada fosse specializzarsi su un prodotto medio-alto. Ancora oggi per me la prima cosa è la qualità", spiega Mantovani. Una scelta che va in direzione opposta rispetto a quella di

IL SOGNO DI UN UOMO VIVE NEGLI OCCHI DELLE FIGLIE

molti grandi marchi, orientati a ridurre le composizioni per aumentare i margini. "Noi facciamo esattamente il contrario, e il mercato ci sta dando ragione: cresciamo tutti gli anni". Accanto alla produzione conto terzi, dal 2015 prende forma il marchio Vanisè, oggi distribuito nel retail d'eccellenza. Una doppia anima che consente all'azienda di mantenere equilibrio industriale e, allo stesso tempo, di esprimere una visione precisa attraverso il proprio brand. "Continuiamo a lavorare per clienti soprattutto esteri che hanno numeri piccoli ma cercano qualità. E con Vanisè decidiamo tutto noi, dal prodotto allo stile". Il legame con il territorio è centrale. In un periodo in cui molti hanno scelto la delocalizzazione, Mantovani ha fatto una scelta opposta: l'accentramento. Oggi l'azienda è un perfetto esempio di manifattura verticale, dove il capo nasce e viene realizzato interamente nello



stabilimento di Carpi. "Qui il prodotto viene pensato, programmato e prodotto internamente. È una vecchia manifattura rivista con tanta tecnologia". Dimostrazione di questo, il comparto dei macchinari, tutti giapponesi, ad altissima efficienza. La tecnologia, però, non sostituisce l'anima artigianale, ma la rafforza. Ogni maglia è tracciata, ogni passaggio registrato. "Grazie all'introduzione del TAG", sappiamo quando e dove è stato prodotto ogni capo, con che fibra e su quale macchina. È tecnologia al servizio della qualità". Centrale è il cashmere, selezionato solo nelle sue parti più pregiate. "Quando si parla di cashmere si apre un mondo. Noi utilizziamo solo fibre finissime, perché la resa nel tempo fa la differenza", puntualizza il fondatore. Lo sguardo sul futuro sarà sempre incentrato sulla dimensione familiare.

In azienda, infatti, lavorano anche le figlie di Mantovani: Maria Vittoria, impegnata nello stile e nella parte creativa, e la più giovane, che segue l'innovazione digitale e i sistemi di tracciabilità. "Non so se lascerò loro una gioia o una responsabilità enorme. Ma il sogno di un uomo vive negli occhi delle figlie". Un futuro "rosa", costruito senza fretta, fatto di crescita graduale, fiducia e coerenza. "Cresciamo con i nostri tempi, sacrificandoci sulla marginalità e investendo sul prodotto. Alla fine i clienti ci premiano".



SENSORMATIC: LA FORZA DELLA CONTINUITÀ

Quarantasei anni di attività nel cuore dell'automazione industriale, una solida dimensione familiare e una guida che unisce competenza tecnica e

visione relazionale. Sensormatic SRL, azienda bolognese specializzata nella sensoristica industriale, rappresenta oggi un caso emblematico di continuità e rinnovamento nel manifatturiero italiano. A raccontarne l'evoluzione è Elisabetta Marziani, figlia del fondatore. Entrata in Sensormatic nel 1992, guida l'azienda ed è protagonista in prima persona di molte delle scelte che ne hanno accompagnato la crescita. "Un momento chiave è stato il 1996, con la certificazione di qualità ISO 9000. Da lì è iniziata una fase di apertura verso nuovi fornitori e nuove linee di prodotto, con l'obiettivo di rispondere in modo sempre più completo alle richieste dei clienti", spiega. Nata come distributore, Sensormatic ha progressivamente costruito un modello basato sulla consulenza tecnica e sulla partnership con i costruttori di macchine. "Vendiamo tecnologie diverse che spesso possono risolvere lo stesso problema applicativo. Questo ci ha portato naturalmente a sederci al tavolo con il cliente e ragionare insieme sulla soluzione migliore. È qui che nasce il vero rapporto di fiducia", sottolinea Marziani. Un ruolo centrale lo gioca la specializzazione delle competenze interne. "Nei primi anni Duemila abbiamo deciso di formare tecnici dedicati a specifiche tecnologie: sensori ottici, capacitivi e altri ambiti specifici. Oggi ogni tecnologia ha un riferimento altamente qualificato". Ma il vero valore aggiunto resta la dimensione umana. "Puoi fare ogni tipo di marketing, ma alla fine conta la visita: vedere la macchina, l'ambiente, le condizioni reali in cui il sensore lavora. È lì che si risolve davvero un problema", prosegue Marziani. In un settore storicamente maschile, la leadership femminile rappresenta un elemento distintivo. "Un punto di vista femminile porta anche maggiore equilibrio e leggerezza nel clima aziendale. Siamo una realtà snella, ma questo approccio aiuta a rendere più fluide le relazioni e le decisioni", osserva l'amministratrice delegata. Sensormatic resta un'azienda familiare, con la presenza attiva della generazione precedente e uno sguardo aperto al futuro. "Le imprese familiari sopravvivono se sanno evolversi, strutturarsi e stare al passo con i tempi. Dopo 46 anni, la nostra sfida è continuare a crescere senza perdere l'identità costruita sul know-how e sulla qualità".



