

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica	CORPORATE			
	Corriere.it	11/04/2025	<i>«Cosi' portiamo i colori italiani nel mondo»</i>	2
	Corriere.it	11/04/2025	<i>Innovazione e sostenibilita', la scommessa del futuro</i>	3
	Corriere.it	11/04/2025	<i>L'Expo di Osaka parla italiano (anche nei colori)</i>	4

«Così portiamo i colori italiani nel mondo»

Il Gruppo Boero ha curato gli interni del Padiglione italiano all'Expo di Osaka. Indagine su una realtà (con quasi 200 anni di storia) che sperimenta. Sia investendo nella formazione di giovani che nella ricerca scientifica. Gli interni del Padiglione Italia all'Expo di Osaka saranno sui toni dell'avorio per valorizzare la forte presenza del legno, usato sia in verticale che per i soffitti di copertura. A fornire le vernici è il Gruppo Boero, eccellenza italiana nel mercato dei prodotti vernicianti per edilizia e nautica. «La partecipazione di Boero al Padiglione Italia ad Expo 2025 Osaka - dice João Martins Serrenho, presidente del Gruppo CIN - conferma l'impegno del Gruppo CIN alla crescita internazionale e all'eccellenza globale nell'industria dei prodotti vernicianti. In qualità di marchio iconico italiano con quasi 200 anni di storia nella produzione di vernici, Boero rappresenta i valori di artigianalità, innovazione e sensibilità estetica che definiscono il Made in Italy». E aggiunge Giampaolo Iacone, direttore generale del Gruppo Boero: «Le esposizioni sono una vetrina importante per far conoscere le eccellenze italiane all'estero. A Osaka abbiamo usato i prodotti di punta del brand Boero, disponibili sul mercato e accessibili a tutti i consumatori». Fondata a Genova nel 1831, l'azienda è rimasta di proprietà della famiglia Boero fino al 2021, anno in cui ha deciso di vendere all'azienda portoghese CIN. «La dimensione è un fattore essenziale nel nostro settore e, per competere con le multinazionali, servono sinergie. La scelta però è stata quella di unirsi con un'altra azienda familiare, leader in Europa». Un modo per stimolare la crescita del volume d'affari senza penalizzare la filiera produttiva italiana. «Il Gruppo Boero ha un fatturato di circa 120 milioni di euro ma, unendoci all'azienda portoghese, raggiungiamo quasi il mezzo miliardo». I principali settori in cui il Gruppo opera sono l'edilizia e lo yachting. «Sono due sfide differenti. I colorifici nello yachting sono pochi e la competizione è soprattutto tecnologica. Invece nel settore edile in Italia siamo oltre 600, il confronto è sulla notorietà dei marchi e sull'ampiezza delle soluzioni e dei servizi offerti. In entrambi i settori l'orientamento è la riduzione degli impatti ambientali e la tutela della salute di chi applica». Inevitabile l'introduzione di prodotti innovativi e sostenibili. «Investiamo il 3% del fatturato in R&D ma l'aspetto più complicato è la questione culturale. Noi produttori abbiamo la responsabilità di spiegare che conviene comprare un prodotto a un costo più elevato ma che inquina di meno». E fa un esempio pratico. «Fino a 15 anni fa i prodotti a base di solventi chimici piacevano anche per l'odore, oggi si usano principalmente vernici a base di acqua». Tra le più recenti innovazioni c'è Idrocolor, una pittura superlavabile e opaca che coniuga performance tecniche ed estetiche con un forte impegno verso la sostenibilità. Ma la sfida a trovare nuove soluzioni ecocompatibili e sostenibili, è la leva che attira i giovani. «Cerchiamo i talenti direttamente nelle università, soprattutto laureati in chimica e ingegneria. Devono essere giovani curiosi, pronti a sperimentare». Intanto si lavora per l'espansione nazionale e internazionale. «Vogliamo aumentare la nostra quota di mercato in maniera omogenea sul territorio italiano, potenziando la distribuzione dove la quota è minore, sempre senza andare in contrasto con i nostri clienti storici». Mentre il piano per l'estero prevede di «offrire un servizio di assistenza globale agli armatori che comprano yacht presso i cantieri italiani». Per questo gli Stati Uniti rimangono il principale mercato, «il problema dei dazi riguarda soprattutto i prodotti di largo consumo dove la differenza di prezzo è determinante». Poi, per favorire uno scambio di conoscenze e di formazione, c'è Gruppo Boero Academy, l'innovativo hub per la crescita di professionisti, «è un polo aperto a fornitori e clienti». Ma l'attenzione alle persone è evidente in diversi progetti portati avanti dall'azienda come il percorso di sviluppo «Intercultural Skills for Innovation». Nel 2024 il progetto ha coinvolto circa 30 persone, prevalentemente nello yachting, per renderle più consapevoli di sé stesse, dei propri pregiudizi e bias. Poi, grazie a esperti, sono state supportate nel gestire le relazioni interculturali. «Chi fa impresa ha una responsabilità precisa nei confronti delle persone e dei collaboratori». Corriere della Sera è anche su Whatsapp. È sufficiente cliccare qui per iscriversi al canale ed essere sempre aggiornati. Ogni sera, alle 18 le notizie più importanti della giornata



