

SE PENSI CHE  
LE BANCHE  
SIANO  
TUTTE UGUALI,  
FORSE NON  
HAI MAI PROVATO  
IL GRUPPO  
BANCA DI ASTI.



ECONOMIA 2021 • LA SFIDA DIGITALE DOPO LA CRISI

ECONOMIA 2021

# LA SFIDA DIGITALE DOPO LA CRISI

NUMERI E STORIE DI AZIENDE E IMPRENDITORI DELLA PROVINCIA DI ALESSANDRIA

La ripresa  
post-pandemia?  
Si misurerà  
su giovani e donne

Ecco come  
le nostre imprese  
immaginano  
il cambiamento

Fatturati:  
la classifica  
delle società  
del territorio

Ci piace  
prenderci cura di te.

 BANCA DI ASTI **GRUPPO**  
 BIVER BANCA **BANCA DI ASTI**

Messaggio pubblicitario.

IL PICCOLO **ilnovese** **l'ovadese**





**Facciamo**  
**i buoni**

**SOTTOSCRIVI IL TUO CONTRATTO  
e ritiri un buono fino a 120 euro\*  
da spendere in prodotti enogastronomici del territorio**

\*OFFERTA VALIDA FINO AL 31 DICEMBRE 2021 - TERMINI E CONDIZIONI COMPLETI SU ALEGAS.IT

SCOPRI L'OFFERTA

[mercato libero@alegas.it](mailto:mercato libero@alegas.it)

**800-959441** [www.alegas.it](http://www.alegas.it)

IN COLLABORAZIONE CON



GRUPPO  
**AMAG**



**SIAMO LA TUA SQUADRA  
PER UN AMBIENTE SOSTENIBILE  
E LO SVILUPPO DEL TERRITORIO**



# SOMMARIO

- 5 LA PAROLA MAGICA**  
di ALBERTO MARELLO
- 7 IMPRESE: ADESSO BISOGNA INSISTERE**  
di ROBERTO GILARDENGO
- 9 IL DIGITALE, LA CRISI E IL MONDO CHE CAMBIA**  
di ANDREA BOSCARO
- 11 L'ECONOMIA DIGITALE SOSTENIBILE  
E IL "BUON SENSO DEI TERRITORI"**  
di PIER DOMENICO GARRONE
- 13 BLOCKCHAIN E CRIPTOVALUTE:  
CAPIRE PRIMA DI CREDERE**  
di FRANCESCO SPINOGLIO
- 17 L'ECONOMIA ITALIANA (E PIEMONTESE)  
DURANTE LA PANDEMIA**  
di CARLUCCIO BIANCHI
- 21 LA RIPRESA ECONOMICA POST-PANDEMIA?  
SI MISURERÀ SU GIOVANI E DONNE**  
di ELIANA BAICI
- 23 ECONOMIA ITALIANA E DIGITALIZZAZIONE**  
di CARLO FRATI
- 26 LA NUOVA NORMALITÀ  
(ANCHE NEL MONDO DELLA FINANZA)**  
di ALESSANDRA ROSSO
- 27 L'ECONOMIA POST-COVID  
E LA SFIDA DELLA CRESCITA DURATURA**  
di GIANLUCA GARBI
- 29 ANALISI: LA PROVINCIA**  
*La crescita adesso non è un sogno:  
le aziende investono e assumono*  
di ROBERTO GILARDENGO
- 31 LA CLASSIFICA DEI FATTURATI**
- 39 VITTORIO FERRARI - ASCOM CONFCOMMERCIO**  
di MARCELLO FEOLA
- 40 ROBERTO CAVA - ALEXALA ALESSANDRIA**  
di GIORDANO PANARO
- 41 ANTONINO GIUSTINIANI - CONFAPI**  
di GIORDANO PANARO
- 42 GIAN PAOLO COSCIA - CAMERA DI COMMERCIO**  
di ROBERTO GILARDENGO
- 43 GIAN PIERO AMEGLIO, PAOLO VIARENGHI - CIA**  
di MASSIMO BRUSASCO
- 44 MAURO BIANCO - COLDIRETTI**  
di MASSIMO BRUSASCO
- 45 LUCA BRONDELLI DI BRONDELLO - CONFAGRICOLTURA**  
di MASSIMO BRUSASCO
- 46 MANUELA ULANDI - CONFESERCENTI**  
di GIORDANO PANARO
- 47 LUCIANO MARIANO - FONDAZIONE CRA**  
di ROBERTO GILARDENGO
- 48 NICOLA BASSI, ANGELO MARINONI - SLALA**  
di GIORDANO PANARO
- 49 LAURA COPPO - CONFINDUSTRIA**  
di ROBERTO GILARDENGO

- 51 ALESSANDRIA**  
**52 TELEROBOT**  
**53 GRUPPO SOLVAY**  
**54 GRUPPO AMAG**  
**55 CENTRALE DEL LATTE DI ALESSANDRIA E ASTI**  
**58 KIOSK**  
**59 GRUPPO MIND**  
**61 PLT**  
**62 PICO MACARIO**  
**63 PPG**  
**64 GUALA CLOSURES**  
**65 ALESSANDRIA CALCIO**  
**68 ENERGY WAVE**  
**69 PUCCOPLAST**  
**70 VE.CO.**
- 71 VALENZA**  
**72 BATTEZZATI-BARBERIS ARTI GRAFICHE**  
**73 RASPAGNI**  
**74 BORSALINO DIAMANTI**  
**75 MY FAMILY**  
**76 CONSORZIO DI VALENZA**  
**79 AGRIVOLTAICO PIEMONTESE**  
**80 BULGARI**  
**81 PASQUALE BRUNI**  
**82 DAMIANI**  
**83 GIOIELLI DI VALENZA**  
**84 ORSINI SRL**
- 85 CASALE**  
**86 ALLARA**  
**87 BOBST**  
**89 ANTICA DISTILLERIA DI ALTAVILLA**  
**90 BCUBE**  
**91 BUZZI UNICEM**  
**93 GRUPPO HOLDIM**  
**94 COLD CAR**  
**95 EUROMAC**  
**98 MAZZETTI D'ALTAVILLA - DISTILLATORI DAL 1846**  
**99 ZERBINATI**  
**102 KRUMIRI ROSSI**  
**103 GRUPPO STAT**  
**104 ANTOS**
- 105 TORTONA**  
**106 MONDOBROICO**  
**107 Q8OILS ITALIA SRL - ROLOIL**  
**110 GAVIO - GRUPPO ASTM**  
**111 GESTIONE AMBIENTE SPA**  
**114 RATTI CAMBURANTI**  
**115 WALTER MASSA**  
**118 PASINI PIER MAURIZIO**
- 119 NOVI LIGURE**  
**120 CONSORZIO TUTELA GAVI D.O.C.G.**  
**121 IMPRESA TRE COLLI**  
**124 ELAH - DUFOR-NOVI**  
**125 SUTTER**  
**128 DKC GROUP**  
**129 LA CONTEA DI DEVON**  
**130 SERRAVALLE OUTLET**  
**131 ROQUETTE ITALIA**  
**134 CAMPARI**  
**135 GRUPPO ACOS**
- 137 OVADA**  
**138 DOLCI DEL MORO**  
**139 ETIADESIV**  
**142 EVERTON**  
**143 FRATELLI MARCHELLI**  
**144 PIERRE TRATTORI**  
**145 PLASTIPOL E PLASTIPOLIVER**  
**146 TRE ROSSI**  
**147 VEZZANI**  
**149 ORMIG**  
**150 LOTTERO**
- 151 ACQUI TERME**  
**153 CASCINA MARCANTONIO**  
**154 BRUS SERVICE**  
**155 CMF COSTRUZIONI**  
**156 CONSORZIO TUTELA BRACHETTO**  
**157 DANOBAT SRL**  
**158 IUPPA INDUSTRIALE SRL**  
**159 GRUPPO PNEUS**  
**160 POMPE GARBARINO SPA**  
**161 CANTINA TRE SECOLI**



Supplemento ai giornali del  
**25-26 novembre 2021**

Redazione:  
via Parnisetti 10  
ALESSANDRIA  
Tel. 0131 315200  
Fax 0131 43324

In collaborazione con  
**Medial pubblicità**  
via Parnisetti 10  
ALESSANDRIA  
Tel. 0131 56364  
Fax 0131 251139

Progetto grafico:  
**Cristina Pigioli**

Stampa:  
**Italgrafica**  
Via Verbano 146  
Veveri (NO)

Direttore editoriale  
gruppo So.G.Ed.  
**Alberto Marelli**

Hanno collaborato  
**Paolo Livraghi**  
**Cecilia Ammazaloro**  
**Antonella Ravazzano**  
**Nunzia Santomauro**

**Il Piccolo**  
Reg. Trib. di Alessandria n. 5  
17/5/1950

**Il Novese**  
Reg. Trib. di Alessandria n. 149  
27/8/1963

**L'Ovadese**  
Reg. Trib. di Alessandria n. 485  
9/10/1997

Grazie ad A.T.



Albergo \*\*\* Corona  
Ristorante del  
Santo Bevitore

**DOTT.  
GIANPAOLO  
PIANA**  
Consulente Finanziario  
e Previdenziale

GRAZIE A TUTTI GLI INSERZIONISTI



**ALBERTO MARELLO**

Direttore responsabile de Il Piccolo e del Gruppo Soged

# La parola magica

Digitale. Digitale. E ancora digitale. Osservatori, analisti e industriali ripongono fiducia e speranza nell'applicazione dei sistemi informatici alle filiere produttive; è il denominatore comune di una prospettiva economica e sociale che vuole essere qualcosa in più di un desiderata o della sola idea modaiola che aveva ammaliato molti, prima di questa crisi sanitaria che così duramente ha colpito il nostro mondo.

## Digital divide

Nel realizzare questo magazine, abbiamo interloquito con imprenditori, manager, accademici, economisti, analisti e operatori economici della nostra provincia e tutti - chi in modo più marcato, chi facendone solo riferimento come una delle possibilità - hanno scelto di usare quella che sembra essere diventata una parola che tutto può: digitale. E una buona maggioranza di loro non si è fermata al solo utilizzo, ma ha subito posto il problema dell'infrastruttura: troppo spesso carente, soprattutto nelle aree più periferiche dell'Alessandrino. Un fatto, quest'ultimo, che a loro dire frena gli investimenti e imbriglia lo sviluppo.

## Nuove abitudini

La pandemia ha innegabilmente stravolto le abitudini delle persone e dunque anche dell'economia: oggi si lavora di più da casa rispetto a prima, si compra più cibo online di prima, si prenotano più servizi online di prima, si acquistano più prodotti online di prima e così via... Abitudini che, per certi versi, vanno in contrasto con le esigenze dei nostri tessuti socio-economici che si sono sedimentati nei decenni. Cosa sarebbe un centro storico della provincia italiana senza i negozi? Quale sarà il bilancio dell'occupazione a svolta digitale introdotta? La questione è tanto economica quanto sociale e politica.

L'informatizzazione si porta appresso il concetto di 'villaggio globale', di infinite distanze ridotte a un na-

nosecondo, di smisurate dimensioni 'costrette' in un millimicron, di lunghe attese ridotte all'istante. Il digitale, lo abbiamo imparato, cambia i paradigmi e stravolge le consuetudini più velocemente di ogni altra rivoluzione tecnologica alla quale l'uomo abbia mai assistito. Ma resta il quesito: come fa una comunità locale a confrontarsi con il villaggio globale senza diventarne vittima? Una risposta netta, forse, non esiste. Di sicuro c'è, invece, ciò che è sotto agli occhi di tutti: chi aveva intrapreso la strada della transizione digitale prima della pandemia oggi gode di un vantaggio strategico importante rispetto ai competitor.

## Il rimbalzo

Osservando i numeri, gli indicatori nazionali e regionali raccontano di una ripresa in atto (figlia del cosiddetto "rimbalzo") che sta coinvolgendo la nostra provincia "a macchia di leopardo". Le diverse anime produttive dell'Alessandrino, infatti, stanno vivendo fasi completamente differenti: l'orafa ha ripreso a correre (anche se ha seri problemi di manodopera), il settore turistico ha dato segnali incoraggianti (ma l'occupazione resta poca e fragile) e chi produce o costruisce deve confrontarsi con una domanda che cresce e una carenza di materie prime unica nella storia recente (chiedere agli operatori del settore edile per credere).

## Una cura contro tutti i mali

La pandemia e la sua crisi, il comprensibile timore di passare da un analogico che si conosce ad un digitale per lo più complesso e sconosciuto, il sempre più "fluidico" cambio dei gusti delle persone-utenti, rende il contesto a dir poco complicato. Il digitale, dunque, può davvero rappresentare una panacea a tutto questo? Lo dirà la storia. Stando ai fatti, una sensibile maggioranza lo usa e ne parla, molti lo vorrebbero implementare, alcuni lo sviluppano. Tutto, probabilmente, deve ancora accadere. ■



# IL CED E LA D3: *il CED è la D3*

L'Unione Artigiani è la mamma della Zona D3.  
La D3 è la figlia dell'Unione Artigiani

*ieri*

Nel 1975 nasce il progetto insediamento D3; nel 1979 viene costituito Unione Artigiani Consorzio Fra Imprese Artigiane della Provincia di Alessandria, polo di servizi per gli Artigiani. Il sogno di Renzo Isbiglio porta alla realizzazione della Zona Artigianale D3, uno dei primi insediamenti produttivi della Provincia di Alessandria.

*oggi*

Ced Unione Artigiani Srl. Il primo ottobre 2018, sotto la guida dell'attuale presidente, Costanzo Agnese, si trasforma in Centro Elaborazioni Dati, con la veste e gli strumenti per cogliere le sfide del futuro.

*domani*

Sempre  
più servizi

 **CED - Centro  
Elaborazione Dati**

**UNIONE ARTIGIANI s.r.l.**  
Viale dell'Artigianato 5 (Zona D3)  
ALESSANDRIA  
Tel. 0131 244211 • Fax 0131 244232

[www.cedunioneartigiani.it](http://www.cedunioneartigiani.it) [uniartal@uniartal.al.it](mailto:uniartal@uniartal.al.it)



**ROBERTO GILARDENGO**

Giornalista, già direttore de Il Piccolo

## Imprese, adesso bisogna insistere

La luce in fondo al tunnel dunque si vede. Non solo, già adesso le imprese della provincia di Alessandria hanno imboccato la via di una ripresa che è confermata dalle previsioni ma anche dalle cifre. A livello regionale, già a giugno la produzione industriale faceva registrare un balzo in avanti del 25,1% rispetto all'analogo trimestre dell'anno precedente, quello caratterizzato da un inevitabile calo di fatturati e di ordini. Le aspettative per gli ultimi tre mesi del 2021, raccolte da Confindustria per preparare la tradizionale indagine congiunturale, parlano anche di una crescita dell'occupazione e di un calo della cassa integrazione. A conferma che la 'ripresina', in attesa di una crescita vera e propria, è già partita e rende ottimisti gli imprenditori.

Le pagine successive mostrano una radiografia delle aziende del territorio e ribadiscono, attraverso il racconto che proponiamo ai lettori zona per zona, che le industrie alessandrine la strada giusta l'hanno in realtà imboccata da tempo. Già dallo scorso anno. Da quando, cioè dopo il lockdown, si è potuto cominciare a lavorare e a produrre. Hanno saputo resistere (come invitava l'allora presidente dell'associazione degli industriali, Maurizio Miglietta) e quindi, ora, non sono sorprese dalla crescita del Pil che fa immaginare scenari ancora migliori per il 2022, l'anno che si spera possa certificare la definitiva ripartenza.

Cosa ha contribuito a preparare questo terreno fertile? Secondo Laura Coppo, l'attuale responsabile di Confindustria Alessandria, il successo della campagna vaccinale che ha fatto lievitare i consumi cui si aggiungono «*gli effetti benefici del Piano nazionale di ripresa e resilienza, che vale 235 miliardi tra 2021 e 2026 e che finanzierà le riforme e alimenterà gli investimenti. Per i primi anni l'impatto positivo è attribuibile soprattutto all'aumento di spesa e agli investimenti pubblici. Col tempo, invece, l'attuazione del Piano avrà effetti positivi sulla crescita, aumentandone il potenziale*». Da parte del presidente della Camera di Commercio alessandrina e astigiana, Gian Paolo Coscia, arriva un invito che non deve però cadere nel vuoto, quello di «*sostenere la crescita delle nostre imprese, anche attraverso una profonda semplificazione amministrativa e una strutturale transizione al digitale*». Come già sottolineato, qui la partita si sposta su un altro terreno, dove non saranno le imprese a giocare.

Se la parola d'ordine, lo scorso anno era: resistere, quella per il 2022 potrebbe essere: insistere. Cioè proseguire lungo la strada - giusta - che ha sta conducendo a un indiscutibile miglioramento dello stato di salute dell'economia, evitando il rischio di pericolosi passi indietro proprio sotto l'aspetto sanitario. Sarebbero, a questo punto, catastrofici. ■



**CAF COLDIRETTI**

**ESPERIENZA, COMPETENZA, PROFESSIONALITÀ**  
**SIAMO *al tuo* SERVIZIO**  
**PER LA TUA DICHIARAZIONE DEI REDDITI**  
**RIVOLGITI A NOI E LASCIATI GUIDARE**

**CAF COLDIRETTI** è un Centro di Assistenza Fiscale costituito dalla Coldiretti; opera dal 1993 garantendo assistenza qualificata nell'intero arco dell'anno a tutti i cittadini che ne fanno richiesta, ed è presente in modo capillare su tutto il territorio nazionale.

**LA NOSTRA PRIORITÀ È METTERE SEMPRE AL CENTRO LA PERSONA**



### SERVIZI CAF COLDIRETTI

#### 730

Modello semplificato che consente al contribuente il recupero immediato dei crediti anche in assenza di sostituto d'imposta

#### MODELLO REDDITI

Il modello utilizzabile da tutti i contribuenti e per qualunque tipologia di reddito da dichiarare

#### IMU

Imposte comunali

#### ISEE

Gli indicatori per l'accesso alle prestazioni sociali agevolate

#### RED

La dichiarazione reddituale dei pensionati che consente all'Ente pensionistico la verifica del diritto di usufruire delle prestazioni agiurative

#### DICHIARAZIONE DI SUCCESSIONE

Legittime - Testamentarie - Volture catastali - Riunioni di usufrutto



### SERVIZI PATRONATO



- Pensioni: anzianità, vecchiaia, reversibilità, inabilità, invalidi civili, pensioni in cumulo e totalizzazione
- Supplementi, ricostituzioni
- Estratti conto
- Infortuni, malattie professionali
- Prestazioni a sostegno del reddito



**SOCIETÀ DI SERVIZI DELLA FEDERAZIONE PROVINCIALE COLDIRETTI ALESSANDRIA**  
C.so Crimea 69 - 15121 Alessandria  
Tel. 0131 250700 Fax 0131 252144  
email: alessandria@coldiretti.it

**RICORDIAMO CHE IL CAF COLDIRETTI È RIVOLTO A TUTTI, NON SOLO AGLI IMPRENDITORI AGRICOLI**



**CERCA  
LA SEDE  
PIÙ VICINA  
E SCOPRI  
LA DIFFERENZA**

**ACQUI TERME** Via M. Ferraris, 52 - Tel. 0144 322546 - Fax 0144 55902 - acqui.al@coldiretti.it  
**ALESSANDRIA** Corso Crimea, 69 - Tel. 0131 261819 - Fax 0131 325524 - alessandria.al@coldiretti.it  
**CASALE M.TO** Via Cavalli d'Olivola, 6 - Tel. 0142 452840 - Fax 0142 72741 - casale.al@coldiretti.it  
**CERRINA** Via Nazionale, 36 - Tel. 0142 943800 - Fax 0142 946031 - cerrina.al@coldiretti.it  
**NOVI LIGURE** Via Mazzini, 50/c - Tel. 0143 75440 - Fax 0143 73881 - novi.al@coldiretti.it  
**OVADA** Via Cairoli, 42 - Tel. 0143 86268 - Fax 0143 833305  
**TORTONA** Strada Statale per Voghera, 53 - Tel. 0131 861965 - Fax 0131 863903 - tortona.al@coldiretti.it  
**RECAPITO CASTELNUOVO SCRIVIA** Via XX Settembre, 2 - Tel. 0131 823403 - Fax 0131 823443  
castelnuovo.al@coldiretti.it

[WWW.ALESSANDRIA.COLDIRETTI.IT](http://WWW.ALESSANDRIA.COLDIRETTI.IT)

SEGUICI SU





## Il digitale, la crisi e il mondo che cambia

Quanto più piccolo si fa il mondo dietro lo schermo di un cellulare, tanto più grande è apparso durante i mesi dell'emergenza sanitaria e anche ora che gli spostamenti e i viaggi tornano pian piano ad essere possibili e la polvere del Covid sembra depositarsi, la "nuova normalità" che ci apprestiamo a vivere sorge dall'alba del Canale di Suez e i sei giorni in cui la nave Ever Given è rimasta incagliata nel suo stretto rappresentano il momento a partire dal quale i confini fra i Paesi si sono fatti più estesi e i costi per muovere merci e persone più elevati.

