Il sogno infranto delle mascherine made in Liguria: “Impossibile competere con quelle cinesi”

di **Fabio Canessa**

15 Gennaio 2021 – 8:37



Genova. C’era una volta una piccola schiera di imprenditori genovesi e liguri che avevano deciso di **riconvertire la propria attività** per produrre quello che era l’oggetto più ricercato e prezioso del momento: la **mascherina chirurgica**. C’era una volta e c’è ancora, ma l’entusiasmo che all’epoca aveva spinto a investire denaro in un momento critico, spesso con l’obiettivo di salvarsi dalle conseguenze nefaste del *lockdown* totale, oggi si è trasformato perlopiù in **delusione** e **rassegnazione**. Qualche volta **rimorso**.

Erano una quarantina le aziende mappate dalla *task force* creata dalla Regione Liguria per supportare il processo di conversione. Oltre a Confindustria, Cna, Confartigianato e le Camere di commercio erano scesi in campo l’Iit e il Rina per offrire le necessarie competenze tecniche e accompagnare il complicato processo di certificazione. In aggiunta agli incentivi promessi dal **decreto Cura Italia**, varato in piena emergenza nazionale per i dispositivi di protezione, era stato aperto un **bando di Filse, alimentato con un milione di euro** del fondo strategico regionale, che offriva un finanziamento con tasso all’1,5% su un investimento compreso tra 30mila e 100mila euro. **Solo un’azienda ha presentato la domanda**. E siccome il bando è ancora aperto, **nessuno ha mai ricevuto i contributi**.

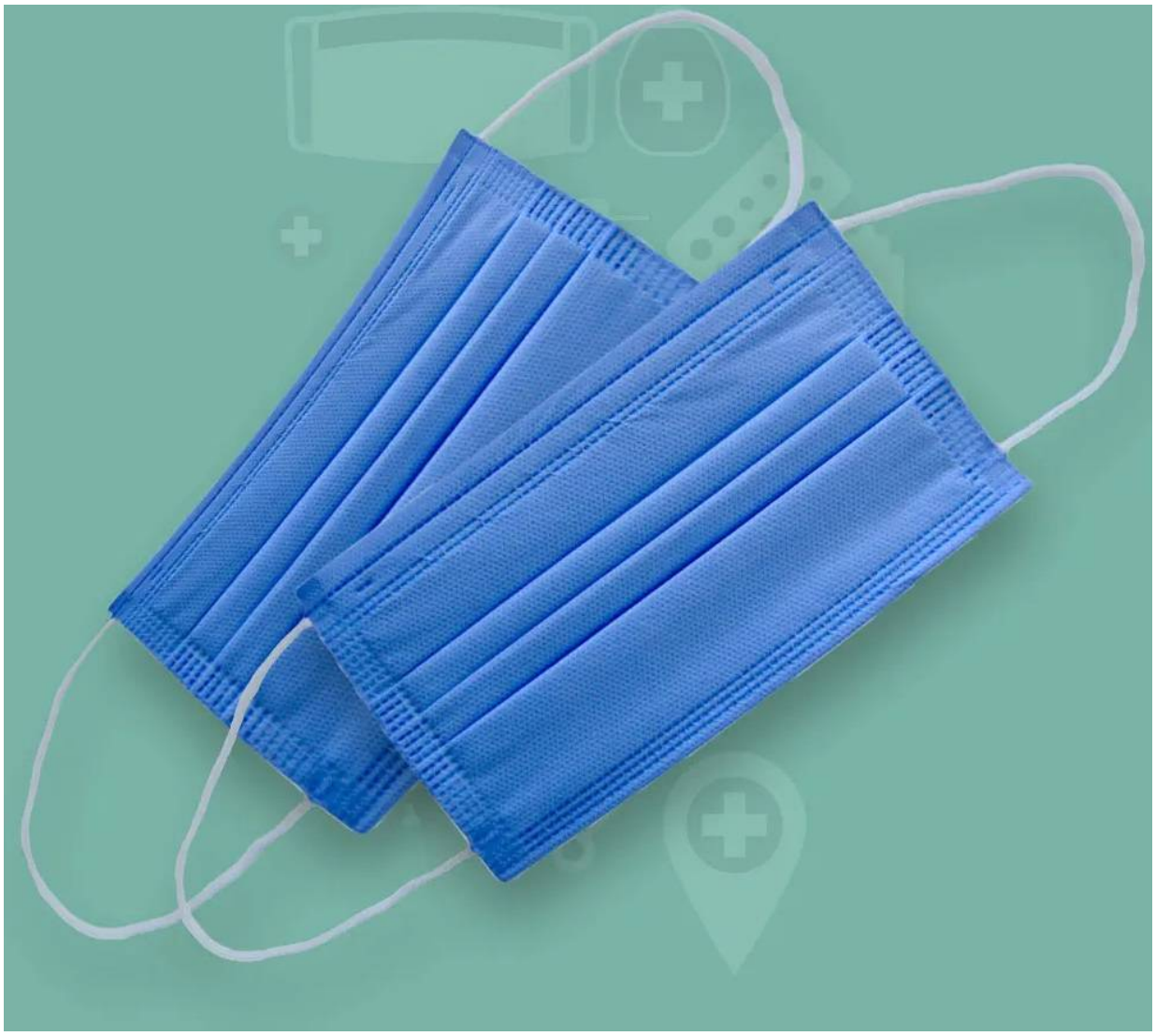
La bella favola ha iniziato a dissolversi a fine aprile, quando il commissario all’emergenza Domenico Arcuri ha firmato il decreto che imponeva il **prezzo calmierato a 50 centesimi** per le mascherine chirurgiche. In Liguria – come anche altrove – è scoppiata la rivolta. Alcune aziende avevano già investito centinaia di migliaia di euro per adeguare i propri impianti, ma quella cifra non avrebbe coperto nemmeno i costi di produzione. Così

