

Numero 3 | Maggio Giugno 2026

FIREM^{ag}

The Mozzanica Company Magazine

■ CONSAPEVOLEZZA, UNIONE E FUTURO: IL PUNTO DI METÀ ANNO

■ GIOVANI E OVER 50: IL DIALOGO TRA GENERAZIONI COME MOTORE INVISIBILE DELL'IMPRESA

■ PASSIONE E CONTINUITÀ: LA STORIA DELLA FAMIGLIA SALA ALLA CONCESSIONARIA LUCIANO SALA

■ L'UNIONE COME ELEMENTO BASE DELL'IMPRESA

■ LA CULTURA DELLA SICUREZZA: LA STORIA DELLA FAMIGLIA LURASCHI E L'EVOLUZIONE DELL'ANTINCENDIO INGEGNERISTICO



Foto di copertina: Unione, consapevolezza, futuro

In questo numero

- 3 CONSAPEVOLEZZA, UNIONE E FUTURO: IL PUNTO DI METÀ ANNO
- 4 GIOVANI E OVER 50: IL DIALOGO TRA GENERAZIONI COME MOTORE INVISIBILE DELL'IMPRESA
- 6 PASSIONE E CONTINUITÀ: LA STORIA DELLA FAMIGLIA SALA ALLA CONCESSIONARIA LUCIANO SALA
- 8 L'UNIONE COME ELEMENTO BASE DELL'IMPRESA
- 10 LA CULTURA DELLA SICUREZZA: LA STORIA DELLA FAMIGLIA LURASCHI E L'EVOLUZIONE DELL'ANTINCENDIO INGEGNERISTICO

FIREMag
The Mozzanica Company Magazine

Numero 3 | Maggio Giugno 2026

Progetto editoriale e impaginazione: SGS Comunicazione | Milano

Foto: Archivio Mozzanica, Canva

Proprietario: Mozzanica & Mozzanica Srl

Via Martiri della Liberazione 12 - 23875 Osnago (LC)

Per informazioni scrivete a: firemag@mozzanica.eu

FIREMag è l'House Organ Mozzanica nato con l'intento di diffondere la cultura dell'antincendio attraverso la pubblicazione di notizie del settore, successi e curiosità aziendali ed esperienze dirette del personale.

Hanno collaborato alla redazione di questo numero: **Jordan Mozzanica, Valentina Vandilli, Riccardo Sala**

La prima parte dell'anno si è conclusa. Alcuni hanno già iniziato il periodo di vacanza, altri attenderanno ancora qualche settimana, ma la chiusura del primo semestre rappresenta per ogni impresa un momento di sosta e di valutazione.

Come sono andate le linee di produzione? Quali obiettivi sono stati raggiunti? Per molti imprenditori è un passaggio cruciale, nel quale si comincia già a programmare l'anno successivo.

Non fa eccezione la Mozzanica. Il nostro proposito era consolidare il maggior numero di commesse entro giugno. Con l'avvio del periodo estivo, infatti, luglio difficilmente è un mese ricco di ordini, agosto è tradizionalmente scarico e settembre apre la fase di rinnovo dei contratti di manutenzione: con l'ultimo quadrimestre, l'attenzione è ormai rivolta alla chiusura dell'anno.

Il tempo, osservato in questi termini, sembra trascorrere rapidamente. In effetti è così. Gli anni recenti, segnati da una significativa richiesta di personale altamente qualificato come anche di giovani da formare, hanno reso ogni risorsa preziosa e più frequenti frenesia, stress e tensione. Non intendiamo negare l'esistenza di questi momenti. Proprio per affrontarli, attraverso i nostri articoli abbiamo proposto strumenti e riflessioni utili a gestirli.

A febbraio, trattando la "Qualità degli ambienti di lavoro", abbiamo evidenziato come dipenda dalla leadership del responsabile, chiamato a coordinare con pianificazione, chiarezza e una corretta gestione delle persone. Con "Opportunità nella difficoltà" abbiamo illustrato come i momenti complessi possano racchiudere potenzialità inattese, a condizione di non arrendersi. Nelle "Scelte strategiche" abbiamo mostrato come un'idea ben strutturata possa condurre a risultati importanti. Infine, in "Giovani e Over 50", abbiamo approfondito il dialogo che deve instaurarsi tra le due parti per la piena riuscita degli obiettivi aziendali.

