

Le imprese che fanno della Pianura Padana il motore dell'economia italiana sono legate da un fattore comune: la capacità di innovare. Viene applicata ossessivamente al prodotto, ai processi, in ogni settore. Alimentare o packaging non spenderanno come meccatronica o farmaceutica, ma certo non la considerano ingrediente marginale della crescita. Perché è (anche) così che si diventa un'eccellenza. Le storie dei campioni venerdì a Bergamo

# IDEE E RICERCA SI



di **Raffaella Polato**

Quella che l'attraversa è ormai più nota come Autostrada del Pil che non con la sua stessa sigla. È ovvio: «A4» evoca immagini di Tir in colonna, e con i Tir le merci che trasportano, e con le merci le fabbriche, i laboratori, le tenute agricole che le producono. Qualunque sia l'attività delle imprese che fanno della Pianura Padana il motore dell'economia italiana, tra i tanti possibili fattori in comune uno almeno è trasversale e sta alla base del loro successo (quando il successo c'è, naturalmente: e nel caso dei Champions L'Economia-ItalyPost c'è). Si chiama innovazione. Viene applicata ossessivamente al prodotto, ai processi, e in ogni settore: l'alimentare o il packaging non spenderanno quanto meccatronica o farmaceutica, in Ricerca, ma certo non li considerano ingredienti marginali della crescita.

Perciò questa, l'Autostrada del Pil, soprattutto nel tratto lombardo è in fondo anche l'Autostrada dell'Innovazione. Il suo simbolo le corre proprio accanto: il Kilometro Rosso è il polo privato leader a livello europeo, ed è un ecosistema fatto di 60 realtà che qui studiano il futuro, lo progettano, lo brevettano (per ben 58 volte solo nel 2018). A pochissimi chilometri, dall'altro lato dell'A4, c'è una delle infrastrutture che a quel futuro — persone e merci — consente di volare nel mondo. Il prossimo Meet the Champions, venerdì, sarà ospitato non a caso dalla Sacbo-Aeroporto di Bergamo. Molti dei Campioni lo utilizzano come scalo. Tutti, fanno parte della «squadra» che permette alla Lombardia di guidare il Pil nazionale perché ne guida, anche, gli investimenti in ricerca: il 22% nel primo caso, oltre il 20% nel secondo.

Sono chiaramente i leader, i lombardi, ma non sono soli. Eurostat ha pubblicato pochi mesi fa la «fotografia» R&S nei vari Paesi Ue. I 23 miliardi dell'Italia sono meno della metà delle risorse francesi e meno di un quarto di quelle tedesche. In media europea, noi abbiamo solo l'industria: il 61% del totale viene da lì, le quote di governo e Università continuano a scendere. È chiara, la ragione dei continui appelli?

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IGOR/CAMERI (NOVARA)**

## Da Novara a Sydney, il nostro gorgonzola è sempre più globale



**Alimentare**

Fabio Leonardi è ceo di Igor, azienda leader nella produzione del Gorgonzola Dop, esportato per il 50%

**152**

**Milioni di euro** il fatturato del 2018. Quest'anno è prevista una crescita dell'8%

**4,7%**

**Il tasso di crescita** composto annuo (Cagr) dal 2011 al 2017 dell'azienda

**Uniamo la tradizione casearia con l'efficienza industriale**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In principio fu un calesse carico di gorgonzola che faceva la spola tra il paesino piemontese di Mezzomerico e il Lago Maggiore. Era il 1935 e così Natale Leonardi riforniva del suo formaggio leggermente piccante gli alberghi frequentati dall'aristocrazia in villeggiatura. Tre generazioni dopo, la famiglia Leonardi tiene ancora saldamente le redini: non più di un cavallo ma di Igor, l'azienda casearia di Cameri, in provincia di Novara, che dà lavoro a 270 persone e il cui fatturato nel 2018 ha toccato i 152 milioni di euro (e nei primi due mesi del 2019 ha già registrato un promettente +11,2%).

«La nostra carta vincente è stato credere nella grande forza di questo formaggio — racconta oggi Fabio Leonardi, 56 anni, ceo di Igor, in azienda insieme ai fratelli da oltre 30 anni —. Ancora negli anni Novanta il gorgonzola era considerato un prodotto locale, ma viaggiando ho capito le potenzialità che aveva sul mercato straniero. Il problema era superare la diffidenza diffusa verso le piccole aziende artigianali italiane». Per i Leonardi la sfida diventa riuscire a coniugare l'arte casearia ereditata dal nonno con le esigenze di una produzione moderna e a livello industriale. «Dovevamo buttare il cuore oltre l'ostacolo e investire» — spiega Leonardi —. E nel 1996 abbiamo inaugurato il nuovo stabilimento». Da allora, la produzione ha raggiunto i 2,3 milioni di forme di gorgonzola annue. Nel 2018 il tasso di crescita è stato del 2%, «ma ad aprile di quest'anno siamo già a +8%, grazie al nuovo impianto appena avviato — precisa il manager —. Ora copriamo il 48% della quota di mercato mondiale».