la maggior parte ha tirato i remi in barca. Anche perché poi è arrivata la pietra tombale: le **aziende cinesi** hanno nuovamente inondato il mercato e riconquistato il monopolio, assicurandosi, tramite i grandi importatori nazionali, pressoché tutte le forniture pubbliche. A fronte di una qualità molte volte discutibile.

Dalle visite mediche alle mascherine: il caso della Genova Medical Service

L'unica azienda ad aver chiesto un finanziamento alla Regione è la **Genova Medical Service**, società che operava soprattutto nel settore dei servizi (ad esempio visite per la patente) e che ha deciso di puntare sui dispositivi di protezione, vista l'esplosione della domanda. "A inizio *lockdown* mi sono messa a importare, poi ho deciso di produrre. Nel giro di un mese e mezzo abbiamo predisposto il progetto – racconta l'amministratrice unica **Claudia Castello** -. Abbiamo preso in affitto un capannone di 1.400 metri quadrati a Moconesi, lo abbiamo dovuto adeguare completamente sotto gli aspetti igienici, sanitari ed elettrici. È stato un investimento molto importante".

La mascherina prodotta è della migliore qualità possibile, conforme allo standard 2R: tre strati di tessuto filtrante, resistente allo *splash test* (cioè efficace contro gli spruzzi in pressione) e in grado di fermare il 98,6% dei batteri. Adatta anche all'uso negli ospedali. "Tutti mi dicevano che **sarebbe stato come vendere il pane in carestia** – prosegue Castello – peccato che nel frattempo c'era qualcuno che vendeva il pane raffermo del giorno prima a un prezzo molto inferiore".



Ecco l'inghippo: **produrre una mascherina chirurgica di quel tipo costa circa 7 centesimi**. Per rientrare dagli investimenti bisognerebbe venderle a 10-15 centesimi, ma sul mercato all'ingrosso sono disponibili anche a 3-4 centesimi l'una. Il commerciante al dettaglio applica sempre il prezzo calmierato (0,50 euro), la differenza la fa il ricarico. "Certo, alcune aziende e farmacie si rendono conto che c'è una differenza abissale tra le nostre e le altre, ma la maggior parte preferisce quelle cinesi. Anche se spesso è robaccia: fanno le palline, sono cancerogene, dopo un po' danno cattivo odore. Però costano poco".

Così ora Claudia Castello sospira: "**Oggi non lo rifarei**. Ci ho perso un sacco di soldi, ho sprecato energie e fatica, provo solo un grande sconforto. Continuerò a produrre, ma non agli stessi livelli di prima, soprattutto per studi medici e farmacie, confidando anche che la mascherina diventi un'abitudine rassicurante. Mi auguro che qualcosa cambi e che ci sia una presa di coscienza da parte dei vertici, perché in Italia il mercato è devastante e **tutti mi dicono di andare all'estero** se voglio combinare qualcosa".