Il prossimo articolo sarà dedicato al concetto di "Unione": al suo valore quando viene realmente applicata, ma anche alla fragilità che ne deriva quando anche un solo componente del gruppo assume un atteggiamento dannoso.

Se ne ricava un principio chiaro: un'azienda capace di una buona gestione, intesa non solo in termini produttivi, è in grado di attraversare ogni difficoltà e di orientarsi sempre verso nuovi obiettivi.

È un tema ricorrente in ogni intervista della mia rubrica "Da figli a imprenditori". Confrontarmi con esponenti della seconda generazione è sempre prezioso: non emerge soltanto il loro percorso, ma le sfide affrontate e il modo in cui le hanno gestite. Tutti hanno sottolineato che è stata la concentrazione sugli obiettivi a sostenerli, offrendo ai collaboratori spunti per procedere insieme.

Concludo augurando a tutti una buona estate, invitando però a non considerarla l'unico momento di serenità dell'anno. Un periodo di riposo, certamente, ma non l'unico. Se ogni giornata viene vissuta con consapevolezza, valorizzando ciò che, pur con fatica, ci offre, il tempo acquisterà un significato differente.

A presto!

Il punto di vista

Consapevolezza, unione e futuro: il punto di metà anno

di Jordan Mozzanica

International & National Sales | Marketing Director



ARTICOLO DISPONIBILE ON-LINE

Giovani e Over 50: il dialogo tra generazioni come motore invisibile dell'impresa



Un conflitto antico quanto il mondo

È una dinamica vecchia quanto la storia stessa: ogni generazione uscente guarda con perplessità quella che arriva, e ogni generazione nuova fatica a riconoscere valore in chi l'ha preceduta. Si critica, si giudica, si semplifica. I più anziani vedono nei giovani superficialità, impazienza, fragilità. I più giovani vedono nei senior rigidità, resistenza al cambiamento, distanza dalla realtà contemporanea. Due letture opposte, entrambe parziali, entrambe viziate dallo stesso errore: concentrarsi sulle differenze e ignorare sia gli elementi in comune sia il valore aggiunto che ciascuna generazione porta con sé.

Eppure, proprio in quel territorio inesplorato tra le due prospettive si nasconde una delle risorse più potenti a disposizione di un'azienda: la capacità di far dialogare esperienze diverse, di trasformare il confronto generazionale in un vantaggio competitivo. Non è un esercizio teorico. È una scelta concreta, che richiede metodo, visione e una buona dose di umiltà da entrambe le parti.

La generazione Over 50: solidità costruita nel tempo

Per comprendere il valore della generazione over 50, bisogna partire dal contesto in cui si è formata. Non esisteva un'ipertecnologia pronta a tenere tutti informati su tutto. Non c'erano app, non c'erano scorciatoie digitali. C'era l'impegno, la resi-

lienza, la necessità di fronteggiare le difficoltà con gli strumenti che si avevano a disposizione, spesso limitati, spesso insufficienti.

Questo percorso ha prodotto qualità precise: una forte autonomia decisionale, una maggiore stabilità emotiva, un patrimonio di esperienze consolidate che nessun algoritmo può replicare. Chi ha dovuto fare sacrifici per ottenere ciò che voleva ha

I giovani di oggi hanno una mentalità più aperta, veloce e propensa all'apprendimento rapido con una minore tolleranza agli ambienti tossici.

sviluppato una capacità di valutazione e di tenuta che non si impara sui manuali. Sa leggere le situazioni, sa aspettare quando serve, sa decidere anche in condizioni di incertezza.

Di contro, però, questa stessa solidità può diventare un limite. La generazione over 50 è spesso poco incline ad accettare migliorie e suggerimenti, fatica ad adattarsi alle tecnologie in continua evoluzione e tende a perdere spirito di adattamento. L'esperienza, quando diventa certezza assoluta, rischia di chiudersi in se stessa. E in un mondo che cambia a velocità crescente, chi non si adatta non resta fermo: arretra.



ARTICOLO DISPONIBILE
ON-LINE



La nuova generazione: velocità, apertura e fragilità

I giovani di oggi sono nati con la tecnologia. Per loro il digitale non è uno strumento da imparare: è l'ambiente naturale in cui si muovono. Hanno una mentalità più aperta, più veloce, più propensa all'apprendimento rapido. Portano con sé una minore tolleranza verso gli ambienti tossici, una sensibilità che le generazioni precedenti non avevano o non si permettevano di esprimere. Sanno riconoscere ciò che non funziona e lo dicono, spesso con una franchezza che spiazza.

