

Espansione continua

ALTAIR FUNECAP ITALIA MIRA A DIVENTARE IL PRIMO OPERATORE DI SERVIZI FUNEBRI IN ITALIA. PER FARLO, PUNTA ANCHE SU UN NUOVO APPROCCIO ALLA COMUNICAZIONE: “PARLARE DI MORTE, SE FATTO CON SENSIBILITÀ, È UN MODO PER RESTITUIRE VALORE ALLA VITA”, DICE LA MANAGER FRANCESCA BORTOLAZZO

È

È il primo operatore in Italia nel settore dei crematori e tra i protagonisti europei nella gestione di servizi funebri, cimiteriali e di cremazione. Con circa mille dipendenti, un fatturato previsto di oltre 80 milioni di euro nel 2025 e una presenza in 13 regioni, **Altair Funecap Italia** (Afi) guida la trasformazione di un comparto puntando su innovazione tecnologica, sostenibilità e attenzione alle persone.

Nata nel 2022 dall'incontro tra Altair S.p.A. e il gruppo francese Funecap - leader europeo del settore funerario con oltre cinquemila dipendenti e quasi 1

miliardo di euro di fatturato atteso nel 2025 - Afi è oggi la principale realtà nazionale nella gestione dei crematori, con una quota di mercato superiore al 40% e 40 impianti attivi in concessione, nonché uno degli attori principali nel processo di consolidamento nel segmento onoranze funebri.

"Il nostro progetto", racconta Paolo Zanghieri, presidente di Afi, "è nato nel 2007 con la progettazione e la gestione di impianti crematori e complessi cimiteriali. Nel tempo siamo cresciuti fino a gestire il 40% degli impianti italiani. L'incontro con Funecap, nel 2021, ha permesso di creare una piattaforma paneuropea che unisce la nostra esperienza nel pubblico con la visione privatistica e imprenditoriale dei partner francesi per consolidare la nostra presenza anche nel settore italiano delle imprese funebri e della cre-

mazione degli animali d'affezione".

Oggi la struttura di Altair Funecap Italia si articola in tre sub-holding distinte: Altair Funeral, dedicata alle infrastrutture, con 13 cimiteri in gestione e 40 impianti crematori, per un totale di 90mila cremazioni l'anno; Funecap Funeral Service, dedicata allo sviluppo del segmento onoranze funebri, che ha l'obiettivo di diventare il primario operatore nazionale e in meno di due anni di attività ha già raccolto oltre 50 punti vendita, dieci case funerarie sotto 13 marchi diversi e 15mila funerali gestiti a fine 2025; e Pet Cremation Company, che sviluppa in Italia il marchio Anima Care, dedicato alla cremazione degli animali d'affezione.

Complessivamente, Afi rappresenta una parte strategica della presenza del gruppo in Europa e prevede per il 2025 una crescita significativa, trainata soprattutto



Andrea Malagone



Francesca Bortolazzo



Paolo Zanghieri

to dal rafforzamento della rete di onoranze funebri e dagli investimenti nelle infrastrutture.

"Il nostro obiettivo", spiega Andrea Malagoni, direttore generale, "è diventare il primo operatore di servizi funebri in Italia. Partiamo da un mercato ancora molto frammentato, con oltre seimila imprese funebri, molte a gestione familiare. Non vogliamo sostituirle, ma supportarle nel cambiamento, offrendo strumenti digitali, formazione e supporto alla realizzazione di infrastrutture strategiche. La nostra leadership nasce dalla capacità di valorizzare gli imprenditori e le realtà locali. Per questo abbiamo lanciato, e potenzieremo sempre di più, in futuro, un piano di investimenti significativi a supporto degli imprenditori e finalizzato alla realizzazione di strutture dedicate a garantire alle famiglie spazi di qualità per gestire l'addio ai propri cari in un momento delicato".

La crescita di Afi si fonda su un modello di partnership imprenditoriale: il gruppo mette a disposizione know-how, innovazione e strumenti di gestione, mantenendo però il legame con gli imprenditori del territorio. "Il nostro non è un mero progetto finanziario", aggiunge Zanghieri, "ma un percorso condiviso con gli imprenditori del settore funebre. Costruiamo relazioni, offriamo consulenza e supporto tecnologico, ma lasciando intatto il valore umano e professionale di chi opera da anni nel settore. Il rispetto per il defunto e per la famiglia è il punto di partenza di tutto ciò che facciamo come Afi e come Funecap".

