

Imprese & Territori
Sviluppo sostenibile

70 OPPORTUNITÀ CLUB Med, si prepara 70 nuovi professionisti estiva 2021. Il mese di aprile.

Glass Group, nasce l'hub nazionale del vetro piano made in Italy

Aggregazioni

Le aziende coinvolte sono 16, 400 dipendenti, 19 fabbriche e 80 milioni di fatturato

Il comparto del vetro piano, che vale 880 milioni, è fatto di micro realtà frammentate

Giovanna Mancini

Il cambio di passo è arrivato lo scorso anno e ora, dopo alcuni mesi di stand by, il progetto di Glass Group è pronto a ripartire per dare vita in Italia a un grande hub nazionale del vetro piano (quello, per intendersi, destinato all'edilizia e all'arredamento). In grado di competere e trattare direttamente con le grandi multinazionali del settore, tutte straniere.

In origine si chiamava Glass6Therm: «sei», come il numero di aziende (tutte del Nord Italia) che nel 2009 si erano aggregate per mettere a fattor comune risorse, competenze, centri ricerca e rete di contatti, per uscire il più rapidamente dalla crisi che aveva investito l'edilizia e, di conseguenza, il settore. Oggi le aziende coinvolte nel progetto sono 16 (l'ultima si è aggiunta la scorsa settimana), raggiungono un fatturato complessivo di quasi 80 milioni di euro e contano 400 dipendenti in 19 stabilimenti, su tutto il territorio nazionale. «È cambiato il nome perché è cambiata la mission del progetto, che punta a diventare un riferimento per il settore in Italia - spiega Daniele Predari, presidente di Glass Group -. L'obiettivo è ar-

rivare a 30 aziende entro tre anni, crescendo al ritmo di cinque aziende ogni anno, quindi già entro la fine del 2021 contiamo di arrivare a quota 20». Cinque sono le aziende proprietarie del gruppo e del brand (su sei fondatrici originarie): Momagoglass, Predari Vetri, Vetraria Pescini, Vetreria Romagna e Vetreria Valfon. A queste si aggiungono (e si aggiungeranno) aziende socie, che producono in esclusiva prodotti a marchio Glass Group.

Non c'è più competizione ma coordinamento e condivisione: «Le imprese che fanno parte del progetto hanno capito che singolarmente non avrebbero potuto crescere nel panorama attuale del mercato, con la forte competizione dall'estero - aggiunge il presidente -. Il settore della trasformazione del vetro in Italia vale circa 880 milioni di euro ed è polverizzato in una miriade di realtà con un fatturato medio attorno ai 5 milioni, che non hanno risorse e competenze interne adeguate per portare avanti gli investimenti in ricerca e tecnologia necessari per competere».

Non solo: una crisi come quella del Covid ha messo in evidenza tutti i limiti della frammentazione produttiva e commerciale: «Tutto è diventato più difficile: garantire il funzionamento della supply chain, ma anche e soprattutto il rifornimento della materia prima, il vetro, di cui c'è una grave penuria a causa della pandemia - spiega ancora Predari -. Le aziende di Glass Group hanno in comune un ufficio tecnico, un centro di coordinamento e logistico e soprattutto una centrale acquisti che ha potuto trattare i prezzi e i lotti delle forniture di vetro dall'estero alla pari con i grandi trasformatori internazionali».



Vetro per edilizia e arredamento. La competizione internazionale impone alle imprese del settore coordinamento e condivisione per potere crescere

Un vantaggio competitivo fondamentale, che anche in un anno difficile come il 2020 ha dato i suoi frutti: a fronte di un calo medio del settore del 6% circa, Glass Group ha mantenuto i livelli di fatturato del 2019 e anche per quest'anno si prevede una crescita superiore alla media del comparto (attesa tra il 3,5% e il 4%).

Infine, un elemento importante del progetto è quello delle partnership con i clienti e fornitori in termini di ricerca e di formazione, anche nell'ottica di accorciare la supply chain, quindi cercando di stringere accordi soprattutto con aziende italiane.

5 milioni

IL FATTURATO MEDIO Delle piccole imprese che lavorano nella trasformazione del vetro, prive di massa critica per investire