Ma anche qui, i punti di forza si accompagnano a fragilità che non si possono ignorare. L'abitudine ad avere tutto subito genera impazienza e non forma alla resilienza. La comunicazione prevalentemente digitale non spinge al dialogo faccia a faccia, a quella capacità di confronto diretto che resta fondamentale in qualsiasi contesto lavorativo. Ansia, difficoltà di concentrazione prolungata e un rapporto spesso problematico con i social media completano un quadro che merita attenzione. Non a caso, il tema della salute mentale dei giovani è ormai al centro del dibattito pubblico, e l'uso sbagliato dei social ne rappresenta uno dei campanelli d'allarme più evidenti.

Costruire un ponte: due esempi da parti opposte del mondo

Come si supera questa distanza? Come si passa dal giudizio reciproco a un dialogo che produca valore per entrambe le parti? Servono esempi concreti, storie che dimostrino come il confronto generazionale possa funzionare non in teoria, ma nella pratica.



Per un giovane che fatica a vedere negli over 50 qualcosa di diverso da rigidità e lentezza, la storia di **Wang Deshun** può essere illuminante. Nella sua vita, sin da giovane, Wang si è sempre posto degli obiettivi e non ha mai detto no a una sfida, a un cambiamento o a una novità. Oggi, avanti con gli anni ma pieno di spirito di vita e di una voglia inesauribile di condividere la propria esperienza, incontra giovani di tutto il mondo affinché possano trovare spunti per la propria vita. La sua storia dimostra che l'età non è un confine, ma un punto di osservazione diverso: chi ha vissuto di più ha più strumenti da offrire, a patto che mantenga la curiosità di chi non si considera mai arrivato.



Viceversa, per una persona over 50 che guarda ai giovani con scetticismo, il panorama dei **giovani imprenditori italiani** che stanno riscrivendo le regole del gioco

offre una prospettiva preziosa. Osservare quali strumenti hanno messo in atto per raggiungere i loro successi, quali tecnologie hanno adottato, quale mentalità li ha guidati, può aprire la mente a nuove conoscenze, a nuovi metodi di lavoro, all'apprendimento di approcci che non esistevano vent'anni fa. Non si tratta di rinnegare il proprio percorso, ma di arricchirlo.

Operando in questo modo, da entrambe le parti possono cadere false credenze e idee che rendono le persone prevenute, chiuse nel proprio perimetro e quindi incapaci di dialogare.

Come ha scelto di operare Mozzanica

Guardando alla storia di Mozzanica, ritroviamo gli stessi principi tradotti in scelte aziendali precise. Il tema del dialogo generazionale non è stato affrontato con dichiarazioni di principio, ma con decisioni concrete, portate avanti con coerenza nel tempo.

Il gioco di squadra come fondamento

La prima scelta è stata culturale. L'azienda ha sempre deciso di puntare su un concetto chiaro: il gioco di squadra. Questo si è tradotto nell'incentivare il dialogo, l'incontro, l'ascolto. Valori come la condivisione e la risoluzione congiunta dei problemi non dovevano restare parole scritte su un manifesto: dovevano diventare elementi di base nel funzionamento quotidiano dell'impresa.

La proprietà ha poi deciso di assumere persone che dovevano aiutarla a crescere, Manager, Dirigenti, che di base avessero in comune questi valori. Non era sufficiente la competenza tecnica o l'esperienza di settore: serviva una predisposizione autentica al confronto, alla collaborazione, alla capacità di ascoltare prima di decidere.

A questo si è aggiunta una scelta strutturale: periodicamente, tutta la prima linea e il CDA stesso dovevano sottoporsi a percorsi formativi per comprendere come affinare meglio queste qualità. Non una formazione episodica, ma un impe-

(Continua a pag. 7)

Passione e Continuità: La Storia della Famiglia Sala alla Concessionaria Luciano Sala

Jordan Mozzanica racconta il passaggio generazionale nelle family company italiane

In questo appuntamento della rubrica "Da Figli a Imprenditori", Jordan Mozzanica incontra **Roberta Sala**, rappresentante della seconda generazione della Sala Luciano, una delle realtà automobilistiche più longeve del territorio. Fondata nel 1971, l'azienda si appresta a tagliare il traguardo dei 55 anni di attività.

