



SERI-ART METODO E PASSIONE PER LA STAMPA

SERI-ART

N. dipendenti: 20

Fatturato: 2,6 Milioni

Mercato: Italia

Sede: Cremona

Anno iscrizione
Associazione Industriali:
1988

www.seri-art.it

«Mi scusi se quando parlo della mia azienda mi commuovo». La confessione sottovoce, mentre usciamo dalla reception e imbocchiamo la porta che conduce al reparto con i macchinari utilizzati nella stampa serigrafica, per la consueta visita dell'azienda. Per **Valter Galbignani**, presidente di Seri-Art srl, ripercorrere la storia dell'impresa che ha fondato nel 1966 significa riavvolgere il filo di decenni di conquiste, passione e sacrifici. La racconta insieme al figlio **Matteo Galbignani**, attuale amministratore delegato, che ha raccolto il testimone del padre e pensa a lasciare la propria impronta nell'attività di famiglia.

«Lavoravo come dipendente da Persico Arti Grafiche – racconta Valter – quando, quasi 60 anni fa, ho deciso di aprire un'attività in proprio, in via Costone di Mezzo. Abbiamo incominciato realizzando etichette autoadesive per le concessionarie, stampando in serigrafia per la Sperlari, vicinissima alla nostra sede di allora: stampe in finta pelle, poi utilizzate dalla ditta per

decorare i caratteristici cofanetti che circolavano in tutta Italia. Nel '72 ci siamo poi trasferiti in via Lugo, in una sede più grande (circa 400 metri quadrati). Lì abbiamo iniziato la vera e propria serigrafia artistica: c'erano pittori che, oltre a realizzare le proprie opere, stampavano una cinquantina o un centinaio di copie in serigrafia, autografate. Si usava così all'epoca». La 'conversione' industriale è stata un passaggio successivo. «Abbiamo iniziato a stampare su tessuto – continua – e per ragioni di spazio nell' '82 abbiamo finito per trasferirci qui, nella sede di via degli Artigiani. Il laboratorio è 'esploso': siamo passati da 500 a 2.000 metri quadrati, ricavando un grosso reparto in cui stampavamo magliette. Il mercato in un primo momento ci ha premiati: lavoravamo su grafica e stampa anche per grossi clienti, come la Champion. Nel tempo abbiamo quindi ottimizzato sia la diversificazione dell'offerta che la dimensione dell'azienda».

È andata bene. «Soprattutto grazie

AZIENDA DI ECCELLENZA

Seri-Art dal 1988 è associata all'Associazione Industriale della Provincia di Cremona. Valter Galbignani è stato presidente del Comitato Piccola Industria provinciale e regionale. Seri-Art figura tra le 99 aziende di eccellenza selezionate da Confindustria in Lombardia e tra le 450 in Italia per la crescita e l'innovazione (Sole 24 Ore)

UNA VISIONE SOSTENIBILE

**Matteo Galbignani
amministratore delegato
«L'azienda rappresenta
una possibilità per generare
un valore condiviso
Il segreto del successo
nasce dalla voglia
di migliorarsi tutti i giorni
Dal 2009 stiamo lavorando
sul tema della sostenibilità
fotovoltaico, certificazioni
materiali, colorazioni
Siamo all'avanguardia
grazie ai processi innovativi
che abbiamo elaborato»**

alla voglia di lavorare, alla passione, ai fornitori – spiega Valter – ma abbiamo vissuto di tutto e di più: la crisi più grande è stata negli anni '80, e non è stata l'unica. Sono emerse difficoltà che ci hanno portato, nei primi anni 2000, a dismettere il reparto dedicato alla stampa su tessuto». Il motivo: «La produzione si è spostata in altri territori più competitivi, come la Tunisia o la Cina, dove il capo stampato costava addirittura meno della stampa stessa in Italia». Nel frattempo, nascevano i primi contatti con i mercati internazionali: «Nel '91 abbiamo

cominciato a lavorare con l'estero – continua Valter – con un cliente che produceva giocattoli. Le pretese erano alte, cosa che ci ha incentivati a fare un salto di qualità. In questo momento, i nostri contatti con l'estero sono diventati più fitti: lavoriamo per Francia, Germania, Svizzera, Inghilterra, Svezia, Ungheria. Indirettamente i nostri prodotti sono andati anche nelle Filippine, in Cina, in America».

