

Il (nuovo) Gruppo Carma indica gli obiettivi e le strategie per il futuro. Senza dimenticare le origini e strizzando l'occhio al rispetto dell'ambiente e della qualità della vita

Colloquio con **Massimo Carrara**
di **Francesco Tozzi**



Dalla parte **DELL'ETICA**

In apertura: Massimo Carrara con alle spalle una stampa che ritrae i titolari della società. Al centro il Cav. Mario Carrara.

Il Gruppo Carma o meglio, il Gruppo Industriale Cav. Mario Carrara e Figli, lo scorso fine marzo ha raggruppato presso il Grand Hotel Principe di Piemonte, sul lungo mare di Viareggio, i suoi migliori rivenditori, i collaboratori e i fornitori. Motivo dell'appuntamento è stato quello di **presentare le linee guide e le strategie imprenditoriali (e commerciali) per il prossimo futuro.**

Oggi la società toscana **muove un giro d'affari di più di 102 milioni di euro** e si pone come punto di riferimento per il mercato nazionale e internazionale dei prodotti

in carta, dai rotoli industriali ai piegati, dai tovaglioli alle carte igieniche. Negli ultimi sei anni, inoltre, **il Gruppo Carrara ha fatto investimenti per circa 70 milioni di euro:** più di 18 milioni nel 2009 e sono già stati stanziati 15 milioni di euro per il 2010. E tra i vari impegni **non manca l'attenzione al rispetto dell'ambiente,** con politiche attive e certificazioni di tutto rispetto.

Oltre ai riconoscimenti Iso 14000 e Iso 9001, il Gruppo ha ottenuto anche la **certificazione Pefc e la European Union Ecolabel:** la prima riguarda un riconoscimento inerente il comportamento "virtuoso" nei confronti dei proprietari che gestiscono correttamente i propri boschi e piantagioni, dai quali si ricava, poi, la materia prima; mentre il secondo richiama un marchio di qualità circa la compatibilità ambientale di un prodotto.

Da sottolineare, perché è sinonimo di serietà imprenditoriale, anche la certificazione Sa 8000, relativa alla qualità come "responsabilità sociale", e la Ohsas 18001:07 che si riferisce alla qualità intesa come "benessere dei lavoratori".

Verso il fotovoltaico

«Dobbiamo guardare in tutte le maniere e fare valutazioni che vadano verso il rispetto e la salvaguardia dell'ambiente – ha detto **Massimo Carrara, presidente del Gruppo Carma** –. È tempo, ormai, che il mondo imprendi-

Fatturato per segmento

(milioni di €)



toriale e aziendale prenda in esame soluzioni ecosostenibili, sia sotto il profilo produttivo, sia per quanto riguarda i piani di gestione e quelli energetici all'interno della stessa azienda. Il nostro gruppo, oltre ad avere ottenuto importanti certificazioni, e tengo a specificare che per noi la certificazione non è solo un traguardo, ma un modo di operare, **nei prossimi cinque anni destineremo il 5% dei nostri investimenti nella realizzazione di impianti fotovoltaici solari.** Una scelta che ci porterà ad avere, a pieno regime, una copertura del 5% del fabbisogno energetico totale della nostra azienda».

E quella verso l'ambiente è un'attenzione che i fondatori e i responsabili del Gruppo si portano dietro fin dal principio, quando già si parlava di risparmio energetico in ambito produttivo. E la storia della famiglia Carrara parte alcuni secoli fa. Di sicuro, si tratta di una delle più antiche famiglie di cartai italiane, essendo presente nell'industria della carta ormai da più di 100 anni.

Un balzo in avanti

Oggi il Gruppo Industriale Cav. Mario Carrara e Figli, che comprende le società M.C Tissue di Tassignano, Cartiera Carma con i suoi sei siti produttivi e Magna Carta di Pratovecchio, conta una superficie totale operativa coperta di ben 90mila metri quadrati. In tutto 21 linee di converting di ultima generazione. Il numero dei dipendenti dal 2005 al 2009 è cresciuto da 63 a 185 unità, con una previsione di 200 unità entro la fine dell'anno in corso.

«Ma dietro a questi numeri c'è una tradizione familiare e imprenditoriale forte, coesa e radicata – chiosa il presidente Carrara –. La nostra è stata sempre una famiglia basata sui principi, quali l'onestà, il senso di dedizione e la responsabilità.

L'insegnamento più importante che ci ha tramandato Mario Carrara, leader carismatico del Gruppo, è sicuramente la disciplina. La disciplina nell'essere imprenditori. Noi, in Italia e nel panorama europeo, siamo un'azienda che può fare la differenza, un'azienda orientata al business. Un'azienda che crede nelle sue potenzialità, nella sua forza lavoro, quindi nei suoi dipendenti, e siamo fieri di essere riconosciuti, e questo grazie al lavoro di tutti, una realtà dal profilo etico e credibile».

LE LINEE *produttive*

In tutto sono 21 le linee di converting del Gruppo Carma, tutte di ultima generazione.

LINEE PER ROTOLI

**3 linee automatiche rotoli industriali
2 linee start-stop
1 linea carta igienica domestica**

LINEE PER PIEGATI

**5 linee asciugamani piegati a "Z"
3 linee asciugamani piagati a "V"
1 linea per veline cosmetiche "Facial"
1 linea per carta igienica intercalata**

LINEE PER TOVAGLIOLI

5 linee totali

2/3 veli

- Formati 24, 30, 33, 38 e 40 centimetri
- Formati 33, 38 e 40cm con piega 1/4 o 1/8
- Goffratura standard e punta-punta.
- Stampa 2 colori

1 velo

- Formati 27/30, 30 e 33 centimetri.
- Stampa 2 colori



Il logo del nuovo marchio Bulky Soft.

"It's a new day"

Carma con questa operazione ha fissato degli obiettivi a cinque anni: obiettivi di fatturato, obiettivi di volume, obiettivi di investimenti, obiettivi di marginalità. Obiettivi che verranno perseguiti attraverso il rispetto di regole precise racchiuse in una politica globale e moderna.

«Creeremo sul mercato una filosofia Carma Professional basata sul rispetto di tutti gli interlocutori che operano sul mercato, ma con la consapevolezza di poter diventare riferimenti del mercato stesso.

Ed è per questo che abbiamo deciso di acquisire **visibilità sul mercato Europeo attraverso il lancio di un nuovo brand, Bulky-Soft** che dovrà, secondo noi, essere capace di rappresentare tutto ciò che oggi è Carma Professional – conclude Carrara –.

Una linea di prodotto completa, di immagine, funzionale, capace di coprire ogni livello di potenzialità del mercato Professional in Europa e capace di soddisfare ogni esigenza dell'utilizzatore finale. E il distributore sarà il nostro riferimento principale. Un distributore selezionato, con il quale stringere relazioni forti in un rapporto di vera partnership. Questo è il primo passo ma crediamo fermamente che questo possa rappresentare l'inizio di un lungo cammino».

ALCUNI numeri

90.000 i metri quadrati di superficie coperta.

185 i dipendenti del Gruppo.

102.695.000 di euro di fatturato nel 2009.

70.000.000 di euro gli investimenti fatti negli ultimi 6 anni.