Le radici: tra banchi di scuola e officina

Il percorso di Roberta nell'azienda di famiglia non è stato un ripiego, ma una scelta consapevole e



voluta. Sebbene il suo ingresso ufficiale risalgia al 2001, **Roberta** ha "respirato l'aria della concessionaria" fin dai tempi dell'università. Laureata in Scienze della Comunicazione e Pubbliche Relazioni, ha inizialmente testato le sue competenze in un'agenzia pubblicitaria a Milano.

Tuttavia, il richiamo delle origini e la passione per



il rapporto diretto con il cliente hanno prevalso. *"Mio papà mi ha richiamata alle armi"*, racconta Roberta, ricordando come il sodalizio tra la sua passione per le auto e la vendita sia nato in modo del tutto naturale.

"Siamo entrate in punta di piedi. Io mi sono occupata dell'ambito commerciale, mia sorella di quello amministrativo, sempre sotto la regia di mio padre, che ha saputo quando e come delegare".

Il passaggio generazionale: fiducia e visione comune



Uno dei temi centrali dell'intervista è il delicato equilibrio del passaggio generazionale. Roberta sottolinea come il padre, **Luciano**, sia stato lungimirante nel concedere "carta bianca" alle figlie, offrendo loro fiducia prima ancora di avere la certezza dei risultati.

Questo approccio ha permesso a Roberta e a sua sorella di sentire l'azienda come propria, pur ono-



APPROFONDIMENTI
SUL SITO WEB



INTERVISTA DISPONIBILE
SU YOUTUBE



randando le fondamenta gettate dal fondatore.

Oggi l'azienda è una vera impresa fami-

(Segue da pagina 5)

gno ricorrente, che ha contribuito a creare un linguaggio comune tra generazioni diverse all'interno dell'organizzazione.

Investire sui giovani: il piano B che diventa piano A

L'azienda ha poi compreso sempre di più la necessità di avere dei "piani B", e in questo caso la parola si traduceva nel garantire continuità attraverso l'inserimento di giovani. Non si può non ammettere che gli anni passano e che possono restare in piedi solo le organizzazioni che hanno sempre pensato al futuro.

Ma qui emerge un punto che Jordan Mozzanica sottolinea con chiarezza: l'errore da non commettere è pretendere esperienza. Il giovane non avrà mai a priori l'esperienza di chi lavora da decenni. Però la può acquisire tramite un lavoro di formazione, ed è in primis l'imprenditore che deve investire in questo percorso.

Non si tratta di aspettare che i giovani ar-

liare a tutto tondo, che vede coinvolti attivamente anche il marito e il cognato di Roberta.

Questa coesione non è vista come un limite, ma come un supporto fondamentale: condividere le scelte con persone di fiducia rende più consapevoli nell'affrontare le sfide quotidiane.

Affrontare il cambiamento: l'evoluzione del mercato

Il settore automotive ha attraversato trasformazioni radicali. Roberta ricorda come uno dei momenti più complessi sia stato il passaggio dallo storico marchio Opel, che il padre sente "stampato nel cuore" sin dalle origini, all'attuale colosso Stellantis. Un cambiamento che ha imposto nuovi processi e nuove modalità di interfaccia.

Invece di subire il mercato, la famiglia Sala ha scelto di cogliere le opportunità derivanti da questa evoluzione, mantenendo saldi i valori trasmessi dal padre: dedizione, onestà e fatica. *"La fatica*

rivino "pronti": si tratta di creare le condizioni perché possano diventarlo, all'interno di un contesto che li accompagna, li sfida e li fa crescere.

L'incontro tra le parti: lavorare insieme, costruire insieme

Da ultimo, Mozzanica ha sempre favorito l'incontro tra le parti, sia durante l'attività lavorativa sia durante attività di Team Building. Soprattutto queste ultime, che spesso hanno un carattere informale e persino divertente, si rivelano strumenti potenti per abbattere le barriere generazionali. Quando si condivide un'esperienza al di fuori del contesto strettamente professionale, le gerarchie si attenuano, le diffidenze si sciolgono e le persone si vedono per quello che sono: professionisti con storie diverse ma con un obiettivo comune.

Un risultato che parla da solo

Le storie contano. Ma i risultati, quando ci sono, confermano le scelte.

