



# L'arte di Sireg di risolvere i problemi Tubi che sostengono i terreni franosi e rinforzano gli edifici storici del mondo

La storia di un'azienda nata nel 1936 per la rigenerazione di pneumatici diventata oggi un punto di riferimento mondiale nella geotecnica e nell'ingegneria civile d'avanguardia

**Antonio Caccamo**  
■ ARCORE (Monza e Brianza)

**D**A ARCORE alla conquista del mondo. Quella della Sireg è la storia di successo e innovazione. L'azienda ha brevettato di recente un tubo bio compostabile che si trasforma in zucchero nel sottosuolo. I suoi tubi e le sue barre in fibra di vetro sono stati usati per il Louvre, Torre di Pisa, Campanile di San Marco, Tempio di Minerva a Roma, Moschea Quom in Iran, Ground Zero a New York. Ma anche per consolidare il Tunnel della Manica, quello sottomarino Marmaray nel Bosforo, la diga di Mosul, le metropolitane di Barcellona, Parigi, Lione, Atene, Cairo, Londra, Panama, Colombia, Mosca, Nuova Delhi, Mosca, Roma e Milano, linee per l'alta velocità e dighe in Iraq, Pakistan, Honduras.

**ESPORTA** in 65 Paesi e con 70 dipendenti nel 2018 ha fatturato 10 milioni di fatturato e prodotto 1.500 chilometri (come andare dalle Alpi alla Sicilia) di tubi profilati e in plastica e altri 500 chilometri di barre in vetroresina. Sono i numeri di una società nata 83 anni fa,



specializzata in mercati di nicchia come la geotecnica e l'ingegneria civile d'avanguardia. Caratteristiche che insieme alla forte internazionalizzazione (70% di export) la rendono unica al mondo nel settore della gomma-plastica. L'innovazione è nel suo Dna: investe almeno il 5% del fatturato in ricerca e sviluppo. A guidarla, nella veste di amministratore unico, è Sonja Blanc 51 anni. Ha preso in mano il gruppo fondato dal nonno e poi guidato dal padre. Qualche settimana fa ha ritirato a Parigi il prestigioso premio Jec Innovation Awards 2019 nella cate-

goria "Costruzioni & Infrastrutture" nel settore dei materiali compositi, cioè la fibra di vetro e il carbonio. Il prodotto vincitore è una barra in fibra di vetro trattata con resina termoplastica.

**LA STORIA** comincia nel 1936 con la fondazione di una piccola società nel cuore della Brianza da parte del cavaliere Emilio Blanc che avvia un'attività di rigenerazione della gomma da pneumatici dismessi: «Nonno Emilio – racconta la nipote Sonja – l'ha fondata e traghettata fino all'inizio degli anni Settanta

mentre mio padre Edoardo e la mamma Amelia l'hanno fatta crescere e spinta nella direzione giusta, diversificando la produzione». L'azienda brianzola non ha mai smesso di rigenerarsi. Quando nasce la termoplastica non resta a guardare. Brevetta una soluzione isolante termoacustica e ignifuga, l'Athermophon, per i rivestimenti di grandi navi del calibro dell'Andrea Doria o di apparecchi della flotta aerea Macchi. Venti anni dopo si rivolge al settore delle batterie elettriche industriali creando con il Pvc componenti per le batterie stazionarie e a trazione.

## CHE COS'È LA SCIENZA GEOTECNICA

Si occupa di studiare e progettare opere che sappiano interagire con i terreni

«**UNA SCELTA** che rimanda agli albori di questa nostra storia, indietro a fine Ottocento, quando un altro Blanc, Edmondo, aveva cominciato a produrre le prime batterie al piombo. Proprio quelle che avrebbero reso possibile l'illuminazione elettrica dei treni dell'allora Società Italiana Ferrovie della Rete Mediterranea». Pochi anni dopo Sireg propone al mercato degli accumulatori di energia i suoi originali fogli separatori o filtranti in Pvc e diventa l'unico produttore di riferimento in tutta Europa. I materiali plastici, la fibra di vetro e il carbonio si affermano come gli elementi distintivi della produzione Sireg, i cui tubi e le barre speciali ne diventeranno l'icona. «In parallelo alla geotecnica e all'ingegneria civile si apre il filone del trattamento dell'acqua, prima a livello domestico poi industriale – racconta Sonja Blanc – per arrivare negli angoli più remoti del mondo spaziando dagli ambiti del turismo con grandi cantieri e progetti di cooperazione internazionale». All'inizio del secondo millennio, sotto la guida di Sonja Blanc, c'è un'altra svolta. La qualità viene certificata. Il web e i nuovi mezzi di comunicazione entrano nel tessuto, insieme a nuovi giovani talenti «si attiva – racconta la protagonista del nuovo cambiamento – una stagione meno verticistica e più partecipata da parte di tutte le componenti dell'azienda».