

ITALPROFILI: 50 ANNI DI INNOVAZIONE E VISIONE

cinquant'anni di qualità, ricerca e crescita, tra passaggio generazionale e nuove sfide

Nata nel 1976 da un'intuizione imprenditoriale e dalla volontà di trasformare un'esigenza del mercato in una soluzione innovativa, Italprofili celebra cinquant'anni di attività. Un percorso fatto di brevetti, ricerca, crescita produttiva e sviluppo internazionale, accompagnato dal passaggio di competenze tra generazioni e da una costante attenzione alla qualità. Dalle origini allo sguardo verso il futuro, la storia dell'azienda racconta un'identità costruita nel tempo, capace di evolvere senza perdere i valori che ne hanno guidato la crescita.

Le origini e la visione

Italprofili nasce nel 1976, il suo fondatore, Danilo Gottardo dopo un'esperienza in Svizzera, una come agente di commercio e una lunga esperienza nel settore delle impermeabilizzazioni comprese una mancanza nel settore e così insieme ad un socio fondò la sua prima azienda. Il focus era la produzione di sistemi avanzati di impermeabilizzazioni. In questi anni Italprofili era ancora un sogno ma si potevano

già riscontrare le caratteristiche su cui ancora oggi Italprofili pone le sue radici: prediligere l'alta qualità.

Il lavoro, nel campo delle impermeabilizzazioni bituminose funzionava molto bene, e assieme ad altri due soci Danilo era riuscito a raggiungere importanti risultati, ma non era abbastanza, si era accorto che nel settore mancavano scarichi adatti per l'acqua piovana, l'intuizione fu immediata e così nacque il primo brevetto: la bocchetta anti ri-

gurgito in gomma, questo brevetto segnò la nascita di Italprofili nel 1976.

Danilo osserva ciò che manca e crea un punto di partenza da cui nasce l'innovazione. Questa strada non dà un riscontro immediato ma da un riscontro duraturo nel tempo, ricerca, ingegno e coraggio hanno permesso di costruire nel tempo un'identità solida e riconoscibile.

Danilo prima, Italprofili oggi come specchio del suo fondatore, sceglie la



qualità come impegno nel tempo. In un contesto in cui molti prodotti sono pensati per essere sostituiti rapidamente, Italprofili sceglie una direzione diversa: progettare soluzioni durevoli e capaci di mantenere il proprio valore nel lungo periodo. Questo si traduce in un principio chiaro: creare prodotti pensati per resistere, non per essere rimpiazzati.

Crescere insieme al mercato

Come l'azienda ha accompagnato l'evoluzione del settore, adattandosi ai cambiamenti normativi, tecnologici e alle nuove esigenze della filiera.

Per crescere non basta avere la voglia ma è necessario che ci siano anche dei punti fermi, per Danilo la priorità era reperire nuovi materiali con avanzate proprietà termoplastiche. Tramite lunghe ricerche si arriva allo sviluppo di una ricetta proprietaria.

All'inizio degli anni 80' Italprofili passa da SPA a SRL con la liquidazione dei soci ora al vertice c'è solo Danilo affiancato dal figlio Paolo, entrato da poco in azienda e partito dal basso. Con Paolo affianco di Danilo ci fu una forte espansione commerciale non solo in Italia ma anche verso i mercati esteri. Tra gli anni 80 e 90 nascono nuovi brevetti e successivamente nel 1995 si ottiene il sistema di qualità ISO 9001. Paolo, animo commerciale, crea magazzini in Lazio e in Emilia Romagna per favorire il commercio con il centro/sud Italia.

Il numero di agenti che rappresenta Italprofili in Italia e all'estero aumenta. Questi anni sono anni proficui ed era giunta l'ora ormai di una sede più grande, è così che nel 2006 Italprofili sceglie come nuova casa Torre di Mosto, non solo per creare uno spazio che unisse un grande magazzino e una zona di produzione ma anche per avere un nuovo centro logistico. Dani-

lo, Paolo e Marco con la loro visione per il futuro accolgono questa sfida. La nuova sede vide la luce nel 2008 con uno spazio di oltre 6.000 mq ma nello stesso anno la crisi colpì.

Il 2008 anno difficile ma anche anno di grande rinascita, Marco (la terza generazione) in azienda dal 2004, formato dal basso come il padre prima di lui conosce ogni aspetto dell'azienda, nel 2009 bussando alla spalla del nonno Danilo comincia a sviluppare nuovi prodotti, portando un cambiamento la linea di basamenti regolabili.

Ricerca e sviluppo in Italprofili non si fermano mai, si ascolta il mercato e si anticipano le necessità, questa strategia ha portato Italprofili a celebrare i primi 50 anni sul mercato.

