

STORIE DI QUALITÀ
L'azienda di Sovico

Parà Tempotest, i re dei tessuti L'innovazione nasce in Brianza «Li ricaviamo dalle bottiglie»

Cinquecento dipendenti, stabilimenti in tutta Italia: dai tralicci per materassi alle tende da sole «Orgogliosi di essere una grande famiglia, nostro padre a 86 anni è sempre presente al nostro fianco»

di **Guelfido Galimberti**
SOVICO



La Parà Tempotest è stata fondata nel 1921 e crede molto nella sostenibilità

Le potenzialità e di rilevare il breveto dalla Montecatini per una sola lira. Oggi non ci sono più queste intuizioni dirompenti, però crediamo in una innovazione di piccoli passi. Facciamo ricerca da sempre, è una attività radicata in azienda. Il tessuto da bottiglie di plastica è solo un esempio, anche se ne andiamo orgogliosi, anche perché crediamo molto alla sostenibilità. Oggi un'azienda che non crede in questi concetti sarebbe tagliata fuori dal mercato. Da parte nostra, però, non solo parole, ma anche impegno concreto visto che provendiamo al riciclo delle acque, abbiamo installato l'impianto fotovoltaico, abbiamo un cogeneratore».

IL BILANCIO DI AEB
Investimenti record
E salgono gli utili

Continua il percorso di crescita di Aeb, società del Gruppo A2a, che nel 2024 ha ulteriormente rafforzato la propria solidità industriale e finanziaria. Le società del perimetro Aeb (Gelsia, Gelsia Ambiente, RetiPiù, A2a Illuminazione Pubblica e Vge05) hanno infatti realizzato investimenti per 71,8 milioni. Il margine operativo lordo (Ebitda) di perimetro ha raggiunto i 73,1 milioni, in crescita del 18% rispetto al 2023. L'utile netto è pari a 17,9 milioni (+7%). «Aeb ha chiuso il 2024 con risultati eccellenti a conferma della capacità del gruppo di generare valore anche in un contesto economico complesso», afferma il presidente Massimiliano Riva.

Carate, focolari elettrici per l'atmosfera L'eco-camino che scalda senza inquinare

Crescita esponenziale per la MaisonFire con un fatturato che ha raggiunto i nove milioni di euro «Esportiamo in 12 Paesi fra l'Europa e il Medio Oriente, offriamo anche l'effetto fumo e sonoro»

CARATE BRIANZA

I camini elettrici senza canna fumaria stanno ridefinendo il concetto di fuoco domestico. Il mercato sta crescendo molto «negli ultimi anni abbiamo assistito a un cambiamento radicale nella percezione del camino.

La nostra domanda di caminetti senza canna fumaria è in crescita costante, a doppia cifra, e l'80% dei camini che vendiamo oggi è elettrico» spiega Luca Milani, direttore commerciale di MaisonFire. «Da elemento esclusivo e complesso da installare, il camino è diventato un completo d'arredo versatile e facilmente adattabile, perfetto per chi cerca un'atmosfera calda e raffinata senza le problematiche di manutenzione di un prodotto tradizionale». A confermare questa evoluzione sono i numeri del mercato globale dei caminetti elettrici che è destinato a raggiungere i 3 miliardi e 700 milioni di dollari entro il 2034, con un tasso di crescita annuo del 4,1% (fonte: Future Marke-



Alessandro Gatti, fondatore di MaisonFire. La prima realtà a puntare sugli eco-camini

ting Insights), MaisonFire, fondata da Alessandro Gatti, è stata la prima, nel 2009, a scommettere in Italia sui camini senza canna fumaria: prodotti pressoché sconosciuti qui, ma che nel Nord Europa rappresentavano il 70% del mercato. La volontà del brand era di permettere di godere della bellezza del camino, anche in condominio, grazie alla ri-

visitazione del focolare in chiave moderna, sostenibile e senza alcun tipo di limitazione d'uso. «MaisonFire ha anticipato di un decennio le tendenze dell'abitare contemporaneo, sempre più rivolte verso il benessere abitativo e il rispetto dell'ambiente, offrendo la magia del camino non solo green, ma anche pratica e facile da gestire, grazie a un tele-

comando e all'App per smartphone» racconta Milani. Uno degli aspetti più interessanti di questa nuova generazione di camini è l'integrazione di materiali autentici. «Alcuni modelli di nostri camini impiegano ceppi di legna vera, trattati per mantenerne nel tempo il loro aspetto naturale» prosegue Milani. «Siamo i soli in Italia a proporre questa particolare soluzione, che nasce dalla volontà di creare un effetto visivo estremamente realistico, che riproduce fedelmente la sensazione di un focolare acceso, ma senza combustione». La fiamma viene generata da sofisticati giochi di luce, mentre l'effetto fumo è riprodotto tramite la nebulizzazione di vapore acqueo, attraverso una tecnologia brevettata. Il suono del crepitio della legna completa l'illusione, creando un'atmosfera suggestiva e accogliente. I caminetti ecologici maisonfire vengono esportati in 12 nazioni, tra Europa e Medio Oriente, oltre all'Italia con un fatturato di 9 milioni di euro, di cui il 15% proveniente dall'estero.

Ha ormai più di cent'anni di storia. La Parà Tempotest, però, è sempre in grado di stupire. Può guardare il suo passato e, allo stesso tempo, il futuro con orgoglio. Forte di solide radici tanto da diventare punto di riferimento nella produzione di tessuti, ma ora anche in grado di innovare. È la prima azienda al mondo capace di ricavare tessuto dalle bottiglie di plastica. «Siamo ancora un'azienda a conduzione familiare - racconta Matteo Parravicini, amministratore delegato al pari dei fratelli Michele e Marco -. È rimasta tale nel senso positivo del termine. Teniamo molto a questa caratteristica. Viviamo la nostra azienda come una famiglia anche nelle relazioni interne ed esterne. Abbiamo anche la fortuna di avere un papà che a 86 anni è sempre presente. Oggi abbiamo 500 dipendenti e siamo in Italia con diversi stabilimenti (dalla Bergamo alla Brianza a Biella), ma il quartier generale e la logistica restano a Sovico». Già tempo fa ci eravamo occupati della «delocalizzazione» di questa azienda in puro stile brianzolo: visto che era diventata piccola la sede di Seregno, ecco il trasferimento a Sovico.

«Il legame con il territorio - afferma Parravicini - per noi è fondamentale. Le nostre forze e le nostre radici partono da qui. Questa è la linfa vitale per andare verso altri mercati. Al territorio dobbiamo anche riconoscenza». L'azienda si occupa di tessuti per l'arredamento esterno da giardino o piscina, tende da sole, ma anche tessuti per interni. Vista la competenza e l'affidabilità, negli anni è stata chiamata anche per lavori alla Casa Bianca. «Siamo un'azienda nata nel 1921 grazie al nonno per realizzare tessuto per tralicci di materassi. Nel dopoguerra il boom legato all'automobile, tessuti particolari che oggi non esistono più, anche le classiche stuoie per proteggere la schiena. Poi l'intuizione della fibra acrilica in tinta di pasta, con mio papà e mio zio capaci di leggerne