### Reshoring

Secondo il Freightos Baltic Index, il noleggio di un container standard da 40 piedi trasportato via nave dall'Estremo Oriente all'Europa è passato dai 2.100 dollari del 2020 ai 7.800 dollari del 2021 e l'economia dell'era della globalizzazione, dopo aver lasciato sul campo gli effetti sull'occupazione e sul paesaggio della deindustrializzazione che ha prodotto negli Stati Uniti e in Europa, deve ora fronteggiare un avversario ancor più formidabile, il rialzo dei costi della logistica: il cosiddetto "reshoring" ovvero il fenomeno volto ad accorciare le filiere produttive, sarà dunque la cifra dei prossimi anni, supportato dalla politica, ma soprattutto determinato dalle incertezze e dagli oneri dei trasporti.

Che questo possibile ravvicinamento dei processi produttivi alle sedi delle imprese sia una buona notizia per l'Italia è da valutare però caso per caso: la nostra forte vocazione all'export non si esprime infatti solo con la moda e con il cibo, ma anche con i macchinari e i beni strumentali che entrano nelle catene del valore internazionale e la difesa del Made "with" Italy deve essere rafforzata dalla consapevolezza che le molte crisi aziendali di questi mesi sono frutto di una transizione che mette a repentaglio interi settori come, in Piemonte e non solo, l'automotive.

I veicoli automobilistici insieme ad altri beni, dalle console dei videogiochi agli smartphone, dagli elettrodomestici ai computer, sono poi vittime di un'ulteriore crisi, il crollo di disponibilità di microchip sui mercati occidentali, e debbono dunque fronteggiare, nel breve periodo, un rallentamento nella produzione e prendere, nel lungo periodo, scelte strategiche di approvvig-

giamento alternative agli attuali fornitori asiatici: non stupisce che la stessa Google abbia annunciato di voler produrre in proprio questi beni essenziali alla trasformazione digitale.

Senza digitale infatti non ci può essere uscita da queste crisi.

### Ambiente e personale

Senza il digitale non vi può essere in primo luogo l'integrazione fra le filiere oggi basata sul modello Industria 4.0 e, senza adeguate competenze, le imprese del settore manifatturiero sono ancora più esposte alla concorrenza di attori presenti negli stessi Paesi dell'Unione Europea: di conseguenza, senza un sistema universitario e formativo in grado di alimentarle, ancora più grande può essere l'impatto sul fronte dell'occupazione della transizione. La digital transformation in atto sostituisce infatti, nel mondo industriale, il bisogno di una manodopera a basso costo specializzata in singole operazioni, elemento essenziale delle precedenti catene di montaggio, con la richiesta di personale qualificato e competente e di ambienti capaci di formarlo ed accoglierlo. La difficoltà di reperimento dei candidati, che ha suscitato tanto dibattito la scorsa estate nel turismo, assume contorni ancora più problematici in settori quali la meccanica, l'elettronica, il legno e i metalli. Se l'Italia ha perso la corsa a dare vita ad aziende Big Tech, non può rinunciare dunque a promuovere, nei propri distretti, aziende "Medium tech".

### Commercio, prosegue la trasformazione

Senza il digitale il commercio rischia di vivere, dopo l'avvento dei centri commerciali, un'ulteriore fase di contrazione e trasformazione. Le chiusure dei negozi degli scorsi mesi non hanno solo portato a comprare online per la prima volta 2 milioni di italiani (29 milioni in totale), ma hanno ulteriormente avvicinato i consumatori ai siti, agli e-commerce e ai canali social delle aziende e ciò rappresenta una nuova spinta nei confronti dei commercianti perché rinnovino il proprio ruolo sviluppando la propria presenza online, interagiscano con i

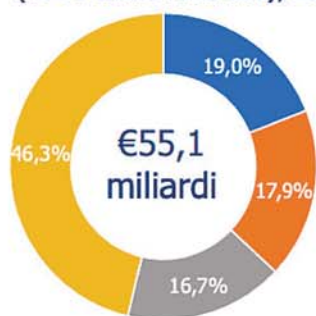


**Andrea Boscaro**

Fondatore e partner della società di formazione e consulenza dedicata al marketing digitale The Vortex e già Amministratore Delegato di Become (la ex Pangora), l'alessandrino Andrea Boscaro si è laureato con lode all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano in Scienze Politiche. Ha lavorato per 4 anni come business development manager in Lycos Italia. Dall'aprile del 2004 si è occupato di Pangora estendendone le partnership, la notorietà ed il volume d'affari. Autore di volumi come "Marketing digitale per l'e-commerce. Tecniche e strategie per vendere online" e "Tecniche di web-marketing", è un formatore legato ai temi dell'e-business, dei social media e dell'editoria digitale. Per Il Piccolo cura la rubrica Meme.

## Più del 46% del fatturato della rete del valore dell'e-commerce e del digital retail è concentrato nel Nord-Ovest (40% in Lombardia)

**Distribuzione geografica del fatturato delle imprese della rete del valore dell'e-commerce e del digital retail in Italia**  
(% su totale fatturato), 2019



■ Nord-est ■ Centro ■ Sud e Isole ■ Nord-ovest



Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su database costruito ad hoc e analisi dei bilanci da AIDA – Bureau van Dijk per Consorzio Netcomm, 2020

produttori all'interno delle forme di commercio elettronico omni-canale e sperimentino le forme di consegna a domicilio che anche nei centri urbani più piccoli si stanno diffondendo.

L'alternativa è che i negozi restino delle semplici vetrine di Amazon e, nella consapevolezza che la chiusura di un negozio sia come spegnere una luce nelle città, ancora una volta è grazie allo sviluppo di competenze digitali che si può individuare una strada che, di fronte ad Amazon o alle altre grandi piattaforme digitali, non produca un rifiuto preconcepito, ma ne veda un tassello della propria presenza sul mercato. Se Amazon da inizio 2020, ha introdotto circa 1.600 nuove assunzioni sulle oltre 25 sedi presenti sul territorio nazionale fino a toccare le 8.500 unità, il vero contributo che può fornire non è solo nel dare lavoro a nuovi magazzinieri e spedizionieri, ma nel costituire un veicolo

– o, in alternativa, uno sprone – per la digitalizzazione delle imprese rendendole consapevoli che esiste una domanda da intercettare e soddisfare. Le 2mila aziende che oggi se ne servono per vendere all'estero sono un buon esempio da studiare e seguire.

## Il digitale per l'ecologia

Senza il digitale non può in ogni caso esservi sostenibilità. Le principali strategie "smart" di cui è costituita la transizione ecologica infatti, dal consumo di energia alla mobilità, dall'economia circolare allo smart working hanno nel digitale, di volta in volta, uno strumento di efficienza, una piattaforma di collaborazione ed ancor più un modus vivendi che può promuoverla

nella misura in cui venga utilizzato opportunamente.

Senza il digitale, infine, non può più esserci sviluppo di un territorio: nell'analisi con la quale Ambrosetti – The European House ha quantificato in 55,1 miliardi il valore dell'economia digitale in Italia, solamente il 6% è stato prodotto in Piemonte (oltre il 40% in Lombardia) a conferma di un effetto di scala che le competenze e le infrastrutture determinano anche in questo settore. Anche per questa ragione, non possiamo fare, al termine di questi due anni di pandemia, come il grande storico Gaetano Salvemini che, ritornato nel 1949 in cattedra a Firenze dopo l'esilio, iniziò la prima lezione con la frase "Come dicevamo l'ultima volta..." scrollandosi con queste parole di dosso gli anni del Fascismo e della Guerra. Un mondo diverso da quello precedente è cominciato ed è responsabilità di tutti costruirlo. ■

# L'economia digitale sostenibile e il "buon senso dei territori"



**Pier Domenico Garrone**

Acquese, esperto di web reputation, patrimonio digitale e innovazione sostenibile, Pier Domenico Garrone sta lavorando per Italia Restart Impresa per l'inclusione delle aziende e dei territori nell'economia digitale. È partner di "La Madia" per il food di alta gamma e autore del primo seminario istituzionale in Italia sulla web reputation "La Reputazione si genera in Rete" alla Camera dei Deputati/ giugno 2012.

**Acqui Terme, Casale Monferrato, Ovada, Novi Ligure, Tortona, Alessandria hanno tutte l'opportunità di riscrivere la propria identità con l'innovazione della propria economia integrata nel digitale sostenibile. Digitale, Sostenibilità, Reputazione** sono le parole della innovazione per le Aziende di ogni Territorio di ogni Continente. **Provincia di Alessandria** inclusa. In Italia, poi, abbiamo la fortuna di avere nei secoli generato il marchio Paese **"Made in Italy"** che rappresenta la qualità e la creatività generata in ogni provincia. L'innovazione è cambiamento, aggiornamento della tradizione ai parametri sociali dell'attualità. Cosa serve? Prima di tutto la disponibilità ad abbandonare l'atteggiamento: "si è sempre fatto così". **Francesco Tamburella**, coordinatore del Congresso Nazionale **"Future Respect"** nella diciassettesima ricerca dal titolo **"Sostenibilità alla sbarra"** ci fa notare che stiamo gestendo in maniera superficiale e comoda l'esigenza fondamentale della innovazione sostenibile. La diffusione dei Bilanci di Sostenibilità è scarsa come è irrisorio il numero di quelli redatti in rapporto con le Imprese che dovrebbero o potrebbero redigerlo. La Sostenibilità va praticata nei Comuni, nelle municipalizzate, nelle aziende come nei condomini e nelle cascine e in gran parte "la cultura del buon senso dei Territori" è molto più avanti e solida di quella annunciata nella pubblicità delle grandi aziende. Quindi sarebbe innovativo ed utile produrre, ad esempio, con i fondi dei **Patti Territoriali i Piani Territoriali di Sostenibilità**. Questa proposta consentirebbe di recuperare terreni incolti e immobili pubblici e privati abbandonati con una occupazione di profili professionali contemporanei, indispensabili per dotare di servizi efficienti i Residenti,

accogliere Aziende e dar vita a nuove produzioni tipiche. Cosa manca? Manca una **Banca Digitale del Territorio**. Luogo fisico di competenze professionali disponibili ad affrontare le preoccupazioni e le speranze imprenditoriali e sociali della Ripartenza per renderle opportunità business e di crescita per il "Made in Italy Alessandria".

La **"Banca Digitale del Territorio"** accrescerebbe anche il reinvestimento del risparmio locale sulla propria crescita territoriale. L'economia digitale favorisce la crescita dei luoghi altrimenti marginalizzati connettendoli, riabilitandoli e dilatandone l'area di apprezzamento oltre i confini provinciali. Un **"Centro Dronistico Provinciale"** risolverebbe atavici problemi di isolamento commerciale e migliorerebbe la cura ambientale a partire dalla prevenzione idrogeologica. Partiamo dal restare al dato con la Sostenibilità perché il rapporto tra i Bilanci di Sostenibilità pubblicati e le Imprese con più di 20 addetti risulta pari all'1,76%; il rapporto dei Bilanci di Sostenibilità pubblicati e le Imprese con più di 10 addetti risulta pari allo 0,63%. Solo il 28,2% delle 1.915 principali Imprese italiane [Classifica Mediobanca] presenta un bilancio; in particolare le prime 345 banche si fermano al 18,2%; delle 76 Società di Assicurazione il 27,6% lo presenta. Pesante il bisogno di una Comunicazione diversa ed efficace. I contenuti di 300 pubblicità nel secondo trimestre 2021: il 22% delle 300 comunicazioni pubblicitarie di 25 Imprese contengono riferimenti alla Sostenibilità; nel terzo trimestre 2021 detta percentuale è scesa al 19%. "Sostenibilità alla sbarra" dimostra che neanche il 2% degli intervistati legge un Bilancio di Sostenibilità.

## Quanto le imprese sono sincere e trasparenti nella comunicazione e nelle relazioni con i clienti?\*



\* 2500 risposte da 3500 consumatori

# L'UNIONE FA AM+

**Azienda Multiservizi Casalese e Azienda Multiservizi Valenzana**  
finalmente insieme nel servizio idrico integrato

- + risparmio
- + ricerca
- + competitività
- + efficienza
- + sicurezza

Per questo è nata AM+ l'acqua del Monferrato.

**Sportello di Casale Monferrato, via Orti 2**

Da lunedì a venerdì: ore 08.00 - 12.30 / 14.30 - 16.00

Per emergenze: pronto intervento **800.403.565**

**Sportello di Valenza, strada Vecchia Pontecurone 1**

Da lunedì a venerdì: ore 8.30 - 12.15

Per emergenze: pronto intervento **800.533.315**

Centralino: **0142-339111**, da lunedì a venerdì ore 08.00 - 12.30 / 14.00 - 17.00

Numero Verde: **800 596 999**



[WWW.AMPIU.IT](http://WWW.AMPIU.IT)



L'ACQUA DEL MONFERRATO

# Blockchain e criptovalute: capire prima di credere

“ Studio e formazione sono l'unica via per stare al sicuro

Puoi provare a fare un esperimento: fermare la prima persona che passa per strada e parlarle di criptovalute. Nel 99% dei casi sgraverà gli occhi e ti guarderà come se le stessi parlando di fisica quantistica o della prossima invasione extraterrestre. Ti dirà che ha letto qualcosa sui giornali, che ne ha sentito parlare o che ha uno zio o un cugino che ne sa parecchio (il famoso tuttologo da bar che adesso è passato ai social). Ti dirà che è tutto fumo e che ha sentito dire che in Italia non è legale o che ha letto, dove non si sa, che Bitcoin è una grande bolla e che presto esploderà, portandosi via i risparmi di tanti illusi che credevano di fare soldi in modo facile.

## Conoscenza

Il problema è che non si possono fare affermazioni di questo tipo se non sappiamo prima cosa sia un tasso di interesse vicino allo zero creato in modo artificiale grazie all'immissione illimitata di moneta istituzionale, o se non sappiamo che l'inflazione in realtà è l'aumento della massa monetaria [causa], non l'aumento dei prezzi [conseguenza], e che questo aumento della massa monetaria è un monopolio fantastico per i governi, che si finanziano all'infinito con nuovo debito, e per le banche commerciali, che ricevono nuova liquidità dalla banca centrale di turno e possono iniziare di nuovo l'espansione creditizia che porta inevitabilmente al disastro. Inoltre, tralasciamo un concetto fondamentale: l'azione umana non è "matematizzabile". L'essere umano non è prevedibile e non si può inquadrare con delle semplici statistiche. Non possiamo essere sicuri che sia sempre solvente o che ci restituirà il prestito. Non possiamo essere sicuri che investirà bene i soldi prestati dalla banca, né che il suo grande progetto imprenditoriale possa funzionare, soprattutto se viene lanciato grazie al credito immediato e

non è sostenuto dal risparmio. Non ci sono garanzie, ed è per questo che prestare soldi con riserva frazionaria porta alla bancarotta nel 100% dei casi. La storia ce lo insegna, e negli ultimi duecento anni NESSUNA banca che abbia usato l'espansione creditizia con riserva frazionaria è riuscita a sopravvivere nel tempo, perché aumentare la massa monetaria con il fine di salvare l'economia e mantener in vita il moribondo porta sempre ad un unico risultato: meno lavoro, aumento dei prezzi dei beni di consumo, diminuzione dei beni di capitale, perdita di potere d'acquisto, distorsione della catena produttiva e un lungo eccetera.

## L'illusione

Ma soprattutto, il grande errore è quello di far credere a una persona con uno stipendio modesto che può permettersi il nuovo SUV da 30mila euro. Intanto si paga in comode rate, e poi al massimo si rifinanzia. O il cellulare da mille euro. Comode rate. O la televisione gigante. Comode rate. Tutto centrato assolutamente sul consumo immediato, per cui i prezzi dei beni di consumo aumentano, mentre lo stipendio rimane uguale: in termini relativi, quindi, è evidente che perdi potere d'acquisto ogni giorno che passa. In altre parole, i tuoi soldi valgono meno. Benvenuto nel meraviglioso mondo del falso benessere, dove tutti lavoriamo sempre di più con condizioni e orari peggiori, e ovviamente siamo sempre più schiavi del sistema.

## Tecnologia e moneta

E poi ecco che arrivano le criptovalute e il "nostro amico" Bitcoin. Innanzitutto, bisogna avere chiaro un concetto: Bitcoin con maiuscola è un protocollo di codice aperto [come internet] che funziona con la tecnologia blockchain, mentre bitcoin con minuscola è la moneta che si usa nel protocollo per intercambiare denaro senza intermediario. Il tutto è stato creato nel 2008 da una persona o gruppo di persone anonime chiamate Satoshi Nakamoto. Un'esperienza nata da vari esperimenti falliti negli anni Novanta in cui un gruppo chiamato Cyber Punks cercò di creare un denaro digitale e decentralizzato. Bitcoin non è di nessuno, esattamente

>>>



**Francesco Spinoglio**

Nato a Casale Monferrato 38 anni fa, oggi Francesco Spinoglio vive a Barcellona e studia il mondo delle criptovalute dal 2017: sta lanciando un master e una start up. Ha scritto diversi libri, ha insegnato alla Eserp e dal 2013 è docente della Esade, una tra le più importanti scuole di business al mondo.

**Da oltre cinquant'anni  
ci prendiamo cura dell'ambiente.**



## RECUPERIAMO E SMALTIAMO

rifiuti industriali in estrema sicurezza.

## BONIFICHIAMO

terreni contaminati.

## DEPURIAMO

acque inquinate.

## SMANTELLIAMO

edifici e strutture dismesse  
e rendiamo riutilizzabili i terreni.

## ANNULLIAMO

la pericolosità delle sostanze tossiche.

## INVESTIAMO

in ricerca, innovazione, sicurezza e tecnologie avanzate.

## E DIAMO NUOVA VITA AI RIFIUTI,

trasformandoli in preziosa materia prima,  
per l'industria e per l'ambiente.

Lo facciamo con professionalità, cura e rispetto per l'ambiente e le persone, perché prima che un'impresa siamo una famiglia, che dal 1964 lavora a un preciso obiettivo.

**MIGLIORARE LA QUALITÀ DELL'AMBIENTE E DELLA VITA.**

Per le generazioni di oggi e di domani.



GLOBAL SERVICE AMBIENTALI | BONIFICHE AMBIENTALI | DECOMMISSIONING | TRASPORTO E SMALTIMENTO RIFIUTI | SERVIZI DI TRATTAMENTO RIFIUTI TRAMITE IMPIANTI MOBILI AUTORIZZATI

[www.riccoboniholding.com](http://www.riccoboniholding.com)



come internet. Funziona grazie a una rete di computer distribuiti in tutto il mondo (miners o minatori), che si occupano di verificare ogni transazione e di includerla nel blocco, per questo si parla di blockchain, una tecnologia rivoluzionaria che offre sicurezza, tracciabilità e trasparenza.

## In breve

Questi miners competono tra di loro e mettono a disposizione la loro energia computazionale per risolvere un problema matematico che permette di verificare il blocco. Il miner che verifica il blocco si prende la ricompensa. E questo avviene circa ogni 10 minuti. Com'è possibile? È possibile perché la difficoltà matematica si aggiorna continuamente in modo che ci vadano 10 minuti per risolvere un blocco. E ogni dieci minuti il minatore vincitore riceve come ricompensa dei bitcoins che sono generati dal protocollo e che si dimezzano ogni quattro anni con un processo chiamato halving. Spiegato in modo chiaro: dal 2009 al 2012 il minatore che risolve il blocco riceve 50 bitcoins ogni dieci minuti; dal 2012 al 2016 ne riceve 25; dal 2016 al 2020 ne riceve 12,5; dal 2020 al 2024 ne riceve 6,25, e così fino all'anno 2140. Questo significa che la politica monetaria di Bitcoin è deflattiva col passare degli halvings: se ne producono sempre di meno, per questo il suo valore tende a crescere nel tempo, esattamente il contrario di quello che succede con gli euro o i dollari. Ma c'è di più: esistono solo 21 milioni di bitcoins, quindi si tratta di un bene scarso che può diventare una riserva di valore come l'oro, nonostante la grande volatilità attuale. Bitcoin e le criptovalute offrono un qualcosa di unico: possiamo muovere denaro

in modo peer to peer senza bisogno di un intermediario e abbiamo bisogno solo di un cellulare e dell'indirizzo del destinatario. È come un whatsapp ma dove i messaggi si traducono in soldi.

## La risposta finale

Perfetto, quindi posso diventare milionario in due giorni investendo in criptovalute? La risposta è no. Posso aumentare la mia ricchezza nel medio-lungo termine investendo in crypto? Affermativo, ma solo se si segue un adeguato processo di studio e di formazione che permetta di capire a fondo questo settore. Capire prima di credere, studiare prima di cambiare, ma soprattutto investire solo soldi che siamo disposti a perdere. Come dico sempre: a volte si vince e si guadagna tanto, altre volte si impara, perché è comunque un mercato molto aggressivo. Ed è proprio questo che insegniamo nell'Accademy che stiamo creando ([www.formulacripto.com](http://www.formulacripto.com)): capisco come funziona il sistema monetario attuale, capisco Bitcoin e imparo dove comprarlo, capisco le altcoins e dove comprarle e, per ultimo, entro nel mondo della finanza decentralizzata, un piccolo laghetto nascosto tra le montagne dove al momento ci sono tanti pesci e pochi pescatori. Viviamo in un secolo difficile ma allo stesso tempo pieno di opportunità, e a tutti i giovani e meno giovani dico sempre lo stesso: se non ti occupi della tua economia, l'economia si occuperà di te. Sei pronto al cambiamento? ■

*Un ringraziamento speciale a **Carlo Spinoglio** per le correzioni dallo spagnolo all'italiano e per le dritte sul mondo bancario.*

# **AM+** il progetto dell'idrico tra Casale e Valenza è diventato realtà

## Nasce subito con 62 dipendenti per un importante impatto sociale.

Considerato il patrimonio di circa 50 milioni di euro e la dimensione del territorio che è chiamata a servire, possiamo tranquillamente definire **AM+** una società nata grande, con grandi ambizioni e grandi progetti per il futuro.