Le strategie della crescita

Gli investimenti e le scelte che hanno segnato il percorso dell'azienda: sviluppo produttivo, ampliamento dell'offerta, qualità, servizi e presenza sul mercato.

Innovazione e sviluppo

Il ruolo della ricerca, dell'innovazione di prodotto e di processo e dell'ascolto del mercato come motori della competitività.

La crescita dell'azienda è stata guidata da una visione di lungo periodo, basata su investimenti mirati e su scelte strategiche che non hanno mai avuto come unico obiettivo il profitto immediato. Ogni investimento è stato concepito come una scommessa sul futuro, con la consapevolezza che costruire valore richiede tempo, competenza e determinazione.

La profonda conoscenza del mercato ha rappresentato un elemento fondamentale per orientare le decisioni, permettendo di cogliere le evoluzioni della domanda e di anticipare le nuove esigenze dei clienti. A questa capacità di lettura si è affiancata una costante voglia di migliorare, che ha portato allo sviluppo dei processi produttivi, all'ampliamento dell'offerta e a un'attenzione crescente verso la qualità dei prodotti e dei servizi.



Il percorso di crescita è stato caratterizzato anche dal coraggio di fare scelte innovative e dalla capacità di adattarsi ai cambiamenti con elasticità, trasformando le sfide in opportunità di sviluppo. In un contesto in continua evoluzione, l'azienda ha saputo mantenere saldo il proprio orientamento senza rinunciare alla flessibilità necessaria per innovare.

A rendere questo percorso ancora più solido è stata un'identità chiara e ben definita: un punto di riferimento che non ha rappresentato un limite, ma una base stabile su cui costruire il cambiamento, rafforzando nel tempo la credibilità dell'azienda e la sua presenza sul mercato.

Le persone al centro

Il valore delle competenze, della cultura aziendale, della formazione e del passaggio di know-how che hanno contribuito a costruire i primi cinquant'anni.

I primi cinquant'anni di storia dell'azienda sono il risultato del lavoro, del-

la passione e delle competenze delle persone che ne hanno fatto parte. La crescita non è stata determinata soltanto dagli investimenti o dalle strategie, ma soprattutto dalla capacità di costruire nel tempo un patrimonio di conoscenze condivise, alimentato dall'esperienza quotidiana e dalla volontà di migliorarsi continuamente.

La cultura aziendale si è sviluppata attorno a valori solidi come responsabilità, collaborazione e attenzione alla qualità, creando un ambiente in cui le competenze individuali potessero trasformarsi in un valore collettivo. La formazione ha sempre rappresentato uno strumento fondamentale per accompagnare l'evoluzione dell'azienda, favorendo l'aggiornamento professionale e la crescita delle persone.

Particolare importanza ha avuto il passaggio di know-how tra generazioni e tra figure professionali diverse: un processo che ha permesso di conservare l'esperienza maturata nel tempo e, allo stesso tempo, di arricchirla con nuove idee e nuove prospettive. È grazie

a questa continuità che l'azienda ha saputo affrontare le trasformazioni del mercato senza perdere la propria identità, costruendo le basi dei suoi primi cinquant'anni e preparando quelle dei prossimi.

Lo sguardo al futuro

Le sfide dei prossimi anni, tra sostenibilità, digitalizzazione, nuovi scenari di mercato e obiettivi di crescita.

Guardare al futuro significa affrontare nuove sfide con lo stesso spirito che ha accompagnato l'azienda fin dalle sue origini: visione, determinazione e capacità di adattamento. In un contesto economico e sociale in continua trasformazione, la crescita richiederà investimenti mirati, innovazione e una costante attenzione ai cambiamenti del mercato.

La sostenibilità rappresenta una delle direttrici fondamentali dei prossimi anni, non solo come responsabilità verso l'ambiente, ma anche come elemento strategico per garantire uno sviluppo duraturo e competitivo. Parallelamente, la digitalizzazione continuerà a trasformare processi, servizi e modalità di relazione con clienti e partner, offrendo nuove opportunità di efficienza e di creazione di valore. Accanto a questi temi, sarà essenziale mantenere la capacità di interpretare i nuovi scenari di mercato, anticipando le esigenze future e consolidando la propria presenza attraverso qualità, affidabilità e innovazione. Gli obiettivi di crescita non riguardano soltanto i risultati economici, ma anche il rafforzamento delle competenze, delle relazioni e della cultura aziendale.

Con radici solide e uno sguardo aperto al cambiamento, l'azienda si prepara ad affrontare il futuro con fiducia, consapevole che ogni nuova sfida rappresenta un'opportunità per continuare a evolvere e creare valore.

