

di Andrea Arco

Tra ricerca e sostenibilità MartinoRossi è leader

Un fatturato previsto, per il 2022, di 70 milioni di euro, un valore di export sulla produzione nel 2021 al 40%, 90 dipendenti di cui il 95% è assunto a tempo indeterminato, un'età media di 35 anni e un progetto benefico che sta facendo rinascere le foreste del Sudamerica ma

che aiuta anche le popolazioni disagiate nel Terzo Mondo. Il tutto portando sul mercato internazionale l'eccellenza del made in Italy con prodotti sani, senza ogm, senza glutine, senza allergeni e con un bassissimo impatto sull'ecosistema.

Sembra la fantasiosa lista dei desideri di qualsiasi imprenditore e, invece, si tratta di un report dati alla mano riferito alla MartinoRossi SpA di Malagnino.

Ancora più strabiliante è il fatto che questa titanica impresa la stia portando avanti il suo CEO, **Stefano Rossi**, che ha soltanto 33 anni, insieme al padre Giorgio Rossi, Presidente dell'azienda. Il segreto? L'età che certamente conta e porta con sé un mix di tradizione e innovazione: «In questa azienda ci sono praticamente nato, l'ho vista crescere. Le competenze ho avuto la fortuna di guadagnarle sul campo, osservando gli agricoltori nostri fornitori del territorio. È stata questa esperienza, vedere dove nasce il prodotto e come poi si trasforma e arriva sullo scaffale con i molti nomi noti di clienti a farmi innamorare del mio lavoro».

Cos'hanno in comune uno stabilimento a Malagnino, uno a Grosseto e una filiale negli USA, con un'unità di logistica a Chicago e una foresta in Colombia? Semplice, sono tutte creature della MartinoRossi Spa. L'azienda, oggi internazionale, è nata negli anni '50 sulla Provinciale 26, immersa nel verde dei campi del Cremonese, ed è cresciuta grazie al duro lavoro del padre Giorgio Rossi, figlio dell'omonimo fondatore Martino, tuttora presidente del gruppo che ha rilevato le quote societarie del fratello uscito nel 2021.

La storia della MartinoRossi che produce oltre cento prodotti trasformati tra farine, semilavorati e ingredienti funzionali clean label da cereali e legumi da filiera controllata, il tutto senza glutine, senza allergeni e senza ogm, è un esempio straordinario di tradizione che riesce a innovarsi

STEFANO ROSSI, 33 ANNI

L'azienda di Malagnino produce oltre cento prodotti trasformati tra farine, cereali e legumi



e a stare al passo coi tempi senza mai dimenticare le sue origini.

Il merito è di un team giovanissimo: «Siamo una squadra molto unita e siamo ragazzi cresciuti come una famiglia all'interno dell'azienda - spiega Stefano Rossi -. Abbiamo fatto scelte precise e coraggiose anticipando anche il trend del mercato».

Siamo stati i primi in Italia, grazie a mio padre Giorgio, già nei lontani anni '80, a investire nello sviluppo di una filiera integrata e garantire al mercato, ancor quando di allergeni non se ne parlava, l'assenza totale di glutine e soia. Strategie lungimiranti che permisero di stringere collaborazioni commerciali con grandi gruppi internazionali. Seguendo quest'ottica l'azienda ha continuato a investire in questi capi saldi, filiera, qualità e innovazione.

Con l'evoluzione del mercato e il cambiamento dello stile di vita più sano dei consumatori, la maggior attenzio-



Stefano Rossi,
CEO della MartinoRossi Spa
di Malagnino

ne nel cercare prodotti più healthy, nel 2014 l'evoluzione dell'azienda, dalla produzione di una quarantina di prodotti ricavati dal mais giallo, bianco, riso e sorgo, a prodotti più ricercati come quinoa, amaranto e miglio, arrivando poi al mondo dei prodotti proteici con la trasformazione dei legumi. Un impegno che ha portato oggi l'azienda anche a seguito di investimenti in linee efficienti e moderne, alla trasformazione per il mercato di circa un migliaio di codici prodotto. Costi onerosi, investimenti e sacrifici sono stati ripagati. Otto anni fa eravamo una ventina in azienda, oggi siamo in novanta. Il fatturato è passato da 17 milioni e mezzo di euro ai 70 milioni attesi quest'anno».

