

La società di edilizia leggera ha varato il rebranding per espandersi sempre più all'estero

Acrobatica, brand da export

Dai condomini ai monumenti, agli impianti fotovoltaici

DI ELENA GALLI

In cima al Burj Khalifa di Dubai, il grattacielo più alto del mondo. O sulla cupola del duomo di Casalmaggiore, in provincia di Cremona. «Dalla Mole Antonelliana all'Altare della Patria, dal duomo di Siena a quello di Orvieto: abbiamo aperto cantieri nei luoghi più belli d'Italia e del mondo», ha spiegato a *ItaliaOggi* **Simona Filice**, group brand & marketing officer di Acrobatica. Ed è proprio il mondo la frontiera dell'azienda specializzata nelle ristrutturazioni esterne su fune che, proprio per sostenere la strategia di espansione sui mercati esteri, ha annunciato il cambio di naming: da EdiliziAcrobatica ad Acrobatica, appunto.

Un'operazione «avvianza un anno e mezzo fa», che fa da cornice al «processo di internazionalizzazione di un gruppo che si sta espandendo alla velocità della lu-

ce», ha precisato Filice. «Nel corso degli ultimi cinque anni abbiamo registrato un aumento del fatturato del 411%, quadruplicato il numero delle aree territoriali in Italia e avviato lo sviluppo internazionale della società», che quest'anno festeggerà i 30 anni di attività.

Dopo aver acquisito nel 2019 un'azienda in Francia (Etair Méditerranée), Acrobatica ha aperto sedi in Spagna e una filiale nel Principato di Monaco. E l'anno scorso è sbarcata nel Middle East, con l'acquisizione del 51% del capitale sociale della holding emiratina Enigma, con sede a Dubai. Ma altre novità «si concretizzeranno entro il 2025. Al di là del Vecchio continente. L'interesse c'è», ha detto Filice, «ci piacerebbe portare il no-

stro progetto negli Stati Uniti».

Il rebranding e la nuova immagine coordinata, firmati dall'agenzia Dentsu

Creative Italy, hanno l'obiettivo di essere «attuali ed efficaci in qualunque mercato», di garantire una «comprensione immediata in qualunque territorio in cui operiamo», con «un naming che mantenga salda l'identità dell'azienda», ha aggiunto Simona Filice.

Per Acrobatica, quota su Euronext Growth Milan e su Euronext Growth Paris («siamo la prima azienda del settore ad aver scelto il dual listing», ha sottolineato Filice), espansione significa anche nuove aree di business. Se infatti il core business del gruppo sono i condomini, ai quali offre un pacchetto completo di lavori di manutenzione (dalla pulizia delle grondaie al rifacimento delle facciate), a fine 2023 la società ha avviato Acrobatica Energy, che si occupa di tutto il processo, dall'installazione alla manutenzione, di messa a punto di impianti fotovoltaici. Senza dimenticare la divisione Restauri, nata con lo scopo di tutelare e preservare gli edifici di interesse artistico e culturale attraverso interventi edili che, non prevedendo ponteggi, permettono al pubblico di godere delle opere e dei monumenti anche durante i la-

vori di restauro.

Quella di Acrobatica, ha continuato Filice, è un'edilizia leggera, essenziale, sostenibile, con un impatto ridotto sull'ambiente. Attualmente sono 150 le aree di intervento dell'azienda che, solo in Italia, conta un migliaio di muratori e restauratori acrobatici, anche donne, ai quali è dedicata un'academy che offre una «formazione tecnica ma anche motivazionale». Non è raro, ha ricordato Filice, vedere dipendenti che, «da assistenti di cantiere, sono diventati responsabili area o coordinatori di gruppo. I muratori acrobatici hanno la possibilità di costruirsi una professione riconosciuta e sicura ma anche di crescere professionalmente, di avanzare di ruolo, di fare carriera».

La valorizzazione del capitale umano è al centro anche della strategia che vede Acrobatica a fianco di squadre e professionisti del mondo dello sport. Dalla stagione 2018-2019 Acrobatica è back sponsor di maglia del Torino F.C. La società è inoltre partner della tennista **Martina Trevisan** e del velista **Alberto Riva**.

© Riproduzione riservata



Muratori acrobatici in azione sul duomo di Orvieto



Simona Filice



160267

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.