



GIAMPAOLO IACONE Il direttore del gruppo di vernici e pitture: «La partecipazione nel nostro bilancio di sostenibilità»

«Boero cresce e investe nella gdo Presto al varo la nostra Academy»

L'INTERVISTA

Gilda Ferrari / GENOVA

Boero riguarda il risultato del bilancio di sostenibilità e investe nella distribuzione. Fondata nel 1831 a Genova, la storica società produttrice di vernici e pitture, oggi controllata dal gruppo portoghese Cin, si appresta a chiudere il 2023 con un fatturato in crescita rispetto al giro d'affari di 110 milioni di euro registrato nel 2022. «Chiuderemo l'esercizio in corso con risultati positivi, in linea con gli obiettivi che ci eravamo dati - spiega Giampaolo Iacone, direttore generale di Boero -. Nel settore yachting ci aspettiamo una crescita a due cifre. Il settore edilizia è stato catalizzato da fenomeni esogeni all'azienda».

L'ecobonus verrà meno nel 2024, quali sono le vostre previsioni?

«Ci aspettiamo una crescita più strutturata, l'anno prossimo, numeri magari più contenuti ma più solidi. L'ecobonus ha rappresentato uno shock, per il mercato. Sicuramente è servito, i benefici si sono avuti, ma noi vediamo con favore un ritorno a un mercato più stabile, in cui si cresce senza aiuti esterni e grazie alla competitività».

Vendete 20 milioni di litri di vernici e pitture l'anno, avete 5.000 clienti in 50 Paesi del mondo. Edilizia e yachting come incidono sul giro d'affari?

«L'edilizia rappresenta l'80% del nostro fatturato e il mercato è prevalentemente quello italiano. Il settore yachting incide per il 20% ed è un business orientato fortemente anche all'estero, abbiamo società in Francia, Spagna e Turchia e una rete di distributori a livello mondiale».

State investendo nella crescita, valutate acquisizioni?

«Il fatto di appartenere, dal 2021, al gruppo Cin ci ha rafforzato in termini manageriali e finanziari. Stiamo investendo, guardando non alla produzione, bensì alla distribuzione, che sta vivendo una trasformazione epocale. In altri Paesi europei, la distribuzione si è già evoluta: in Francia la grande distribuzione organizzata predomina, in Portogallo si sono moltiplicati i negozi monomarca. Qui in Italia si stanno sviluppando, da un lato la gdo, e dall'altro i centri professionali, una realtà sulla quale stiamo puntando molto».

Cosa sono i centri professionali e quali investimenti state realizzando?

«I centri professionali sono negozi grandi, che aprono in zone periferiche ad alto traffico, non nei centri delle città, e che sono spesso frutto di aggregazioni tra titolari di singole realtà che uniscono le forze. Offrono un vasto numero di referenze di prodotti per l'edilizia, ma soprattutto affiancano alla vendita dei prodotti una serie di servizi professionali: assistenza tecnica, formazione, supporto ai professionisti, programmi post-vendita. Per

essere più efficaci con questo tipo di clienti stiamo potenziando la formazione di una rete di professionalità tecniche, che affiancheranno la nostra rete commerciale tradizionale, che conta circa 70 agenti e sette area manager che gestiscono il territorio. Confidiamo di inserire altre figure tecniche, così da arrivare a 15 professionisti di questo tipo entro l'anno prossimo, in modo tale da coprire tutto il territorio nazionale in modo capillare. Parallelamente, valuteremo forme di collaborazione più strette con i centri professionali».

Un progetto che implica attenzione alla formazione professionale. Come vi organizzate?

«Inaugureremo a breve la nostra Academy, che in realtà è già operativa ma avrà una nuova sede a Tortona, l'anno prossimo, dove abbiamo già lo stabilimento produttivo, il centro di ricerca e il magazzino. Stiamo implementando i nuovi corsi e stiamo strutturando l'offerta formativa, anche con il supporto di professionisti della comunicazione».

La sostenibilità va di moda. Perché in gruppo ha investito in quest'ambito?

«La nostra non è stata una scelta di marketing. Siamo convinti che il cambiamento sia il futuro e chi non comprende l'importanza della sostenibilità sia destinato a sparire. Il bilancio di sostenibilità descrive le iniziative e i principali risultati in ambito economico, sociale e ambientale raggiunti dal gruppo nel corso del 2022 e definisce le azioni strategi-

che che, in maniera progressiva per i prossimi tre anni, saranno realizzate. È un atto volontario che rappresenta il primo passo di rendicontazione verso un modello di business in cui i principi di sostenibilità guidano il modo di fare impresa. Abbiamo iniziato il cammino verso una maggiore sostenibilità, anticipatamente rispetto agli obblighi normativi che entreranno in vigore dal 1° gennaio 2026».

Il documento spiega come l'azienda si sia allineata all'agenda per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite individuando 7 obiettivi prioritari, tra cui salute e benessere, lavoro dignitoso e crescita economica, città e comunità sostenibili. In concreto?

«Relativamente a salute e benessere abbiamo avviato un programma che coinvolge alta direzione, management, supervisor e capi squadra con formazione in aula e sul campo. La sfida è raggiungere il traguardo zero incidenti. Ci siamo impegnati a ridurre progressivamente le materie prime pericolose, così come promuoviamo la linea di prodotti ecosostenibili a basso impatto ambientale. Ai dipendenti abbiamo offerto nel 2022 18 ore di formazione e siamo impegnati ad assumere giovani talenti da affiancare a formare per ruoli organizzativi: nell'ultimo anno abbiamo assunto il 70% dei tirocinanti. La partecipazione alla vita dei territori in cui operiamo avviene attraverso decine di iniziative: nel 2022 abbiamo donato oltre mille litri di prodotto e pitturato 2.000 metri quadrati di strutture». —



GIAMPAOLO IACONE
DIRETTORE GENERALE E CFO
GRUPPO BOERO

«L'ecobonus è servito: i benefici si sono avuti, ma noi vediamo con favore un ritorno a un mercato più stabile»



Il sito Produttivo "Federico Mario Boero", nato all'interno dell'area industriale di Rivalta Scrivia nel 2009

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



004264