

SISTEMI&IMPRESA

Management e tecnologie per le imprese del futuro

N. 6 - agosto/settembre 2025

Alberto Costanzo
CEO di Elisa Industriq Italy

La Manifattura si fa digitale con Elisa Industriq Italy

- Le Officine di FabbricaFuturo Al via la seconda edizione
- Brevetti, il potenziale inespresso va oltre alla tutela delle idee
- Cambio di mentalità e tecnologie La Supply chain si fa intelligente
- MartinoRossi, la tecnologia a supporto della sostenibilità

ESTE
Cultura d'impresa



PER INFO E ABBONAMENTI
www.este.it

Daniela Bobbiese | responsabile abbonamenti ESTE | ☎ 02.91434400 | ✉ daniela.bobbiese@este.it

Chi semina tecnologia raccoglie... sostenibilità

Da azienda locale a realtà internazionale. In 15 anni è passata da 25 dipendenti a oltre 140 collaboratori. E l'export vale circa il 50% del fatturato. Per sostenere la crescita è stato fondamentale il nuovo ERP

Intervista a Stefano Rossi, CEO di MartinoRossi
a cura della Redazione

Quella di MartinoRossi è la storia di un'azienda italiana che affonda le proprie radici nella terra, ma guarda costantemente avanti, verso l'innovazione e il cambiamento. Una realtà che, nata come piccola azienda a conduzione familiare, è riuscita a diventare un punto di riferimento nel mondo degli ingredienti funzionali anallergici. Fondata nel cuore della campagna cremonese nel 1955, MartinoRossi si è specializzata nella produzione di farine, semilavorati, ingredienti funzionali clean label e prodotti *plant based* rigorosamente senza glutine, allergeni e Ogm, rivolti in particolare al comparto *free from*. Un segmento che, sebbene appaia di nicchia – coinvolge circa il 3% della popolazione (fonte: Ministero della Salute) – in realtà interessa un pubblico ben più ampio: le scelte alimentari di chi ha esigenze specifiche influenzano, infatti, anche quelle dell'intero nucleo familiare.

È in questo scenario in continua evoluzione che l'azienda di Cremona ha saputo crescere, anticipando e intercettando con prontezza i cambiamenti del mercato. Se nel 2010 contava 25 persone e una distribuzione limitata, oggi è una realtà internazionale con circa 140 collaboratori, una solida rete commerciale e una spiccata apertura verso i mercati esteri. Circa il 50% del fatturato proviene

dall'estero, con una presenza consolidata in oltre 80 Paesi e un forte radicamento nel Nord Europa, in America, Canada e nei mercati asiatici.

L'azienda presidia diversi canali di vendita. Il cuore resta l'industria alimentare, alla quale fornisce ingredienti e semilavorati su misura per la produzione di pasta, snack, prodotti da forno e alternative *plant based*. In parallelo, sviluppa soluzioni mirate per il mondo del Food service, con un'offerta appositamente pensata per i professionisti della ristorazione e del canale HoReCa, che include farine di legumi e cereali, miscele *gluten free* e preparati a base di legumi per alternative alla carne e all'uovo, tutti rigorosamente senza glutine e allergeni. Nel Retail, l'azienda si fa portavoce di innovazione attraverso brand proprietari come Beamy, Goodly, Mais Corvino e Mr. Beans. Completano il quadro i progetti di Private label, sviluppati in collaborazione con le principali catene distributive.