Il successo di Igor ha trainato l'intero settore caseario. «Ne hanno beneficiato tutti — conferma Leonardi —. In 20 anni il volume d'affari dei formaggi è raddoppiato e l'Italia è passata da 2,5 milioni di forme a 5 milioni».

Oggi, il gorgonzola Igor (da quello classico all'ultima novità, il Blu di Capra) è esportato per oltre il 50% in Europa, Asia, America e Oceania. E proprio in Australia è stato una presenza fissa nelle ultime tre edizioni di *MasterChef*. «Il nostro gorgonzola — racconta orgoglioso Leonardi, che è anche il «patron» della squadra di volley femminile Igor Novara, che ha appena trionfato nella Champions League — è stato un ingrediente immancabile nelle sfide tra gli aspiranti cuochi. E senza che noi si abbia pagato un centesimo per avere quella visibilità».

**Massimiliano Jattoni Dall'Asén**

**SACCO/CADORAGO (COMO)**

## Fermenti lattici e probiotici 2.0: sul mercato è boom



**Batteri**

Martino Verga, amministratore delegato della Sacco: dal 1872 la famiglia si occupa della produzione di enzimi e fermenti lattici

**95**

**Milioni di euro** La previsione di fatturato per il 2019. L'azienda ha 300 dipendenti

**14,2%**

**Il tasso di crescita** composto annuo (Cagr) dal 2011 al 2017 dell'azienda

**Osservata speciale è la Cina, dove ora si consuma yogurt**

Mettere i batteri al servizio del benessere delle persone. Questa è la missione della Sacco e dei due fratelli Martino e Francesco Verga, eredi di una lunga tradizione familiare nel settore, a partire dal Cagliificio Clerici, fondato nel 1872 dal loro nonno. Dopo gli enzimi del cagliificio, il business si è allargato ai fermenti lattici con l'acquisizione della Sacco nel 1984 e da allora l'impresa è cresciuta a rotta di collo.

Dai 34 milioni di fatturato del 2011 ai 95 previsti quest'anno, la Sacco ha quasi triplicato il fatturato in otto anni, superando i 300 dipendenti. «Tutto merito di un team di ricerca molto efficace e di una gestione molto flessibile — spiega l'amministratore delegato Martino Verga, che mette il fattore umano in cima a ogni strategia aziendale.

Il mercato principale per l'azienda comasca è in Europa, ma aumenta il peso della Russia, dell'Iran e del Sud America, con la Cina che cresce sullo sfondo. «I cinesi, che sono generalmente intolleranti al lattosio come i giapponesi, hanno cominciato ad allevare mucche in modo massiccio e stanno introducendo nella loro dieta i prodotti caseari adatti anche a chi non tollera il lattosio, come lo yogurt, per cui fanno sempre più uso di fermenti lattici», rileva Verga.

La Sacco è impegnata soprattutto nella produzione di fermenti lattici per il settore lattiero caseario e per i salumifici, ma il perimetro si sta allargando velocemente ai probiotici, un settore in grande crescita dove i batteri dei fermenti lattici invece di finire negli alimenti diventano integratori in pillole o bustine, da assumere direttamente, per riequilibrare la flora intestinale perturbata, rimpiazzando il deficit microbico. «I probiotici sono molto richiesti in questi ultimi anni e stanno diventando il nostro impegno principale», precisa Verga, che sta già lavorando alla seconda generazione di probiotici, molto più complessi degli attuali.

«In Olanda ci sono già sperimentazioni di preparati farmaceutici per insediare nell'intestino di persone obese e diabetiche la flora batterica tipica delle persone che invece possono mangiare di tutto restando sempre magre», spiega Verga. Da queste sperimentazioni molto promettenti, con il tempo, deriveranno preparati farmaceutici mirati, che potrebbero essere in grado, ad esempio, di far retrocedere un diabete già avanzato. Questo è il settore su cui conta la Sacco, per mettere i batteri al centro della salute umana.

**Elena Comelli**

© RIPRODUZIONE RISERVATA