Afi è anche tra i protagonisti della digitalizzazione del comparto funerario. La società ha avviato un importante programma di sviluppo di piattaforme che permetteranno alle imprese funebri di gestire in modo integrato pratiche, documenti, flusso operativo e tracciabilità, garantendo alle famiglie un servizio più trasparente e controllato. "Il digitale", sottolinea Malagoni, "è ormai realtà anche per il settore funebre. È una trasformazione che migliora la qualità e riduce le inefficienze. Crediamo in particolare

nella tracciabilità come garanzia di trasparenza e fiducia, non solo dedicata al monitoraggio interno agli impianti crematori, come oggi già facciamo, ma vogliamo estenderla a ogni fase del servizio: dall'affidamento del defunto all'onoranza funebre da parte della famiglia fino alla riconsegna delle ceneri, in un processo integrato, certificato e totalmente digitale. Allo stesso tempo stiamo investendo su nuovi progetti digitali per la persona, come la raccolta sicura e discreta delle volontà e la previdenza funeraria. Parallelamente, stiamo sviluppando progetti dedicati alle aziende funebri scalabili su piattaforme It: tra questi spicca un centro servizi nazionale e un

Anima Care è il marchio dedicato alla cremazione degli animali d'affezione

gruppo di acquisto centralizzato. Il tutto con lo scopo di elevare ulteriormente standard e professionalità del settore".

Tra le nuove frontiere di business, Afi punta con decisione sulla cremazione per animali domestici, un mercato in forte espansione. "Dopo la pandemia, il legame con gli animali è diventato ancora più forte", continua Zanghieri, "e puntiamo a replicare anche in Italia la leadership che Funecap ha raggiunto in Francia con il marchio Anima Care. Il primo impianto italiano, a Castel San Giovanni, è ormai di imminente apertura. Vogliamo offrire la stessa attenzione e professionalità anche a chi affida a noi il proprio animale domestico. L'obiettivo è integrare il servizio di cremazione per animali d'affezione nel canale delle

onoranze funebri, così da garantire ai proprietari la stessa fiducia e competenza che le imprese funebri locali offrono alle famiglie".

Oltre all'innovazione tecnologica, Afi sta investendo nella sostenibilità ambientale e sociale come pilastro della propria strategia industriale. "Operiamo per ridurre l'impatto delle nostre attività", spiega Francesca Bortolazzo, direttrice marketing e comunicazione, "attraverso una flotta di mezzi elettrici e ibridi, filtri di ultima generazione nei crematori e progetti di riforestazione e bio-monitoraggio ambientale come Bee Cool, che utilizza le api per misurare la qualità dell'aria".

Il gruppo ha inoltre siglato un power purchase agreement per l'utilizzo di energia 100% rinnovabile, con un risparmio stimato di oltre 400 tonnellate di CO2 all'anno. Ma la sostenibilità, sottolinea Bortolazzo, è anche culturale: "Nel nostro settore la comunicazione è sempre stata legata al silenzio. Oggi stiamo cambiando paradigma: le persone chiedono chiarezza, empatia e trasparenza. Parlare di morte, se fatto con sensibilità, è un modo per restituire valore alla vita".

Inclusione e rispetto delle diversità religiose completano la visione del gruppo, che ha siglato protocolli con comunità sikh, induiste e buddhiste per garantire servizi funebri in linea con i diversi riti e credi.

Oggi Altair Funecap Italia rappresenta la sintesi tra visione industriale, innovazione tecnologica e responsabilità sociale. Un modello che parte dall'Italia ma guarda oltre i confini europei. "Il nostro obiettivo", conclude Zanghieri, "è consolidare la leadership e portare la nostra esperienza in nuovi mercati. Vogliamo continuare a crescere con equilibrio, qualità e rispetto, costruendo valore in un settore che tocca la vita di tutti".

Una realtà solida, discreta e in espansione, che nel silenzio sta ridisegnando il modo in cui l'Europa guarda a un settore antico, ma oggi più moderno che mai. **F**