

## CHEMICAL ROADMASTER ITALIA

# Innovazione e ricerca

**A**vrete notato spesso, sulle pagine di *Oltre Magazine*, la presenza pubblicitaria di **Chemical Roadmaster Italia**. Ci è sembrato interessante conoscere meglio questa eccellente realtà produttiva. Così, in una magnifica giornata autunnale di sole quale anche Milano sa riservare, siamo stati accolti nella luminosa sede di San Giuliano Milanese da **Nelda Benzi**, Amministratore Delegato, e da **Fabio Melano**, Direttore Commerciale.



al servizio della qualità



*“La nostra azienda nasce negli anni sessanta, in pieno miracolo economico italiano ed in un momento in cui la chimica costituiva uno dei punti forti dell’industria nazionale. La nostra vocazione è quella di proporre, puntando sulla qualità, una gamma completa di prodotti innovativi che vadano incontro alle esigenze estremamente diversificate - in termini di pulizia, di disinfezione, di detergenza - che, in maniera sempre più pressante, si impongono in diversi settori industriali. In altri termini, la nostra attività primaria riguarda la ricerca, lo sviluppo e la produzione di specialità chimiche per l’industria. Da quarant’anni studiamo, analizziamo e risolviamo le problematiche più varie della produzione industriale, intervenendo con la soluzione più adeguata per ciascuna di esse”.*

Quali sono, più precisamente, i settori nei quali intervenite? E qual’è la tipologia dei vostri prodotti?

*“La lista è lunghissima! Tuttavia ricorderemo la zootecnia, l’artigianato, la gastronomia, le industrie alimentari, conciarie, cartografiche, estrattive, meccaniche, ottiche, tessili ... E così via, senza trascurare ovviamente i luoghi pubblici quali ospedali o scuole. In realtà non esiste un settore di attività in cui l’esigenza di proteggere l’ambiente non si faccia sentire. Tanto più che le norme sono sempre più rigorose grazie anche all’intervento determinante di Bruxelles. Ciò spiega in parte la nostra decisione di entrare nel settore funerario nella misura in cui, sino a poco tempo addietro, le attività di alcune aziende del comparto lasciavano a desiderare. Soltanto con la presa di coscienza progressiva da parte delle giovani leve di imprenditori funerari e, nel contempo, con la definizione e con la messa in opera di regole sempre più precise e vincolanti, si è giunti ad un punto in cui il perfetto adeguamento alle norme igieniche è diventato non solo una necessità soggettiva, ma un obbligo. Il divieto di usare l’aldeide formica, in particolare nelle operazioni di conservazione »temporanea« dei corpi, costituisce uno degli esempi più significativi. Per quanto riguarda la tipologia dei prodotti proponiamo, anche in questo caso, una gamma vastissima che va dagli assorbitori ai bioattivatori, dai disinfettanti ai deodoranti, dai protettivi agli sgrassanti, dai decapanti ai solventi. E così via, che potremmo continuare a lungo”.*

Parleremo più avanti dei problemi specifici del mondo funerario. Prima, però, vorremmo sapere come può un’azienda, da un giorno all’altro, presentarsi su un nuovo mercato con prodotti innovativi.

*“L’innovazione è arma decisiva per garantire il successo, e quindi il futuro, dell’impresa. Essa non è, beninteso, il risultato di una mera volontà. Sarebbe bello che così fosse, ma in realtà è la risultante dell’impegno congiunto di ricercatori economici e scientifici senza il quale oggi non sarebbe possibile progredire. Uno dei capisaldi della filosofia aziendale di Chemical Roadmaster Italia è costituito dalla ricerca. Quella che indiscutibilmente ci permette di essere innovativi assicurando così, come si diceva, lo sviluppo costante della società. Per questo motivo da anni investiamo risorse umane ed economiche nel dipartimento R&D (Research and Development), proprio per essere in grado di intervenire sul mercato giusto, al momento giusto e con il prodotto giusto. Del resto i nostri laboratori non vivono di vita propria nella famosa torre d’avorio. In un programma di collaborazione tra pubblico e privato abbiamo instaurato stretti rapporti con l’Università di Milano. Con reciproca soddisfazione e, soprattutto, nell’interesse dell’utente finale che disporrà così di prodotti ineccepibili. La qualità è un obbligo assoluto del quale non si può fare a meno”.*

Veniamo al sistema funerario. Ha fatto scalpore la recente introduzione sul mercato di Biozero, prodotto presentato come alternativa eco compatibile alla formaldeide.