Prova ulteriore ne sono i 62 dipendenti che fin da subito sono entrati in organico, permettendo di ottenere immediatamente anche un importante risultato sociale in termini di occupazione e tutela dei posti di lavoro.

Controllata per l'85% da A.M.C. S.p.A e con la partecipazione di A.M.V. S.p.A. la nuova realtà dedicata al servizio idrico lavora in continuità con l'impegno di A.M.C. azienda da sempre attenta alle tematiche dell'economia green.

**«Per noi è fondamentale riuscire a garantire un servizio idrico sempre più efficiente, sicuro e sostenibile, supportato da un rigoroso sistema di monitoraggio sull'intera filiera, con controlli attenti e quotidiani»** spiega **Gabriella Cressano**, dirigente responsabile amministrativo di **AM+**.

**«In questo modo è possibile offrire qualità e quantità di un'acqua microbiologicamente pura, protetta, buona da bere direttamente dal rubinetto di casa, con piacere e in assoluta tranquillità. Tutto ovviamente certificato dai laboratori dell'ASL».** Ma siccome **AM+** promette fin dalla sua nascita di dare **«ancora di più»** è importante sottolineare che l'azienda è dotata anche di un proprio laboratorio di analisi che controlla continuamente il rispetto dei parametri chimici e microbiologici, nel percorso che va dai pozzi al rubinetto di casa. E stiamo parlando di qualcosa come 35.000 analisi all'anno. Il sistema di sicurezza e controllo di **AM+** è completato infine da una costante manutenzione degli impianti e da un sistema di sostituzione delle reti programmato con estrema attenzione, per prevenire ogni genere di guasto o malfunzionamento. E in ottica di una sempre maggiore sostenibilità **AM+** sta completando la realizzazione di due nuovi pozzi a ben 150 metri di profondità e, contestualmente, il processo di efficientamento del depuratore principale di Casale Monferrato, a garanzia di un futuro risparmio energetico (si è calcolato un ulteriore risparmio di circa 80.000 euro all'anno che consentirebbe di ammortizzare il costo dei lavori in soli 10 anni). C'è poi un tema, molto caro all'azienda, che è quello dell'impegno pragmatico alla riduzione dell'inquinamento ambientale, prontamente sottolineato da Massimo Zemide, presidente di **AM+**.

**«Non dobbiamo mai smettere di ricordare che bere acqua del rubinetto aiuta automaticamente a ridurre l'acquisto di bottiglie di plastica, un comportamento virtuoso che se tenuto da un numero sempre crescente di cittadini porterà ad un minor inquinamento da plastica in un territorio che, come il nostro, merita di essere preservato nella sua naturale e straordinaria bellezza».**



## L'economia italiana (e piemontese) durante la pandemia

Nel corso del 2020, a causa dell'epidemia da Coronavirus e delle sue conseguenze, l'economia italiana ha sperimentato la peggiore recessione del secondo dopoguerra, con una caduta del PIL dell'8,9%, peraltro inferiore, a consuntivo, rispetto a quanto ipotizzato a suo tempo per circa mezzo punto percentuale, grazie alla più favorevole evoluzione della seconda parte dell'anno. Tale caduta è stata una delle più elevate tra i Paesi avanzati, superata soltanto da Spagna [-10,8%] e Regno Unito [-9,8%], mentre nella media dell'OCSE il calo è stato pari al 4,8%.

I fattori all'origine di tale crisi di inusitate proporzioni sono stati anzitutto costituiti dalle misure di restrizione dell'attività produttiva e della mobilità personale, accanto alla riduzione del volume del commercio internazionale e dei flussi turistici, e infine alla caduta della domanda interna - consumi e investimenti - in seguito ai cambiamenti indotti nei comportamenti di famiglie e imprese, in presenza di timori di contagio e incertezza sul futuro. Secondo la Banca d'Italia le misure di lockdown adottate, in vario grado e misura in corso d'anno, sono state quelle dominanti sull'esito finale, con un'incidenza sulla caduta del PIL pari a circa tre quarti del totale; commercio mondiale e flussi turistici hanno pesato per circa un sesto ciascuno, mentre l'incertezza sul futuro ha gravato per circa un quarto; per contro le straordinarie misure espansive di politica economica adottate, sia sul fronte fiscale, con una dilatazione del deficit pubblico di otto punti percentuali, sia su quello monetario, con acquisti di titoli di Stato italiani da parte della BCE di 175 miliardi di euro, superiore di ben 18 miliardi all'intero disavanzo pubblico, hanno permesso di contenere le perdite produttive del 2,5% circa, e quindi in misura corrispondente al 30% dell'esito finale.

La crisi da coronavirus del 2020, proprio a causa delle sue determinanti peculiari, collegate alle restrizioni sull'attività produttiva e agli effetti indotti dalla circolazione del virus sul comportamento di famiglie e imprese, ha avuto caratteristiche nettamente difformi dalle recessioni "tradizionali" del passato. Se si confronta ad esempio l'evoluzione del 2020 con quella del 2009, determinata dalla Grande Crisi Finanziaria Globale seguita al fallimento di Lehman Brothers, e che aveva provocato una caduta del PIL del 5,3% [addirittura doppia di quella conseguente

alla prima crisi petrolifera], si osserva che investimenti ed esportazioni hanno mostrato una dinamica discendente simile, seppure in un contesto contraddistinto da un calo del PIL pressoché doppio.

Per contro, i consumi delle famiglie, di solito caratterizzati da una tendenziale resilienza, che produce effetti di stabilizzazione del ciclo, nel 2020 hanno invece sperimentato un vero e proprio crollo [-10,7%], addirittura superiore a quello del PIL, contribuendo quindi, dato il loro peso sulla domanda aggregata (il 60% circa), alla recessione per circa tre quarti, laddove invece nel 2009 lo stesso contributo era stato pari a circa un sesto. È altresì interessante osservare che la forte caduta dei consumi è avvenuta nonostante i consistenti trasferimenti governativi, le erogazioni di prestazioni sociali e le riduzioni di imposte, in virtù dei quali il reddito disponibile è sceso molto meno del PIL [-2,6%]. La caduta dei consumi è quindi soprattutto attribuibile alle misure restrittive della mobilità, alla paura del contagio e all'incertezza sulle prospettive future, anche occupazionali, che hanno determinato un aumento del risparmio a fini precauzionali senza precedenti storici. Le spese delle famiglie che hanno segnato la maggiore contrazione sono state quelle per alberghi e ristoranti [-41%], trasporti [-25%], ricreazione e cultura [-23%] e vestiario e calzature [-22%]. Solo le spese per beni alimentari hanno segnato un aumento di rilievo [+2%], per l'incremento delle consumazioni domestiche causato dalla pandemia.

La diversa intensità, temporale e settoriale, delle restrizioni e l'impatto della crisi sui comportamenti di famiglie e imprese hanno determinato un'evoluzione molto eterogenea del livello di attività delle varie branche produttive, e in particolar modo dei servizi privati. Al riguardo, mentre tale settore nel complesso ha subito una riduzione di valore aggiunto del 9,7%, il comparto delle attività professionali, scientifiche, tecniche e amministrative è calato del 10,5%, quello delle attività artistiche, di intrattenimento e divertimento del 14,9%, e quello del commercio, trasporti, alloggio e ristorazione del 16,6%. All'interno di tali aggregati le perdite più cospicue sono state quelle realizzate da alloggio e ristorazione [-41%], arte e spettacoli

>>>

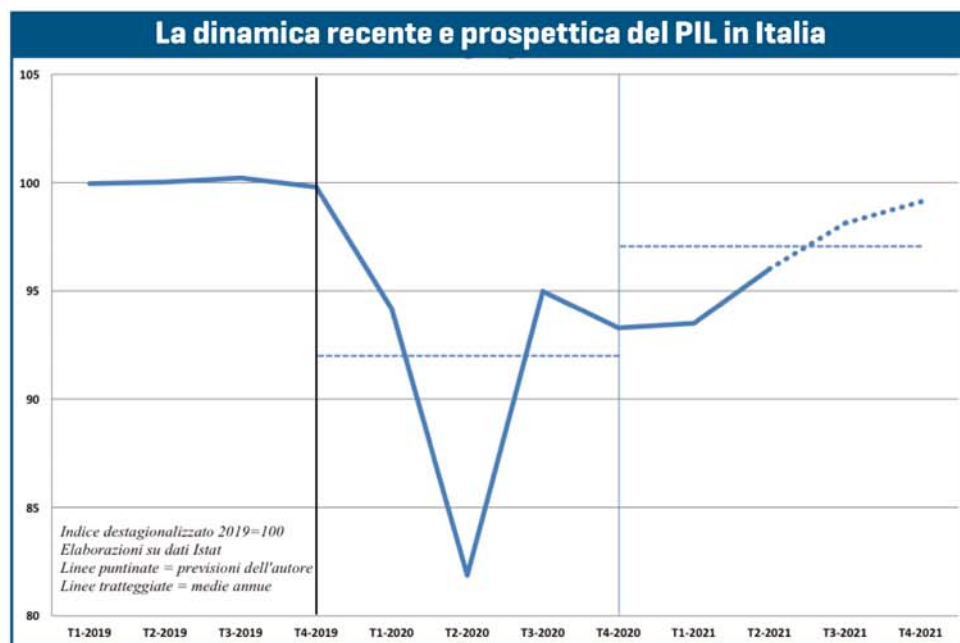


**Carluccio Bianchi**

Nato ad Alessandria nel settembre del 1949, il professor Carluccio Bianchi è docente di Macroeconomia dell'Università del Piemonte Orientale. Laureato in Economia e Commercio all'ateneo di Pavia, ha successivamente conseguito un Ecominc Tripos a Cambridge, e nel corso della sua carriera ha ricoperto diversi incarichi di prestigio: dopo una lunga esperienza all'Università di Pisa prima e all'Università di Parma poi, a partire dall'anno accademico 2006-2007 e per i due trienni successivi è stato preside della Facoltà di Economia all'Università di Pavia. Al suo attivo numerose pubblicazioni scientifiche. Da marzo 2020 racconta per Il Piccolo l'andamento della pandemia attraverso i numeri.

[-26%], trasporti e magazzinaggio [-18%], attività amministrative e di supporto [-16%]. Con riferimento invece all'industria in senso stretto, sebbene il settore abbia globalmente registrato una diminuzione di valore aggiunto appena superiore a quella del PIL [-10,9%], in linea con l'esperienza storica delle fasi cicliche, tuttavia per alcuni comparti produttivi le perdite sono state particolarmente marcate: tra questi sono degni di nota la raffinazione di prodotti petroliferi [-45%], l'industria tessile [-23%], la fabbricazione

di macchinari e attrezzature e quella di mezzi di trasporto [-15% per entrambi i comparti]. Si è rivelata invece soddisfacente la tenuta dell'edilizia, la cui riduzione di valore aggiunto si è limitata al 6,4%. Un andamento analogo ha caratterizzato il settore agricolo [-6,3%]. Dal punto di vista della dinamica temporale del livello di attività economica, le maggiori cadute si sono verificate nel primo e secondo trimestre dell'anno, come si può facilmente osservare nel grafico sottostante.



In particolare nel primo trimestre del 2020 il PIL è caduto del 5,6%, mentre nel secondo, periodo di massima intensificazione delle restrizioni, la riduzione è stata pari al 13,1%; nel terzo trimestre, invece, in seguito all'allentamento delle restrizioni, il PIL è rimbalzato del 16%, per poi denotare infine nel quarto trimestre un nuovo calo dell'1,8%, causato dalla seconda ondata del virus.

Il grafico permette altresì di illustrare l'evoluzione economica dell'anno in corso, alla luce dei dati a consuntivo dei primi due trimestri e delle previsioni più verosimili per la seconda parte dell'anno. Nel primo trimestre 2021, a causa delle restrizioni ancora presenti, il PIL è rimasto pressoché stazionario sui livelli di fine anno precedente, denotando un debolissimo incre-

mento [+0,2%], dovuto soprattutto al cattivo andamento del settore dei servizi privati, mentre industria e costruzioni hanno mostrato rispettivamente una sostanziale tenuta e una confortante ripresa. Con il venir meno delle restrizioni, grazie soprattutto al procedere della campagna vaccinale, il rimbalzo del PIL è stato invece assai consistente nel secondo trimestre [+2,7%], ed è proseguito nel terzo, nel quale si stima una variazione congiunturale del 2,2%, anche grazie all'ottima performance delle attività legate al turismo durante la stagione estiva. Nel trimestre finale dell'anno si sconta infine una minore dinamica del PIL [+1%], in conseguenza sia del venir meno degli effetti di rimbalzo produttivo, sia di alcune difficoltà incontrate dalle imprese nell'approvvigionamento di materie prime, i cui prezzi peraltro sono pa-

recchio aumentati. In complesso, nella media di quest'anno, il PIL italiano potrebbe segnare un incremento del 6,2%, in misura quindi superiore a quella stimata dal Governo nell'ultima Nota di Aggiornamento al DEF appena presentata al Parlamento.

Sono ora soprattutto i servizi privati a sostenere la crescita produttiva, e all'interno del settore si tratta proprio di quegli stessi comparti che più avevano contribuito alla recessione del 2020. Vale tuttavia la pena di osservare che la crescita in atto è in gran parte riconducibile, per il 2,4%, ossia per circa il 40% del totale, all'effetto di trascinamento ereditato dall'anno precedente, proprio in considerazione del fatto che il livello del PIL nella prima parte del 2020 era molto basso; se ne ricava che la crescita che si realizzerà in corso d'anno sarà del 3,8% circa. Nonostante tale risultato sia soddisfacente, e superiore a ogni aspettativa, tuttavia a fine 2021 il PIL non avrà ancora raggiunto il livello pre-recessione, il che accadrà verosimilmente, in assenza di eventuali recrudescenze pandemiche, nella prima parte del 2022. Inoltre il livello del PIL attuale rimane ben al di sotto di quello raggiunto prima della Grande Crisi Finanziaria Globale, approssimativamente del 5%, cosicché, per ritornare a quei valori, occorrerà attendere il 2023, e l'attuazione del Recovery Plan, confidando sempre in una piena efficacia della campagna vaccinale e delle misure di prevenzione dei contagi.

Con riferimento all'economia piemontese, l'impatto della crisi è stato lievemente più accentuato che nella media nazionale, con una caduta del PIL nel 2020 dell'ordine del 9,3%. Hanno contribuito a tale risultato diversi fattori: a) una più intensa diffusione del virus, sia durante la prima ondata, quando l'epidemia era principalmente circoscritta alle regioni del Nord, sia durante la seconda, quando la diffusione dei contagi ha coinvolto l'intero Paese, ma in maniera più intensa ancora una volta le regioni settentrionali; b) misure di lockdown collegate all'intensità dei contagi che nella prima ondata hanno interessato in regione una quota più elevata di imprese e lavoratori rispetto alla media nazionale (circa 3% in più), e nella seconda hanno comportato in Piemonte vincoli alla mobilità e chiusure delle attività commerciali e ricettive molto più stringenti, con l'istituzione di zone "rosse" o "arancione"; c) una maggiore apertura regionale agli scambi internazionali (circa 9% in più di quota delle esportazioni sul PIL rispetto alla media del Paese), che ha determinato una più consistente contrazione delle esportazioni; d) una maggiore incidenza sul valore aggiunto complessivo dell'industria manifatturiera (circa 6% in più della media italiana), e al suo interno dei settori produttivi più colpiti dalla crisi (come il settore tessile, quello automobilistico,

quello della fabbricazione di macchinari e apparecchiature); e) una maggiore incidenza sul PIL regionale (per più di tre punti percentuali rispetto alla media italiana) degli investimenti fissi lordi, una componente della domanda aggregata che ha subito, insieme alle esportazioni, la più consistente flessione durante la crisi; f) un rallentamento produttivo che in regione era già più accentuato nell'ultimo trimestre del 2019, il che ha lasciato in eredità al 2020 un effetto di trascinamento più negativo (per almeno un punto percentuale).

Dal punto di vista dell'evoluzione congiunturale, in conseguenza delle specificità regionali appena illustrate, e sulla base dei dati forniti dalla Banca d'Italia, la flessione produttiva del 2020 è risultata in Piemonte più intensa della media nazionale nei primi due trimestri dell'anno, e soprattutto nel secondo, con un rimbalzo produttivo più consistente nel terzo trimestre, grazie alla ripresa dell'industria, ma con una nuova caduta del livello di attività nel quarto trimestre, che non si è neanche potuto giovare dei benefici tradizionalmente connessi alle attività sciistiche invernali, le cui attività sono state sospese.

Con riferimento all'anno in corso, invece, l'economia piemontese beneficerà, come quella del Paese nel complesso, di cui rappresenta del resto circa l'8%, del recupero produttivo in atto, sotto la spinta degli investimenti in macchinari e soprattutto in costruzioni, delle esportazioni e dei consumi delle famiglie, conseguente all'allentamento delle restrizioni sulla mobilità e all'incremento di occupazione e reddito disponibile. Ne trarrà profitto soprattutto l'industria, il cui valore aggiunto dovrebbe crescere intorno al 12%, raggiungendo così già a fine anno i livelli pre-crisi, nonostante una flessione del comparto automobilistico registrata nei mesi estivi. Si è già osservato in precedenza, tuttavia, che il traino maggiore all'espansione economica in atto è determinato dai servizi privati, e in particolare da commercio, trasporti, alberghi e ristoranti, nonché turismo, arte e spettacoli, comparti la cui incidenza in regione è meno marcata.

Se ne ricava la conclusione che, sebbene le dinamiche produttive di industria e servizi tendano a bilanciarsi, tuttavia la seconda finirebbe col prevalere sulla prima, data la sua maggiore intensità e la più elevata incidenza del terziario sul valore aggiunto complessivo. In tal modo il PIL piemontese, nella media di quest'anno, dovrebbe far registrare una crescita ancora un po' inferiore a quella italiana, nonostante il maggiore recupero produttivo del secondo trimestre, più che compensato però da un minore slancio congiunturale nell'ultima parte dell'anno. ■



# Costruiamo l'economia circolare con il trattamento dei rifiuti industriali



■ Il Piano nazionale di Ripresa e Resilienza costituisce una grande opportunità per accelerare la transizione verde in Italia. Al suo interno, la Missione 2 su "Rivoluzione Verde e Transizione ecologica" dispone della maggior quantità di risorse, con 59,47 miliardi di euro assegnati, e nel capitolo sull'economia circolare pone al centro la questione del ciclo dei rifiuti. A che cosa dovranno servire queste risorse?

«Nel Pnrr, per quanto riguarda la gestione dei rifiuti, viene sottolineata la carenza di dotazione impiantistica e gestionale del nostro Paese – spiega **Angelo Riccoboni** (nella foto in alto), Presidente di Grassano Spa, società che a Predosa gestisce una piattaforma di trattamento dei rifiuti speciali – e la necessità di creare una rete integrata di impianti di raccolta e trattamento che oggi ancora non esiste per una debolezza complessiva della governance nella gestione dei rifiuti. Questo non significa – continua – che l'Italia sia poco performante nei processi di recupero di materia. Al contrario, i dati ufficiali del 2019 sulla gestione dei rifiuti speciali certificano che da noi l'80,8% viene già avviato a forme di recupero. Un recente studio che raffronta la gestione dei rifiuti da attività economiche nei principali Paesi europei manifatturieri ha concluso che in Europa siamo primi nel recupero di materia (79,3%) e insidiamo la leadership della Francia per tasso di circolarità ovvero la quota percentuale di materiale recuperato e reimmesso nell'economia sul totale di materia (rispettivamente 20% e 19,5%). Ci sono però dei settori a forte valore aggiunto in cui l'Unione Europea ci chiede di migliorare in fretta i target di riciclo e poi scontiamo un deficit di impianti di trattamento e smaltimento finale per gestire in maniera sicura ed efficace il fine vita di quella frazione di rifiuto che non può più essere avviata a recupero».

## ■ Come si potrebbe fare?

«In Grassano lavoriamo già al fianco di diversi consorzi obbligatori raccogliendo e trattando rifiuti complessi come oli minerali esausti, batterie da autotrazione, oli e grassi animali e vegetali, con ottimi risultati per l'avvio al recupero di materia. Affinché l'economia circolare si affermi, è necessario imparare da questi casi di successo e strutturare nuove filiere del recupero, che siano in grado di generare materie prime seconde di alta qualità a costi contenuti, per convincere le imprese a preferirle nelle produzioni industriali dove possibile a materie prime vergini».