È grazie a questo insieme di decisioni, il

serve", afferma Roberta, *"perché per ottenere risultati bisogna faticare"*.

Il futuro: l'assistenza come porto sicuro

Guardando al domani, la strategia di Roberta è chiara: l'innovazione tecnologica e l'iper-connessione delle auto sono necessarie, ma il vero valore aggiunto rimane l'assistenza qualificata. In un mondo dove le auto si possono acquistare anche online, è l'officina a garantire la fidelizzazione del cliente nel lungo periodo.

"Mio papà ha un motto: la prima vettura la vende il venditore, la seconda la vende l'assistenza".

L'obiettivo per il futuro non è necessariamente l'espansione dimensionale, ma il miglioramento costante.

Roberta Sala continua così a guidare l'azienda con la stessa passione del 1971, trasformando l'eredità di una figlia nell'impegno quotidiano di un'imprenditrice. ●

gioco di squadra come valore fondante, l'assunzione di figure manageriali che condividessero questa visione, la formazione continua, l'investimento sui giovani, il team building come strumento di integrazione, che, come ci dice Stacey Mozzanica HR Manager: "Mozzanica è stata, nel 2025, l'azienda numero uno in Italia nel settore antincendio per l'assunzione di giovani".

Non è un dato casuale. È il risultato di una strategia precisa, che ha scelto di non contrapporre le generazioni ma di farle incontrare. Che ha deciso di investire su chi arriva senza pretendere che arrivi già formato. Che ha costruito un ambiente dove l'esperienza degli over 50 e l'energia dei giovani non si escludono, ma si rafforzano a vicenda.

In un settore dove la competenza tecnica è tutto e dove ogni intervento ha conseguenze reali sulla sicurezza delle persone, questa scelta non è solo intelligente: è necessaria. Perché il futuro di un'azienda non si costruisce scegliendo una generazione contro l'altra. Si costruisce facendole lavorare insieme. ●

L'unione come elemento base dell'impresa



Facile da invocare, difficile da costruire



Ken Blanchard, motivatore e uomo d'impresa, amava ripetere che "nessuno di noi è forte come tutti noi". È una di quelle frasi che condividiamo

volentieri, insieme a tante altre che ruotano attorno allo stesso concetto: l'unione fa la forza. Suonano bene, sembrano ovvie, quasi banali.

Eppure ogni leader, ogni manager, ogni imprenditore sa che dietro quelle parole si nasconde una delle sfide più complesse della vita aziendale. Le persone hanno una propria testa, un proprio modo di lavorare, pregi e difetti. Metterle nelle condizioni di collaborare davvero, di remare nella stessa direzione, non è impossibile, ma è tutt'altro che automatico.

La differenza tra una squadra che funziona e un gruppo di individui che convivono sotto lo stesso tetto non sta nella fortuna. Sta in una serie di scelte precise, fatte prima ancora di assumere e poi mantenute giorno dopo giorno. Per capirlo conviene partire da due storie lontane dal nostro settore, ma capaci di spiegare meglio di qualsiasi teoria cosa accade quando l'unione c'è e cosa succede quando viene a mancare.

Due storie agli antipodi

La Germania del 2014: la forza di un collettivo senza fuoriclasse

Nel calcio capita raramente di vedere una squadra vincere senza appoggiarsi a un campione assoluto. La Nazionale tedesca che alzò la Coppa del Mondo nel 2014 fu proprio questo: un collettivo in cui nessun giocatore era "il" giocatore.

Ciascuno conosceva con esattezza i propri compiti. Ciascuno era motivato verso un obiettivo comune. Tutti erano pronti alla collaborazione, alla versatilità, al cambiamento immediato dell'assetto di gioco quando la partita lo richiedeva. Dietro questo equilibrio c'era il commissario tecnico, Joachim Löw, capace di leggere i talenti che aveva tra le mani, di riconoscere pregi e difetti di ognuno e di indirizzarli verso un traguardo condiviso.

La vittoria del Mondiale fu la conferma più evidente. Ma il modo in cui si continuò a parlare di quella squadra ben oltre la fine del torneo dimostra che il risultato non fu un episodio: fu il frutto di un metodo applicato alle persone.

