VareseNews

Curasept spa, la media impresa di Saronno che sfida i colossi puntando su innovazione e capitale umano

Pubblicato: Sabato 8 Luglio 2023

Il dodicesimo **rapporto sulle medie imprese italiane** redatto da **Mediobanca**, **Unioncamere** e Centro studi **Guglielmo Tagliacarne**, dice che le crisi mettono in luce la loro resilienza, maggiore rispetto alle "grandi". «L'autonomia di ciascuna, riconducibile al controllo familiare, ha contribuito a definire quel modello di successo che le accomuna, caratterizzato dalla grande attenzione verso la **qualità e dal valore strategico** che attribuiscono al capitale umano».
(*Nella foto Stefano Giovannardi fondatore e amministratore delegato di Curasept spa*)

IL CASO CURASEPT SPA
Curasept spa di Saronno, azienda specializzata nella cura e prevenzione delle malattie orali, è una media azienda italiana di successo: **200 dipendenti**, una proprietà tutta italiana, saldamente in mano alla **famiglia Giovannardi**, **42 milioni di fatturato**, di cui il 10% destinato a investimenti in ricerca e sviluppo, ben al di sopra alla media nazionale. «Non abbiamo quasi mai distribuito utili ma **reinvestito tutto nella ricerca e nella crescita aziendale** – sottolinea l'amministratore delegato e fondatore **Stefano Giovannardi** – È indispensabile farlo perché nel nostro settore ci sono colossi come per esempio Procter and Gamble, pertanto dobbiamo competere ad alto livello con multinazionali che hanno budget enormi».

UN MODELLO IBRIDO
Nata nel **2001**, Curasept è il frutto di **quarant'anni di esperienza** del suo fondatore nel settore

dell'igiene orale e della profonda conoscenza di un mercato molto competitivo costituito da poche aziende italiane e tantissime multinazionali. Giovannardi, fresco di laurea in **chimica farmaceutica**, prima ha fatto esperienza come manager in una piccola impresa di Firenze e dopo in grandi multinazionali. Due modelli completamente diversi tra loro, da cui l'imprenditore ha mutuato le qualità virtuose da trasferire nel suo progetto d'impresa. «Nell'aspetto realizzativo e manageriale – spiega l'amministratore delegato – ci siamo ispirati a una multinazionale. Invece nei rapporti con il personale abbiamo preso a modello la piccola dimensione. **Le persone non sono dei numeri** ma un fattore strategico dell'organizzazione aziendale».

INNOVAZIONE E QUALITÀ

Alla Curasept la parola d'ordine è **innovare** e per essere innovativi non basta mettere sul piatto le risorse destinate alla ricerca, ma bisogna conoscere bene il mercato, i propri competitor e avere una visione per poterle orientare in modo efficiente. «L'innovazione è un valore che ci distingue – sottolinea Giovannardi -. Per sviluppare questa conoscenza, abbiamo osservatori privilegiati, ovvero le **farmacie**, che serviamo direttamente, e gli **studi odontoiatrici**, cioè migliaia di odontoiatri e igienisti che quotidianamente lavorano sul campo».

L'EXPORT

I prodotti di Curasept viaggiano nel mondo. Recentemente l'azienda ha sottoscritto il suo **quarantesimo accordo** con un paese straniero, **l'Indonesia**. Anche in questi casi i grandi alleati per presidiare il mercato sono farmacie e odontoiatri ai quali si aggiunge il **distributore locale** senza il quale non si arriva sugli scaffali e sulle poltrone degli studi. «Questo rapporto funziona in Europa così come nei paesi arabi, dove la farmacia conta molto – spiega l'ad di Curasept -. Si lavora a stretto contatto con farmacisti e medici e si verifica che ci sia una sintonia di valori a partire dal principale, la cura della qualità».

LE PERSONE AL CENTRO

L'attenzione al cosiddetto capitale umano è un altro punto distintivo del **rapporto di Mediobanca** sulle **medie imprese** . Resta il fatto che in un Paese come l'Italia dove **l'inverno demografico è calato da tempo,** per le imprese sarà sempre più difficile trovare manodopera sufficiente e con profili adeguati. Alla Curasept sul capitolo nuove nascite c'è un'attenzione particolare. «I bambini nati da madri lavoratrici sono ventidue e attualmente ne abbiamo tre in maternità – sottolinea compiaciuto l'imprenditore -. Non c'è nulla di straordinario e non è un merito, per noi è giusto fare così».

IL SALTO DEL FATTURATO

Crescere di dimensioni o non crescere è il perenne dilemma delle pmi italiane che ciclicamente compare nel dibattito economico di un Paese la cui spina dorsale produttiva è costituita per il 92 % da piccole e medie imprese (*Fonte Il Sole24ore*). Forse il tema non è «quanto crescere», bensì «come crescere». Alla Curasept viene superato di slancio dalle parole di Stefano Giovannardi: «Siamo ben patrimonializzati e abbiamo un ottimo rating con le banche, pertanto nel nostro **piano al 2032** abbiamo come obiettivo i **cento milioni di fatturato**».

Michele Mancino
michele.mancino@varesenews.it