ELISABETTA MARZIANI

LUNGIMIRANZA E QUALITÀ: IL MODELLO SIGHINOLFI

Da oltre sessant'anni Idrastica Sighinolfi rappresenta un punto di riferimento nel settore oleodinamico. Uno status che nasce da una visione imprenditoriale capace di anticipare le esigenze del mercato e di garantire ai suoi clienti attenzione, supporto costante, altissimi standard qualitativi. La storia inizia negli anni '60,



DONATELLA SIGHINOLFI

quando il fondatore Albano Sighinolfi intuisce che i cilindri, allora prodotti internamente dalle aziende, possono diventare una fornitura specializzata in grado di semplificare e migliorare il lavoro dei costruttori, anticipando l'attuale tendenza ad esternalizzare le parti, per concentrarsi sull'assemblaggio. Un percorso in crescita, che si evolve ulteriormente negli anni '90 con la strutturazione della governance attuale, guidata da Donatella e dal fratello Marco. "Mio padre ha saputo riconoscere e valorizzare le nostre attitudini affidandomi la parte relazionale e gestionale mentre mio fratello si è dedicato agli aspetti produttivi, come la gestione dell'officina e lo sviluppo tecnico", racconta Donatella, CEO dell'azienda. Una vision che da oltre trent'anni promuove la leadership femminile in un settore ancora prevalentemente maschile. "Ho lavorato a lungo per scardinare certi stereotipi e per convincere che anche alle donne debbano essere riconosciute competenze tecniche e capacità imprenditoriali e... penso di esserci riuscita con i nostri clienti", sottolinea Donatella. Mediazione, ascolto e attenzione ai bisogni del cliente sono strumenti chiave di un modello che mette le competenze al centro, più dei ruoli formali. A questo si affianca la volontà di costruire una relazione diretta, senza intermediari, con il cliente: ulteriore tratto distintivo dell'identità Sighinolfi. Un'eccellenza tecnica che si esprime attraverso progettazioni avanzate e brevetti come Smart Cylinder, frutto di oltre sei anni di ricerca in collaborazione con



MARCO E DONATELLA SIGHINOLFI

l'Università di Modena, in un contesto che prevede investimenti continui in ricerca e sviluppo con focus su sostenibilità, efficienza energetica e sicurezza. "Per noi innovazione significa anticipare i tempi, rinnovare prodotti consolidati e proporre soluzioni all'avanguardia", afferma l'imprenditrice. È su queste basi che lo sguardo dell'azienda si amplia, posandosi su settori ad alta complessità - offshore, navale, dighe, grandi presse industriali - dove qualità e personalizzazione fanno la differenza. Un approccio orientato al futuro che guida la strategia: investire anche nei momenti di crisi, combinare tradizione industriale e apertura al cambiamento, trasmettendo questa cultura alle nuove generazioni. Come conclude Donatella "Non ci fermiamo ai risultati raggiunti: miglioriamo costantemente e da sempre la nostra prospettiva".