Apple, Jobs e Sculley: cosa accade quando l'unione si incrina

Il rovescio della medaglia ha un nome altrettanto noto. Quando Steve Jobs guidava Apple, il senso di appartenenza era così forte che, all'interno della scocca di ogni Macintosh, nascoste alla vista del cliente, erano incise le firme del team che aveva contribuito a svilupparlo. Un dettaglio invisibile, e



ARTICOLO DISPONIBILE
ON-LINE



proprio per questo rivelatore di quanto quel gruppo si sentisse parte di qualcosa.



Poi qualcosa cambiò. Jobs convinse John Sculley, allora presidente di PepsiCo, a diventare CEO di Apple. All'inizio l'azienda crebbe ed entrò in nuove fasce di mercato. Ma nel 1985 fu lo stesso Sculley a portare il consiglio di amministrazione a votare per l'allontanamento di Jobs, il fondatore.

Le conseguenze arrivarono col tempo: dopo i risultati iniziali, l'azienda conobbe cali di vendite, direzioni strategiche poco chiare, progetti falliti. Nel 1993 Sculley lasciò Apple e, anni dopo, Jobs commentò di aver "assunto l'uomo sbagliato". Solo

con il suo ritorno, dal 1997 in poi, l'azienda ritrovò una nuova evoluzione. La domanda resta sullo sfondo, scomoda e istruttiva: quali dinamiche interne devono essersi mosse perché un gruppo arrivasse a estromettere il proprio fondatore?

Le due storie raccontano la stessa verità da due lati opposti. L'unione non è un sentimento spontaneo che nasce da solo. È una costruzione fragile, che va alimentata, e che una sola persona sbagliata, lasciata libera di agire, può mettere in crisi.

Come Mozzanica costruisce e protegge l'unione

Anche per un'azienda che opera nell'antincendio, dove ogni intervento ha conseguenze reali sulla sicurezza delle persone, la coesione del gruppo non è un dettaglio di clima interno: è un fattore operativo. Per questo Mozzanica affronta il tema con metodo, lungo un percorso che parte molto prima dell'assunzione.

Le scelte che guidano questo percorso sono quattro.

Prima scelta: sapere cosa si vuole, prima di cercare chi lo farà

Prima ancora di assumere le persone giuste, occorre avere chiaro cosa si vuole fare e come lo si vuole fare. Non solo in termini di personale, ma anche di mezzi, attrezzature e capitali. Senza questa chiarezza a monte, qualsiasi ricerca di candidati rischia di partire dalla domanda sbagliata.

Seconda scelta: selezionare guardando alle persone, non solo ai curricula

Definito il quadro, si procede con la ricerca del personale. L'HR Department di Mozzanica sa con precisione quali qualità cercano i diversi manager e, con il supporto di società terze specializzate, conduce selezioni mirate. In questa fase l'attenzione non è rivolta soltanto alle competenze tecniche: conta capire pregi e difetti di ciascun candidato e immaginare come potranno impattare, nel concreto, su un ambiente di lavoro fatto di relazioni quotidiane.

Terza scelta: dare direzione, scopo e riconoscimento

Scelta la persona, il lavoro non finisce: inizia. Servono direttive chiare, uno scopo, motivazione. Serve far capire che Mozza-

nica riconosce le qualità di chi entra e che ognuno, anche l'ultimo arrivato, ha una funzione precisa all'interno del processo. Da qui in avanti il compito del dirigente e del manager è gestire la singola persona e il gruppo nello stesso momento, tenendo sempre la rotta sugli obiettivi aziendali. È il passaggio in cui un nuovo ingresso smette di essere un costo e diventa parte attiva del collettivo.

Quarta scelta: gestire l'errore prima di ricorrere alle decisioni drastiche

Anche Mozzanica ha conosciuto momenti in cui sono state inserite persone che si sono rivelate non adatte alla realtà aziendale. Persone che hanno portato valori non in linea con quelli aziendali. Di fronte a queste situazioni, la prima risposta non è l'allontanamento, ma l'analisi della situazione.

Manager, dirigenti e HR Department puntano anzitutto alla gestione e al tentativo di recupero della persona: farle comprendere l'errore, capire se all'origine ci sia un momento di frustrazione, offrire una via per rientrare nel gruppo. Solo quando, nonostante i tentativi, la persona non risponde, l'azione drastica resta l'ultimo passo. Non il primo riflesso, ma l'extrema ratio. È una scelta che protegge la squadra senza rinunciare, finché è possibile, al valore delle persone.

