



LA BUONA NOTIZIA

# PER FARE (NUOVO) LEGNO NON CI VUOLE... L'ALBERO

di Alessia Stucchi

Gruppo Saviola, fondato nel 1963, ha rivoluzionato il settore dei pannelli truciolari puntando su sostenibilità e riciclo. Dal 1992, grazie all'intuizione di Mauro Saviola, l'azienda utilizza legno di recupero al posto di quello vergine, salvando ogni anno l'equivalente di una foresta delle dimensioni del Comune di Roma. Oggi, con il Presidente Alessandro Saviola, il Gruppo è presente a livello internazionale con una rete di raccolta europea. Attenta alla sostenibilità economica e sociale, l'organizzazione promuove welfare e formazione per i dipendenti.



**ALESSIA  
STUCCHI**

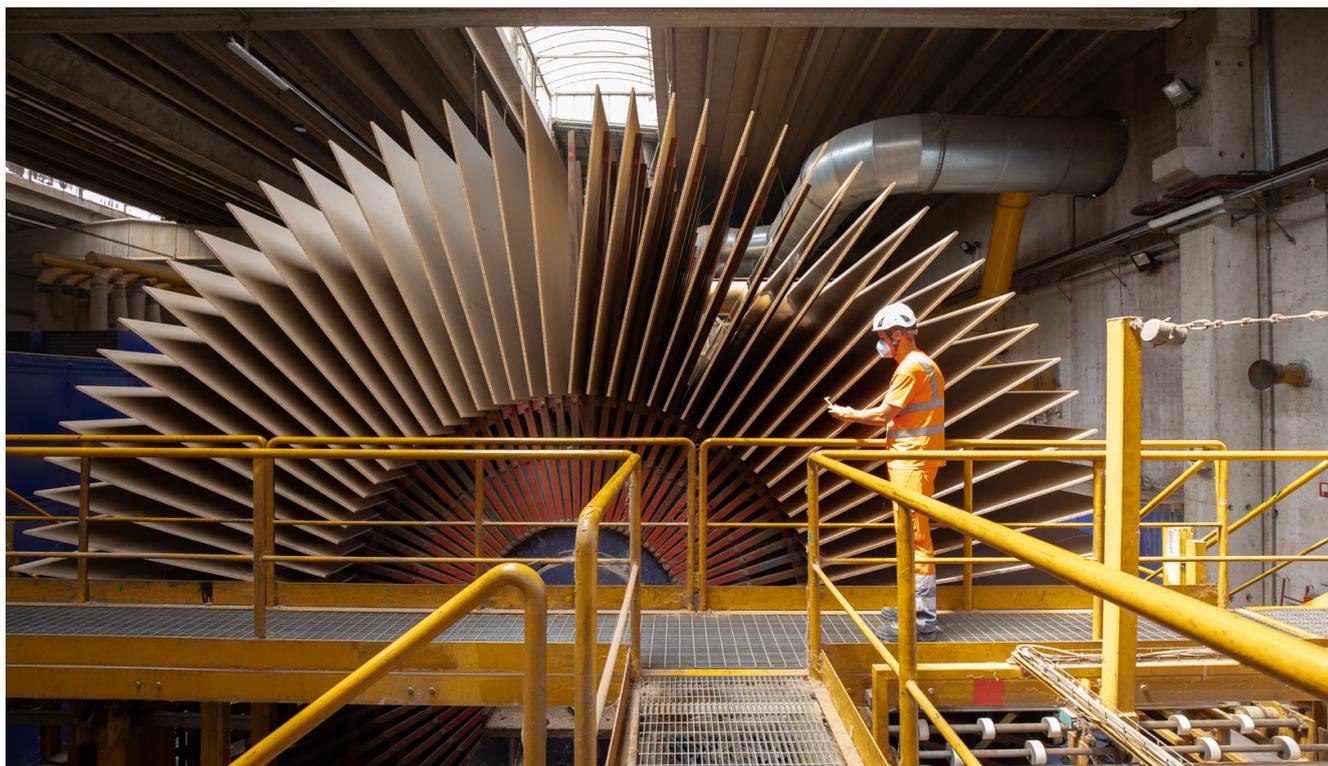
Redattrice ESTE

**A**

Fierozzo, in provincia di Trento, nella verde Val dei Mocheni, una quercia ultrasecolare si erge con i suoi 30 metri di altezza quasi a difesa della foresta circostante. Sul suo tronco è affissa una targa che recita: “A Mauro Saviola, che ha salvato milioni di alberi e continua a salvarne. Dalle foreste al cielo”. È un dono da parte di un amico al fondatore dell’omonima azienda produttrice di pannelli ecologici. A occhi inesperti, tutto questo può sembrare un paradosso, ma è l’emblema dei valori di Gruppo Saviola che produce pannelli grazie a legno post consumo, salvando gli alberi da oltre trent’anni. Nel 2023 l’azienda ha celebrato il traguardo dei 60 anni di attività e l’anniversario è stato festeggiato con la pubblicazione del libro dal titolo *Quelli che... gli alberi* (Gruppo Saviola/Tre lune edizioni, 2023), scritto da Guido Vigna.

