

Forlì

Covid-19: la Fase 2

Sidac, lavoro a pieno ritmo «Un boom senza contagi»

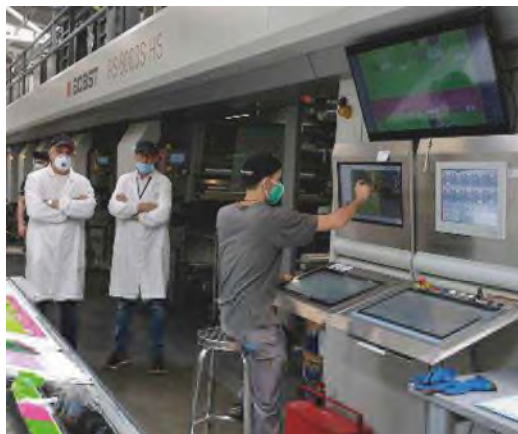
L'azienda è leader delle etichette per alimenti: tra i clienti Parmalat e Amadori. Ogni operaio ha gel igienizzante, contingentato l'accesso alla mensa

di Giuseppe Catapano

Dalle confezioni di caffè a quelle dei biscotti, passando per le etichette delle bottiglie di latte, c'è un pezzo di Forlì che arriva nelle case della maggior parte degli italiani. Un pezzo importante del tessuto economico e industriale della città: la Sidac è diretta discendente della Orsi Mangelli, da anni riferimento nel settore del packaging flessibile. Una realtà che non si è mai fermata, nemmeno nei giorni più duri dell'emergenza sanitaria. Anzi, il motore produttivo dell'azienda - in un'area di 25 mila metri quadrati nella zona industriale - ha funzionato e sta funzionando a pieni giri.

«**Nei primi** quattro mesi del 2020 - racconta il direttore generale Luca Mazzotti - il nostro fatturato è aumentato del 15% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso». Di pari passo è cresciuto l'impegno dei lavoratori, chiamati agli straordinari. Nel vero senso della parola: si è lavorato anche la vigilia di Pasqua, «su base volontaria». È un attore di rilievo della filiera alimentare, la Sidac. «Dobbiamo garantirne la continuità e non possiamo mai fermarci: è una responsabilità che avvertiamo», continua il dg. Il 'mai' non è affatto casuale: gli impianti girano a ciclo continuo e le lavorazioni vanno avanti 24 ore su 24. A proposito di macchinari, a dominare lo stabilimento di via Golfarelli ce n'è uno dedicato alla stampa che è in funzione da pochi mesi. È costato 4 milioni di euro. «Dobbiamo e vogliamo investire: l'innovazione è un nostro tratto distintivo».

La proprietà della Sidac fa capo a Orienta Partners. L'azienda forlivese, che fattura oltre 30 milioni di euro e ha circa 120 dipendenti in organico, si occupa di packaging per i prodotti alimentari e di labeling (la realizzazione delle etichette) per una clientela che comprende big come Parmalat, Conserve Italia e Amadori. Tutto si fa a Forlì. «Ogni prodotto è un abito su misura del cliente», osserva Mazzotti. Manager che, proprio quando l'emergenza sanitaria stava per entrare nella fase peggiore, ha deciso di premiare i lavoratori con un aumento salariale di 250 euro lordi per quattro mesi, da marzo a giugno. «Lo sforzo dei dipendenti andava riconosciuto, così ho pensato a un premio



In alto, il direttore Luca Mazzotti all'interno dello stabilimento di via Golfarelli con una bobina di etichette. Qui sopra, la stampa passa da vari monitor gestiti da un nuovo supercomputer, recentemente acquistato al costo di 4 milioni euro (foto Frasca)

di presenza utile a far sentire al personale la nostra vicinanza. La proprietà ha subito accettato la proposta».

