«INNOVATION DAY»

Vito Danilo Gagliardi, Andrea Guarneri, Silvia Cremonesi, Giuliano Gerbo, Domenico Cicchetti, Riccardo Crotti, Guglielmo Ghisi, Corrado Conforto Galli, Marco Bencivenga, Michele Sinigaglia, Leonardo Provana e Massimo Dell'Anna ieri davanti alla sede di Omnicos a Bagnolo

Nel mercato senza frontiere Omnicos sposa l'alta qualità

Visita all'azienda di Domenico Cicchetti a Bagnolo: «Il welfare aziendale traino essenziale delle performance»

di **RICCARDO MARUTI**

BAGNOLO La sostenibilità, focus dell'«Innovation Day» organizzato dal Polo della Cosmesi, è una missione che Omnicos ha intrapreso tempo fa. E con straordinario successo: l'azienda di Bagnolo Cremasco – tra i big della Cosmetic Valley, uno fra i tre fornitori in Italia per Chanel – ha realizzato un plant che sfiora l'autosufficienza energetica e ha scelto di declinare il verbo della «sustainability» anche in chiave sociale attraverso un piano di welfare aziendale che punta sulla conciliazione vita-lavoro e sul benessere del personale. Ecco perché, due anni fa, ha ottenuto la medaglia di platino da EcoVadis, piattaforma mondiale che valuta le performance ambientali ed etiche di un'impresa. Ieri, nel giorno dell'innovazione applicata alla cosmesi, l'azienda di patron **Domenico Cicchetti** ha ricevuto la visita di una folta delegazione istituzionale: al fianco del prefetto **Corrado Conforto Galli** e del suo predecessore **Vito Danilo Gagliardi**, c'erano il questore **Michele Sinigaglia**, il comandante provinciale dei Carabinieri, colonnello **Giuliano Gerbo**, il comandante provinciale della Guardia di Finanza **Massimo Dell'Anna**, il presidente della Libera Associazione Agricoltori Cremonesi **Riccardo Crotti** con il consigliere **Andrea Guarneri**, il direttore del quotidiano «La Provincia» **Marco Bencivenga**, il dirigente veterinario **Leonardo Provana** e **Guglielmo Ghisi**.

Il tour, sotto la guida di Cicchetti e dell'Operations Manager **Silvia Cremonesi**, è iniziato dalla palazzina uffici, quartier generale dello staff specializzato in marketing, studio di prodotto e trend. Insomma: il «cervello» del business aziendale esteso a livello globale. «L'e-commerce e i social stravolgono il sistema, ma i brand storici sono in grado di resistere – ha spiegato il

Uno dei dipendenti della Omnicos al lavoro nel plant di Bagnolo Cremasco
Sopra un momento del tour all'interno dello stabilimento guidato da Domenico Cicchetti

UN BUILDING CAPOLAVORO

Tra onde e farfalle in volo

BAGNOLO Ad ogni passaggio lungo la Paullese, lo sguardo degli automobilisti viene puntualmente catturato dal building traforato di farfalle: la sede di Bagnolo di Omnicos è un capolavoro firmato dal designer cremasco **Beppe Riboli**. Perimetro spigoloso e volumi leggeri, lo stabilimento, al suo interno, è una sequenza di onde vertiginose. E dalla sala riunioni gli occhi precipitano in un brivido di piacere verso l'aiuola centrale, dalla quale si protendono i rami di un olivo. Una vera meraviglia. Ma la grande costruzione bianca potrebbe non restare a lungo da sola. Perché patron **Domenico Cicchetti** ha in animo di trasferire a Bagnolo anche lo stabilimento di Romanengo: il futuro plant occuperà un'area di 80 mila metri quadrati.

founder –. La nostra forza? Sono i dati. Un'ossessione che ci permette di fare la differenza». Nel ventre del building, trovano spazio sia i laboratori di ricerca, analisi e creazione dei prodotti che la sezione produttiva, incaricata della fabbricazione della massa di prodotto che viene trasferita nello stabilimento di Romanengo per il riempimento e il confezionamento. Gli ambienti asettici che accolgono i banchi di lavoro profumano di ciambella: camici, guanti e mascherine compongono la divisa dei «chirurghi cosmetici» che maneggiano provette, dosano liquidi, esaminano emulsioni. «Il team degli analisti ha una formazione essenzialmente chimica e farmaceutica – ha sottolineato Cicchetti –. Da tempo ci concentriamo in via quasi esclusiva su make-up e skincare, portando avanti un'innovazione non solo di prodotto ma anche e soprattutto di processo. Nel quadro del nostro business, il mercato di alta gamma è senza dubbio quello più interessante». Omnicos, nella propria storia, ha depositato un gran numero di brevetti: «Sono già tre dall'inizio dell'anno». Ma non ha dossier segreti né formule chiuse in cassaforte: «Il nostro vantaggio competitivo – ha detto Cicchetti – sta nella capacità di anticipare i tempi. È nostra ferma intenzione continuare a condividere le nostre conquiste: è proprio questo atteggiamento di apertura e di trasparenza che ci rende credibili e autorevoli».

In un'azienda orgogliosa del proprio approccio human-oriented, l'automazione è di livello avanguardistico. Tutt'altro che un cortocircuito di senso: «Alla persona spetta il valore aggiunto, la macchina è tarata per ottimizzare il lavoro individuale. Investire in tecnologia non significa affatto ridurre il personale, semmai il contrario. I nostri dipendenti sono la nostra più grande ricchezza». Ecco perché lo stabilimento di Omnicos comprende una fitness room e una mensa super-attrezzata con tanto di calciobalilla, tavolo da ping pong e angolo del bookcrossing. Cicchetti non ha dubbi: «Lavorare deve significare star bene».