## ■ Quindi dobbiamo cambiare il nostro modo di intendere i rifiuti: da scarto a risorsa?

«Esattamente, in Italia abbiamo ancora della strada da fare ed infatti produciamo in media una quantità maggiore di rifiuti da attività economiche ogni 1000 euro di PIL rispetto a Spagna, Francia e Germania che sono evidentemente più bravi di noi nel recupero di scarti di lavorazione. La soluzione è non avere paura delle novità, investire nella ricerca e vedere in ogni tipologia di rifiuto una possibile risorsa che dobbiamo imparare a sfruttare meglio. Noi in Grassano, infatti, abbiamo già un laboratorio chimico che si occupa di migliorare i processi di produzione del rifiuto ma stiamo avviando un programma più ambizioso di collaborazione con enti di ricerca esterni per creare sinergie tra la ricerca di base e i possibili ambiti di applicazione in chiave industriale».

# La ripresa economica post-pandemia? Si misurerà su giovani e donne

Il 29 gennaio 2020 una coppia di turisti cinesi in visita a Roma risulta positiva al Coronavirus SARS-CoV-2, è il primo caso accertato sul territorio italiano. Dopo poco la situazione peggiora e il 9 marzo 2020 viene decretato il lockdown nazionale [ma l'Italia è solo il primo tra i paesi occidentali]. Le ripercussioni economiche della pandemia non erano allora neppure lontanamente immaginabili nei termini in cui si evidenziarono in seguito: il PIL italiano nel 2020 ha subito una contrazione dell'8,9%; -7,9% in Francia; -4,6% in Germania; -10,8% in Spagna, in base ai dati Eurostat.

La crisi sanitaria e la conseguente crisi economica hanno avuto pesanti impatti anche sotto il profilo sociale e nelle relazioni tra i paesi, ponendo alle nazioni sfide senza precedenti, che hanno evidenziato i punti di forza e le fragilità delle diverse comunità.

In Italia, da tempo emerge come problematica la scarsa produttività del sistema produttivo e in molti sottolineano la necessità di intervenire efficacemente sui fattori ancillari alla sua crescita, quale, ad esempio, la scarsa diffusione della banda larga, che nel 2019 raggiungeva il 74,7% delle famiglie [contro il 90% della media UE-27], con divari notevoli tra aree [urbane vs metropolitane] e tra territori [Centro-Nord e Sud]. L'indagine DESI 2020 [Commissione Europea] pone il nostro Paese all'ultimo posto in Europa per l'uso di Internet e delle competenze digitali.

La pandemia ha anche esasperato i problemi del mercato del lavoro, peggiorando le condizioni delle fasce già da tempo penalizzate, ossia donne e giovani. L'Italia mostra il più alto tasso di popo-

lazione in età giovanile che non studia, non lavora, non partecipa a percorsi di formazione [i cosiddetti NEET]. Il che comporta essere ai margini della società e dover posporre [quando non abbandonare] molti progetti di vita, con conseguenze estese a tutta la collettività. Il Paese ha infatti un tasso di fertilità - 1,3 figli per donna nel 2018 - tra i più bassi d'Europa e l'invecchiamento della popolazione rallenta la transizione dei giovani verso il lavoro. Nella fascia di popolazione 15-29 anni la quota di NEET nel 2020 è pari al 23,3% - due milioni di persone -, in aumento dal 22,1% del 2019; in Europa l'Italia è al vertice di questa classifica.

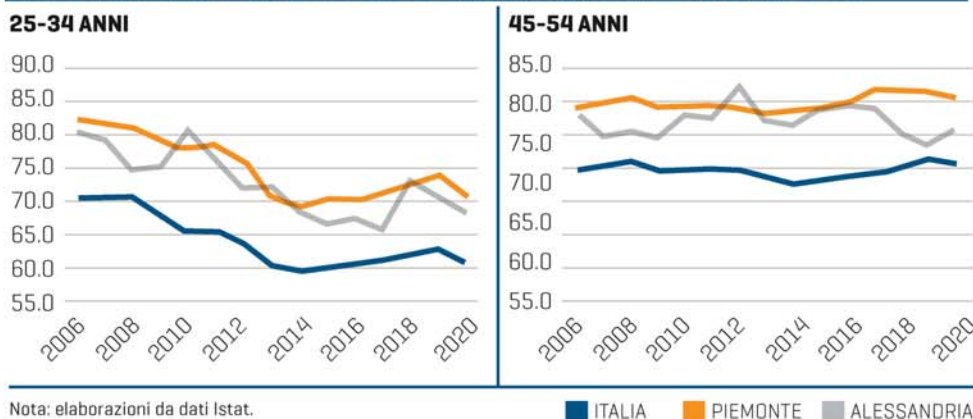
Entrando in maggior dettaglio, la Figura 1 mostra il tasso di occupazione per due fasce d'età, i 25-34enni e i 45-54enni, confrontando Italia, Piemonte, e la provincia di Alessandria. Sia le crisi economico-finanziarie, che quella pandemica, hanno colpito soprattutto la fascia più giovane della popolazione. Il tasso di occupazione dei 25-34enni cala dal 62,5% del 2019 al 60,7% del 2020, mentre per i 45-54enni la flessione è più contenuta, passando dal 73,2% al 72,8%. Nella relazione 2020 della Banca d'Italia questo esito viene imputato alla maggior precarietà dei contratti siglati da molti giovani prima della crisi. In provincia di Alessandria il tasso di occupazione delle persone tra i 45 e i 54 anni è addirittura aumentato dal 2019 al 2020: i primi effetti della ripresa hanno probabilmente favorito soprattutto le persone più mature; mentre lo stesso indicatore, riferito ai 25-34enni è in riduzione marcata, già dal 2018. >>>



**Eliana Baici**

È ordinario di Politica Economica dell'Upo. Dopo la laurea in Economia, all'Università Cattolica di Milano, prosegue gli studi presso l'Università di Oxford [GB], dove consegue il Master of Philosophy in Economia con una tesi sulle dinamiche salariali e si specializza sui temi dell'Economia del Lavoro. La sua attività di ricerca si concentra sulle problematiche relative all'Economia dell'Istruzione e al ruolo del capitale umano e sociale nello Sviluppo Locale e, di recente, sul sistema agroalimentare. Alla carriera universitaria affianca esperienze di collaborazione con centri di ricerca [Istituto per la Ricerca Sociale di Milano, IRES Lombardia, International Labour Office Geneve] e istituzioni pubbliche e private [Comune, Provincia e Camera di Commercio di Novara; Centro Intermodale Merci]. Ha fatto parte del Consiglio di Amministrazione della Banca Popolare di Novara e di altre società del Gruppo Banco Popolare. È presidente dell'Organismo Indipendente di Valutazione dell'Azienda Ospedaliera Universitaria di Novara e del Comitato Territoriale della Banca Popolare di Novara.

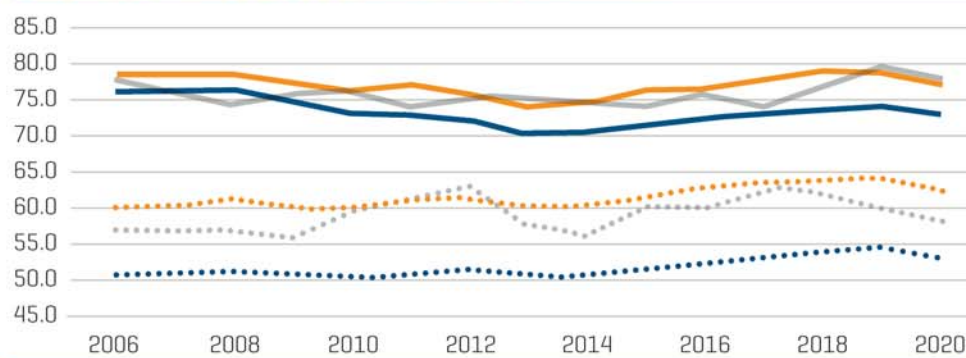
**FIGURA 1 - TASSO DI OCCUPAZIONE PER ALCUNE CLASSI D'ETÀ**





Una seconda questione su cui concentrare l'attenzione è lo storicamente basso tasso di occupazione femminile, che, però negli anni più recenti ha mostrato segnali di recupero (Figura 2), salvo calare nuovamente, ed in misura più consistente di quello maschile, tra il 2019 e il 2020. Infatti, per i maschi la riduzione è pari a 0,8 punti percentuali (dal 73,4% al 72,6%), mentre per le donne è di 1,1 punti percentuali, passando dal 53,8% del 2019 al 52,7% del 2020. Il risultato è da ascrivere alla maggiore presenza femminile nei settori particolarmente colpiti dalla crisi pandemica, quali ad es. servizi e turismo. In provincia di Alessandria il quadro è ancora più negativo, in confronto alla media regionale, con un tasso di occupazione femminile pari al 57,5% nel 2020 rispetto al 61,8% del Piemonte.

**FIGURA 2 - TASSO DI OCCUPAZIONE PER GENERE**



Nota: elaborazioni da dati Istat. Tasso di occupazione nella fascia d'età 20-64 anni.

..... ITALIA DONNE    ..... PIEMONTE DONNE    ..... ALESSANDRIA DONNE  
 ——— ITALIA UOMINI    ——— PIEMONTE UOMINI    ——— ALESSANDRIA UOMINI

In conclusione, la crisi pandemica rappresenta una sfida per molte economie, ma può risultare anche un'opportunità. L'Italia ha dimostrato notevole resilienza e l'attuale congiuntura lascia intravedere buone prospettive di ripresa. La vera partita si giocherà però rispetto alle capacità del Paese di ritornare a crescere su solide basi. Per il mercato del lavoro, l'obiettivo è quello di incidere sui problemi più annosi, risolvendone alcuni amplificati dalla pandemia: la bassa partecipazione giovanile e femminile. Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) è una grande occasione per indirizzare il Paese verso una traiettoria di crescita sostenibile, che potenzi la coesione sociale, consentendo anche alle componenti meno presenti nel mercato del lavoro di contribuire più attivamente che in passato all'ammodernamento del nostro Paese. ■

# Economia italiana e digitalizzazione

Dopo il fortissimo calo registrato nel 2020, l'economia italiana ha, come in molti altri Paesi, mostrato una decisa ripresa e per il 2021 ci si attende una crescita del PIL, secondo le più recenti stime dell'ISTAT, pari al 4,7%. La buona notizia è che il tasso di crescita atteso è superiore alla media europea, fatto insolito per l'Italia. Non bisogna, però, farsi ingannare dalle percentuali: solo a cavallo tra il 2022 e il 2023 sarà possibile recuperare il terreno perduto nel 2020 in termini di valori assoluti. Per ora la crescita è principalmente trainata dagli investimenti, mentre i consumi – elemento essenziale per il mantenimento di una performance solida nel medio periodo – mostrano ancora dati interlocutori. La sostenibilità della crescita economica per l'Italia, con una semplificazione estrema è legata a due fattori:

L'aumento del reddito disponibile per le famiglie, tema dolente da lungo tempo. In Italia, a differenza degli altri principali paesi dell'area Euro, l'impatto della crisi del 2008 non è mai stato superato.

Anche prima della recessione causata dalla pandemia, i livelli di reddito pro capite erano più bassi rispetto al 2007. Le misure di sostegno all'economia varate dal governo – complice anche il fatto che la recessione ha colpito maggiormente i lavoratori già più deboli – non sono bastate per evitare una contrazione del reddito reale familiare pro capite.

Secondo l'OCSE, nel secondo trimestre 2020 l'indicatore chiave per valutare il benessere di un nucleo (reddito al netto di tasse e contributi e integrato di benefit e sussidi) è crollato del 7,2%, mentre negli altri Paesi sviluppati è addirittura aumentato in media del 5,3%, anche grazie agli aiuti statali. Al di là dell'evoluzione del PIL nel suo complesso, nessuna ripresa stabile può prescindere da una radicale inversione di tendenza, che implica interventi di medio termine sulla politica industriale, sulle dinamiche salariali e sul sistema dei sostegni all'occupazione.

La crescita della produttività (PIL per ora lavorata), anche questa stagnante da oltre vent'anni. Come sottolinea il bollettino statistico del Centro Studi di Fondazione Ergo, nel periodo 1995-2016 la produttività italiana è cresciuta mediamente a un modesto tasso annuo dello 0,3%. In merito a quest'ultimo punto, tra le varie sfide sarà centrale l'impegno per accrescere il livello di digitalizzazione dell'economia italiana, tema cui sono dedicate oltre il 20% delle risorse del

PNRR finanziato con i fondi europei del programma Next Generation EU. L'Italia non parte, purtroppo, da una posizione favorevole.

Il Digital Economy and Society Index della Commissione Europea monitora una serie di parametri per misurare il livello di digitalizzazione dei paesi europei in cinque macro aree: connettività (25% dell'indice), competenze digitali (25%), uso di Internet da parte dei singoli (15%), integrazione delle tecnologie digitali da parte delle imprese (20%) e servizi pubblici digitali (15%).

L'Italia risulta in 25° posizione su 28 Stati membri dell'UE, davanti solo a Romania, Grecia e Bulgaria. Il punteggio italiano è di ben 9 punti inferiori alla media UE (43,6 vs 52,6).

Purtroppo non sorprende che, considerando la composizione dell'indice DESI, la dimensione "Competenze digitali" ottenga un punteggio molto basso, tanto da portare l'Italia a collocarsi all'ultimo posto nell'UE. Infatti, dai dati riferiti al 2019, solo il 42% delle persone (tra i 16 e i 74 anni) possiede almeno competenze digitali di base (58% in UE, 70% Germania); solo l'1% dei laureati italiani è in possesso di una laurea in discipline ICT, il dato più basso nell'UE (3,6% in UE, 4,7% in Germania).

Al basso livello di competenze digitali corrisponde un altrettanto basso "Uso dei servizi Internet". In questa dimensione, l'Italia risulta al 26° posto e il gap con il resto dell'UE è particolarmente evidente: il 17% delle persone non ha mai utilizzato Internet (9% in UE, 5% in Germania); solo il 48% utilizza servizi bancari online (66% in UE e in Germania). Tale dinamica si riflette anche sulle imprese: nella dimensione "Integrazione delle tecnologie digitali da parte delle imprese", l'Italia si pone ben al di sotto della media UE, al 22° posto su 28 paesi. Le imprese italiane presentano ritardi soprattutto nel commercio online: solo il 10% delle PMI italiane vende online (18% in UE, 17% in Germania) e, sul totale del fatturato delle PMI, solo l'8% è realizzato online (11% in UE, 10% in Germania).

Per vincere la sfida, per l'Italia come per la nostra realtà cittadina, è necessario rimettere al centro del dibattito politico il tema della crescita generale del benessere economico, non guardando solo ad indicatori aggregati, e concentrare le risorse sullo sviluppo del bene più prezioso per una crescita economica sostenibile: la competenza e la preparazione dei cittadini. ■



**Carlo Frati**

Classe 1976, alessandrino, Carlo Frati è oggi Cfo di Banca Consulia. Dopo gli studi al liceo classico "Plana", si laurea in Economia all'Università "Bocconi" di Milano. Entra in McKinsey nel 2000, ne esce come partner nel 2016. E' stato anche amministratore delegato di Capital Shuttle Spa, membro del board della start-up Brain D Tech e membro del board direzionale di Bio4Dreams.



## INSIEME ENERGIA VITALE

ACOS SPA è la holding industriale del Gruppo ACOS che detiene il controllo in società di servizi che operano nei settori della:

- commercializzazione del gas naturale e dell'energia elettrica **ACOS ENERGIA** S.p.A.
- distribuzione del gas naturale **RETI** S.r.l.
- gestione calore ed efficientamento energetico **ACOSì** S.r.l.
- gestione del Servizio Idrico Integrato S.I.I. **GESTIONE ACQUA** S.p.A.
- raccolta e trasporto dei rifiuti solidi urbani **GESTIONE AMBIENTE** S.p.A.
- gestione impianti sportivi **ANEMOS** S.S.D. a R.L.

FONDAZIONE ACOS  
per la cultura

■ Interpretando i valori di responsabilità sociale d'impresa connessi al rilevante ruolo economico, sociale ed occupazionale nel territorio in cui opera, Acos Gruppo ha costituito "Fondazione Acos per la cultura". Tra gli obiettivi statutari della Fondazione, la promozione dei valori caratteristici del Gruppo: la cultura e il merito, con iniziative volte a favorirne la diffusione soprattutto presso le nuove generazioni.





**GIORGIO PAFUMI AD ACOS SPA**



## «La sfida del climate change la stiamo già affrontando nei fatti»

### ● Il 2021 è il suo primo anno pieno al vertice del gruppo ACOS: si aspettava tanta complessità?

Devo essere sincero? – provi – non a questi livelli. Sono sei le società controllate da ACOS Spa e a complicarne la gestione c'è il fatto che, pur essendo Acos controllata dal pubblico, deve agire anche con logiche di mercato. I nostri dirigenti, compreso il sottoscritto, devono confrontarsi con un panorama normativo alquanto complicato e talora contraddittorio di disposizioni proprie del diritto privatistico, amministrativo e speciale.

### ● Cioè?

Un esempio per tutti: Gestione Acqua. Norme attuative e tariffe sono stabilite dallo Stato che ha delegato ad ARERA, in particolare, il compito di normare anche tariffariamente il servizio idrico integrato e monitorare la qualità dei servizi resi. Dentro la tariffa stabilita dell'acqua al metro cubo ci devono stare i costi di gestione, gli stipendi del personale, il controllo di oltre 2.300 km di reti di acquedotto su 71 comuni, gli ingenti investimenti per il rifacimento delle infrastrutture idriche obsolete. Quindi gestire e ammodernare tutte le fasi del ciclo idrico integrato, dalla captazione sino alla depurazione dei reflui di fogna. Quest'ultimo poi è il ciclo più complesso, che necessita di tecnologie e investimenti importanti.

### ● Investimenti quanto “importanti”?

Per restituire ai fiumi e alle falde acqua pulita sono necessari, nel solo ambito da noi gestito, ben 23 impianti di depurazione e 399 impianti minori. Abbiamo realizzato il più moderno laboratorio di analisi delle acque potabili e reflue, l'unico accreditato dall'ente di certificazione Accredia in tutto l'Egato6 con ben 55.700 parametri/anno analizzati, tracciati e certificati. In breve, per distribuire acqua potabile costantemente controllata e restituirla depurata all'ambiente, Gestione Acqua tra il 2012 e il 2017 ha investito 28 milioni di euro, mentre il piano di investimenti dal 2018 al 2034 ammonta a 120 milioni di euro, di cui 25 milioni già realizzati nel triennio 2018-2021.

### ● Sembra difficile far quadrare i conti con tariffe imposte.

I servizi di Gestione Acqua sono richiesti – e qui ritorniamo alle logiche del mercato – da molte aziende private che hanno bisogno del trattamento e della depurazione dei loro reflui di lavorazione dalla cui remunerazione (28% del fatturato) si genera un significativo valore aggiunto che contribuisce a quegli investimenti di cui però beneficiano il territorio e i suoi abitanti. Ma Gestione Acqua produce e vende anche 818.000 kWh di energia idroelettrica generata dalle proprie turbine. Anche qui siamo sul mercato li-

bero. Stesso discorso per Gestione Ambiente che, oltre a svolgere l'attività istituzionale di cui è concessionaria, ha saputo ritagliarsi spazi di business sul mercato libero che attualmente costituiscono il 20% del fatturato complessivo. E Acos Energia, totalmente in regime di mercato libero, oltre che operare sul mercato del consumo domestico, ha intessuto solidi rapporti commerciali con molte aziende del territorio grandi consumatrici di energia che si fidano della qualità del servizio offerto. E qui mi fermo che di complessità credo ce ne sia abbastanza.

### ● Nonostante le complessità di gestione, come definirebbe lo stato di salute del Gruppo Acos?

La nomea e la serietà del gruppo Acos sono sempre state apprezzate al pari dei risultati gestionali.

I risultati economici confermano un trend in crescita sin dal '96, primo anno di operatività della neocostituita Azienda Consortile Pluricomunale. Ma sono i numeri a parlare, col bilancio 2020 il patrimonio netto dai 15 milioni di euro del '96 si è assestato gradualmente ai 40 milioni di euro attuali.

### ● Come è stato possibile arrivare a 51 milioni di patrimonio?

Nel nostro caso, l'efficienza di maestranze e manager e l'attenta e condivisa politica di gestione della distribuzione del dividendo con la Proprietà hanno permesso quel rafforzamento patrimoniale che consente alla società di guardare con serietà alle sfide gestionali future.

### ● Quali sono le sfide future che attendono Acos?

L'acquisizione di expertises a livello tecnologico e operativo nella filiera del riciclo dei rifiuti, il rafforzamento e l'ampliamento dei territori per la vendita del gas, più strette sinergie operative con il partner industriale, l'acquisizione di esperienza tecnologica nello sviluppo di reti di teleriscaldamento «non» tradizionali: geotermia e in generale fonti rinnovabili. A questo proposito Acosi ha realizzato proprio a Novi il primo e più grande progetto in provincia di condominio scaldato e raffreddato con energia geotermica. Sempre Acosi già produce e vende sul mercato 1.842.000 kWh di energia elettrica prodotta da fotovoltaico e attualmente è leader sul territorio come general contractor del bonus 110% per l'efficientamento energetico con 32 cantieri attivi. Insomma la sfida del climate change la stiamo già affrontando nei fatti. Lo dobbiamo a quella piccola parte del pianeta in cui viviamo, agli oltre 400 tra dipendenti e personale indiretto del Gruppo Acos, e lo ritengo un dovere verso le nuove generazioni e verso la fama di Acos che ha sempre saputo innovare cogliendo le sfide poste dal presente.