*“Vorrei ricordare che Chemical Roadmaster Italia ha già in catalogo Anubi, una gamma di prodotti per uso funerario destinati alla igiene ambientale e alla preparazione dei defunti in vista delle procedure funerarie ed inumative. Sino ad oggi là dove i trattamenti conservativi - che gli anglosassoni definiscono “embalming” e che in altri paesi vengono chiamati “tanatoprassi” - sono correntemente praticati, è stata ed è utilizzata la formaldeide (o aldeide formica o, secondo la denominazione IUPAC- International Union of Pure and Applied Chemistry, Metanale) che ha proprietà antisettiche battericide e che è commercialmente usata in soluzione acquosa con il nome di Formalina o Formolo. Si tratta, tuttavia, di un prodotto ad alta incidenza tossicologica e ad*

*alto impatto ambientale e dovrà essere eliminata dai laboratori autoptici e da tutte le pratiche conservative. Tanto più che appartiene alla categoria CMR (cancerogeni e tossici per la riproduzione), che raggruppa le sostanze altamente nocive per la salute vietate dalla nuova normativa europea sull'utilizzo dei biocidi. Né, come alcuni hanno ritenuto di poter fare, essa può essere sostituita dall'aldeide glutarica, ancora più nociva. Il successo della formaldeide è il risultato di una efficacia certa pagata, però, dagli operatori con l'altissimo prezzo di patologie più o meno gravi. Ci viene in mente quanto certi bottegai di »soluzioni per tanatoprassi« andavano dicendo, che non si era mai visto alcun tanatoprattore ammalato e che i corpi, dopo la conservazione »temporanea«, si trasformavano delicatamente in polvere senza i diversi processi intermedi della putrefazione. La formaldeide è responsabile dell'inquinamento delle falde sotterranee e quanto alla conservazione »temporanea« si tratta, evidentemente, di una bella impostura che lascia il tempo che trova. È ben noto che il carattere perenne della formalina compromette la »rotazione« delle salme nelle fosse d'inumazione, creando problemi gravissimi alle amministrazioni comunali. È significativo, del resto, che attualmente alcuni mercanti di quel prodotto stiano tentando di prendere il treno in corsa paragonando sì il prodotto incriminato allo spauracchio del secolo scorso, l'amianto, ma continuando a venderlo nel tentativo di raggranellare gli ultimi spiccioli. Un minimo di correttezza etico-commerciale vorrebbe che una volta riconosciuti i misfatti di un prodotto, se ne interrompesse immediatamente la distribuzione. Ma così non è. Chemical Roadmaster Italia non ha scheletri nell'armadio o una verginità da rifarsi. Non abbiamo mai pensato di vendere formalina, ma abbiamo battuto altre piste. Il risultato è Biozero, prodotto brevettato e perfettamente conforme alla legislazione sui biocidi, che con la sua **degradabilità biologica** assicura il non inquinamento delle falde sotterranee e l'assenza del pernicioso e frequente fenomeno di decomposizione della salma. Il tutto a vantaggio dell'igiene e dell'ambiente».*

Affermate che Biozero è eco-compatibile e non tossico. Perfetto! Ma è realmente utile nella pratica quotidiana del mondo funerario?

“Mai saremmo andati allo sbaraglio con un prodotto non rispondente ai canoni più severi di salvaguardia della salute e delle attività operative. Prima di proporlo agli Operatori, in collaborazione con l'Università di Milano e con la partecipazione di numerosi »embalmers«, o tanatoprattori, di diversi paesi europei ed extraeuropei, abbiamo proceduto ad una serie significativa di sperimentazioni. Le risposte sono state estremamente positive, a coronare l'impegno e gli investimenti profusi”.



Quali i programmi per il futuro?

“Vorremmo consolidare la nostra presenza sul mercato nazionale approfittando delle sinergie che si stanno creando tra i diversi utenti. Un prodotto come il nostro è destinato ad avere successo non solo in Italia, ma anche in tutti gli altri Paesi. Questo sarà il nostro obiettivo, anche se non sarà facile. Il fatto di esserne consapevoli non potrà che aiutarci. Continueremo poi a lavorare per creare prodotti nuovi atti a soddisfare al massimo il nostro partner naturale, al quale dobbiamo il massimo rispetto: il cliente!”.

GIULIANO FRANZESE •