Sicuramente tra gli ingredienti del successo c'è anche la giovane età e la voglia di fare: «Può essere un valore aggiunto nel mercato internazionale, certamente. Mi relaziono quotidianamente con manager e partner under 40 e ci capiamo». Ma il dato anagrafico, da solo, non è una spiegazione sufficiente. La visione del mondo che si porta dietro, questa sì, è fondamentale: «Credo, crediamo tutti moltissimo, nella ricerca e nella sostenibilità. Abbiamo una decina di figure professionali impiegate nei laboratori interni per il controllo qualità e laboratori per la ricerca, inoltre collaboriamo attivamente con tre atenei italiani investendo molto nello studio dei nostri prodotti».

Ma salvare la tavola e il mangiar sano è inutile se intanto muore il pianeta. Lo sa bene anche Rossi che, infatti, combatte anche su questo fronte con la Onlus Italiana Environomica e il progetto di cooperazione internazionale fondato dal giovane CEO nel 2020, dal nome *MartinoRossi for The Planet*: «Un progetto partito appena prima della pandemia allo scopo di contribuire a rispettare il pianeta e a cui teniamo moltissimo. Per ogni veicolo in consegna

«Siamo un team di giovani che in questi anni è cresciuto: per ogni veicolo in consegna piantiamo due nuovi alberi in Colombia»

piantiamo due alberi nella Sierra Nevada de Santa Marta in Colombia, tutti alberi tracciati e certificati. In due anni il nostro impegno è valso per circa 25mila alberi piantumati, portando di fatto le emissioni di CO₂ dei nostri trasporti a impatto zero. Siamo attivi anche con azioni benefiche da molti anni aiutando le missioni umanitarie internazionali in Africa. Con grande soddisfazione siamo riusciti a contribuire in modo concreto nella costruzione di una scuola e un pozzo al servizio di una comunità in Togo».

Una sensibilità e una voglia di guardare al futuro che si riflettono anche nel modo di lavorare della MartinoRossi e degli oltre 500 agricoltori e le 1.200 società che vi collaborano.

L'ultima novità è l'alta tecnologia al servizio dell'ambiente: «combattiamo gli insetti dannosi per le coltivazioni utilizzando dei droni che rilasciando capsule in cellulosa senza l'utilizzo di nessun elemento di tipo chimico, insetti antagonisti contrastano gli insetti dannosi. A tutti gli effetti una lotta integrata rispettosa dell'ambiente».

Insomma, un impegno di 24 ore su 24, più simile a una vocazione che a un lavoro.

«Se in parte ho sacrificato la mia giovinezza per dedicarla all'azienda? Beh già quindici anni fa gran parte del mio tempo lo impiegavo in azienda, ma ne è valsa la pena e lo rifarei altre mille volte. Dico sempre, scherzosamente ma non troppo, che oltre mio figlio, che quest'anno compie 4 anni, MartinoRossi è il mio secondo. Ho fatto la mia gavetta, mio padre mi ha insegnato tantissimo, in primis il significato dello spirito di sacrificio e per questo lo ringrazio ancora oggi, così anche per gli insegnamenti che mi ha dato e la fiducia nel farmi crescere nei ruoli di questi anni. A 29 anni ero già direttore commerciale. Amo quello che faccio e oggi, come Amministratore Delegato, voglio continuare il processo di modernizzazione della nostra realtà puntando sui giovani, sulla ricerca, sull'innovazione e sostenibilità, mirando a fidelizzare sempre più la fiducia dei nostri partner. Sono convinto che assieme al nostro team, MartinoRossi SpA avrà ancora molte opportunità da cogliere per crescere, puntando sul marchio e sui prodotti di qualità che ci hanno sempre distinto.