## Alessandra Rosso

Nata a Casale Monferrato il 21 giugno 1969, si è laureata nel 1993 in Matematica con tesi in Matematica Finanziaria e nel 2018 in Economia e Commercio Scienze Bancarie e Assicurative. Ha ottenuto la certificazione europea EFP [European Financial Planner] e quella di "Consulente Patrimoniale" dall'Università Cattolica nel 2018. CTU del Tribunale di Vercelli è autrice di due libri: "Spunti per meglio difendersi nel mondo della finanza" [2014] e "Gallina vecchia fa buon brodo, riflessioni sul passaggio generazionale" [2018].

## L'ANALISI | ALESSANDRA ROSSO

# La nuova normalità (anche nel mondo della finanza)

Affermare che il Covid ha cambiato il mondo non è un modo di dire ma è la realtà, anche per quanto riguarda la finanza e quindi il modo di investire.

Prima della pandemia, infatti, c'era molta più carta e gli incontri di persona erano quasi all'ordine del giorno. Di colpo, i contatti sono diventati rischiosi, ecco che per quanto riguarda le transazioni c'è stata un'accelerazione verso i pagamenti con carte di credito, anzi, ancora più in là, fino ad utilizzare smartphone per evitare di passarsi di mano le carte di credito e di debito.

Abbiamo vissuto la situazione degli sportelli bancari che ricevevano solo su appuntamento e cercavano di rendere autonomi i propri clienti con l'home banking. Il mondo degli investimenti è cambiato, in particolare alcuni settori hanno preso il sopravvento rispetto agli altri: basti pensare ai farmaceutici, alla robotica, alla tecnologia. D'altronde in un'epoca in cui la salvezza era proprio nelle mani di questi settori, anche il business ha cominciato a guardare proprio lì. Nell'arco di qualche settimana questi settori sono diventati i più gettonati a discapito di altri, come quello energetico.

Questo significa che abbiamo visto impennarsi i settori più legati alla pandemia: quello farmaceutico perché diretto interessato allo studio del vaccino, il settore legato alla tecnologia perché lo smartworking ha fatto da padrone per almeno un anno e mezzo e perché gli acquisti si sono riversati interamente sui siti online, visto che i negozi erano completamente chiusi.

Io stessa ho cambiato il modo di fare cultura finanziaria: i salotti finanziari sono diventati online, l'utilizzo delle piattaforme come zoom, cisco webex, Microsoft Teams e tante altre sono diventate i nuovi luoghi di incontro per riunioni di lavoro, per la cultura finanziaria, per fare ginnastica con un personal trainer o anche solo per fare un semplice brindisi con gli amici di buon auspicio per una vicina vittoria dell'umanità contro il Covid e un ritorno alla normalità.

Ritorno alla normalità? Siamo arrivati ad una NUOVA normalità: si pensi solo a tutte quelle situazioni di lavoro che effettivamente possono

essere svolte da casa: questo implica meno inquinamento per gli spostamenti, meno costi per l'azienda che potrà avere uffici o stabilimenti ridotti e il risparmio di tempo relativo agli spostamenti.

Anche gli appuntamenti con i miei clienti investitori sono approdati ad una nuova normalità: spesso ormai ci vediamo online, condividiamo l'andamento degli investimenti, prendiamo decisioni che saranno confermate da remoto. La pandemia ha fatto riflettere su diversi temi, in particolare sul sostenibile che riguarda l'ambiente, il sociale, la buona governance. Queste tre parole coinvolgono molteplici temi, dal risparmio dell'acqua al riciclo dei rifiuti, dalla fame nel mondo allo sfruttamento minorile e molti altri.

C'è stata una crescita esponenziale di investimenti finanziari legati a questi temi. Sicuramente, come tutti gli eventi, anche la pandemia ha avuto lati positivi. Per quanto riguarda i mercati finanziari che a metà marzo 2020 erano scesi oltre il 30% ci sono state opportunità di acquisto a prezzi di saldo. Durante le mie piccole lezioni di finanza online ricordo che predicavo di comprare a quei prezzi! Come al solito l'emotività frenava la maggior parte dei risparmiatori che temevano che finisse il mondo, che azioni, obbligazioni, titoli di stato potessero collassare miserabilmente riducendo i loro risparmi in carta straccia. C'era chi diceva che stava ad aspettare che cominciasse a risalire per paura di comprare e di vedere i mercati scendere ancora. Il fatto è che un mercato crollato oltre il 30% è come un treno che riparte da un momento all'altro: o ci sei sopra o altrimenti lo perdi. Marzo 2020 ha proprio rappresentato questo.

Ogni essere umano ha questa fragilità in quanto è umano: risulta essere molto difficile far vincere il cervello, la razionalità contro l'emotività. L'unica soluzione, altre proprio non ce ne sono, è di avere al fianco un professionista competente che sappia governare il timone anche, ma io direi soprattutto, quando il mare dei mercati finanziari ha onde così grandi da poter rovinare miserabilmente qualunque progetto di vita dei risparmiatori se non viene fatta la scelta giusta. ■

# L'economia post-Covid e la sfida della crescita duratura

“ Non deve essere un vincolo, ma una opportunità

In questi giorni le stime di crescita del Paese si muovono al rialzo, intorno al 6% per quest'anno, a fronte del 4,5% ipotizzato in primavera, la produzione industriale torna ai livelli pre-pandemia e l'occupazione sembra ripartita pur se il 75% dei nuovi occupati lo è a tempo determinato. Questa crescita che abbiamo davanti però è un rimbalzo legato alla forte contrazione dell'economia italiana registrata lo scorso anno in piena pandemia (PIL -8,9%). Anche sul fronte della crisi delle imprese la situazione attuale sembra relativamente tranquilla; nonostante il covid e il fatto che i primi sei mesi del 2021 abbiano segnato rialzi nelle chiusure d'impresa, il numero delle procedure concorsuali rimane ancora distante dai livelli pre-covid (4.976 procedure aperte da gennaio a giugno 2021; -12,9% vs 1h 2019). Tuttavia la fine degli strumenti straordinari posti in essere (divieto dei licenziamenti, finanziamenti garantiti dallo Stato, moratorie, rivalutazioni degli attivi, sospensione degli ammortamenti, ecc.) toglieranno il velo da questa apparenza di tranquillità e con la cancellazione di questi strumenti eccezionali sarà normale vedere un incremento del ricorso a procedure concorsuali con un effetto anche sul tasso di disoccupazione. Alcuni settori come il turismo, la ristorazione o i trasporti sono stati colpiti in modo più duro durante la pandemia rispetto ad altri, il ritorno alla normalità avrà dunque un immediato risvolto positivo sulla loro ripresa; altri settori come quello del commercio potrebbero avere maggiori difficoltà. Il settore del commercio non solo è stato impattato in modo importante dal lockdown, ma anche dallo stile di vita delle persone che è mutato in modo strutturale: le persone hanno imparato a fare acquisti online, società come Amazon sono cresciute in modo esponenziale e questa propensione perdurerà anche nel post covid perché molti continueranno a fare acquisti online.

Il PNRR porta una grande opportunità di investimento per la crescita, darà grande impulso

alle infrastrutture ed alla riconversione energetica. L'entroterra della provincia di Alessandria, noto anche per logistica potrebbe avere un impatto positivo se riuscirà ad attrarre investimenti per collegare il porto di Genova alla rete dei trasporti verso il nord dell'Europa.

La vera sfida per l'Italia e per tutto il territorio è di fare in modo che la ripresa sia duratura e sostenibile facendo investimenti oculati per il futuro, monitorando e cercando di evitare i rischi congiunturali che si nascondono. Occorre preservare un tasso di crescita di lungo periodo e tenere d'occhio il debito pubblico, che ad oggi non pare un problema, ma in realtà è un ordigno potenzialmente esplosivo. Infatti, fino a quando i tassi di interesse rimarranno bassi, la situazione sembra essere sotto controllo, ma con un incremento dell'inflazione i tassi di interesse ritornerebbero a salire più velocemente di quanto non siano scesi.

Un po' di preoccupazione per questa escalation sta già arrivando dall'incremento del costo delle materie prime, dell'energia e dei containers nonché dalla scarsità dei semiconduttori. Alcuni incrementi potrebbero essere temporanei, come quello delle materie prime legato alla ripartenza, ma se il costo del debito salisse, lo spazio per un incremento della spesa pubblica a supporto della ripresa si bloccherebbe ed un aumento della tassazione diventerebbe indispensabile, pur se al momento scongiurato.

Non dimentichiamo che quando siamo entrati nella crisi pandemica non eravamo ancora usciti dalla precedente crisi finanziaria; la situazione attuale rimane quindi molto delicata e va gestita in modo oculato senza forzature. Le decisioni dell'attuale Governo vanno nella giusta direzione. Uscire prima possibile dalle limitazioni che ci sono state imposte dalla pandemia non è solo una decisione di carattere sociale ma è principalmente la giusta scelta economica. Prima si ritorna alla normalità e più tempo si avrà a disposizione per ripartire prima che riparta l'inflazione.

Come ha detto lo stesso Mario Draghi, serve una prospettiva di crescita economica, produttiva e sociale condivisa per fare in modo che la più grande recessione che stiamo fronteggiando dal dopoguerra si trasformi in una vera opportunità di rilancio per il Paese, la cui crescita non deve essere un vincolo ma una potenzialità. ■



Gianluca Garbi

Alessandrino, laurea in Economia e commercio all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, iscritto all'Ordine dei dottori commercialisti ed esperti contabili, è Ceo del Gruppo Banca Sistema, di cui è fondatore dal luglio 2011, e l'ha portata alla quotazione sul segmento Star di Borsa Italiana nel 2015. È stato Head of Global Public Sector e Head of Capital Market Italy in Commerzbank Corporates & Markets e Presidente di Dresdner Finanziaria in Italia, dal 2007 al 2011. Nominato dalla Commissione Europea membro dell'Esme (European Securities Markets Expert Group) nel 2006. Dal 1998 al 2007, è stato Ad del Gruppo Mts, il Mercato pan-europeo dei Titoli di Stato all'ingrosso, e nel 1997 è stato designato membro del Consiglio degli esperti economici del Ministero dell'economia e delle finanze, come riferimento diretto l'allora direttore generale del Tesoro, Mario Draghi. Ha lavorato in Banque Paribas come Vice President Business Development, e in JP Morgan come Head of Corporate Actions. Garbi è Cavaliere al Merito della Repubblica Italiana; membro del Consiglio Generale Aspen Institute e di Ambrosetti Club; membro della Giunta Assonime.



## VALUTA SUBITO LA TUA AUTO



Hai deciso di vendere la tua auto? Affidati ad un interlocutore serio, affidabile e competente: con 60 anni di storia alle spalle, Gino SPA è presente sul territorio nazionale con 14 sedi tra Piemonte, Lombardia, Liguria e Toscana.

Che tu desideri o meno permutare il tuo usato per acquistare un'altra vettura, il Gruppo Gino è disposto a valutare la tua auto e, dopo un'accurata perizia, acquistarla con pagamento tramite bonifico bancario.

Compila il form e riceverai una valutazione indicativa della tua auto e verrai contattato

per fissare un appuntamento presso una delle nostre 3 sedi dedicate, Cuneo, Asti e Livorno, dove incontrerai il nostro consulente e la tua auto verrà periziata dai nostri esperti.

Accordo raggiunto? L'affare è fatto, e in poche ore la somma pattuita sarà accreditata sul tuo conto!

Cambi idea o la valutazione non ti soddisfa?

Nessun problema. L'appuntamento non rappresenta alcun vincolo o impegno di vendita, e speriamo di rivederti presto tra i nostri affezionati clienti.

**Per maggiori informazioni visita il sito [www.ginospa.com/usato](http://www.ginospa.com/usato)**

# ANALISI LA PROVINCIA

## La crescita adesso non è un sogno: le aziende investono e assumono

di **Roberto Gilardengo**

La produzione industriale riparte. È un dato di fatto testimoniato dai numeri, che in base all'ultima rilevazione ufficiale di Unioncamere Piemonte, che si riferisce al periodo aprile-giugno, parlano di un autentico balzo in avanti: +25,1% rispetto all'analogo trimestre dell'anno precedente, quello caratterizzato da un inevitabile calo di fatturati e di ordini. Se il 2020 si era infatti chiuso con una flessione produttiva media del 5,9% rispetto al 2019 e il primo trimestre di quest'anno aveva già evidenziato nettamente un'inversione di tendenza [+5,0], la crescita fissata dalle cifre a metà del percorso è confortante perché documenta un aspetto indiscutibile: le imprese piemontesi hanno ripreso a lavorare e stanno quasi toccando i livelli pre-covid. In generale, gli ordinativi interni sono aumentati del 17,5, quelli esteri del 33,2, il fatturato totale è salito del 23,3 [con l'estero che tocca quota 30,7]. Il grado di utilizzo degli impianti è stato del 65,1%, contro il 50,2 nel secondo trimestre 2020 e il 68,2 di quello del 2019.

A livello settoriale risultano in ripresa i trend di tutti i comparti. Lo sviluppo più consistente riguarda i mezzi di trasporto [+84,9], seguiti dai metalli [+30,9]. Un dato superiore all'incremento medio regionale caratterizza anche il settore dell'elettricità e dell'elettronica [+26,7]. La meccanica, con una variazione rispetto all'analogo periodo del 2020 del +25,1, si attesta esattamente in linea con la media piemontese, mentre una crescita del 19 viene segnalata dalla filiera del tessile che finalmente, dopo la battuta

d'arresto del 2020 e di inizio 2021, torna nettamente in positivo. Infine, per il comparto della chimica e della plastica la crescita della produzione raggiunge il 13, mentre l'aumento meno elevato viene registrato dal settore del legno e del mobile [+9,7%].

Un andamento che vale, ovviamente, anche per le industrie alessandrine, perché la crescita di giugno interessa tutti i territori. In provincia, spiega il report realizzato dall'Unione delle Camere di commercio, la variazione tendenziale, trainata dal settore orafa e della metalmeccanica, è del +12,8%.

E poi ci sono le assunzioni, altro bel termometro per capire lo stato di salute dell'economia. Sono circa 37.030 i contratti programmati dalle imprese piemontesi per settembre 2021, valore che sale a 102.150 se consideriamo l'intero trimestre settembre-novembre, 44.220 assunzioni in più rispetto allo stesso periodo del 2020 e 22.550 in più dell'intervallo settembre-novembre 2019.

Sono alcuni dei dati incoraggianti, contenuti nel bollettino del Sistema informativo Excelsior, realizzato da Unioncamere e Anpal, che confermano anche per il Piemonte il miglioramento del contesto economico complessivo e la ripresa della domanda di lavoro delle imprese, in linea con l'importante crescita di Pil, export e produzione industriale.

Buoni segnali, dunque, che autorizzano commenti improntati a una comprensibile fiducia ma anche ad alcune considerazioni.

>>>

# ANALISI LA PROVINCIA

L'alessandrino **Gian Paolo Coscia**, presidente Unioncamere, ad esempio, sottolinea come nel trimestre che porta all'estate si registri «un forte rimbalzo della performance congiunturale. Tutti i principali settori economici e tutte le province piemontesi hanno fatto segnare variazioni positive che ci fanno essere ottimisti per il futuro. A patto, però, di sostenere la crescita delle nostre imprese, anche attraverso una profonda semplificazione amministrativa e una strutturale transizione al digitale. Il Pnrr ci darà occasioni importanti, ma molto si può fare anche sul fronte del credito e della finanza soprattutto in un'ottica di apertura all'internazionalizzazione. Temi sui quali le Camere di commercio sono impegnate da anni».

Come accade spesso, la parola passa dunque alla politica, cui gli industriali chiedono da tempo anche interventi che portino a un abbattimento della pressione fiscale e del costo del lavoro.

Intanto, anche gli associati a Confindustria Alessandria hanno le stesse sensazioni positive, che emergono dalla recente, ultima indagine congiunturale sulle industrie manifatturiere del territorio. C'è ottimismo, come si legge dall'analisi dei principali indicatori. Nello specifico, la previsione dell'occupazione è in crescita a +10 (era a +3 nell'ultimo trimestre), così come quelle che si riferiscono alla produzione (passa a +21 dal precedente +19) e agli ordini totali, stabili a +17 (da +18). Per quanto riguarda gli ordini export, le aspettative di crescita sono meno accentuate (+6), ma la sottolineatura che fa vedere il bicchiere mezzo pieno arriva dall'Ufficio studi: «La vocazione della nostra provincia a esportare rimane – spiega il responsabile Giuseppe Monighini – e comunque gli ordini restano positivi. La buona notizia è che, adesso, si registra una crescita del mercato interno e, così, non ci sono soltanto le esportazioni a fare da traino». Le altre buone notizie sono queste: il ricorso alla cassa integrazione è sensibilmente in discesa, mentre la propensione a investire rimane elevata, dichiarata dal 72% degli intervistati, e il grado di utilizzo degli impianti è stabile, al 77% della capacità.

Come evidenzia il report, permangono buone anche le previsioni dei settori produttivi, in particolare per il metalmeccanico, per la gomma-plastica e per l'alimentare, mentre il comparto della chimica segnala «previsioni non migliorative»: in attesa di una valutazione più approfondita, la prima lettura è che soffre di un problema di approvvigionamento delle materie prime.

Insomma, in attesa della vera crescita, non ci si può lamentare.

**Laura Coppo**, presidente di Confindustria Alessandria, nelle pagine successive lo conferma: «Il recupero dell'economia nazionale è ben avviato e anche le aspettative dei nostri imprenditori – ribadisce – sono ancora positive, come nel precedente trimestre. Il nostro Centro studi sottolinea che il motivo principale della maggior crescita è dato dagli effetti benefici del Piano nazionale di ripresa e resilienza, che vale 235 miliardi tra 2021 e 2026 e che finanzia le riforme e alimenterà gli investimenti. Per i primi anni l'impatto positivo è attribuibile soprattutto all'aumento di spesa e agli investimenti pubblici. Col tempo, invece, l'attuazione del Piano avrà effetti positivi sulla crescita, aumentandone il potenziale».

Il 2022 potrebbe essere davvero l'anno della ripartenza, già anticipata dalla crescita del Pil. I segnali a livello regionale sono positivi, si diceva, sul fronte delle assunzioni. Anche a ottobre è proseguito il trend del mese precedente e i contratti programmati sono stati 39.550. Considerato il trimestre ottobre-dicembre, si arriva a quota 98.680, che significa 47.100 in più rispetto allo stesso trimestre del 2020, 29.090 nel confronto con il 2019. Un altro elemento che conferma la voglia delle imprese di arrivare ai livelli pre-covid, come se gli imprenditori piemontesi avessero fretta di risalire la china e di vedere il più presto possibile la luce in fondo al tunnel, possibilità che avevamo ipotizzato presentando il magazine dello scorso anno e che adesso trova la conferma più importante, quella dei numeri.

A livello provinciale, Valenza è forse la città che sembra mostrare una vivacità maggiore, come devono in qualche modo 'ammettere' gli stessi addetti ai lavori: considerando la tradizionale indole degli orafi a minimizzare la portata dei propri risultati e al profilo basso che li accomuna agli alessandrini, significa aver posto le basi per raggiungere fatturati di un certo interesse. I risultati del 2021 si conosceranno nella seconda metà del prossimo anno, quando le società avranno depositato i bilanci, ma dalle indicazioni raccolte e presentate ai lettori nelle pagine dedicate ai singoli centri zona si percepisce uno stato di salute generale più che buono. Del resto, la provincia dalle sfide impossibili è riuscita a resistere alla crisi figlia della pandemia e, adesso, non può che avviarsi sulla strada, appunto, di una vera ripresa. Non può essere altrimenti. ■

# LA CLASSIFICA DEI FATTURATI 2020\*

SOCIETÀ	EURO
KUWAIT PETROLEUM ITALIA	11.683.814.207
CONQORD OIL, CASTELLAR GUIDOBONO	70.225.567
BUZZI UNICEM	3.222.411.000
AURELIA (GRUPPO GAVIO), TORTONA	2.004.700.000
SOLVAY ITALIA (GRUPPO), BOLLATE, SPINETTA M.	1.531.194.453
SOLVAY SPECIALTY POLYMERS ITALY, SPINETTA M.	771.397.000
MICHELIN ITALIANA, ALESSANDRIA	1.479.604.392
GRUPPO BOBST	FRANCHI SVIZZERI 1.372.000.000
BOBST, SAN GIORGIO	142.929.000
IMA, OZZANO DELL'EMILIA	871.892.000
TELEROBOT, ALESSANDRIA	11.180.987
BTICINO, MILANO, ALESSANDRIA	754.359.000
MONDELEZ ITALIA, CAPRIATA D'ORBA	739.209.193
DAVIDE CAMPARI (GROUP), MILANO, NOVI LIGURE	671.191.000
SMURFIT KAPPA ITALIA, NOVI L.	645.075.740
SONEPAR (DEMO, CASALE M.)	616.499.554
SMURFIT KAPPA ITALIA	610.030.000
GUALA CLOSURES	572.035.000
ELLISSE COMPAGNIA FINANZIARIA	527.584.000
BCUBE HOLDING, CASALE MONFERRAATO	522.758.400
AUTOSPED G (GRUPPO AURELIA)	478.976.000
ITALCEMENTI	458.237.000
BULGARI GIOIELLI, VALENZA	412.256.539
ROQUETTE ITALIA, CASSANO SPINOLA	408.588.328

SOCIETÀ	EURO
EPTA, MILANO, CASALE M.	351.995.000
GUALA PACK	215.200.434
GUALA DISPENSING	64.033.191
BISIO PROGETTI	60.426.462
PRYSMIAN CAVI E SISTEMI ITALIA (GRUPPO PRYSMIAN)	324.273.000
DIMO (VIPIANA), CASALE M.	319.318.702
RIVA ACCIAIO, NOVI LIGURE	293.990.856
CEDACRI, CASTELLAZZO BORMIDA	287.478.000
KME ITALY, SERRAVALLE SCRIVIA	263.160.000
ESSEX ITALIA	156.711.396
ESSEX ITALY, QUATTORDIO	105.975.696
LAMBERTI, VIGUZZOLO	259.941.030
VIBAC, TICINETO	231.594.413
PLUS VALENZA SRL, VALENZA	221.014.107
METLAC, BOSCO MARENGO	216.142.000
PPG ITALIA SALES & SERVICES, QUATTORDIO	211.845.939
PPG ITALIA BUSINESS SUPPORT	32.914.015
DAMIANI-CASA DAMIANI, VALENZA	148.954.000
LABORATORIO DAMIANI	14.729.887
BOBST ITALIA	142.929.000
HME BRASS ITALY	142.376.000
ELANTAS EUROPE, QUATTORDIO	138.444.795
LEONI ITALY, FELIZZANO	135.093.317
ELTEK GROUP, CASALE M.	133.935.150
PAGLIERI	134.957.000

>>> p. 34

\* La classifica dei fatturati Italia è stata realizzata grazie al prezioso contributo dell'Area Studi di Mediobanca e di BigData. Il focus della nostra elaborazione è stato posto sulle principali aziende della provincia e su quelle con sede ad Alessandria. Per segnalazioni [redazione@ilpiccolo.net](mailto:redazione@ilpiccolo.net)

# MINO.

...since 1840

Hot, Cold and Foil Rolling Mills for Aluminium strip  
Your partner for rolling technology



MINO S.p.A.

