

Finanza & Imprese

17

BUSINESS INNOVATIVI

L'Economia

di **ANDREA BONAFEDE**

Era nato come cagliificio nel 1872, oggi è un polo delle biotecnologie da 169 milioni di euro di fatturato, che cerca di contribuire a due questioni cruciali per il futuro dell'Italia: il rientro dei cervelli e il trasferimento tecnologico. Sacco System è un gruppo che da Cadore, comune situato nel comasco, oggi raggiunge 110 Paesi nel mondo con i suoi prodotti.

Tutto inizia con la creazione del Cagliificio Clerici, dal cognome della famiglia fondatrice, e con la produzione di derivati da scarti di altre aziende, come il sapone e il caglio. Quest'ultimo sottoprodotto diventa presto il business principale dell'azienda, in quanto ingrediente fondamentale per il formaggio italiano che negli anni diventa un'eccellenza internazionale.

Acquisizioni

Negli anni Ottanta, la prima operazione in entrata. Cagliificio Clerici acquisisce Sacco, aggiungendo al caglio il business dei microrganismi per l'industria casearia: una scelta strategica, in un decennio in cui in Italia viene introdotta la pastorizzazione del latte, che «uccide» i batteri lattici originari e rende necessaria l'aggiunta di altri microrganismi.

Il 2013 è l'anno della seconda grande acquisizione, quella di Csl — Centro sperimentale del latte, che porta in dote al gruppo una «ceppoteca» molto estesa per il mondo del food e competenze pro-

DAL CAGLIO AL BIOTECH LA RICERCA E I TALENTI DI SACCO SYSTEM

Partito con i formaggi, ora è un gruppo delle biotecnologie da 169 milioni di fatturato. E punta a far «rientrare i cervelli» in Italia

biotiche per il settore farmaceutico e nutraceutico. «La divisione alimentare e quella che noi definiamo "microbiohome" rappresentano oltre il 90% del fatturato, sono in continua crescita anche se con ritmi differenti: il food in maniera più lenta ma costante, il mondo probiotico in modo più altalenante», racconta Viola Verga, board member di Sacco System e quinta generazione alla guida dell'azienda della famiglia Clerici-Verga.

Il gruppo conta anche una terza divisione, avviata da pochi anni ma con buone prospettive di crescita. Si tratta dell'agrovet e consiste nello sviluppo e nell'utilizzo di microrganismi per il benessere degli animali, sia domestici sia da allevamento, e delle piante. «Questi prodotti possono contribuire a ridurre l'utilizzo di antibiotici sugli animali e di sostanze chimiche sulle piante, alzando le difese

immunitarie sui primi e aumentando la resilienza ai cambiamenti climatici delle seconde — spiega Verga —. Per noi questo è un settore con tanto potenziale, le multinazionali dell'agroalimentare si stanno avvicinando a questi temi e noi cerchiamo di far incontrare la ricerca universitaria con questi grandi gruppi».

Tra i prodotti che Sacco System sta studiando c'è, ad esempio, un probiotico per le api, sviluppato insieme a un'università americana. Ma le collaborazioni con gli atenei sono tante altre e hanno l'obiettivo di portare alle aziende le innovazioni e le competenze che possono migliorare i loro business: quel «tech tran-



Affari di famiglia
Viola Verga, board member e quinta generazione alla guida di Sacco System

sfer» che in Italia non sempre si riesce a trasmettere al mondo imprenditoriale.

Il purpose

Il gruppo investe il 6% dei propri ricavi in ricerca e sviluppo, una decina di milioni all'anno per una divisione che conta circa cento persone, di cui il 90% in Italia. Nonostante Sacco System abbia intrapreso la strada dell'internazionalizzazione da qualche anno, con l'export che rappresenta il 40% del fatturato, la produzione e la ricerca avvengono nel nostro Paese. «I ricercatori provengono anche dall'estero, ci piace portare in Italia i talenti. In azienda il 46% delle persone ha almeno una laurea, la percentuale di donne laureate in STEM è del 54%. In totale siamo 540 persone, di cui 420 in Italia», illustra Verga.

Per il futuro, la volontà è quella di consolidare l'espansione all'estero, per ora senza ulteriori acquisizioni, «anche se siamo sempre aperti alle opportunità — precisa Verga —. Siamo andati all'estero aprendo filiali o acquisendo distributori. Ora con le minacce dei dazi è tutto più incerto, ma in azienda siamo abituati a trovare alternative».

Strategie che saranno portate avanti sempre dalla famiglia, proprietaria al 100% del gruppo, e con la spinta di un nuovo «purpose»: nutrire il mondo. «Lo abbiamo co-creato con tutti i dipendenti e ci sembra perfetto perché abbraccia il nostro business storico e i settori "microbiohome" e "agrovet"», conclude Verga.

(© RIPRODUZIONE RISERVATA)