Il rispetto dei principi dell'Agenda Onu 2030

La diversificazione dei canali è resa possibile da un modello produttivo integrato e verticale, vero punto di forza dell'azienda. Con circa 16mila ettari coltivati direttamente e un team interno di

MARTINOROSSI

 **Sede**
Malagnino
(Cremona)

 **Fatturato**
72 milioni di euro
(2024)

 **Attività**
Produzione di farine, semilavorati, ingredienti funzionali e *plant based* senza glutine e senza allergeni

 **Addetti**
140

 **Proprietà**
Giorgio Rossi

STEFANO ROSSI

Classe 1988, rappresenta la terza generazione alla guida di MartinoRossi. Dopo gli studi e un'esperienza in una multinazionale del settore sementiero, entra nell'azienda di famiglia ricoprendo ruoli chiave a supporto della crescita aziendale. Prima di diventare CEO, ha diretto le aree commerciale e marketing e ha guidato la filiale americana MartinoRossi America come Executive Director. È Co-Founder di startup innovative: nel 2009 ha sviluppato con il padre "Underdrip", un sistema di irrigazione sostenibile, e nel 2018 ha co-creato Italian Snack Food, lanciando il marchio MR. Beans, specializzata nella distribuzione di snack *plant based*. Dal 2023, è Presidente del Gruppo Giovani Industriali di Confindustria Cremona.



agronomi, MartinoRossi esercita un controllo totale sulla filiera, dalle sementi al prodotto finito. “Non ci affidiamo a intermediari o commercianti per la selezione delle materie prime: manteniamo un filo diretto e continuo con le aziende agricole. Così possiamo standardizzare con rigore le caratteristiche degli ingredienti, assicurando un contenuto proteico stabile e aderente alle esigenze dell’industria di trasformazione”, spiega Stefano Rossi, CEO di MartinoRossi, intervenuto di recente come relatore di *FabbricaFuturo Industria Alimentare*, il progetto di *FabbricaFuturo* dedicato al settore Food & Beverage.

L’attenzione alla qualità degli ingredienti si traduce in un approccio duplice: da un lato la ricerca applicata direttamente nei campi, dall’altro l’analisi scientifica degli ingredienti. È in questa direzione che, nel 2019, è nato a Cremona un centro agricolo sperimentale di oltre 330mila metri quadrati. “In collaborazione con università italiane e internazionali, studiamo e mettiamo alla prova tecniche di agricoltura rigenerativa e conservativa. Tutto in linea con i principi dell’Agenda Onu 2030: produrre di più utilizzando meno risorse e riducendo l’impatto ambientale”, conferma Rossi. Le innovazioni sperimentate si sono trasferite anche ad alcune delle aziende clienti che hanno deciso di diventare partner dell’iniziativa, affidando alla nostra azienda sperimentale la coltivazione delle colture utilizzate per la realizzazione dei loro prodotti, con l’obiettivo di ridurre il proprio impatto ambientale, in termini di riduzione di anidride carbonica o di riduzione dello spreco idrico.

Stefano Rossi, CEO di MartinoRossi, relatore a FabbricaFuturo Industria Alimentare, il progetto di FabbricaFuturo dedicato al settore Food & Beverage

La ricerca parte dalla terra

Ma l’impegno sulla qualità non si ferma alla coltivazione e al controllo della filiera. Un altro fronte strategico su cui l’azienda investe con determinazione è quello della selezione varietale. Non si parla di modifiche genetiche, ma di incroci naturali mirati a ottenere varietà più resistenti e adatte ai microclimi locali. Un esempio emblematico è il lavoro svolto sul pisello proteico: partendo da varietà canadesi, selezionate per la resistenza al freddo, e varietà indiane, più adatte a climi umidi, MartinoRossi ha sviluppato una nuova varietà in grado di crescere in Italia, con ottime prestazioni qualitative e adatta alla trasformazione industriale.

A conferma di questa visione che unisce ricerca, cultura agricola e sostenibilità, c’è anche il progetto di recupero del mais nero, una varietà risalente all’epoca dei Maya (oltre 3.500 anni fa), oggi quasi scomparsa. Dopo una prima fase di coltivazione in Brasile, MartinoRossi ha avviato un lungo lavoro di acclimatazione nel Nord Italia per riportarlo in vita. Il Mais Corvino è una variante unica, caratterizzata dal colore nero e dalla particolare forma del chicco, allungato e appuntito, che ricorda la forma del becco di un corvo: da qui il nome “Corvino”. Dal Mais Corvino, oggi detenuto in esclusiva mondiale dall’azienda cremonese, è stata ottenuta un’ormai ampia varietà di prodotti finiti: dalla farina istantanea per polenta, ai biscotti, le gallette, la pasta, fino ad arrivare alle due nuove birre al mais corvino, nella versione “chiara” e “ambrata”.





