

L'azienda sviluppa e produce stampi per auto ed elettrodomestici

lezzi alle pagine 2 e 3

ELIO BORA
Fondatore di Bora Spa

CAPITANI D'IMPRESA

Bora compie cinquant'anni

«Ora bisogna unire la filiera»

MADE IN LOMBARDIA

Dal panettone al food
I pronipoti di Alemagna
puntano su T'A Milano

Galliani a pagina 5

I fratelli Tancredi e Alberto
hanno trasformato l'eredità
storica di famiglia in una food
company versatile che spazia
dal cioccolato artigianale
al catering di alta qualità

MADE IN TOSCANA

La Regione
brilla nel mondo
con le innovative
Eli Lilly e Metinvest

Magnani a pagina 6

La Toscana premiata
ai FDI Impact Awards 2026
per la capacità di attrarre
investimenti esteri
ad alto impatto

MADE IN EMILIA-ROMAGNA

Settore automotive,
crisi dopo la crescita
ma il territorio resiste

Servizio a pagina 7

Il comparto della
componentistica italiana frena
nel 2024, con fatturato e addetti
in calo. Controtendenza
l'Emilia-Romagna, unica regione
in crescita occupazionale

INNOVAZIONE

Cultura artigiana,
esperti a confronto
all'evento Confindustria

Perego a pagina 14



FINANZA

Tfr e previdenza,
al via le nuove regole:
cosa cambia da luglio

Telara a pagina 25

FINANZA

L'utile sfiora i 24 milioni
Banca di Bologna
festeggia l'anno record

Costa a pagina 27



FINECO

CHANGE IS GOOD.

Scopri di più su finecobank.com

Made in Marche Imprese

LA SCHEDA

Tecnologie e arredi per i locali pubblici

Ifi nasce nel 1962 come realtà artigianale specializzata nella produzione di banchi bar e

banchi alimentari su misura. Nel 1968 l'azienda introduce il primo banco bar industriale, segnando una svolta nel settore. Oggi il gruppo conta cinque stabilimenti tra Marche e Romagna e opera con due marchi: Ifi, dedicato alle

tecnologie e agli arredi per i locali pubblici, ed Et al., specializzato in sedute e tavoli per il mondo dell'ospitalità e della collettività. Innovazione e design industriale restano i pilastri della strategia di sviluppo.

L'azienda opera con due marchi e cinque stabilimenti, puntando su nuove generazioni di prodotti

Ifi, il design industriale come motore di sviluppo



IL RUOLO DEGLI INDUSTRIAL DESIGNER

Per Ifi la collaborazione con gli industrial designer rappresenta un elemento centrale del processo di innovazione. Professionisti che operano in ambiti e settori diversi portano in azienda visioni e competenze nuove, contribuendo ad ampliare il confronto progettuale. Il dialogo tra designer esterni e il reparto interno di ricerca e sviluppo consente di unire esperienze differenti e stimolare nuove soluzioni. A destra: Francesca Tonti, amministratrice delegata del gruppo. A sinistra: un dipendente in laboratorio



FRANCESCA TONTI, AMMINISTRATRICE DELEGATA DEL GRUPPO

«La sinergia che si crea all'interno dell'azienda, con i progettisti e i tecnici del nostro reparto di ricerca e sviluppo, deriva dall'unione di know how e competenze interne con le visioni che arrivano dall'esterno»

DA OLTRE sessant'anni Ifi SpA coniuga perfettamente innovazione e design che sono elementi distintivi di una produzione finalizzata a migliorare la qualità della vita delle persone.

«Ifi nasce nel 1962 – racconta Francesca Tonti, amministratrice delegata di Ifi – come realtà artigianale nella produzione di banchi bar e banchi alimentari su misura, ma il suo battesimo come azienda industriale arriva molto presto. In uno scenario di grande cambiamento e fermento come quello dei primi anni Sessanta, accanto alla nascita del pret-a-porter nell'ambito della moda e dei primi sistemi industriali nel settore domestico della cucina, Ifi lancia nel '68 l'idea di sviluppare il primo banco bar industriale. Un'idea che non fu subito ben accolta. Dal più piccolo stabilimento di Montecchio, Ifi costruisce lo stabilimento principale, sito a Tavullia, proprio per rispondere all'esuberante domanda di questa innovativa soluzione. Questo è l'humus di pensiero che ha iniziato a costituire i cromosomi di un dna particolare e della nostra vocazione all'innovazione e all'indu-

stria. Oggi gli stabilimenti sono cinque, tutti tra le Marche e la Romagna, e operiamo nei mercati con due marchi: il marchio Ifi, che oggi si occupa di produrre tecnologie e arredo per il mondo dei locali pubblici dedicati al food & beverage, e con il marchio Et al., che si occupa di sedute e tavoli per il mondo dell'ospitalità e della collettività. Questa è l'eredità che raccolgo, come terza generazione, da mio prozio Umberto Cardinali e mio padre Gianfranco Tonti, che hanno costruito con impegno e convinzione, e che ancora oggi rende estremamente solidi i valori che i nostri stakeholders riconoscono alla nostra impresa».

Ci può spiegare l'importanza dell'innovazione per la crescita della sua azienda?

«L'innovazione, non per l'innovazione in quanto tale, ma vissuta con lo spirito di portare utilità alle persone e ai professionisti che vivono, utilizzano, interagiscono quotidianamente con i prodotti e servizi, è stato sempre il primo fattore di traino della nostra crescita e ancora oggi rappresenta il motore che guida la no-

stra proposta progettuale. Questa spinta ha un compagno di viaggio che per la nostra impresa è diventato insostituibile, il design industriale, che abbiamo vissuto e continuiamo a vivere come strada maestra per l'espressione di questa vocazione. Gli industrial designer fanno un mestiere importantissimo, frequentano tantissimi mondi diversi, diversi settori, e il valore di collaborare con questi professionisti è quello di aprire continuamente una finestra sul mondo, e di fare una palestra continua rispetto a nuovi modi di fare le cose, di pensarle. La sinergia che si crea all'interno dell'azienda, con i progettisti e tecnici del nostro reparto R&D deriva dall'unione di know how e competenze interne alle competenze e visioni che arrivano dall'esterno e crea una dinamica di co-fertilizzazione che porta a esplorare campi nuovi e trovare soluzioni e risposte nuove ai nuovi bisogni che ogni giorno si manifestano. Il design è un grande alleato del «rimanere giovani» e avere il coraggio di mettere in discussione lo status quo».

Quali sono le strategie di sviluppo?

«Siamo molto concentrati nella continuità aziendale, nel coltivare i valori forti della nostra eredità, ma allo stesso tempo desideriamo costruire nuove strade di futuro e abbiamo l'ambizione di crescere, esprimendo con maggior forza il nostro potenziale. Siamo un gruppo e, come tale, desideriamo intensificare sempre più le dinamiche sinergiche per cogliere nuove opportunità di sviluppo, valorizzando le specifiche forze dei nostri marchi e i valori che essi portano. Dentro questa visione, il prodotto resta un elemento centrale, perché con i suoi contenuti di utilità contribuisce in maniera incisiva a delineare il carattere dell'impresa e i suoi valori. C'è quindi un alto focus sulle prossime generazioni di prodotto rivolte alle nuove esigenze dei professionisti. Siamo allo stesso tempo consapevoli che il prodotto non può vivere da solo, ma esiste e costruisce il suo valore dentro un ecosistema di servizi e una strutturata strategia di approccio nei confronti degli interlocutori a cui ci rivolgiamo».

Vittorio Bellagamba

© RIPRODUZIONE RISERVATA