

Imprese

INDUSTRIA MADE IN ITALY

RICETTA UNOX LA «CITY» A PADOVA, UN SITO NEGLI USA

Cento milioni sulla cittadella «pensata per un'azienda che fatturerà un miliardo», l'avvio della produzione nel North Carolina «per avere una presenza diretta nel nostro primo mercato». Le strategie del big dei forni professionali, raccontati dal ceo Nicola Michelin

di ANDREA BONAFEDE

Alle porte di Padova c'è una nuova città che ha aperto i propri cancelli. Si chiama Unox City, si trova a Cadoneghe, si estende su 130 mila metri quadri e ha richiesto un investimento di oltre 100 milioni di euro.

La nuova area collega la sede storica di Unox, ora rinominata Experience Hub — che accoglierà clienti e partner in un contesto esperienziale dedicato a dimostrazioni, formazione ed eventi —, gli stabilimenti di assemblaggio (quelli produttivi si trovano a circa 3 chilometri di distanza), la logistica e l'Innovation Hub, luogo destinato, tra

anche ambientale: le strutture sono realizzate con materiali isolanti, possiedono pannelli fotovoltaici sui tetti e un sistema di climatizzazione sostenibile. «Abbiamo fatto un investimento simile con l'obiettivo di costruire la cittadella di un gruppo che in futuro raggiungerà il miliardo di euro di fatturato», commenta Nicola Michelin, amministratore delegato di Unox.

Crescita continua

Per ora l'azienda, tra i principali produttori mondiali di forni professionali per i settori della ristorazione, del retail, della pasticceria e della panificazione (e presente nella classifica dei Champions de L'Economia e ItalyPost), è a un terzo del percorso. Ma secondo Michelin, il traguardo non è molto lontano: «riteniamo di avere la capacità di raddoppiare il fatturato ogni cinque o sei anni, come abbiamo sempre fatto».

La storia dà ragione all'amministratore delegato: fondata nel 1990 da Enrico Franzolin, attuale presidente, e un altro socio (Antonio Bassan), vent'anni fa l'azienda registrava 20 milioni di ricavi. Nel 2019 sarebbero diventati 130, nel 2024 ben 330, con un incremento per il 2025 previsto intorno al 3%.

La crescita avviene a partire dal 2007, quando Unox decide che non le basta più essere presente all'estero solo con i propri prodotti.

Comincia una serie di aperture di filiali e uffici diretti, arrivati oggi in 55 Paesi, che consente all'azienda di costruire un servizio vero e proprio, di stare vicino al cliente, intercettare le esigenze e soddisfarle. La strategia ha richiesto tempo e risorse, ma durante la pandemia si è rivelata lungimirante: in un periodo in cui non si poteva viaggiare, avere una presenza diretta in molti Paesi ha permesso a Unox di

conquistare quote di mercato.

Un piano simile è stato avviato anche dal punto di vista produttivo. Da pochi mesi è infatti attivo lo stabilimento negli Stati Uniti, in North Carolina. «Una decisione presa nel 2019, al di là della possibile rielezione di Trump o della



Riteniamo di riuscire a raddoppiare i ricavi, ora a 330 milioni di euro, ogni cinque o sei anni, come abbiamo sempre fatto

gli altri reparti, alla divisione ricerca e sviluppo. Un sistema integrato, per permettere all'azienda di garantire flessibilità ed efficienza produttiva. E