Via Torino 1 - San Michele - 15122 ALESSANDRIA - ITALY

Tel. +39 0131 363636 - Fax +39 0131 361611 - E-mail: sales@mino.it

[www.mino.it](http://www.mino.it)





## È della **Mino** il più grande laminatoio a freddo per alluminio del mondo

Il 2021 si apre per Mino con un altro record: aver realizzato il più grande laminatoio a freddo per alluminio del Mondo.

Un orgoglio tutto alessandrino, perché il macchinario, che ha terminato i collaudi a metà ottobre e che è ora è perfettamente operativo presso lo stabilimento di un grande cliente cinese che produce per l'industria aeronautica, è stato concepito e prodotto nello storico stabilimento mandrogno.

Fino ad ora le macchine per la lavorazione dell'alluminio di quel genere erano state prodotte con nastri fino a 2,35 metri. Nel caso della commessa alla Baowu si è arrivati a 2,85 metri, un record mondiale.

«16 mesi di progettazione, un paio per la spedizione, 6 per il montaggio e altri 6 per la messa in servizio - racconta orgoglioso l'Ing. **Cesare Pettazzi**, presidente della società - 30 mesi di lavoro che non ha subito alcuna battuta d'arresto neppure durante la pandemia».

Il laminatoio record ha un altro aspetto di eccezionalità: la direzione a distanza del montaggio e della messa in servizio.

«Il 2020 è stato un anno complicato per tutti, anche se, grazie alla notevole mole di ordini acquisiti durante il 2019, abbiamo potuto continuare la produzione regolarmente - prosegue Pettazzi - A causa della limitazione degli spostamenti e dei viaggi soprattutto per le persone (meno per le merci), il problema maggiore è sorto nel poter inviare i tecnici in giro per il Mondo. Se negli USA ci avevano concesso permessi speciali riconoscendone l'interesse nazionale, in Cina ci è stato impossibile mandare i nostri tecnici specializzati».

Così, non solo si è realizzato un macchinario unico nel suo genere, ma è stato sperimentato un metodo di lavoro che potrebbe rivoluzionare le attività future, in primis

per Mino, ma non solo.

«Gli ingegneri ed i tecnici MINO hanno telediretto da Alessandria i loro colleghi del nostro stabilimento Cinese (la MINO Tianjin), assistendoli in videoconferenza e guidando e supervisionando passo dopo passo ogni aspetto del montaggio e della messa in servizio dell'impianto, anche con l'utilizzo di telecamere tipo "GoPro". Anche nelle operazioni più delicate che i nostri colleghi cinesi non avevano mai compiuto da soli prima d'ora proprio perché ci avevano sempre pensato i tecnici Italiani».

È stato un imponente lavoro di squadra che solo un'azienda organizzata e tecnologicamente avanzata può permettersi, superando le grandi distanze, i fusi orari, le difficoltà di una 'prima volta' che ora si può raccontare con entusiasmo e può essere portata come esempio del 'made in Alessandria'.

«L'ottimo risultato del remote support ci permette di applicarlo anche per altre attività simili in futuro, evitando lunghe trasferte ai nostri tecnici i quali possono ugualmente fornire assistenza e le proprie professionalità con i metodi a distanza che abbiamo tutti imparato ad usare meglio durante il lockdown».

Sono più di 300 i laminatoi Mino in giro per il mondo, un terzo dei quali in Oriente (Il primo fu venduto addirittura nel 1973). La Cina è infatti uno dei più grandi produttori ed utilizzatori di alluminio «Il metallo del futuro: è altamente riciclabile, resistente, leggero e adatto a molteplici usi».

Parallelamente anche negli States - proprio per rendersi più indipendenti dalle importazioni metallurgiche cinesi - hanno proseguito la 'corsa' all'alluminio. E Mino c'è. «Il Mondo ha ripreso vigorosamente gli investimenti, sia in Europa, sia in Usa».

SOCIETÀ	EURO
ELAH DUFOUR, NOVI LIGURE	130.060.000
ECOSPRAY TECHNOLOGIES, ALZANO S.	125.865.739
ALPLA ITALIA (CONSOLIDATO), TORTONA	123.614.630
RESTIANI	115.729.642
MARCEGAGLIA BUILDTECH, POZZOLO FORMIGARO	103.366.988
RASELLI FRANCO, VALENZA	99.004.962
ALEGAS, ALESSANDRIA	42.875.130
AMAG RETI IDRICHE, ALESSANDRIA	21.968.719
AMAG AMBIENTE	14.127.597
AMAG RETI GAS, ALESSANDRIA	6.376.787
AMAG MOBILITA'	7.831.894
IMPRESA TRE COLLI, FIDENZA, CARROSIÒ	88.452.243
SUTTER INDUSTRIES	39.273.560
A. SUTTER	27.690.963
SUTTER PROFESSIONAL	18.700.081
SUTTER FRANCE	1.807.902
BOERO BARTOLOLOMEO, GE, RIVALTA S.	84.156.000
SINELEC, TORTONA	78.921.680
HUHTAMAKI FLEXIBLES ITALY, CARBONARA S.	74.793.344
GRANDIAUTO SOCIETA' A RESPONSABILITA'	71.757.417
ALESSANDRIA AUTO	69.818.896
NUOVA SOLMINE, SERRAVALLE SCRIVIA	67.986.472
FARMACISTI ASSOCIATI PIEMONTE, SOLERO	67.724.008
RISERIA GIOVANNI VIGNOLA, BALZOLA	66.177.776
GUALA DISPENSING	64.033.191
LOMBARDI METAL RECYCLING, BOSCO MARENGO	60.826.105
EUROIMPIANTI, TORTONA	57.686.000
CRIVELLI, VALENZA	57.646.000
GEFIT	56.827.811

SOCIETÀ	EURO
ACCIAI DI QUALITÀ, VIGNOLE BORBERA	56.558.132
FERRAR	54.999.568
GRISSITALIA	52.254.605
AZIENDA METALLI LAMINATI, QUARGNENTO	51.883.201
ALBASIDER, VILLALVERNIA	51.289.969
LINGOTTO, VALENZA	50.790.346
ROLANDI AUTO	49.080.260
VITOP MOULDING	47.718.372
GIOIELLI DI VALENZA	46.937.093
GE.A.T. - GESTIONE AUSILIARI TRAFFICO	46.816.596
GRASSANO, PREDOSA	46.154.151
LAGOR	45.181.017
NOVA (MOLINI VALENTE), FELIZZANO	43.301.975
ALEGAS	42.875.130
INTERNATIONAL TIN PLATE, NOVI LIGURE	42.470.864
INTERPORTO RIVALTA SCRIVIA, TORTONA	42.454.385
HME BRASS ITALY, SERRAVALLE S.	42.376.000
ENERGY WAVE	41.235.852
ZERBINATI, BORGO SAN MARTINO	39.973.649
ARGO COSTRUZIONI INFRASTRUTTURE, TORTONA	39.667.220
MINO ITALIA	38.370.179
ACOS ENERGIA, NOVI L.	16.851.824
GESTIONE AMBIENTE, TORTONA	19.819.946
GRAZIANO, TORTONA	37.794.509
MONDOBRICO	37.000.000
PIZZORNI, PREDOSA	36.229.769

SOCIETÀ	EURO	SOCIETÀ	EURO
GRUPPO HOLDIM	35.900.000	LA CENTRALE DEL LATTE DI ALESSANDRIA E ASTI	25.972.476
CARTIERA DI BOSCO MARENCO	35.856.973	GMET, VALENZA	25.673.799
ZERBINA SPECIALACCIAI, NOVI L.	35.413.091	MECAL, FUBINE	25.635.908
GARLANDO, POZZOLO F.	34.577.525	VALTER FRANCO RICCI SOCIETÀ' PER AZIONI	25.617.767
STAR, ALESSANDRIA	34.191.076	COOPERATIVA SOCIALE BIOS - SOCIETÀ	25.248.172
SANDENVENDO	33.906.874	GESTIONE SERVIZI AZIENDALI SOCIETÀ	24.293.677
VUEMME, QUARGNENTO	33.833.703	SCHIAVETTI LAMIERE FORATE, STAZZANO	23.819.435
POMPE GARBARINO, ACQUI TERME	33.366.442	VPA S.P.A. VILLA PEDEMONTE	23.789.782
PLASTIPOLIVER, TAGLIOLO	26.553.268	COLLINO E C., ACQUI T.	14.774.086
PLASTIPOL, OVADA	6.590.633	COLLINO COMMERCIO	8.586.885
MINETTI ANGELO, CASALE M.	32.898.215	COLD CAR, OCCIMIANO	22.849.939
NUOVA ELETROFER, OCCIMIANO	32.897.273	MECOF, BELFORTE M.	21.953.981
AMC AZIENDA MULTISERVIZI CASALESE, CASALE M.	16.486.315	TERREAL ITALIA, VALENZA	20.919.275
ENERGICA, CASALE M.	15.361.753	ROBINO & GALANDRINO	20.224.264
BAGLIETTO, NOVI L.	32.692.251	SCOTTI METALLI, FRUGAROLO	20.002.123
RESICAR	32.667.201	NUOVE COSTRUZIONI, VIGONZA	19.733.898
BANFI, STREVI	32.226.756	ALBÉA TUBES ITALY, TORTONA	9.034.975
KIMONO	31.614.521	MARENZANA, NOVI L.	18.374.099
CASA VINICOLA COSTANZA, OVADA	31.404.902	VEZZANI, OVADA	18.056.855
ALLARA, FRASSINETO PO, CASALE M.	31.303.578	SRT, NOVI L.	18.031.406
CARRIER TRANSICOLD ITALIA	30.545.937	MIRCO VISCONTI, VALENZA	18.005.540
VISAUTO, TORTONA	29.843.199	GIUSO GUIDO, BISTAGNO	17.997.462
DRADURA ITALIA, CONZANO	29.292.916	EUROMAC, VILLANOVA M.	17.956.805
VEPAL, ALESSANDRIA	28.433.212	TORREFATTORI ASSOCIATI, SERRAVALLE S.	17.872.269
GRIGNOLIO & C., CASALE M.	27.978.018	CAMPARO AUTO, ACQUI T.	17.782.403
BIOINDUSTRIA, NOVI LIGURE	26.775.476	CO.VE.MI. - COMMERCIALIZZAZIONE VEICOLI	17.355.116

>>>

SOCIETÀ	EURO
PLASSON ITALIA, SERRAVALLE S.	17.335.601
LOMBARDI, VALENZA	17.015.504
AL.VI.PEL.	16.952.261
BEVCO, CASTELLETTO M.	16.740.079
ABAZIA, MASIO	16.646.524
GLOBAL TUBE, TORTONA	16.582.907
BUNDY REFRIGERATION, BORGHETTO B.	16.465.249
CONS.COM. ACQUEDOTTO MONFERRATO (MONCALVO)	16.413.219
GIORGIO VISCONTI, VALENZA	16.332.380
RAMAPLAST, CASTELNUOVO S.	16.225.603
GROUP	15.965.189
BOLIDEA	15.909.211
GRUPPO STAT	15.619.190
PROSIMET	15.516.686
BONINO	15.301.840
CTE COSTRUZIONI TECNO ELETTRICHE, ACQUI T.	15.089.905
CONSORZIO DELL'OPIFICIO, VIGNOLE B.	7.748.709
AZ SERVIZI & LOGISTICA, NOVI L.	7.316.390
ROLLA TRAVERSO & STORACE, TORTONA	14.784.743
AZIENDA RIFIUTI ALESSANDRINA S.P.A.	14.517.228
RIVALTA EUROPEAN DISTRIBUTION CENTER, TORTONA	14.249.332
TOMATO FARM, POZZOLO F.	13.962.431
INCOPLAS ITALIA, VIGNOLE BORBERA	13.890.807
LA SUISSA, ARQUATA SCRIVIA	13.639.736
PASTORFRIGOR	13.603.513
C.V.L. MACCHINE SPECIALI, FUBINE	13.328.645

SOCIETÀ	EURO
IMPIANTI NOVOPAC	13.281.890
CETIP, ACQUI T.	13.271.879
FAPAT, OVADA	13.191.228
COSMO, CASALE M.	13.116.948
FERRARI DIVISIONE VIGILANZA SPECIALE	13.109.647
COSTA POCO	12.919.823
TUBI GOMMA TORINO, MIRABELLO M.	12.780.623
RAVETTI, FRASSINETO PO	12.480.861
F.LLI DERIZIO	12.401.216
FARM.AL. - FARMACIE ALESSANDRIA S.R.L.	12.395.378
PASQUALE BRUNI, MILANO, VALENZA	12.255.997
SIOF DISTRIBUZIONE PIGMENTI, POZZOLO F.	6.808.569
SIOF SOC. ITALIANA OSSIDI FERRO	5.395.451
LINCLALOR, VILLANOVA M.	11.883.291
WINUS INVESTIMENTI	11.575.757
ELETTROMECCANICA BOVONE, OVADA	11.208.499
GASPARINI	11.083.304
PESCE GROUP	10.822.575
YUPRO ITALIA, NOVI LIGURE	10.709.307
ZIMETAL - ZINCATURA METALLI ALESSANDRIA	10.687.441
CARTOTECNICA PIEMONTESE	10.639.748
LEGNOPACK, CASALE M.	10.528.304
DISTILLERIA SCARDINA, MONLEALE	10.503.880
ALBRO, BORGHETTO BORBERA	10.335.219
BORGOGGIO, FRUGAROLO	10.284.133
LECHNER, ARQUATA SCRIVIA	10.222.169

SOCIETÀ	EURO	SOCIETÀ	EURO
LAN SERVICE, CASALE M.	10.186.547	MOPLA, CARBONARA S.	7.827.089
EURONUMA, QUARGNENTO	10.134.717	B-LAB (ITALIA)	7.801.967
CASALINO CARTA, ROCCAGRIMALDA	10.114.472	RAEL MOTORI ELETTRICI, PREDOSA	7.685.138
CANTINE VOLPI, TORTONA	10.078.672	DRIVE SOCIETÀ	7.667.720
OMT, TORTONA	10.046.965	AZIENDA MULTIUTILITY ACQUA GAS	7.665.575
OTS ASSEMBLY	9.734.924	MAZZETTI D'ALTAVILLA, ALTAVILLA MONFERRATO	7.650.708
SOCIETÀ CONSORTILE ALESSANDRINA TRASPORTI	9.667.317	TECPOOL, CASALE M.	7.597.444
MYFAMILY, VALENZA	9.661.792	CONSORZIO TRATTAMENTO EFFLUENTI POLO CHIMICO	7.570.665
MONDIAL FRAMEC, MIRABELLO M.	9.545.082	H.T.M.	7.522.526
CASTELLATTE	9.531.846	SERRA INDUSTRIA DOLCIARIA, NOVI LIGURE	7.369.214
HYDRO DRILLING	9.244.865	SOVATEC INDUSTRIALE, STAZZANO	7.315.701
Q.S.ABRASIVI MARENGO, BOSCO M.	9.211.826	BORDENAVE, OVADA	7.266.607
LUX	9.189.904	GENUS - SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	7.192.375
RICCARDI, CASALE M.	9.163.161	EMMEBESSE, CASALE M.	7.014.143
SILCAM, CASALE M.	9.105.589	POGGIO METALLI	6.945.439
AGOPAG	9.070.325	MILIARDO YIDA	6.851.033
SO.TR.A.F. DI MARGUATI & C., TORTONA	8.956.499	POZZOLI	6.825.210
BON BON EMPORIO	8.950.524	ELECTRONIC CENTER	6.776.333
BAOMETAL, POZZOLO F.	8.877.265	CENTRO AGRICOLO SAN MICHELE	6.736.986
GAVID E TORTI, TORTONA	8.868.940	NEWLAST ITALIA, TORTONA	6.735.907
ZANOTTI TRANSBLOCK ITALIA	8.757.358	BERTONE SEMENTI, TERRUGGIA	6.687.879
ITAL PAL	8.422.272	ALGIS, CASALE M.	6.470.313
CP	8.214.343	FORNACE CALANDRA, OTTIGLIO	6.366.531
REPETTI, CASALE M.	8.138.383	IDA	6.331.908
PUCCIPLAST, QUARGNENTO	8.057.275	GATTI GIORGIO	6.002.743

>>>

SOCIETÀ	EURO
LENTI & VILLASCO, VALENZA	5.950.364
TRAFILATI, POZZOLO F.	5.945.133
AUTOCHIM, TORTONA	5.930.814
FIOCCHI BOX, PONTECURONE	5.863.945
GIEFFE	5.844.598
GRAFOPLAST, PREDOSA	5.805.322
PICCHIOTTI, VALENZA	5.791.274
SACCHI VITTORINO	5.782.843
IL GABBIANO SOCIETÀ' COOPERATIVA	5.765.376
ITALCOM	5.737.234
BIG BAG, VALENZA	5.710.213
MONDOFRUTTA	5.662.565
IMPRESA PAROLDI GIUSEPPE, PONTI	5.654.080
GAMMA SERVIZI SOCIETÀ	5.486.534
FRAMEC TRUCK, OCCIMIANO	5.344.169
NOTARIANNI	5.182.469
GIMAR, OCCIMIANO	5.153.841
CALLEGHER GIOIELLI, VALENZA	5.141.729
ASCHIERO WOOD IMPORT	4.878.467
MIX OCCIMIANO	4.801.066
BOGGERI, CABELLA LIGURE	4.745.144
SELECTIVA	4.606.004
F.LLI BIGARAN	4.488.413
CAFEMOKA	4.461.422
PRODUTTORI MAIS DI ALESSANDRIA SOCIETÀ	4.455.610

SOCIETÀ	EURO
PETROLIA	4.344.749
NOVILSIME IMPIANTI, NOVI L.	4.276.573
SAPI MED	4.196.009
GOLDEN SHAPES, VALENZA	4.118.264
CENTRO COOPERATIVO RACCOLTA LATTE SOCIETÀ	4.037.143
SUGHERIFICIO BALZA FRATELLI	4.015.731
SERVIZI FUNEBRI ALESSANDRIA	3.940.824
IMPRESA VERDE ALESSANDRIA	3.754.613
AUGUSTA	3.724.368
AMICA ASSISTENZA SOCIETÀ COOPERATIVA	3.623.166
BIOS	3.522.249
POMI METALLI	3.429.834
AZIMUT COOPERATIVA	3.385.669
IMMOBILIARE VERDE	3.352.778
GALLAZZI MACCHINE	3.286.031
PRODUTTORI DEL POMODORO SOCIETÀ COOPERATIVA	3.261.111
POLYTRADING	3.225.401
BIANCHIMPIANTI	3.193.598
MONTAGGI E IMPIANTI, SALE	3.136.357
FAST COVERING SYSTEMS	3.132.856
KIMONO PORTE	3.126.042
PLASTEUROPA	3.076.082
3I ENGINEERING	3.074.491
BORGOGGIO ROTTAMI	3.067.299
VALENTINI	3.025.556

# «Servono 15 anni per restituire gli aiuti. Il futuro? La transcanalità»

di **Marcello Feola**



**Vittorio Ferrari**  
Presidente Ascom Alessandria

«È stato un anno che non ci saremmo mai aspettati di vivere, il 2020. E che ha messo in ginocchio interi comparti»: **Vittorio Ferrari** presidente di Ascom Alessandria, non si nasconde. La pandemia, i lockdown, i pochi aiuti che sono arrivati hanno stravolto la quotidianità del mondo del commercio. Per di più in un periodo in cui già le difficoltà non mancavano.