L'implementazione del nuovo ERP con Sinfo One

L'innovazione di prodotto non può, però, prescindere da una solida base tecnologica. Per questo, MartinoRossi ha accompagnato la propria crescita con un percorso strutturato di potenziamento interno. La svolta della digitalizzazione è iniziata nel 2010, in concomitanza con la trasformazione dei modelli alimentari e la crescente domanda di soluzioni *healthy e free from*. "Digitalizzare ci ha permesso di controllare meglio i processi, ridurre gli errori e ottenere una mappatura completa di ogni fase della filiera: dall'Agricoltura alla Trasformazione, dalla Logistica alla Distribuzione". Un ruolo cruciale in questo processo lo ha avuto Sinfo One: la società di consulenza è il partner tecnologico di MartinoRossi. "Dopo 20 anni di utilizzo del nostro sistema Enterprise Resource Planning (ERP), questo era diventato una soluzione poco efficiente. Nel 2019 abbiamo deciso di ricominciare da zero, grazie al supporto di Sinfo One", spiega il CEO dell'azienda cremonese. È da questa collaborazione che è nato il progetto del nuovo gestionale Si Fides, studiato per gestire in modo integrato le attività aziendali. I risultati non si sono fatti attendere: maggiore efficienza, pianificazione più accurata, consuntivazione in tempo reale e una tracciabilità completa, dalla materia prima al prodotto finito.

Parallelamente è stato implementato un Warehouse management system (WMS) basato su radiofrequenza, che ha rivoluzionato la logistica interna. Oggi ogni movimento, dall'ingresso delle merci alla movimentazione dei prodotti finiti, è tracciato in tempo reale secondo logiche First in, First out (Fifo) – i prodotti immessi per primi in magazzino sono anche i primi a essere

prelevati e utilizzati – con un coordinamento preciso tra reparti. Anche l'analisi dei dati ha compiuto un salto di qualità, grazie all'introduzione di dashboard di Business Intelligence (BI) che monitorano in modo continuo indicatori e performance degli impianti. Infine, l'azienda ha potenziato l'impiantistica, introducendo nuove linee di confezionamento automatizzate, in grado di rispondere in modo agile alle richieste del mercato.

I team building per ingaggiare le persone

Tuttavia, le tecnologie sono efficaci solo se valorizzate dalle persone. Per questo, accanto al rafforzamento infrastrutturale e al salto tecnologico, MartinoRossi ha avviato un cambiamento

Lo stabilimento di MartinoRossi. L'azienda presidia diversi canali di vendita

Nel 2019 ha iniziato un percorso di cambio ERP grazie a Sinfo One





L'analisi dei dati ha compiuto un salto di qualità, grazie all'introduzione di dashboard di Business Intelligence (BI)

altrettanto profondo sul piano organizzativo e manageriale. “Nel 2019 contavamo appena tre aree di supervisione manageriale. Oggi ne abbiamo almeno 15. È stato un cambiamento necessario, quasi inevitabile, che ha richiesto un deciso potenziamento delle nostre competenze interne”, racconta Rossi.

