

Rinaldi Group, 55 anni di storia e capacità di reinventarsi

scritto da Raffaella Venerando | Luglio 17, 2020

Lo stop forzato della produzione ha spinto l'azienda salernitana a provarsi in un nuovo segmento di mercato, quello delle mascherine, reggendo l'onda d'urto della crisi grazie alle leve dell'innovazione tecnologica e della creatività

Marzo 2020. Il Paese si chiude e si ferma, tranne i servizi essenziali. L'Organizzazione Mondiale della Sanità ha dichiarato che, quella causata dal covid-19, non è semplicemente una circoscritta emergenza sanitaria ma una pandemia che per mesi stravolgerà abitudini e comportamenti, trasformando spazi, tempi e processi dell'esistenza. La popolazione è obbligata a restare a casa. Qualcuno, pur a impianti spenti, rimane in fabbrica. È il caso del Rinaldi Group che, da 55 anni, tesse una storia di famiglia producendo materassi innovativi. La crisi da affrontare è notevole, ma lo smarrimento dei vertici dura il giusto.

Seppur il contesto è incerto, la famiglia infatti decide di provare una nuova strada: quella della produzione di mascherine, incentivata dal Decreto Cura Italia che, all'articolo 15, velocizza l'iter per la produzione e l'immissione in commercio di questi specifici dispositivi chirurgici.

Si apre così una finestra di cambiamento, scelta con coraggio e razionalità dai fratelli Rinaldi per rendersi utili come impresa e anche per recuperare una parte del fatturato andato perso a causa delle settimane di stop forzato. «Rivoluzionando uno spazio dello stabilimento inutilizzato – racconta Stefania Rinaldi, Direzione R&S e Marketing – abbiamo reso concreta la nostra chance di riconversione, realizzando un prodotto che

esulava fino ad allora dalla nostra tradizionale attività. Abbiamo acquistato tre impianti prodotti in Italia che, al momento, garantiscono circa 20.000 mascherine al giorno. Attualmente stiamo lavorando affinché l'automazione del processo produttivo delle mascherine consenta di ridurre in prospettiva tempi e risorse dedicate».

Il percorso non è stato semplice, con i passi rallentati anche dalla burocrazia che ha imposto tempi rapidi ma più di una certificazione suppletiva. «Abbiamo acquistato materie prime in Italia con prezzi aumentati del 400% – prosegue la Rinaldi – per questo le dichiarazioni del Commissario per l'Emergenza Arcuri ci hanno lasciati interdetti: la decisione di vendere le mascherine a 50 centesimi poteva derivare solo da una conoscenza superficiale di tutto il processo di riconversione in atto e chiesto con forza alle imprese anche per rispondere alla mancanza quasi totale di questi dispositivi».

Nasce così DaySafe, la mascherina 3 strati ad alto potere filtrante. Biocompatibile e antibatterica, oltre all'Autorizzazione in deroga dall'Istituto Superiore di Sanità, è dotata di marcatura CE – ottenuta grazie alla positiva sinergia con l'Ateneo Salernitano – e delle certificazioni ISO 13485, ISO 10983 e ISO 14, specifiche per il Sistema di Gestione Qualità nella produzione di articoli sanitari. Oggi, quella che inizialmente è stata una modalità temporanea per aiutare il sistema sanitario nel picco di emergenza (le prime mascherine prodotte sono state donate alla popolazione di Giffoni Valle Piana) e per preservare la continuità operativa, è a tutti gli effetti la testimonianza concreta della forza di un brand capace di assicurare e servire i propri clienti e la propria comunità, rischiando sulla propria pelle e guardando oltre le ombre.