Il denominatore comune

La Germania del 2014 ha vinto perché un allenatore ha trasformato individui in collettivo. Apple ha vacillato quando quel collettivo si è incrinato dall'interno. In mezzo a queste due storie c'è una verità che vale per ogni impresa: l'unione non si proclama, si costruisce. Si costruisce nella chiarezza degli obiettivi, nella cura della selezione, nel riconoscimento del ruolo di ciascuno e nella capacità di gestire i conflitti senza scorciatoie.

Mozzanica ha scelto questa strada. Non perché sia la più comoda, ma perché in un'azienda dove la qualità del servizio dipende dalla qualità di chi lo eroga, una squadra unita non è un valore aggiunto. È la condizione stessa per fare bene il proprio lavoro.

Nessuno di noi è forte come tutti noi. A patto di costruire, ogni giorno, quel "tutti noi". ●

La cultura della sicurezza: la storia della famiglia Luraschi e l'evoluzione dell'antincendio ingegneristico

Jordan Mozzanica racconta il passaggio generazionale nelle family company italiane



Nell' appuntamento della rubrica "Da figli a imprenditori", Jordan Mozzanica incontra **Davide Luraschi**, titolare dello **studio Luraschi e De Dionigi Associati**, per esplorare un passaggio generazionale arrivato alla sua quarta iterazione all'interno di una delle realtà storiche dell'ingegneria e della sicurezza sul territorio milanese e nazionale.

Le radici: quattro generazioni a pane e ingegneria



La storia dello studio Luraschi non nasce da un'imposizione o da un dovere subito, ma da una scelta maturata con estrema naturalezza.

Davide rappresenta la quarta generazione di una

famiglia interamente dedicata all'ambito ingegneristico: dal bisnonno al nonno, fino al padre e per un certo periodo agli zii e cugini. Un ambiente respirato fin dall'infanzia, quando il nonno lo accompagnava nei cantieri a vedere le costruzioni o il padre lo portava dai clienti a osservare gli impianti, teatri musei ed ospedali.

Nonostante la famiglia non lo abbia mai in nessuno modo spinto verso nessuna università in particolare per lasciargli la massima libertà di scelta, il destino di Davide era già scritto nella sua passione per l'ingegno e la risoluzione dei problemi tecnici.

Studio Luraschi
i professionisti delle vendite immobiliari...

La gavetta fuori dalle mura domestiche: farsi le ossa prima di entrare in azienda

Una delle regole fondamentali e più lungimiranti trasmesse dal padre è stata quella di guardare al di fuori del contesto familiare lavorativo. La legge non scritta dello studio era chiara: "Se vuoi venire a lavorare da noi, prima lavori fuori". Davide ha così



ARTICOLO DISPONIBILE
ON-LINE



INTERVISTA DISPONIBILE
SU YOUTUBE



iniziato il suo percorso con stage universitari anche in Africa, a Dar es Salaam, dove ha applicato per la prima volta in campo quanto appreso sui banchi universitari.

Successivamente, ha lavorato per cinque anni in una società di real estate a Milano

La vera svolta, o "folgorazione", è avvenuta quando Davide si è trovato ad affrontare la sicurezza antincendio durante il recupero di un castello da adibire a museo.

come Project Manager dove si sviluppavano affascinanti sviluppi immobiliari. Solo dopo aver consolidato la propria professionalità esterna ed essere riuscito ad acquisire un proprio importante cliente autonomo, Davide ha fatto il suo ingresso ufficiale nello studio del padre.

Il passaggio generazionale e l'esperienza sotto la guida dello zio

L'ingresso nello studio di famiglia è stato gestito in modo altrettanto illuminato. Per evitare le naturali complessità del

rapporto diretto tra padre e figlio, il fondatore ha preferito che Davide lavorasse sotto la supervisione dello zio, allora socio dello studio.

Questo ha permesso a Davide di fare la propria gavetta interna in modo oggettivo, dedicandosi inizialmente a settori distanti dall'attività paterna, come il recupero, il restauro e la conservazione di beni storici e architettonici vincolati, tra cui palazzi storici, castelli e complessi sportivi milanesi.

Dalla folgorazione per l'antincendio alla "scienza della sicurezza"

Inizialmente, Davide non voleva occuparsi di prevenzione incendi, un ambito che considerava a quell'epoca noioso e legato alla mera applicazione ripetitiva di norme.