Una crescita interna che si inserisce in un contesto tutt'altro che semplice. MartinoRossi ha sede in una località fortemente radicata nel territorio, ma lontana dai più attrattivi e grandi poli urbani. “In contesti come questi, è ancora più forte la sfida di trovare e trattenere persone valide e motivate”, prosegue Rossi. La strategia di risposta dell'azienda è stata di costruire un sistema di welfare aziendale. “Non possiamo promettere un piano di carriera su misura per ciascuno dei nostri 140 collaboratori, siano essi in produzione o in ambito manageriale, ma possiamo dire con orgoglio che abbiamo sempre riservato grande attenzione al benessere delle persone”, chiarisce Rossi. Un'attenzione che si traduce in azioni concrete: il clima interno oggi è positivo e l'età media dei dipendenti è inferiore ai 40 anni, un dato che conferma l'azienda di Cremona come una realtà attrattiva per le nuove generazioni. Il welfare aziendale non si limita a benefit materiali, ma propone spazi comuni dedicati alla socialità, un ristorante aziendale, iniziative culturali e momenti di aggregazione. Il

team building, in particolare, è particolarmente apprezzato. “Per noi significa creare occasioni reali in cui le persone possano incontrarsi, conoscersi e sentirsi parte di una comunità”, sottolinea il CEO. Emblematico il recente corso di autodifesa organizzato per le donne dell'azienda. “Abbiamo avuto un vero e proprio *overbooking*. È stato un momento importante, perché ha lanciato un messaggio chiaro: l'azienda si prende cura delle persone. E quando questo avviene in modo autentico, si crea davvero un ambiente in cui è bello lavorare”.

La nascita del progetto MartinoRossi for the Planet

La visione sostenibile di MartinoRossi non si esaurisce nei confini della propria filiera, ma si estende ben oltre, abbracciando una responsabilità globale. È il caso dell'iniziativa MartinoRossi for the Planet, programma di riforestazione avviato nel 2019 in collaborazione con la onlus Environomica, attiva in Colombia. Nato alla vigilia della pandemia, in un momento di grande incertezza globale, il progetto ha rappresentato un atto di fiducia nel futuro.

L'obiettivo all'origine dell'iniziativa è stato quello di contribuire alla riforestazione delle aree marginali ai confini della foresta amazzonica, nella regione della Sierra Nevada de Santa Marta, piantando specie autoctone per favorire la biodiversità e la rigenerazione dei suoli. Per farlo, MartinoRossi ha deciso di piantare, ogni anno, 12.000 alberi, a parziale compensazione delle emissioni di CO2 derivanti dalla consegna su strada dei propri prodotti, in tutta Italia. Oggi MartinoRossi for the Planet è una realtà autonoma con circa 80 collaboratori e partnership con organizzazioni internazionali come il Wwf. “Ci piace ricordare che siamo stati tra i primi a credere in questo percorso. È un esempio concreto del nostro modo di fare impresa: non solo generare valore, ma anche lasciare un impatto positivo e duraturo”.

Questa visione di fiducia nel futuro continua ad accompagnare MartinoRossi. Il 2025 si è aperto con numerosi progetti in fase di sviluppo: nuove soluzioni nutrizionali come lo sviluppo di nuovi prodotti finiti e ingredienti innovativi come lo sviluppo di proteine vegetali naturali. Eppure, al di là dei risultati e dei numeri, ciò che guida ogni scelta è la coerenza con i valori fondanti dell'azienda: come sostenibilità, nutrizione e integrità. “Il desiderio più grande è vedere MartinoRossi continuare a crescere, evolversi, senza mai perdere di vista ciò che ci ha resi quello che siamo”, è il messaggio conclusivo di Rossi.

SISTEMI&IMPRESA

Management e tecnologie per le imprese del futuro

Da 60 anni al fianco della Manifattura Italiana



Sistemi&Impresa approfondisce temi di **innovazione tecnologica a forte impatto organizzativo** con particolare attenzione agli sviluppi del **settore manifatturiero**.

Articoli accademici di approfondimento e racconto giornalistico delle **migliori prassi di innovazione aziendale** in un unico magazine, rivolto a chi in azienda vuole approfondire le teorie e le pratiche per determinare concretamente la crescita della propria organizzazione.

La rivista è diretta da Chiara Lupi.

La rivista è distribuita su abbonamento ed è disponibile in formato cartaceo e digitale.

ABBONATI ORA!



ESTE
Cultura d'impresa