«Le chiusure - ammette il numero uno dell'assocomercenti - hanno creato problemi gravi: i costi sono rimasti uguali, sia quelli fissi legati ai punti vendita che quelli per riempire i magazzini in vista delle varie stagioni, le entrate però si sono azzerate per lungo tempo. In tal modo, il rischio di non poter far fronte agli impegni presi si è fatto, per tanti, sempre più concreto».

■ **Le risposte da parte dello Stato sono state sufficienti?**

«Purtroppo molto parziali, ma bisogna ammettere che alle aziende, di ogni entità e dimensioni, sono venute a mancare cifre tali che erano difficilmente risarcibili in maniera diretta. Ecco perché dico che sul fronte dei finanziamenti, invece, si poteva fare di più ed è questa la mia preoccupazione per il futuro».

■ **Ovvero?**

«I fondi che sono stati erogati a chi si è trovato improvvisamente senza incasso prevedevano una restituzione in cinque anni, poi 'allungata' a otto. Ma non basta: è impensabile che, insieme alle uscite che mensilmente abbiamo, si riesca pure a ridare alle banche quanto ottenuto in un lasso di tempo così breve. Andrebbe, perciò, almeno raddoppiato, ma i confronti con le autorità europee non sono semplici sul tema, ma resta il fatto che quasi tutte le imprese hanno sfruttato il periodo di pre-ammortamenti di 12 mesi, iniziando a rifondere il capitale a partire dai mesi di agosto o settembre».

■ **Le vostre richieste sono già state portate all'attenzione delle istituzioni italiane ed europee?**

«Con una lettera sottoscritta dall'Abi-Associazione bancaria italiana e dalle associazioni datoriali, e indirizzata all'European Banking Authority, si è domandato proprio l'allungamento delle restituzioni dei finanziamenti ricevuti a 15 anni. La risposta è stata quella di portare il tempo disponibile da 5 a 8 anni... Abbiamo di fronte un problema enorme e occorre una soluzione affin-

ché ciò che doveva essere una risposta alla crisi non si trasformi, alla fine, in un disastro».

■ **I consumi, anche grazie alla campagna vaccinale, sembrano però essere ripartiti. C'è fiducia?**

«Aspettiamo, siamo rimasti troppo scottati un anno fa: nessuno poteva immaginare che, dopo il lockdown totale della primavera, arrivassero altri due lunghi periodi di chiusura a novembre e a marzo. Serrate che hanno piegato interi comparti e più di quanto non si immagini, perché ad esempio per settore abbigliamento e accessori il mese di novembre pesa come due primaverili. E ciò che si è perso poi alla vigilia di Natale o nella prima settimana di saldi non è che poi è tornato indietro: le perdite d'incasso sono state pesantissime».

■ **Quando prevedete un ritorno alla normalità?**

«È complicato dirlo - risponde Ferrari - Per certo, la svolta l'avremo quando cadranno tutte le limitazioni che ancora abbiamo nelle interazioni sociali e quotidiane. Ma se il riferimento è ai fatturati, è bene non farsi illusioni: occorre guardare ancora più lontano, perché le nostre comunità sono un'unica catena. Chi produce, ha bisogno di gente che acquisti. E chi compra, deve avere la possibilità e la tranquillità di poterlo fare».

■ **L'e-commerce un ostacolo o un'opportunità?**

«Siamo di fronte a un cambiamento epocale che, come è sempre accaduto, avrà conseguenze inimmaginabili. È sicuramente un'opzione da sfruttare, ma non è neppure così semplice. Senza dimenticare che, per poter veramente lottare ad armi pari con questi giganti, bisognerà prima o poi affrontare il tema della fiscalità. Ma a mio modo di vedere in futuro le cose cambieranno ulteriormente...».

■ **Cosa immagina?**

«Sarà inevitabile adeguarsi all'e-commerce - analizza il numero uno di Ascom Alessandria - ma attenzione alla crescente importanza della cosiddetta 'transcanalità', ovvero l'esigenza di vendere contemporaneamente i propri prodotti e le proprie merci online e offline. Non è un caso che Amazon, dominatore incontrastato delle vendite via web, stia ora aprendo negozi fisici e acquistando catene: il nostro mondo non sta mai fermo».

ALEXALA ALESSANDRIA

## «Il settore turistico è stato stravolto, con la digitalizzazione si può ripartire»

di **Giordano Panaro**



**Roberto Cava**  
Presidente Alexala  
della provincia di Alessandria

È stato recentemente nominato presidente dell'agenzia turistica della provincia di Alessandria in uno dei periodi peggiori per il comparto, proprio quando Alexala stava investendo molto nell'accoglienza. L'esperienza di **Roberto Cava** (nella foto) servirà a gestire questi momenti, in attesa che i turisti ritornino in tanti sulle colline e nelle nostre città.

### Una buona meta

«Sicuramente siamo in un periodo particolare: la pandemia ha cambiato gli equilibri generali ed è ancora presto per capire con sicurezza quali dei nuovi trend emersi in questi 18 mesi resteranno con noi e cosa invece riprenderà come prima», ha detto Cava,

«Solo per fare un esempio, in passato il nostro territorio aveva puntato parecchio sul mercato cinese, anche con buoni risultati di presenze. Un turismo certamente interessante e organizzato, che è completamente scomparso. Di contro invece, almeno durante quest'estate, abbiamo visto un'interessante crescita del turismo europeo: viaggiatori stranieri più ravvicinati, che magari si muovono con i mezzi propri, e per i quali il Nord Italia rappresenta una meta molto interessante. Inoltre abbiamo assistito anche a una crescita delle presenze di quelli italiani, alla ricerca di un po' di quiete e di una fuga dalla città verso l'aria buona delle nostre colline.

Qui hanno trovato il relax, il divertimento, il buon cibo e gli spazi aperti che tanto sono mancati in questi mesi, senza pagare il prezzo degli assembramenti. È ovvio comunque che si tratta di situazioni derivanti dalla contingenza del Covid: ora bisogna guardare al futuro e capitalizzare quello che di buono è stato fatto, riaprendosi pian piano anche ai mercati internazionali».

“Spariti”  
i turisti  
dalla Cina,  
ma non  
gli europei...

### Uomini e macchine

Smart working, transizione digitale, incentivi all'utilizzo della moneta elettronica. Si va verso un'accelerazione informatica sotto ogni aspetto, ma le relazioni umane nell'accoglienza turistica resta fondamentale. Un plus che in provincia, nei borghi e sulle colline dev'essere sfruttato: «Io sono convinto che il settore, soprattutto da noi, lo aiutino gli uomini. È vero che il turista sceglie la propria destinazione sulla base di tanti fattori, tra cui anche sicuramente la possibilità di trovare informazioni e farsi un programma di viaggio puntuale online, ma è altrettanto vero che sul territorio si relaziona con le persone, e questo può fare davvero la differenza.

È evidente che la digitalizzazione è un aiuto fondamentale, uno strumento utilissimo, ma dal mio punto di vista non è sostitutivo del lavoro dell'uomo e di chi fa politiche di accoglienza vere. Parliamo di imprenditori, enti, autorità che si predispongono ad accogliere al meglio i turisti rendendo il territorio più interessante e piacevole da vivere: lì sta il vero valore aggiunto che possiamo dare».

### Enogastronomia

L'obiettivo di Alexala è quello di una proposta turistica sempre più articolata e rispondente ai desideri dei visitatori, puntando sempre sull'enogastronomia: «L'idea è che il turista che viene qua per visitare una cantina sappia anche che lì vicino si trovano un museo, una chiesa, un bel panorama, e viceversa. Abbiamo tanti tesori preziosi sul territorio provinciale, e la nostra ambizione principale è far sì che ci sia una crescita complessiva del turismo. Solo così diventeremo una vera destinazione con un maggior numero di presenze e permanenze più lunghe: non solo un luogo di passaggio ma un posto dove si rimane». ■



CONFAPI ALESSANDRIA

## «Sarà anche l'effetto rimbalzo, ma la ripresa c'è ed è molto buona»

di **Giordano Panaro**



**Antonino Giustiniani**  
Presidente Confapi Alessandria

Gli indicatori economici di tutto il Mondo stanno confortando le attività produttive: il Pil si sta alzando, segno di una ripresa generalizzata e progressiva. Un buon segno per il presidente Confapi Alessandria, **Antonino Giustiniani** (nella foto), il quale da inguaribile ottimista guarda il bicchiere mezzo pieno: «Il sistema economico si sta riprendendo - analizza. - Anche i comparti in sofferenza come quello del turismo stanno vedendo la cosiddetta luce in fondo al tunnel. Il Pil italiano, poi, ci fa ben sperare. A luglio è cresciuto oltre le attese e di molto superiore alla media europea», commenta. Sarà anche l'effetto 'rimbalzo': dopo una caduta rovinosa la spinta in alto è sempre superiore agli altri che sono inciampati. «Siamo comunque ripartiti bene», è la sintesi di chi rappresenta quasi duecento aziende medie e piccole, «tutto il Sistema Paese ha reagito bene da aprile in avanti, estate compresa. La manifattura, tutto sommato, ha resistito alle criticità, nonostante la scarsità dei componenti e l'aumento dei prezzi delle materie prime».

Ci sono tanti altri segnali che fanno ben sperare in una stagione positiva e competitiva: «Il Recovery Plan: i primi soldi sono arrivati e Mario Draghi come premier è una garanzia di come verranno impiegati questi fondi. L'annunciato ulteriore slancio nella digitalizzazione della Pubblica Amministrazione è un altro segnale positivo. Insomma, la strada è quella giusta ma bisogna percorrerla velocemente, altrimenti si vanifica tutto lo sforzo fatto. Draghi - come detto - gode di ampio consenso anche nel mondo industriale, oltre che in quello internazionale e non è un dettaglio da poco. Gli imprenditori hanno bisogno di progettazione, stabilità e regole chiare per poter operare con tranquillità».

Su tutto, però, aleggia ancora lo spettro del virus che potrebbe scompaginare le carte: «Al di là dell'ottimismo, abbiamo una pesante incognita che - nonostante le buone intenzioni - fa ancora paura, non solo al mondo industriale».

Due consigli ai governanti, anche se nell'agenda saranno già bene presenti: «Serve una riforma fiscale e una della giustizia. L'Italia è ancora troppo burocratizzata e le complicazioni frenano gli investimenti, soprattutto quelli dall'estero».

Un pensiero sul lavoro 'smart' e sulla digitalizzazione nei processi produttivi, ad ogni livello: «Le attività si sono molto informatizzate e robotizzate, ma il valore aggiunto lo dà sempre il contatto umano, la creatività personale e la relazione interpersonale. L'aspetto psicologico e sociale non dev'essere trascurato né considerato meno efficace, anzi. Va bene lavorare da remoto ma la mia esperienza è che le decisioni più importanti e le scelte migliori vengono fatte sempre attraverso relazioni in presenza». ■

“ L'incognita del virus resta comunque

# «Vedo solidi segnali di ripresa. Vino e turismo faranno la differenza»

di **Roberto Gilardengo**



**Gian Paolo Coscia**  
Presidente  
Camera di Commercio  
di Alessandria e Asti

È passato un anno dalla nascita della nuova Camera di Commercio e il peso della province di Alessandria e Asti è intanto testimoniato dai numeri. Per capirci, l'ente camerale, alla data del 30 giugno, contava oltre 65mila aziende iscritte al registro delle imprese [quasi 81mila se si aggiungono le unità locali], il 15,2% del tessuto imprenditoriale regionale e l'1,07 di quello nazionale. Ci lavorano 171mila persone, 48mila delle quali sono collaboratori familiari e 123mila addetti subordinati.

È stato un periodo difficile, quello che le imprese di questa parte del Piemonte hanno dovuto affrontare, «*ma gli ultimi segnali sono incoraggianti e ci autorizzano a essere ottimisti*». Le parole del presidente **Gian Paolo Coscia**, in realtà, prendono spunto più da numeri che da sensazioni: «*Intanto la nati-mortalità delle aziende - sottolinea - che tra aprile e giugno hanno fatto registrare una crescita dello 0,73% rispetto all'analogo periodo del 2020. In sostanza, si consolida il trend degli ultimi trimestri, quasi in linea con i livelli pre-covid.*

“ È però indispensabile fare sistema. Ma farlo davvero

*sono confortanti soprattutto per quanto riguarda l'export».*

In base ai dati Istat, infatti, il valore delle esportazioni nel primo semestre 2021, riferito al territorio aggregato di Alessandria e Asti, ha sfiorato i 4.625 milioni di euro, a

fronte di importazioni per 2.514 milioni. Sempre in cifre, significa un incremento di 467 milioni di euro rispetto ai primi sei mesi del 2020. Alessandria ha sempre fatto di questa voce uno dei punti di forza, ma dopo un periodo di comprensibile difficoltà, conseguenza della pandemia, il commercio con l'estero ha ripreso vigore e, assieme ad Asti, in base all'ultima rilevazione, fa

segnare un aumento, rispetto al semestre di riferimento, del 32,5% per le esportazioni e del 36 per le importazioni: «*Tutti i settori - aggiunge il presidente - hanno evidenziato dati in sensibile crescita. Ad esempio i macchinari e le apparecchiature, che con vendite per 727 milioni incidono per il 16% sull'export totale, con un incremento del 42; poi l'oreficeria, con un volume che si aggira intorno ai 700 milioni, su cui incide ovviamente il valore aggiunto rappresentato dal distretto valenzano; quindi i prodotti chimici, quelli metallurgici (nell'ordine, 630 milioni, +16% e 554 milioni, +60%, ndr), l'automotive, gli articoli in gomma e le materie plastiche. Il problema è semmai rappresentato dalla carenza di materie prime che comporta un aumento dei prezzi e anche un ritardo nelle consegne*».

Insomma, l'alessandrino Coscia vede «*timidi segnali di ripresa, stiamo cambiando rotta e il Pil è in crescita da inizio anno. A livello di governo, la dilazione del termine per il versamento dei contributi e il rinvio delle cartelle esattoriali sono provvedimenti che aiutano chi fa impresa. Bisognerebbe, certo, intervenire sul costo del lavoro: la lunghezza dei processi e la burocrazia sono i motivi che scoraggiano chi vorrebbe investire in Italia. Auguriamoci piuttosto che la diffusione del virus sia contenuta. Per questo - lo dico a livello personale - sono per un'apertura consapevole nei confronti del green pass: mi sembrerebbe una cosa normale*».

La grande risorsa sia per Alessandria che per Asti è rappresentata dalla vitivinicoltura. Anche in questo caso parlano le cifre: qui c'è il 59% della superficie vitata del Piemonte, dato che supera quello del Cuneese. Le aziende agricole di queste due province sono 13.488, il 38,6% delle quali operano nel settore vitivinicolo. E poi ci sarebbe il turismo: «*Siamo un territorio splendido - osserva Coscia - con un numero altissimo di residenze storiche, castelli e luoghi che sono patrimonio dell'Unesco. Lo dico da tempo: puntare sul turismo significa aiutare il commercio, l'artigianato, l'industria e l'agricoltura. È però indispensabile fare sistema. Ma farlo davvero*». ■

CIA DI ALESSANDRIA

## «Annata buona, meteo penalizzante» Ok grano e pomodoro da industria

di **Massimo Brusasco**



**Gian Piero Ameglio**  
Presidente CIA di Alessandria



**Paolo Viarengi**  
Drettore CIA di Alessandria

L'annata agraria in provincia di Alessandria si riassume, nel suo complesso, buona anche se i problemi causati dai fenomeni meteo hanno inciso sulla produttività in alcuni settori. I prezzi, tutto sommato, hanno tenuto; iniziative di rete e promozione sono state formalizzate, ma alcuni nodi del mondo agricolo sono ancora da sciogliere.

Lo spiega la Cia di Alessandria, che traccia un primo bilancio, mentre sui campi è in pieno svolgimento la raccolta dei pomodori, delle uve, delle nocciole (con un calo del 40% del raccolto rispetto all'anno scorso causa gelate) e gli agriturismi fanno servizio per eventi e celebrazioni saltate lo scorso anno.

Alessandria è una delle province cerealicole più importanti di Italia e anche quest'anno ha restituito buone produzioni per qualità e quantità, con prezzo soddisfacente. Bene anche il pomodoro da industria, una leggera flessione in termini di quantità per le uve, che presentano però alta qualità alla raccolta.

Ad essere precisi, una leggera flessione produttiva è avvenuta per quasi tutti i comparti, a causa del maltempo: gelate, grandinate, trombe d'aria, piogge violente e lunghi periodi di siccità hanno messo in affanno i settori dei girasoli, il mais, i cereali, le nocciole, l'uva, l'ortofrutta. Male il comparto della frutta nel Tortonese che paga lo scotto delle gelate e del miele-apicoltura, penalizzato dal freddo prima e dalle fioriture anticipate poi: la Regione Piemonte ha messo in moto delle misure di sostegno, ma il settore è in seria difficoltà.

«Occorre che si prenda atto del fatto che ormai non si tratta più di temporali o sporadiche grandinate stagionali, ma di autentiche calamità naturali – dice il direttore **Paolo Viarengi** – Gli strumenti a disposizione degli agricoltori per difendersi sono palesemente insufficienti. Bisogna ripensare il sistema assicurativo, in modo che venga compresa anche la tutela del reddito aziendale e non solo il valore delle colture. Il maltempo sta producendo danni che vanno ben al di là della

*compromissione dei raccolti stagionali, ma riguardano le stesse piantagioni, gli impianti e le strutture di produzione che richiedono anni di lavoro e investimento per essere ripristinati. Diventa quindi fondamentale che le aziende agricole possano assicurare il loro reddito».*

Ad aumentare, invece, è stato il costo dei concimi, fino al 40% in più sul prezzo di mercato.

Il comparto del latte, con la riapertura delle attività ristorative e di mensa, ha avuto la sua ripresa, anche se non sarà immediato riuscire a colmare il disavanzo registrato dal calo del prezzo nel 2020.

Gli agriturismi hanno vissuto una buona estate, grazie al turismo di prossimità e alla disponibilità di ampi spazi all'aperto da poter proporre.

Sindacalmente, prosegue l'impegno della Cia Alessandria per risolvere il problema della fauna selvatica, la cui popolazione è ancora aumentata a causa del lockdown 2020 che ha permesso agli ungulati di riprodursi, anche per la sospensione dell'attività venatoria, e avvicinarsi molto ai centri abitati. Inoltre, a seguito della siccità, gli agricoltori sono stati costretti ad effettuare costanti irrigazioni, utilizzando mezzi ed attrezzature alimentati perlopiù a gasolio.

«Per agevolarli e offrire loro la possibilità di continuare ad assicurare ai campi l'acqua di cui hanno bisogno – dice il presidente **Gian Piero Ameglio** – abbiamo chiesto alla Regione un supplemento straordinario di gasolio agricolo agevolato, fondamentale per questo tipo di attività».

Tra le recenti iniziative su cui si scommette, Cia plaude alla nuova Strada del Vino del Gran Monferrato che unisce i territori di Casale Monferrato, Acqui Terme e Ovada e valorizza aziende agricole, produzioni e paesaggio.

Inoltre, il bando di insediamento pubblicato dalla Regione Piemonte mette a disposizione fondi a favore dei giovani che vogliono avviare l'attività agricola o subentrare in aziende già esistenti. ■

COLDIRETTI DI ALESSANDRIA

# «Impegno contro il consumo di suolo» Più agricoltura, meno rischio geologico

di **Massimo Brusasco**



**Mauro Bianco**  
Direttore Provinciale di Coldiretti

Mauro Bianco è il direttore provinciale di Coldiretti e ha un punto di vista privilegiato per analizzare la situazione del comparto agricolo, nella nostra provincia.

## ■ A livello provinciale quali problematiche restano aperte?

La fauna selvatica, il consumo di suolo dovuto al cemento e ai pannelli solari a terra, la burocrazia ma anche l'abbandono delle zone svantaggiate e, naturalmente, le conseguenze del meteo sempre più pazzo. Per i selvatici sono necessarie e urgenti misure di contenimento, penso soprattutto ai tanti giovani che faticosamente sono tornati in agricoltura con un forte impegno verso la tutela della biodiversità.

## ■ Cosa si può fare?

Siamo scesi in piazza nel mese di luglio di fronte alle istituzioni, proprio per chiedere maggior tutela nei confronti di una situazione che è diventata insostenibile. Non solo nelle aree rurali, ma anche nei centri urbani il Piano deve essere volto alla riduzione sia numerica che spaziale attraverso le attività venatorie, le azioni di controllo della legge 157/92 articolo 19 e le azioni programmabili nella rete delle aree protette.

## ■ Contro il consumo di suolo è in atto una petizione, capofila i giovani imprenditori...

Proprio così, anche a livello provinciale stiamo raccogliendo numeri importanti con la petizione contro i pannelli solari "mangia suolo" per combattere il rischio idrogeologico di fronte ai cambiamenti climatici e spingere invece il fotovoltaico pulito ed ecosostenibile sui tetti di stalle, cascine, magazzini, fienili, laboratori di trasformazione e strutture agricole. Chiediamo che vengano identificate le aree da bonificare, i terreni abbandonati, le zone industriali obsolete e i tetti delle strutture produttive anche agricole, quali luoghi idonei all'installazione del fotovoltaico per la corretta produzione di energia da fonti rinnovabili.