"Ti conosco, mascherina": l'avventura genovese di Emance

Tre amici che si mettono in società, una piccola azienda di import-export nata a Genova nel 2019, poi la pandemia, la contrazione dei traffici e il guizzo imprenditoriale: mettiamoci a produrle, queste mascherine. Così è nato il progetto di **Emance**. "Per qualche circostanza fortunata siamo entrati in contratto con un produttore di macchinari – spiega **Emanuela Boglione** – e abbiamo stipulato un contratto con un'azienda di Novi Ligure, attiva nel settore alimentare". In una parte del capannone dove tuttora si fa il cioccolato cominciano a prendere forma le chirurgiche.

Il brand scelto è "**Ti conosco**", costruito giocando sul modo di dire. La caratteristica principale è la **leggerezza del tessuto**, che assicura una migliore respirabilità rispetto agli esemplari di uso comune. "Abbiamo iniziato a venderle tramite i distributori, attraverso le nostre conoscenze, inviando campioni di prodotto". **Emance, tra l'altro, è diventata partner tecnico del 60° Salone Nautico.** "Nei primi mesi è andata molto bene – continua Boglione – poi il mercato è diventato più complicato. Abbiamo provato in vari modi a lavorare col Mepa, la centrale acquisti della pubblica amministrazione, ma abbiamo desistito quasi subito perché l'unica cosa che interessava era il prezzo. Era impossibile competere".

Calata la maschera – anzi, la mascherina – è diventato ben presto evidente che la produzione su larga scala non sarebbe stato un obiettivo facile da raggiungere. "**L'arrivo di massicce quantità di prodotti cinesi ha rovinato il mercato**. C'è scarso interesse per il made in Italy. Abbiamo visto nelle scuole e negli ospedali ciò che è stato comprato. Se avessimo dovuto basarci solo su quello avremmo chiuso i battenti. Forse ci saremmo aspettati qualcosa di più dalle istituzioni – insiste Boglione -. Lo Stato in qualche modo ha incentivato la conversione, poi però ha acquistato sempre e solo prodotti a poco prezzo anziché valutare anche la qualità. Servirebbe una campagna di sensibilizzazione".

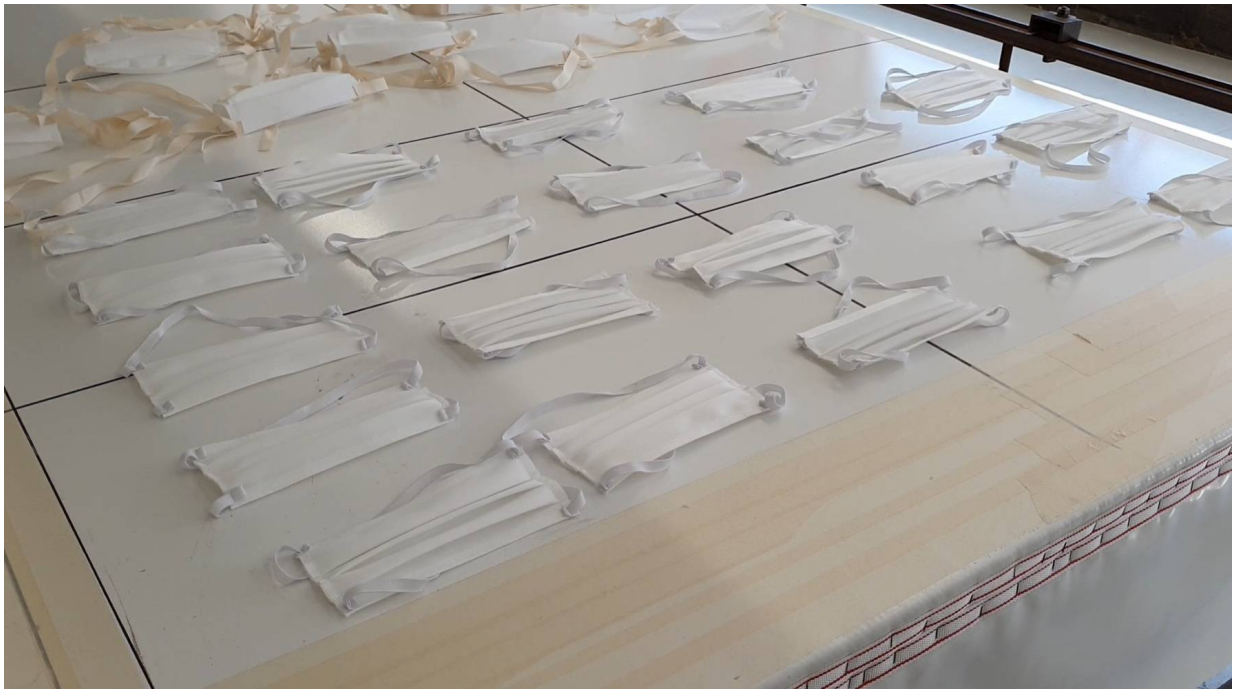
Il bilancio comunque è buono e l'esperienza continua: "In due mesi abbiamo venduto un milione e mezzo di mascherine. Andiamo avanti, anche se abbiamo ridotto un po' il ritmo. È stata un'esperienza positiva e tuttora siamo in attivo, ma speravamo che il treno tirasse molto più a lungo. Comunque è possibile, anzi probabile che con più strutturate iniziative di marketing le nostre vendite riprendano. Per fortuna siamo una società snella, che può cambiare direzione velocemente. Confidiamo che, quando farà più caldo, la mascherina chirurgica verrà rivalutata rispetto alla Ffp2".