Oggi Seri-Art conta su una posizione solida a livello di clientela: «Uno dei nostri primi clienti, ad oggi, è la Peg Perego – chiarisce da parte sua Matteo – unica azienda italiana che produce giocattoli direttamente in Europa. Creano giocattoli elettrici cavalcabili, culle e carrozzine per neonati e per lo più macchinine in scala

ridotta per bambini di 6-7 anni. Sono prodotti che, in genere, raggiungono un certo prezzo. A loro forniamo tutti i kit che 'vestono' il giocattolo, gli adesivi che il consumatore finale applica poi sulla macchinina». Anche l'offerta è cambiata molto. «Quando abbiamo dismesso la stampa su tessuto – spiega ancora Matteo – abbiamo iniziato ad investire sulla stampa digitale di piccolo e grande formato. Abbiamo ampliato il fronte della grafica offrendo un servizio a 360 gradi, anche con tirature più ridotte, cosa che non è possibile fare con la stampa serigrafica. Grazie a questa svolta, che portiamo avanti insieme alla serigrafia, il ventaglio si apre anche all'allestimento di stand fieristici e uffici, mentre per quanto riguarda il metodo serigrafico ci siamo ormai da molti anni diversificati anche fuori dal mondo del giocattolo: movimento terra, agricoltura, motorbike, go-kart e molto altro».

Una resilienza autentica, che alla fine è stata premiata: oggi Seri-Art è una realtà di primo piano a livello nazionale, che continua a puntare al miglioramento dell'esistente. «Abbiamo avuto un attestato di eccellenza nel 2006 – spiega Matteo – insieme ad altre 494 aziende italiane. Un riconoscimento di Confindustria, che ha premiato la nostra crescita e i nostri risultati come piccola impresa. Sul fronte della sostenibilità, poi, continuiamo a lavorare sin dal 2009, quando abbiamo installato su 3.000 metri quadri di copertura fotovoltaica per alimentare l'azienda. Riusciamo in questo modo a coprire 110 Kwatt, quasi la metà del totale necessario. Inoltre certifichiamo tutti i nostri materiali, pensando specialmente ai nostri clienti produttori di giocattoli: insieme ai nostri fornitori abbia-





Macchinari di ultima generazione per la stampa digitale e serigrafica



mo studiato soluzioni prive di componenti plastici cancerogeni potenzialmente pericolosi per i bambini». Inoltre, oggi Seri-Art sta percorrendo sempre di più la strada della sostenibilità: «Nel 2023 abbiamo fatto ricerche sui colori – precisa Matteo – certificando una tipologia di materiali che si asciuga nei forni a led, più sostenibili rispetto a quelli a ultravioletti, appena sostituiti. Ora guardiamo all'industria 5.0, con l'obiettivo di rivoluzionare ulteriormente il rapporto tra azienda e ambiente». Il prossimo step sarà la digitalizzazione dei processi: «Abbiamo già cominciato – chiarisce – e non sarà facile. I nostri dipendenti, che lavorano con noi da molto tempo, dovranno abituarsi ad uno schema diverso da quello che hanno seguito finora. Si tratterà però di un passaggio fondamentale nell'ottica dell'ottimizzazione».

La situazione attuale: «Abbiamo una ventina di dipendenti – spiegano Valter e Matteo – abbiamo chiuso il 2024 con un fatturato 2,6 milioni di euro, con una quota di estero del 20-25%. Siamo sostanzialmente tornati ai livelli di fatturato che raggiungevamo prima del covid: la pandemia ha portato ad un blocco mondiale della domanda, poi c'è stato un recupero completo. Cerchiamo una marginalità tale da poter continuare ad innovare anche nei prossimi anni». E aggiungono: «Nel 2026 Seri Art compirà 60 anni. Festeggeremo il compleanno dell'azienda con i fornitori e i clienti, che sono la sua 'famiglia'».

Seri-Art, spiegano ad una voce Valter e Matteo, è una realtà che da sempre punta ad arricchire il territorio, valorizzandone i punti di forza: «Sosteniamo economicamente le eccellenze culturali cremonesi, come il Museo del Violino,



Il mondo del giocattolo è trainante
Ma le applicazioni interessano anche altri ambiti

L'IMPEGNO NEL SOCIALE

L'azienda sostiene importanti istituzioni culturali: Museo del Violino, Museo Diocesano, Teatro Ponchielli. Nell'ambito sportivo è sponsor della Cremonese. Valter Galbignani: «È giusto che l'imprenditoria riversi il suo benessere a livello locale dove realtà straordinarie operano per il bene e lo sviluppo della collettività»

il Museo Diocesano, il Teatro Ponchielli. In ambito sportivo, siamo tra gli sponsor della Cremonese. È giusto che l'imprenditoria riversi il suo benessere anche sul territorio: a Cremona abbiamo eccellenze che hanno un bisogno reale di queste sponsorizzazioni».

L'etica dell'azienda è ispirata alla cura del cliente, grande o piccolo che sia, e all'amore per il proprio lavoro. «La nostra mission è rivolta alla passione – conclude Matteo –. L'azienda ti dà la possibilità di far star bene te stesso e i collaboratori. Crediamo che l'ossessione, a volte, sia molto meglio del talento: il segreto del successo sta nella voglia di migliorarsi tutti i giorni. La fortuna è importante ma, come diceva Pasteur: «... favorisce le menti preparate». L'ho imparato da lui (indica Valter, ndr), che è stato ed è ancora un grande maestro di vita».