Fondata nel 1963 a Viadana, in provincia di Mantova, l’azienda inizialmente era nata come Sadepan, nome che conteneva in sé i cognomi dei fondatori Angelo e Mauro Saviola e di Dino Del Ton. È solo dalla fine degli Anni 90, quando Mauro ha assunto le redini imprenditoriali, che l’azienda ha iniziato a portare il suo nome. Negli anni Saviola è riuscita a creare una vera e propria industria del pannello truciolare e oggi conta 2mila collaboratori e 807 milioni di euro di fatturato.

La sua storia è indissolubilmente legata ai principi di economia circolare e sostenibilità. Fin dagli esordi, infatti, l’azienda ha dimostrato una chiara volontà di investire in un modello di business responsabile, anche in ottica di produzione verticale. Nel 1973, a soli 10 anni dalla fondazione, nacque la divisione chimica interna – che fu chiamata come l’azienda stessa (Sadepan),



il cui nome è arrivato fino ai nostri giorni – per produrre colle ecologiche, fondamentali per assemblare i trucioli e garantire la qualità dei pannelli. “Sadepan ha sempre anticipato le normative. Oggi conta un gruppo di 15 ricercatori impegnati nello sviluppo di nuovi prodotti”, sottolineano i rappresentanti dell’azienda. Il Gruppo, oltre che da Saviola e Sadepan, comprende anche le business unit Composad (mobili ecologici in kit), Saviolife (life science) e Savionet (rete di centri di raccolta).

Una delle chiavi del successo di questo oltre mezzo secolo di attività è rappresentata proprio da Savionet, che recupera ogni anno oltre 1,5 milioni di tonnellate di legno usato: un dato enorme, ma che appare difficile da quantificare e che si comprende realmente solo se si pensa che equivale a circa 30 volte il volume del Colosseo. Tradotto significa salvare ogni giorno circa 10mila alberi e ogni anno quasi 3 milioni, pari a una foresta estesa come il Comune di Roma.

### **L’approccio all’economia circolare nel 1992**

L’intuizione di questo network è datata 1992, quando l’imprenditore condivise con i dirigenti la decisione – a quel tempo audace e pionieristica – di produrre pannelli senza abbattere alberi, ma sfruttando il legno post consumo, come cassette di frutta e pallet. La decisione nacque da una motivazione essenzialmente economica: siccome nel Nord Europa la materia prima vergine costava meno che in Italia, serviva trovare una strategia per poter competere sul mercato. Ridurre la decisione solo al business era – oggi come allora – sbagliato, perché Saviola era già impegnata a promuovere anche una visione etica del business: “Saviola amava gli alberi, li amava come li può amare un uomo di campagna per il quale gli alberi sono quotidiani compagni di vita”, è scritto nel libro.

La scelta non fu, però, appoggiata fin da subito dal mercato. All’epoca, l’uso del legno di scarto era una novità e Saviola dovette affrontare numerose

resistenze: “Ha saputo imporsi sulla linea commerciale e, con tenacia e costanza, ha adattato la propria produzione. In sette anni l’azienda si è riconvertita e, a fine Anni 90, è uscita con il primo prodotto. Ora i macchinari (in foto, ndr) lavorano esclusivamente con legno post consumo”, spiegano dall’azienda. Il primo approccio all’economia circolare nel legno divenne quindi realtà.

### **Far coesistere design e sostenibilità**

La capacità dell’imprenditore è stata, negli anni, educare non solo la linea commerciale, ma un mercato ancora non consapevole della sostenibilità, presentando un prodotto dove l’attenzione verso l’ambiente coesiste con il design. La strategia è chiara: se non colpisce il concetto valoriale, rimane impressa la bellezza. Ogni articolo, infatti, è progettato per rendere gli ambienti non solo ecologici, ma anche esteticamente gradevoli: “Il nostro obiettivo è dimostrare che è possibile avere una casa bella e sostenibile”, è il mantra di Gruppo Saviola.

