

SaronnoNews

Cura la bocca se vuoi vivere meglio e più a lungo. Il messaggio della Curasept di Saronno per i suoi 25 anni

Michele Mancino · Sunday, June 28th, 2026

«Un anniversario ha valore solo se diventa un'opportunità di crescita per tutti». È con questa visione che **Stefano Giovannardi** (foto sopra), presidente di **Curasept**, ha scelto di celebrare i **25 anni dell'azienda nata a Saronno** e diventata uno dei **principali player italiani dell'oral care**. Il congresso internazionale della Salute Orale organizzato a Roma non è stato infatti soltanto una ricorrenza aziendale, ma un'occasione per mettere attorno allo stesso tavolo **università, istituzioni, società scientifiche e professionisti**, affrontando un tema che va ben oltre il settore odontoiatrico: **il rapporto tra prevenzione, sostenibilità della spesa sanitaria e sviluppo economico**.

Un confronto che ha portato alla sottoscrizione del primo **Manifesto della Salute Orale** e alla presentazione di uno studio dell'**Università Bocconi** che evidenzia come gli investimenti nella prevenzione possano generare benefici non solo per la salute dei cittadini, ma anche per l'equilibrio finanziario del Servizio sanitario nazionale. Per Curasept, che oggi esporta in decine di Paesi e continua a investire in ricerca, innovazione e capitale umano, il traguardo dei 25 anni rappresenta soprattutto l'inizio di una nuova fase di crescita, nella quale competitività, sostenibilità e innovazione procedono di pari passo.

Dottor Giovannardi, il congresso di Roma ha rappresentato una celebrazione importante per Curasept. Che significato ha avuto per voi questo traguardo dei 25 anni?

«Abbiamo voluto vivere questo anniversario come un momento di condivisione e non come una semplice celebrazione aziendale. La partecipazione delle principali società scientifiche, delle università, delle professioni sanitarie e delle istituzioni ci ha confermato che la strada intrapresa in questi anni è stata quella giusta. Un'impresa cresce davvero quando riesce a creare relazioni e a costruire valore insieme agli attori che fanno parte del suo ecosistema. Per questo abbiamo scelto di festeggiare guardando al futuro, aprendo un confronto sui temi che nei prossimi anni avranno un impatto sempre maggiore sulla società e sull'economia».

Nel corso del congresso è emersa con forza una connessione tra prevenzione e sostenibilità economica del sistema sanitario. È un tema che può rappresentare anche una nuova frontiera per le imprese del settore?

«Sì perché oggi siamo di fronte a una sfida che riguarda tutti i sistemi sanitari occidentali: l'aumento della longevità e delle patologie croniche. In questo scenario la prevenzione non può più essere considerata un costo, ma un investimento. Quando la ricerca dimostra che determinate azioni preventive possono ridurre l'incidenza o la gravità di altre patologie, si apre una riflessione che coinvolge non soltanto il mondo della salute ma anche quello economico. Per le imprese questo significa sviluppare innovazione, creare prodotti e servizi che generino valore nel lungo

periodo e contribuire alla sostenibilità complessiva del sistema».

Da imprenditore, come valuta il dialogo che si è creato tra impresa, accademia e istituzioni durante il congresso?

«Credo sia uno degli aspetti più interessanti emersi da queste giornate. Per molti anni questi mondi hanno viaggiato su binari paralleli. Oggi invece stiamo assistendo a una maggiore maturità. L'impresa porta investimenti e capacità di innovazione, l'università produce conoscenza e dati, mentre le istituzioni hanno il compito di trasformare queste evidenze in politiche pubbliche efficaci. Quando questi tre soggetti dialogano si possono costruire percorsi che producono benefici per tutti. È un modello che dovrebbe essere valorizzato sempre di più anche in altri settori strategici del Paese».



un momento del convegno

Curasept è nata a Saronno e oggi opera in decine di mercati internazionali. Qual è la situazione del comparto dell'oral care dal punto di vista economico?

«È un mercato in continua evoluzione e sempre più competitivo. Oggi il consumatore è molto attento al prezzo, ma noi riteniamo che il valore dell'innovazione debba assumere un peso crescente nelle scelte. Le aziende che investono in ricerca, qualità e sviluppo devono essere in grado di trasferire questa cultura al mercato. Per quanto ci riguarda continuiamo a investire in ricerca scientifica, collaborazioni con università e sviluppo di nuove soluzioni, perché crediamo che la competitività futura si giochi soprattutto sulla capacità di generare conoscenza e innovazione».

Parlando di innovazione, quale ruolo ha l'intelligenza artificiale nello sviluppo dell'azienda?

«Ha e avrà un ruolo molto importante. Noi operiamo in oltre quaranta Paesi e dobbiamo gestire una grande quantità di dati, processi produttivi complessi e esigenze differenti da mercato a

mercato. L'intelligenza artificiale può aiutarci a rendere più efficiente l'organizzazione, accelerare alcuni processi e migliorare la capacità di analisi. Stiamo investendo molto nelle competenze digitali e nel rafforzamento della nostra struttura IT proprio per affrontare questa trasformazione. Tuttavia vediamo la tecnologia come uno strumento di supporto alle persone, non come un sostituto. La qualità delle competenze umane continuerà a fare la differenza».

Uno dei temi che emergono spesso nel dibattito economico riguarda la capacità delle imprese italiane di attrarre talenti. Quanto è importante questo aspetto per una realtà come Curasept?

«È fondamentale. La crescita di un'azienda dipende dalla qualità delle persone che riesce a coinvolgere. Per questo stiamo investendo non soltanto in innovazione tecnologica, ma anche nella costruzione di un ambiente capace di attrarre giovani professionisti, ricercatori e manager. L'obiettivo non è semplicemente aumentare il fatturato, ma creare opportunità di crescita per le persone. Se un'impresa vuole restare competitiva nei prossimi decenni deve essere in grado di valorizzare il capitale umano e di offrire prospettive di sviluppo professionale».

Curasept rappresenta anche un esempio di impresa familiare italiana che ha affrontato il passaggio generazionale (in azienda lavora già la seconda generazione). Quanto conta questo aspetto nella continuità aziendale?

«Conta moltissimo. In Italia molte imprese familiari incontrano difficoltà proprio in questa fase. Noi abbiamo affrontato il tema con largo anticipo, seguendo un principio molto semplice: l'appartenenza alla famiglia non può mai sostituire le competenze. Le nuove generazioni hanno svolto percorsi professionali autonomi prima di entrare in azienda e oggi contribuiscono alla crescita della società portando idee, energie e competenze nuove. Credo che la continuità di un'impresa si costruisca attraverso il merito, la responsabilità e una visione condivisa del futuro».

Dopo 25 anni quali sono gli obiettivi per il prossimo quarto di secolo?

«I primi 25 anni sono stati importanti, ma li consideriamo soltanto l'inizio. Vogliamo continuare a crescere sui mercati internazionali, investire in ricerca e innovazione e rafforzare il nostro ruolo come punto di riferimento del settore. Ma soprattutto vogliamo continuare a costruire un'impresa capace di generare valore per il territorio, per i collaboratori e per tutti gli stakeholder con cui lavoriamo. Se tra venticinque anni potremo guardare indietro e dire di aver contribuito non solo alla crescita dell'azienda ma anche allo sviluppo di una cultura dell'innovazione e della prevenzione, allora avremo raggiunto il nostro obiettivo più importante».

Curasept spa, la media impresa di Saronno che sfida i colossi puntando su innovazione e capitale umano

This entry was posted on Sunday, June 28th, 2026 at 9:15 am and is filed under [Salute](#), [Varesotto](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.