Si lavora in sicurezza, alla Sidac. La produzione del packaging viene portata avanti in tre fasi: stampa, accoppiamento dei materiali e taglio. Gli ambienti vengono sanificati periodicamente, l'utilizzo delle mascherine è d'obbligo. Le postazioni sono dotate di gel igienizzante, l'accesso alla mensa è contingentato, gli impiegati la-

FIDUCIA

Il fatturato è di 30 milioni, e cresce del 15%. Aumentati anche gli stipendi

vorano in smart working. «In azienda zero contagi» dice con orgoglio Mazzotti. Dopo il picco di lavoro dovuto soprattutto alla spinta della grande distribuzione e all'aumento delle vendite dei beni di largo consumo, si prevede un ritorno alla normalità «probabilmente a partire da giugno. Auspicio una ripartenza del settore legato a bar, hotel e ristoranti: abbiamo clienti importanti nella torrefazione che al momento sono fermi».

Tanto è cambiato, nelle ultime settimane. «Il reparto commerciale lavora per lo più online, senza colloqui di persona». Resta però una costante. «Ci sentiamo tutti parte di una famiglia. Questo periodo ha ulteriormente rafforzato i nostri legami».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il colosso del design

Luxury Living indossa le super mascherine

Sono le più avanzate al mondo: uccidono gli agenti patogeni Termoscanner nelle sedi di corso Diaz e in via Balzella

Mascherine biotech per il personale e collezioni che da reali diventano virtuali per essere presentate in tutto il mondo. La Fase 2 di Luxury Living Group è cominciata all'insegna delle novità. L'azienda forlivese che produce e distribuisce collezioni d'arredo di alta qualità per brand internazionali - da Fendi e Trussardi fino a Bentley - si è adattata al nuovo scenario imposto dall'emergenza sanitaria «puntando su sicurezza e digitalità». L'impatto del Covid-19 sul settore lusso - precisa la società - è stato ed è ancora significativo, tanto da costringere i principali attori del mercato mondiale a ripensare velocemente, con tutte le difficoltà causate dal lockdown, le proprie strategie».

Partendo da una priorità: «proteggere lavoratori, consumatori e partner commerciali tutelando salute e garantendone la sicurezza». Un'intenzione che si è trasformata in azione alla ripresa dell'attività: il gruppo ha distribuito ai dipendenti in Italia e negli Stati Uniti più di 300 mascherine biotech che uccidono i patogeni e non si limitano a bloccarli. Le 'U-Mask' «possono essere rinnovate sostituendo la ricarica e forniscono il più alto li-

vello di protezione sul mercato internazionale». Una scelta apprezzata anche dalle oltre 250 persone impegnate a Forlì. L'attività di produzione è stata sospesa per circa 40 giorni, per poi riprendere il 28 aprile «con tutte le misure di prevenzione richieste». L'ingresso e l'uscita dalla sede - in corso Diaz c'è il quartier generale, in via Balzella il polo produttivo - sono previsti in fasce orarie diverse per ogni reparto, a tutti viene misurata la temperatura corporea prima di entrare. L'utilizzo della mascherina è obbligatorio, così come è necessario mantenere la distanza interpersonale di almeno un metro. Vietato l'utilizzo di spogliatoi, docce, mense e luoghi di ristoro, molti impiegati continuano a lavorare in smart working.

«**Dal punto** di vista commerciale - l'istantanea che arriva da Luxury Living Group - la cancellazione del Salone del mobile di Milano ci ha incentivati a sviluppare nuove dinamiche per affrontare un mercato profondamente cambiato». Per la prima volta le nuove collezioni di aprile (in particolare Fendi Casa, Bentley Home e Trussardi Casa) saranno presentate con una modalità «completamente digitale e virtuale. Il progetto, che sarà presentato a breve ai principali clienti, permetterà di cogliere ogni aspetto che caratterizza gli ambienti». Tutto questo tra stanze virtuali, cataloghi online e interviste ad art director e designer. «Il futuro? Dopo aver pensato a sicurezza e innovazione abbiamo fiducia».

Giuseppe Catapano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CAMBIAMENTI IN CORSO
Le nuove collezioni Fendi, Trussardi e Bentley vengono presentate online



Una dipendente con la cosiddetta U-Mask: l'azienda ne ha comprate 300 (Frasca)