

Imprese & Territori

Intelligenza artificiale

Generali dà vita all'hub dell'innovazione a Trieste —p.23

Trasporti

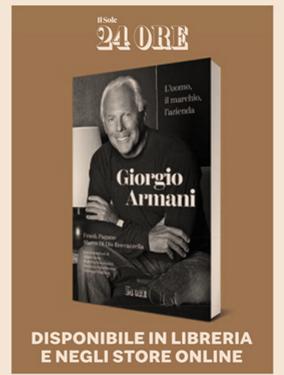
Da Fs piano da 1 miliardo per collegare Parigi e Londra —p.24



SOSTENIBILITÀ

L'agricoltura biologica rigenerativa torna protagonista: aperte le candidature per la seconda edizione del Premio The Good Farmer Award 2025 del gruppo Davines

[ilssole24ore.com/moda](https://www.ilssole24ore.com/moda)



DISPONIBILE IN LIBRERIA E NEGLI STORE ONLINE

RILOCALIZZAZIONE

Arena riporta in Emilia la produzione cinese di occhialini da nuoto

«Frammentare il rischio e accorciare la filiera è essenziale nel nuovo contesto geopolitico e l'Italia rappresenta per noi una risposta in termini di qualità, sostenibilità e affidabilità produttiva». Così Peter Graschi, ceo di Arena, spiega la scelta strategica del marchio internazionale di attrezzature per il nuoto di riportare in Europa, in particolare in Emilia, la produzione degli occhialini da piscina "The One Plus". A conquistare un contratto decennale di fornitura è stata la Lar di Campogalliano, nel cuore della manifattura modenese, storica azienda di plastiche tecniche - rilevata nel 2012 da Gabriele Ferrini, che ha appena inaugurato un reparto dedicato ad Arena, con un investimento iniziale di 3 milioni di euro. «Siamo partiti da zero - racconta il titolare - per progettare e costruire una linea automatizzata con gli stessi standard qualitativi dell'orologeria svizzera. Il risultato è un impianto unico in Europa, che garantisce un trattamento anti-appannamento delle lenti due volte e mezzo più efficace rispetto alle tecnologie precedenti». L'accordo prevede una fornitura esclusiva decennale per Arena, con una capacità iniziale di 600mila pezzi nel 2025, destinati a salire a 2 milioni a regime, con un raddoppio degli impianti. Il reshoring - che coinvolge un prodotto prima realizzato in Cina, la "fabbrica" del 99% degli occhialini da piscina oggi venduti nel mondo - rientra in una più ampia strategia di reindustrializzazione europea da parte del



L'impianto. Il contratto di fornitura è stato assegnato alla Lar di Campogalliano

gruppo Arena, che ha chiuso il 2023 con 182 milioni di fatturato, in crescita, e una forte espansione negli Stati Uniti, oggi primo mercato davanti a Italia e Francia. L'approdo in Emilia è il risultato di un percorso di avvicinamento tra Lar e Arena iniziato sei anni fa, seguito da due anni di progettazione congiunta di tecnologie e vernici per il trattamento anti-fog. Una partnership consolidata dagli investimenti portati avanti dalla famiglia Ferrini a Campogalliano (30 milioni di euro dal 2012 a oggi per automatizzare i 22mila mq di sito, tra produzione e magazzino) e dal posizionamento raggiunto come fornitore strategico di Decathlon. «Solo per Arena - precisa Riccardo Monari, direttore dello stabilimento - lavorano oggi 30 persone su turni continui, in un reparto isolato e specializzato. Usiamo ultrasuoni, vernici ad alta viscosità e controlli laser a micron per garantire performance elevate e standard Iso». Fondata nel 1939 a Milano e nota per aver contribuito alla nascita della plastica moderna con il polipropilene di Natta (Moplen), Lar ha intrapreso sotto la guida di Ferrini un percorso di diversificazione industriale con cui punta ad arrivare a 80 milioni di euro di fatturato nel 2030. Oggi il 55% dei volumi è destinato al settore sport, il 20% alla chimica (Mapei tra i clienti, con la previsione di un raddoppio dei volumi), il resto è occhialeria, il segmento destinato alla crescita più consistente nei prossimi anni complice l'acquisizione dell'occhialeria Lem nel Varesotto e il lancio del marchio Fluxus. «Vogliamo diventare un riferimento nella produzione di occhiali ad alta tecnologia, dalle lenti alle montature, passando per i trattamenti ottici più sofisticati, lavorando non solo come terzi (è stata già lanciata nell'ultimo Mido a Milano la linea eyewear per Arena, ndr) ma con una nostra linea B2C venduta online», spiega Ferrini, che ha chiuso il consolidato 2024 a 38 milioni di euro e prevede di arrivare a 43 milioni quest'anno. La scelta di Arena di rilocalizzare in Emilia, oltre a rafforzare il posizionamento del brand di Tolentino (nel Maceratese, dove lavorano 200 dei 500 dipendenti del marchio sportivo) è solo il primo passo di un percorso di rilocalizzazioni. «Il reshoring non è solo una questione di costi - conclude Graschi - ma di capacità di reagire rapidamente ai mercati e di presidiare la qualità e il servizio ai clienti. Da questo punto di vista, il know-how italiano resta un asset competitivo decisivo».

—Ilaria Vesentini

© RIPRODUZIONE RISERVATA