La sfida del coinvolgimento del consumatore non riguarda solo l’Italia, ma anche l’estero, che fin da subito ha costituito una componente importante del fatturato: oggi l’estero rappresenta il 40% del business totale, con una tendenza crescente. La vocazione internazionale si sta, inoltre, rafforzando con l’acquisizione avvenuta a settembre 2024 di Rheinspan, azienda di produzione di pannelli truciolari, in Germania. “Acquisire un’azienda a Francoforte, nel cuore produttivo dell’Europa, è un segnale forte della nostra volontà di essere presenti in questo mercato”, spiegano dall’azienda. Per l’organizzazione non è la prima acquisizione, visto che in passato è stata la volta di altre realtà non solo in Germania, ma anche in Belgio.

Guardare all’estero, non significa, però, dimenticare l’Italia, che sui temi di sostenibilità ha fatto da apripista. Per esempio, nel 2022 il nostro Paese ha segnato un record storico: il tasso di riciclo imballaggi di legno è stato del 64,75% (Fonte: Rilegno), il doppio rispetto al target del 30% fissato dall’Unione europea per il 2030: “Siamo abituati a guardare all’estero come virtuoso, invece il mercato italiano – che comunque deve essere educato, perché il tasso di riciclo varia a seconda della Regione – presenta già un elevato grado di consapevolezza”.

### **Mettere il green in ogni lavoro**

A inserirsi sulla scia di apertura al mercato italiano è la recente campagna di comunicazione con la partecipazione di testimonial come l’attore Giovanni Storti, la chef Aurora Cavallo e il cantante Francesco Gabbani. “Aprirci al grande pubblico è un processo lento, perché non abbiamo un prodotto a scaffale con il nostro marchio. È un percorso di consapevolezza e con questa campagna lo stiamo abbracciando in maniera coraggiosa”, è la tesi dell’azienda.

La strategia media ha come obiettivo promuovere una cultura del riciclo e della sostenibilità, non solo tra i consumatori, ma anche tra i futuri lavoratori. La sostenibilità è, infatti, un tema molto sentito dalle nuove generazioni che desiderano lavorare in un’azienda che si faccia ambasciatrice di valori. Secondo il rapporto dal titolo “Green business transformation” di Manpower, il 75% degli appartenenti alla Generazione Z svolge ricerche specifiche sull’impegno delle aziende in ambito sostenibilità quando cerca lavoro. “Il nostro ecosistema aziendale si basa sul contributo di ogni funzione, creando un modello di sostenibilità che abbraccia tutti i ruoli”.

“

Nei 1992 Saviola condivise con i dirigenti la decisione di produrre pannelli senza abbattere alberi, ma sfruttando il legno post consumo. La decisione nacque da una motivazione economica: siccome nel Nord Europa la materia prima vergine costava meno che in Italia, serviva trovare una strategia per poter competere sul mercato



### Investimenti nella formazione del personale

In azienda la sostenibilità non si limita, però, all'ambiente, ma è pienamente compresa come una questione sociale. Già Mauro, come imprenditore, era consapevole del suo ruolo nel garantire il benessere dei lavoratori: la sua filosofia era che i collaboratori – non erano chiamati “dipendenti” – dovessero ricevere stipendi ‘buoni’, superiori alle retribuzioni dei contratti nazionali. E dopo la sua scomparsa nel 2009, il figlio Alessandro ne ha ricevuto in eredità sia l'azienda sia la stessa visione paterna.

Il passaggio generazionale non è avvenuto in una congiunzione geopolitica favorevole, perché gli anni della crisi internazionale e, quindi, di una riduzione dei consumi e della domanda, hanno inciso negativamente anche sull'impresa. È dovuta entrare in gioco la sostenibilità economica dell'azienda, un'altra componente che deve essere tutelata. Sono stati quelli, anni di cassa integrazione e di conti in rosso, ma senza mai nessun licenziamento.

Negli anni, l'attenzione al personale è continuata a crescere con iniziative di welfare aziendale (convenzioni buoni pasto e sanitaria) e formazione continua. Recentemente, l'azienda ha, infatti, investito in un ampio programma di formazione: i corsi sono progettati per sviluppare competenze specifiche e favorire un ambiente di lavoro stimolante. Inoltre, la pandemia ha accelerato il cambiamento organizzativo con l'introduzione dello Smart working e di nuovi modelli di gestione. “Stiamo lavorando su un approccio più umano e flessibile”, spiegano in azienda enfatizzando l'importanza del benessere dei collaboratori.

Un approccio di sostenibilità di governance che continuerà nel futuro, sempre unita alla sostenibilità ambientale ed economica. Gruppo Saviola ora guarda ai prossimi anni con il desiderio di imporsi maggiormente sul mercato italiano e internazionale, anche grazie al supporto del piano di investimenti di quasi 400 milioni di euro stanziato fino al 2026. La quercia che svetta a Fierozzo, grazie a questa strategia, continua a difendere la foresta, sempre più vasta.