Suo padre, tuttavia, era stato un vero pioniere del settore, contribuendo a trasformare l'antincendio in una disciplina realmente ingegneristica.

La vera svolta, o "folgorazione", è avvenuta quando Davide si è trovato ad affrontare la sicurezza antincendio durante il recupero di un castello da adibire a museo.

Lì ha compreso il valore olistico di questa professione: non si trattava di scegliere finiture estetiche, ma di applicare

il metodo scientifico per proteggere la vita umana e i beni e garantire l'esodo sicuro.

Affrontare il peso del cognome e guardare al futuro

Portare un cognome associato a tre o quattro generazioni di professionisti stimati comporta una responsabilità enorme e un profondo senso del dovere. Davide non nasconde le difficoltà, dagli ostacoli accademici volti a testare la sua reale determinazione, fino alle grandi rivoluzioni strutturali.

Durante il periodo del Covid, ha infatti trasformato l'assetto dello studio, chiudendo certi rapporti ed aprendo la compagine a nuovi soci esterni al nucleo familiare (diventando Luraschi e Associati ingegneria ed architettura prima e ora Luraschi De Dionigi Associati ingegneria ed architettura) etico, deontologico e di abnegazione sul lavoro.

I giovani, l'Intelligenza Artificiale e il Pro Bono: la visione per il domani

Oggi Davide affianca alla professione anche l'insegnamento; insegna Ingegneria della sicurezza antincendio al Politecnico di Milano, un duplice corso strutturato che prima non esisteva e che punta a creare una vera cultura della sicurezza antincendio.

Lo studio oggi è composto da moltissimi giovani, spesso suoi ex studenti, nei quali crede fermamente.

Riguardo alle nuove tecnologie e all'Intelligenza Artificiale, Davide le considera strumenti meravigliosi ma potenzialmente pericolosi se privi di una solida conoscenza di base: *"L'AI è uno strumento incredibile per chi sa, ma chi pensa di poter sapere grazie all'AI fallisce miseramente."*

"L'AI infatti non ha e non può avere coscienza, che rimane appannaggio dell'essere umano".

Per il futuro, l'obiettivo è ambizioso: la creazione di una società no-profit dedicata alle consulenze pro-bono per associazioni di beneficenza e per attività meritevoli.

Una scelta mossa da un principio antico ma sempre attuale: il profitto aziendale è necessario, ma deve essere strettamente legato alla capacità di generare il bene comune per la società. ●



Flash News – La divisione Oil & Gas Mozzanica ha recentemente acquisito una nuova commessa della durata di tre mesi per la fornitura di impianti a gas inerti Inergen.



Flash News -Per il 2026 la Mozzanica sponsorizzerà il CSKM (Centro Studi Krav Maga), dove l'obiettivo è dare il migliore addestramento fisico e mentale atto alla difesa personale.



Meeting online sui sistemi a riduzione di ossigeno.

Si è concluso a Milano l'8 giugno il meeting online dal tema "I sistemi di prevenzione incendi a riduzione d'ossigeno: progettazione, dimensionamento, documentazione e direzione lavori", organizzato dall'Ordine degli Ingegneri della provincia di Milano.

Per Mozzanica i relatori sono stati **Natale Mozzanica** e l'Ing. **Gabriele Boffi** e l'Ing. **Zorzoli** di **Fruit Control Equipment**.

Carriera in Mozzanica

Siamo costantemente alla ricerca di nuovi talenti ambiziosi, con passione, impegno e ingegno, a cui vogliamo offrire ampie opportunità professionali in un ambiente di lavoro inclusivo, con elevati standard di sicurezza e con percorsi di sviluppo personalizzati.

Vuoi fare parte anche tu del nostro team? Inviaci il tuo Curriculum.



Scopri tutte le posizioni aperte sul sito Mozzanica

Iscriviti a FIREMag!



Vuoi ricevere i prossimi numeri di **FIREMag** direttamente nella tua cassetta di posta elettronica? Iscriviti ora inquadrando il QR-Code. Riceverai in anteprima gli articoli e le notizie più interessanti del settore.

Preferisci il formato cartaceo? Comunicacelo scrivendo a **firemag@mozzanica.eu**



FIREMag è disponibile anche in versione sfogliabile sul sito Mozzanica.

Scarica qui la tua copia in pdf.