Comunicato Stampa

**PERFEZIONATA L’ACQUISIZIONE DI TECNASFALTI:**

**IL 100% DELLE QUOTE ALLA FAMIGLIA CANNI FERRARI**

**Il recente closing dell’operazione porta i figli del fondatore a controllare la totalità della wellness company fondata nel 1976 a Carpiano**

*Carpiano (MI), 4 luglio 2024* – Torna alla guida di Tecnasfalti **la famiglia Canni Ferrari** che, a seguito di una recente operazione di acquisizione, ora **possiede il 100% delle quote societarie**. I fratelli **Eugenio e Lorenzo**, rispettivamente **AD e Direttore Commerciale**, con le figlie Alessia ed Eugenia, continueranno il lavoro che già conducevano precedentemente nei medesimi ruoli. La nuova compagine subentra in un momento molto positivo per l’azienda e i suoi brand, che chiude l’esercizio 2023 con un **incremento del valore della produzione pari a +6,89%** vs 2022 e un **reddito ante imposte pari a +77,98%**, in linea con le politiche delineate nel piano industriale dello scorso anno e con quelle contenute nel piano quinquennale 2023/2026. Il fatturato deriva per **l’83% dal mercato italiano** e per il **17% dall’estero** (oltre 50 i Paesi serviti).

La famiglia Canni Ferrari oggi possiede dunque la totalità delle quote dell’azienda fondata dal padre Ugo Canni Ferrari, nel 1976. Nata nel settore degli asfalti, rapidamente si è evoluta sviluppando i primi prodotti per fasciare le coppelle del riscaldamento, a cui sono seguiti i tubi e, infine, i **presìdi** per **l’acustica**, che **oggi sono il core business**. Di recente, con lo sviluppo di alcuni brand ad hoc, il gruppo ha abbracciato il più ampio concetto del “**comfort acustico**” entrando da protagonista anche nel mercato della **fonocorrezione di design** (con i brand *Isolspace e Isolspace Skin*), ampliando il proprio target dai rivenditori edili e **costruttori** agli **applicatori** e progettisti fino ad arrivare agli **utilizzatori finali** (con le soluzioni specifiche per la riqualificazione come *Isoltile, Isolmant TOP, e la linea Isolmant4You*).

L’inizio dell’esercizio **2024 è in linea con l’andamento del 2023**, con un occhio di riguardo al contesto del mercato in generale e dell’edilizia in particolare, all’alto costo del denaro e ai conflitti geopolitici in atto. “*In tutto ciò la rinnovata compagine societaria guarda a un futuro in cui, contrariamente al passato, l’importanza del comfort acustico è ormai assodata* – dichiara **Eugenio Canni Ferrari** -. *Una consapevolezza fino a poco tempo fa non scontata, che si è fatta strada grazie a un lavoro culturale durato anni, che ha portato alla definzione di normative sempre più stringenti. Continueremo la politica di consolidamento e di rafforzamento del marchio stabilizzando i mercati già maturi, quali quelli dell’isolamento acustico nelle costruzioni, con particolare riferimento alle strutture orizzontali, spingendo al contempo quelli di nuova generazione come i sistemi a basso spessore per il risanamento e la correzione acustica di design*”.

L’operazione è stata condotta dallo Studio Associato dell’avv. Guido Grignani di Milano.

**UFFICIO STAMPA:**
Sara Corcella | corcella@soluzionegroup.com | M. 340 5794590 | T. 030 35 39 159
Soluzione Group -  via F. Lana, 1 - 25020 - Flero (BS)

***ABOUT ISOLMANT -***  *Isolmant è un brand al servizio del comfort acustico indoor. È un marchio Tecnasfalti, wellness company fondata nel 1976 con sede a Carpiano (MI) e distribuzione in oltre 50 Paesi nel mondo.
Con oltre 150 milioni di mq di materassino venduto per l’isolamento acustico orizzontale, Isolmant si impegna in un lavoro costante di ricerca e sviluppo per risolvere le problematiche relative ai diversi tipi di rumore negli ambienti abitativi: rumore da impatto, rumore aereo, rumore esterno, rumore degli impianti, riverberazione.
Il suo ruolo nel settore dell’acustica in edilizia si caratterizza per la capacità di portare innovazione continua nel mondo delle costruzioni e di contribuire allo sviluppo di nuove applicazioni e modalità operative in cantiere.
L’azienda si differenzia anche per una spiccata attenzione alla sostenibilità, espressa nel protocollo Isolmant GreenPlanet, che riguarda la catena del valore di prodotto e di processo, dalla riduzione dell’impronta ecologica all’etica d’impresa, fino alla responsabilità sociale. Valori espressi nel percorso di rebranding a cui l’azienda si è sottoposta per allineare l’immagine alla propria identità: un processo che pone al centro la sostenibilità nella sua accezione più ampia - di prodotto e di processo, ma anche ambientale, corporate e sociale - costruita con i gesti quotidiani e lo sguardo rivolto alle persone e al loro bisogno di vivere in un ambiente confortevole.*