Innovazione e sostenibilità, la scommessa del futuro

La ricerca è al centro delle sfide che attendono il Gruppo Boero nei prossimi anni. Nel segno di prodotti all'avanguardia, ma senza rinunciare alla qualità Unire performance e sostenibilità in un unico prodotto. È questa la filosofia del Gruppo Boero, tra i primi in Italia nel settore vernici per edilizia, architettura e nautica, che porterà il suo approccio anche all'Expo 2025 di Osaka, in Giappone, dal 13 aprile al 13 ottobre: per la decorazione di alcuni ambienti interni del Padiglione Italia, il gruppo ha puntato su prodotti che garantiscono elevate prestazioni tecniche e finiture di pregio. Ma l'obiettivo principale è continuare a ricercare soluzioni per



ridurre l'impatto di un settore industriale che, in Europa, è tra quelli che usano più materie prime: «Circa cinquemila, tra carbonato di calcio, materiali calcarei, sabbie, polveri di marmo e materie prime chimiche, ad esempio derivati dal petrolio come leganti, additivi, solventi. Nel complesso, si tratta di quantità superiori a quelle della cosmesi o della chimica di base», spiega Giovanni Marsili, direttore del settore Ricerca & Sviluppo del gruppo Boero. Quando si parla di vernici sostenibili, sono proprio le materie prime il nodo principale da sciogliere: «L'impatto ambientale maggiore si deve al contributo delle materie prime e degli imballaggi che, in termini di energia e altre categorie, incidono di più rispetto ad altri elementi quali la produzione interna e il trasporto». Sul fronte degli imballaggi, il gruppo punta ad arrivare al 20 per cento di materiali plastici riciclati nei prossimi due anni. Tuttavia, nel calcolo dell'impatto di un prodotto, ci sono anche categorie «invisibili» ma altrettanto importanti, come il grado di emissività e di pericolosità delle vernici. Marsili le spiega così: «Quasi tutti i prodotti, una volta applicati, rilasciano in ambiente una parte che evapora: nel nostro caso garantiamo livelli minimi di emissività, misurandola sia in fase di essiccazione sia sul lungo termine». E per quanto riguarda la pericolosità, cioè l'esposizione a possibili agenti cancerogeni? «Lavoriamo in sinergia con i fornitori per escludere totalmente le materie prime SHVC». Si tratta delle «Substances of Very High Concern» (in italiano: sostanze estremamente preoccupanti) indicate dal regolamento REACH dell'Unione Europea che comprendono, ad esempio, i metalli pesanti. Il gruppo, continua Marsili, ha un ufficio regolatorio che si occupa di questi aspetti: «Quando arrivano segnalazioni relative al peggioramento della classificazione delle materie prime, procediamo se possibile all'eliminazione di tale componente o comunque alla valutazione delle alternative, sempre con l'obiettivo di mantenere inalterate le performance finali del prodotto». Se le materie prime possono essere fonte di criticità, sono sicuramente parte della soluzione. In particolare, spiega Marsili, il primo passo è selezionare quelle meno impattanti: «Questo avviene sia per le nuove formulazioni che facciamo ogni anno, sia per le modifiche di prodotti già esistenti. Le formule sono dinamiche e vengono migliorate ogni volta». La chiave, quindi, è puntare sulle performance delle vernici: più il prodotto garantisce standard elevati, più sarà durevole. «Questo aspetto porta grandi vantaggi anche in termini di sostenibilità, perché permette di risparmiare risorse: un cliente soddisfatto è un cliente che non avrà bisogno di ripitturare una parete nel breve termine». Tra le ultime innovazioni del gruppo c'è Idrocolor, una pittura superlavabile e opaca, progettata per ottenere colori saturi e profondi, mantenendo un'elevata resistenza ai graffi: «Ottenere una tinta profonda con una lavabilità elevata e molto uniforme rappresenta una sfida dal punto di vista della formulazione». Anche in tempi in cui le politiche green sono finite nel mirino del presidente Usa Donald Trump, ci sono aziende che tengono la barra dritta sul tema della sostenibilità. Ed è il caso di dirlo se si tratta di realtà che, come il gruppo Boero, sono attive anche nel settore dello yachting: «Il nostro impegno su questi temi è cominciato decine di anni fa, molto prima che l'Unione Europea introducesse il Green Deal. E sicuramente continuerà in futuro», dice Marsili. A proposito di futuro, come saranno le vernici di domani? «Ogni anno vengono introdotte nuove materie prime a minor impatto, ad esempio resine con una componente vegetale. O, ancora, formulazioni che consentono di usare minori quantità di prodotto. Le formule del futuro avranno impatti ambientali sempre più bassi». Corriere della Sera è anche su Whatsapp. È sufficiente cliccare qui per iscriversi al canale ed essere sempre aggiornati. Ogni sera, alle 18 le notizie più importanti della giornata

L'Expo di Osaka parla italiano (anche nei colori)

Un pezzo del nostro Paese in Giappone: il **gruppo Boero** (quasi 200 anni di storia) ha curato gli interni del Padiglione italiano. Indagine su una realtà che sperimenta Eccellenze italiane Investimento nei giovani, nella formazione e nella ricerca scientifica. I cardini di una realtà tutta italiana che porta una sapienza antica in tutto il mondo LEGGI QUI l'articolo di Maria Elena Viggiano