Dalle bandiere alle mascherine di stoffa: “Così ci siamo salvati dal lockdown”

Diverso è il caso di un’azienda storica fondata a Genova nel 1901 e nata per produrre salvagenti, parabordi, bandiere, articoli di veleria e di teleria in genere destinata soprattutto alla Regia Marina e alle Ferrovie. Parliamo della **Canepa & Campi**, oggi attiva con due sedi ad Arenzano e Manesseno, nel comune di Sant’Olcese, e ulteriormente specializzata in oggetti per il salvataggio in mare. Il salvagente che li ha tenuti a galla ha assunto la forma di una mascherina.



“Abbiamo riadattato i macchinari per la produzione di bandiere e ci siamo riconvertiti – racconta il titolare **Martino Muller** -. Tra marzo, aprile e maggio abbiamo venduto in tutta Italia **circa 120mila mascherine in tessuto in vari colori**, anche per bambini. Erano prodotte in deroga, ma le abbiamo fatte analizzare perché avessero una respirabilità certificata. Poi però, appena abbiamo potuto, siamo tornati alla nostra produzione normale”.



Un’avventura piuttosto breve, ma fondamentale per non affondare. “Grazie al cielo non ci siamo fermati mai, abbiamo quasi una trentina di dipendenti ma nessuno è stato messo in cassa integrazione. **Anzi, abbiamo dovuto assumere due persone in più per cucire**“. Adesso all’orizzonte c’è un po’ di foschia: “Molti ordini programmati non ci sono più. Facevamo bandierine per le case automobilistiche, per le regate, la Coppa America. Tutte le manifestazioni sportive sono ferme. Siamo stati abbastanza contenti di com’è andato il 2020, speriamo bene per il 2021”.

Non solo mascherine

Se la maggior parte non ha avuto i risultati che sperava producendo mascherine, c’è anche chi ha puntato su prodotti diversi. In Liguria ha avuto risonanza il caso della **Mares**, azienda internazionale che produce articoli subacquei con sede a Rapallo, che grazie alla collaborazione con altre aziende innovative ha trasformato una maschera granfacciale per le immersioni in un respiratore adatto alle terapie sub-intensive degli ospedali. Non si è trattato di una vera e propria riconversione.

Un caso simile è quello della **Seac Sub**, stabilimento a San Colombano Certenoli e quartier generale a Miami, azienda leader a livello mondiale, che ha convertito una maschera in erogatore per l’ossigeno. Il percorso di certificazione, accompagnato da Rina e Iit, è stato però abbastanza lungo e travagliato.



Più semplice ed efficace l'intuizione della **Nuova Algis** di Bolzaneto, impresa fondata nel 1990 da due fratelli, attiva nella produzione di adesivi per le moto e cartellonistica pubblicitaria. La loro temporanea riconversione era stata raccontata da Genova24: in pieno *lockdown* era nata *Face Shield*, una visiera in Pet spessa 300 micron sostenuta da una fascetta sulla fronte. "Ne abbiamo prodotte tante fino a maggio, poi la domanda è scesa perché il mercato si è saturato – ci spiega oggi il titolare **Mauro Ispulla** – ma **è stato fondamentale per tenere aperto** in quel periodo. Ora ne vendiamo ancora qualcuna, ma abbiamo ripreso a produrre il 70-75% delle nostre cose. È aumentata molto la richiesta di cartellonistica anti Covid". Contributi? "Niente, se non qualche credito di imposta".