## ■ Quale bilancio ci può stilare del 2021?

Ottima la vendemmia che, nonostante le preoccupazioni meteo, le difficoltà a reperire manodopera e un calo quantitativo del 10%, ha tutte

le carte in regola per regalare un buon prodotto. Più in generale, la produzione di frutta e orticole è stata in parte compromessa a causa della siccità, del maltempo e delle grandinate che si sono abbattute a macchia di leopardo un po' su tutta la provincia.

Ma a destare grande preoccupazione è l'andamento corilicolo, una stagione che ha visto un calo di produzione delle nocchie alessandrine: forte concorrenza turca e prezzi medio-alti, si dovrà tener conto di questo parametro per definire il giusto prezzo di quelle piemontesi dalle elevate qualità organolettiche.

## ■ E il settore cerealicolo?

Si rafforza la filiera del frumento tenero della provincia di Alessandria che vanta numeri importanti grazie anche al progetto "Grano Piemonte", l'accordo di filiera lanciato da Coldiretti Piemonte con il Consorzio Agrario del Nord Ovest, dopo il successo della prima semina in campo della miscela, guarda al secondo anno di semine con ottimi propositi e incremento delle quantità.

Nato con l'obiettivo di rilanciare il comparto del frumento tenero piemontese, ha già raggiunto 5 mila ettari e oltre 300 mila quintali di miscela di grano 100% piemontese.

## ■ Dobbiamo parlare anche di prospettive. Quali quelle per il 2022?

Con l'avanzare della campagna di vaccinazione e della riapertura delle attività di ristorazione, cresce la domanda di Made in Italy e la svolta è evidente: alla crescita dei consumi familiari si accompagna la ripresa dei pasti fuori casa per mangiare in ristoranti, trattorie, pizzerie, agriturismi, pub o gelaterie dopo il crack del 2020 che ha dimezzato il fatturato [-48%] per una perdita complessiva di quasi 41 miliardi di euro nel 2020.

## ■ Gli effetti della pandemia rimarranno?

Saranno visibili per ancora molto tempo ma noi siamo agricoltori, abituati a vivere le difficoltà senza mai fermarci. La nostra priorità è rifornire il Paese affinché tutti i generi di prima necessità siano presenti sugli scaffali e con questa fiducia e determinazione affrontiamo il futuro. ■

# Troppi costi, prezzi crollati L'andamento settore per settore

di Massimo Brusasco



**Luca Brondelli di Brondello**  
Presidente Confagricoltura  
Alessandria

Confagricoltura Alessandria traccia un bilancio, seppur parziale, dell'annata agraria.

Un fattore ha influenzato tutto il corso dell'anno: l'andamento meteorologico. Il clima è stato contraddistinto da ogni possibile avversità: dall'inverno caratterizzato da temperature molto miti al gelo primaverile e ancora temporali con bruschi rovesci, trombe d'aria e grandinate violente, per arrivare alla elevata siccità estiva.

«E le assicurazioni, da sole, non possono risolvere il problema - spiegano alla confederazione - Qualcosa in più si può fare con i fondi mutualistici, ma occorre ricercare nuove soluzioni che vadano oltre l'ordinario e consentano di ristorare eventi catastrofici purtroppo sempre più frequenti».

Bisogna anche tenere conto che gli agricoltori hanno dovuto irrigare più del solito [con costi elevati] ed è stato necessario adottare tutte le misure utili per evitare un'eccessiva riduzione delle produzioni, per non compromettere anche la qualità del raccolto.

A risentire maggiormente della siccità che ha caratterizzato l'estate è stato il mais, coltivato su circa 140.000 ettari a livello piemontese, nella fase vegetativa della post fioritura - maturazione latte, in cui è necessario il massimo apporto idrico. Confagricoltura sostiene che a livello

“ Il clima contraddistinto da ogni possibile avversità

quantitativo per il mais provinciale vi sarà una perdita del 10%.

Da metà agosto-inizio settembre sono state attivate iniziative per assicurare l'ir-

rigazione dei prati, degli altri seminativi e delle coltivazioni orticole, che erano in una fase vegetativa estremamente delicata.

Per tutte le colture vale lo stesso ragionamento di fondo: sono stati premiati i nostri imprenditori agricoli che hanno saputo gestire bene i campi durante tutto il corso della stagione.

Il mercato è sempre più sostenuto per i cereali, con prezzi che "tengono", soprattutto per quanto riguarda i cereali vernini. Le quantità di frumento tenero prodotte in provincia sembrano essere in linea con l'annata precedente.

Per la viticoltura, siamo nel periodo di raccolta delle uve. Confagricoltura Alessandria, alle prime impressioni, afferma che la qualità sembra elevata,

mentre la quantità non abbonda in tutti gli uvaggi. Parlando di allevamento, anche il comparto della Razza Piemontese, che fino a qualche anno fa sembrava al riparo da crisi di mercato, fa registrare una flessione dei prezzi dei bovini maschi di circa il 25% nell'ultimo anno, fatto che spinge molti allevatori a valutare la conversione della produzione.

Nel 2010 in Piemonte c'erano 3.625 stalle di bovini da carne che allevavano 264.488 capi. A luglio di quest'anno - evidenzia Confagricoltura Alessandria - il numero degli allevamenti è sceso a 2.828, con 239.821 capi bovini allevati.

Non è soltanto il comparto dei bovini da carne a essere in difficoltà per l'aumento dei costi delle commodities a livello internazionale. La spinta dei prezzi su cereali e leguminose, che si riflette sui costi di alimentazione del bestiame, riduce a livelli minimi i margini degli allevatori, che in alcuni casi sono costretti a lavorare in perdita. Un altro comparto zootecnico in difficoltà è quello delle uova, con prezzi all'origine che cedono del 5 - 6% rispetto a un anno fa e con costi di produzione in forte aumento.

Nel comparto lattiero caseario la situazione è estremamente delicata, come commenta Confagricoltura Alessandria: «Ciò che rileviamo è che tra i prezzi all'origine e quelli al consumo esiste un notevole divario. Per quanto riguarda il mercato del latte spot, ovvero quello che non è sotto contratto, nelle ultime settimane i listini hanno fatto segnare aumenti considerevoli. Attualmente la quotazione è di circa 41 centesimi al litro, mentre il latte sotto contratto, vale a dire quello ritirato quotidianamente dai caseifici per la produzione latte fresco o di formaggi, è pagato tra i 35 e i 37 centesimi al litro [al netto dell'Iva]».

La suinicoltura, legata alla salumeria dop, è andata in crisi per il lockdown e nel 2020 la chiusura del canale Horeca ha fatto crollare del 40% i consumi totali. I costi di produzione sono in aumento, mentre i prezzi sono in caduta libera. Sebbene in provincia di Alessandria non vi siano grandi unità, evidenziamo che in Piemonte attualmente l'allevamento suino interessa 2.012 aziende che allevano 1.270.149 capi suini.

Confagricoltura Alessandria ricorda che la superficie agricola utilizzata del Piemonte supera i 960.000 ettari: il 56% è costituito da seminativi, il 34% da foraggiere permanenti, mentre i fruttiferi e le vite rappresentano circa il 10% della superficie coltivata complessiva. ■

# «Un anno devastante. Ma il piccolo commercio si rimbocca le maniche»

di **Marcello Feola**



**Manuela Ulandi**  
Presidente Confesercenti  
di Alessandria

La crisi più devastante dal dopoguerra ha messo in ginocchio le piccole realtà del commercio. Quelle che formano il tessuto vivo di ogni città e che, con i loro servizi, sono al fianco di tante famiglie. **Manuela Ulandi**, punto di riferimento di Confesercenti della provincia di Alessandria, non lo nasconde:

«Per chi non ha vissuto il conflitto mondiale, il 2020 è stato l'anno più brutto mai vissuto. Un anno devastante, perché l'economia va di pari passo con la salute pubblica. E vedere i morti esser portati via con i camion militari, vedere le città in lockdown e noi chiusi in casa, è stato bruttissimo. Il piccolo commercio ha dunque subito gravi danni, ma nessun comparto è riuscito ad evitarli».

■ Anche perché la pandemia è arrivata in un momento non certo roseo per chi ogni giorno alza la serranda...

«Esattamente: tasse, burocrazia esasperata, un costo del lavoro a livello ormai insopportabile per chiunque e il confronto impari con la grande distribuzione e l'online avevano già dato colpi duri a tante realtà, che però non hanno mai smesso di lottare. Neppure quando hanno dovuto affrontare mesi e mesi senza poter lavorare e, poi, anche le incertezze sulle riaperture. L'esempio più lampante è stato quello della filiera della neve, che la sera prima di poter riaccogliere famiglie e appassionati ha saputo di non poterlo più fare. Dovendo perciò restituire caparre e limitare i danni, con contratti già stipulati e derrate alimentari nei magazzini...».

■ Lo Stato ha utilizzato lo strumento dei ristori per provare a tamponare le perdite. È stato utile?

«È evidente che in situazione nuova per tutti, si è provato a fare il possibile, andando magari a tentativi. I ristori arrivati non sono stati però minimamente sufficienti a riparare davvero i danni subiti, i soldi persi. Forse, possiamo dire, così, sono serviti a tamponare l'emergenza più nera e dare ai commercianti e alle loro famiglie il supporto minimo per arrivare alle riaperture. Ma le sofferenze sono state veramente indicibili».

■ Nonostante questo, però, ci si è rimboccate le maniche, inventando dall'oggi al domani servizi del tutto innovativi...

«La bellezza del commercio - sottolinea la Ulandi - è che un imprenditore non si piange mai addosso per definizione e si mette all'opera per reinventarsi: così, è nata l'idea di portare a casa del cliente i propri prodotti, venendo incontro alle esigenze delle fasce più deboli che non potevano muoversi e anche delle stesse famiglie, che magari erano spaventate dalle lunghissime code davanti ai supermercati e ai centri commerciali. Di conseguenza, in un momento in cui eravamo tutti spaventati dal virus e non sapevamo come comportarci, trovare sul pianerottolo di casa in modo sicuro il pane o la spesa è stato bello: questo per dire che il negozio di prossimità è diverso dalla Gdo e il commerciante nel tempo sa costruire un rapporto umano con le persone che si fidano di lui».

■ Vedere le città svuotate ha fatto tornare in mente un rischio che proprio voi paventate da tempo: lo svuotamento dei centri storici...

«Speriamo di non vedere mai più i luoghi dove abitiamo così spettrali, ma se le istituzioni non interverranno lo scenario potrebbe purtroppo essere reale. E in tempi neanche tanto lontani. Le vetrine e i mercati sono il cuore pulsante della nostra economia e delle nostre realtà: senza di loro, tutto crollerebbe. Ma non ce la fanno più ad andare avanti da soli, senza un aiuto da parte di chi al contrario dovrebbe salvaguardarli».

■ Guardando al futuro, cosa si può pensare di fare?

«Occorre affrontare i problemi di cui da anni parliamo e che non sono mai cambiati, anzi se possibile sono addirittura peggiorati. Però, e questo ci regala un pizzico di ottimismo, la gente è tornata ad aver voglia di normalità. In estate c'è stato un bel fermento, una sensazione confermata nelle prime settimane d'autunno. Quindi, tocca alla politica fare le riforme da tempo richieste: il mondo del commercio non chiede altro se non di poter lottare ad armi pari con le realtà - grande distribuzione e online in primis - che lo stanno fagocitando. Senza dimenticare, in Piemonte, la sfida dei Distretti del Commercio: un'opportunità da cogliere da parte delle amministrazioni e delle associazioni impegnate sul campo». ■

# Nonostante i tagli si eroga e si scommette sull'Università

di **Roberto Gilardengo**



**Luciano Mariano**  
Presidente Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria

«Cultura, musica, sociale. Ovviamente la sanità. Non esiste un singolo settore in cui la Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria sceglie di operare: da anni sono diversi, anche nel nostro bilancio di missione lo abbiamo rimarcato».

**Luciano Mariano** chiarisce gli obiettivi dell'ente di cui è presidente, appunto evidenziati nel sunto dell'attività riferita al 2020: «Un anno difficilissimo – sottolinea Mariano nel documento presentato pubblicamente alla stampa – ma nonostante ciò di crescita sul fronte dell'attività erogativa, di consolidamento del patrimonio e di sviluppo di rapporti con il territorio».

Alla prima voce, da segnalare un incremento di oltre un milione di euro rispetto all'anno precedente, «equamente ripartito tra i settori rilevanti individuati dal Consiglio generale ed evidenziati dal Documento programmatico pluriennale 2020-2021. Un particolare rilievo merita il contributo di circa 250mila euro che, nei mesi più difficili della pandemia, è stato messo a disposizione di Croce Rossa, Croce Verde, Castellazzo Saccorso, della Provincia per le Rsa, dell'Azienda ospedaliera e dell'Asl di Alessandria. A questo va sommato il consistente impegno di oltre un milione, raccolto sul territorio dalla nostra controllata Fondazione SolidAl. Da sottolineare anche il significativo risparmio di 550 mila euro nei costi di gestione, che ha interessato complessivamente tutte le spese generali, ma anche una sensibile contrazione delle entrate riferite ai dividendi da partecipazioni.

Una consistente parte di questi – già approvati dalle banche partecipate – non è stata erogata, su disposizione della Bce e di Bankitalia, con un mancato introito di oltre un milione che ha penalizzato l'avanzo di gestione del 2020. Per contro, la Cassa depositi e prestiti, nella quale la Fondazione detiene una significativa partecipazione, ha confermato l'erogazione del proprio dividendo che, da anni, costituisce una delle principali fonti di introito per l'ente. Unitamente alle entrate della società Palazzo del Governatore e da altre partecipazioni e investimenti».

Insomma, ombre ma anche luci. Una premessa:

il modo di erogare è cambiato. La Fondazione Cra presenta bandi (quest'anno 4, altrettanti ne saranno presentati nel 2022) indicando un cambio di prospettiva: sceglie l'ambito che ritiene importante e invita chi fosse interessato alla presentazione dei progetti, che poi verranno analizzati ed eventualmente finanziati.

Per il resto, il presidente Mariano vede segnali di ripresa e ricorda la bella mostra su Carrà, a Palatium Vetus «che ha portato una sensazione di normalità, grazie ai visitatori, che ci voleva. Da quello che percepisco, in generale, mi pare che a Valenza le cose vadano bene, altrettanto per la logistica e per l'industria. Il piccolo commercio invece soffre, inutile negare che la grande distribuzione lo penalizza. Da un altro osservatorio, non quello di presidente ma di notaio, noto che gli stranieri, oltre agli immobili, ora acquistano attività commerciali di un certo livello. Il prossimo passo sarà l'Università, nel senso che vi accederanno sempre più ragazzi, nati in Italia ma di origine straniera, che saranno una risorsa anche per il futuro. Come lo saranno il campus al rione Orti di Alessandria e le residenze universitarie. Magari ne soffrirà il centro, ma questo è un altro discorso». ■

“ Accederanno all'Ateneo sempre più stranieri. Una risorsa

SLALA

## Scalo, logistica e trasporti: le ferrovie una leva da sfruttare

di **Giordano Panaro**



**Nicola Bassi**



**Angelo Marinoni**

Coordinatori delle Commissioni 'Logistica delle merci' e 'Interventi strategici' della Fondazione Slala

Dallo scalo ferroviario di Alessandria alle infrastrutture strategiche per lo sviluppo territoriale. **Nicola Bassi** e **Angelo Marinoni**, rispettivamente coordinatori delle Commissioni 'Logistica delle merci' e 'Interventi strategici' della Fondazione Slala - Sistema logistico del nord ovest d'Italia, presieduta da Cesare Rossini, fanno il punto su alcuni dei principali fronti aperti.

Rispetto al 'Nuovo Scalo Alessandria', il nome che digITALog Spa (ex UIRNet) ha assegnato alle attività di riprogettazione dello Scalo Smistamento, è stato fatto il primo ed essenziale passo con la redazione dello Studio Trasportistico, «oggi al vaglio dei tecnici che hanno il compito, in primo luogo, di verificarne la correttezza sostanziale e quindi di interpretare correttamente le valutazioni offerte. Sì, perché gli studi trasportistici - spiega Nicola Bassi - sono composti dall'applicazione di scenari di contesto (per esempio, i dati sulla circolazione delle merci) a modelli trasportistici che comprendono la rete di trasporto nelle varie modalità e le capacità di gestione delle merci». Lo Studio Trasportistico si è concentrato nell'analisi dell'area compresa fra Genova, Savona e Alessandria, valutando ogni aspetto inerente la logistica, soprattutto le modifiche all'assetto della viabilità e della rete ferroviaria da oggi al 2030 [Terzo Valico, Gronda di Genova, interventi ferroviari sulla rete ligure], e le capacità di scambio con le aree limitrofe e sul lungo raggio, per valutare le condizioni di sostenibilità di ogni eventuale investimento sullo Scalo di Alessandria. Quale combinazione delle

tre principali funzioni logistiche previste (Hub ferroviario, Retroporto, navettamento su ferro delle merci sui Porti liguri) risulta migliore?

«Questo - risponde Bassi - è ancora in discussione. Quel che al momento è certo, è che ogni possibilità di sostenibilità è legata alla crescita del traffico merci sui Porti liguri. Rfi [Rete ferroviaria italiana], cui spetta il parere definitivo, sceglierà di scommettere sullo sviluppo».

La Commissione 'Interventi strategici' ha l'obiettivo di circostanziare, verificare e progettare la fattibilità di iniziative infrastrutturali in grado di rispondere alle esigenze dei territori. In questo senso sta studiando e valorizzando il corridoio Sempione - Alessandria - Porti liguri, il 24B, che ha in Alessandria centro fondamentale per i territori Verbano-ossolani come per quelli genovesi e savonesi.

L'obiettivo «è quello di fare attuare ai decisori quelle iniziative infrastrutturali che consentano al corridoio e ai fondamentali componenti territoriali - sottolinea Marinoni - un adeguato sviluppo socioeconomico dove la sostenibilità è un prerequisito».

Le prime iniziative attuate riguardano la realizzazione del casello di Predosa sull'autostrada A26. Che «valorizzerà l'area che va dal Monferrato aquese all'Appennino ligure. Stiamo poi lavorando a una connessione stradale veloce fra il casello di Altare sulla A6 Torino - Savona e il nuovo casello predosino. Imprescindibile è il collegamento di Alessandria e Casale con Milano, attuando un principio di rete che realizzi una Y ferroviaria». ■



CONFINDUSTRIA DI ALESSANDRIA

# La vaccinazione spinge i consumi che trainano la risalita dell'economia

di **Roberto Gilardengo**



**Laura Coppo**  
Presidente Confindustria  
Alessandria

Ci eravamo lasciati lo scorso anno con un quadro dell'economia provinciale pesantemente condizionato dalla pandemia, ma dentro al quale si cominciavano a intravedere segnali confortanti «*che fanno pensare* – era la considerazione dell'allora presidente di Confindustria Alessandria, Maurizio Miglietta – *di essere pronti per quando ci sarà la ripresa*».

E adesso la ripresa è arrivata. Magari una ripresina. Piaccia o no che si dica, il risultato positivo della campagna di vaccinazione ha dato una spinta significativa ai consumi delle famiglie: sono quelli che trainano l'attesa risalita, testimoniata dai numeri che l'attuale presidente dell'associazione degli industriali, **Laura Coppo**, ha recentemente commentato alla presentazione dell'indagine congiunturale relativa al quarto trimestre. Nello specifico, secondo le aspettative espresse dagli imprenditori del territorio, crescono produzione e ordinativi. E cresce anche il mercato interno, tanto che questa volta la risalita dell'export a livelli meno alti di quanto ci si potrebbe aspettare, è compensata da una situazione generale che piace agli addetti ai lavori.

«*Il recupero dell'economia nazionale è dunque ben avviato* – spiega la presidente Coppo – *e in attesa che inizi la vera crescita anche le previsioni dei nostri imprenditori sono ancora positive, come nel precedente trimestre. Il nostro Centro studi nazionale sottolinea che il motivo principale della maggior crescita è dato dagli effetti benefici del Piano nazionale di ripresa e resilienza, che vale 235 miliardi tra 2021 e 2026 e che finanzierà le riforme e alimenterà gli investimenti. Per i primi anni l'impatto positivo è attribuibile soprattutto all'aumento di spesa e agli investimenti pubblici. Col tempo, invece, l'attuazione del Pnrr avrà effetti positivi sulla crescita, aumentandone il potenziale*».

## I risultati si vedono. Anche in provincia

I risultati si vedono anche a livello territoriale, dunque: «*Ovviamente* – sottolinea la presidente degli industriali – *. Anche l'industria della nostra provincia attende di conoscere la reale portata e la puntuale identificazione degli interventi che potranno portare beneficio sul nostro territorio, dove diversi settori produttivi hanno posizioni competitive di eccellenza a partire dalla gioielleria, campione di export, piuttosto che dall'alta soglia tecnologica di chimica e gomma-plastica*».

Dal tradizionale report con l'analisi trimestrale emerge anche qualche segnale negativo. Ad esempio, mentre si registra una ripresa del comparto metalmeccanico, le difficoltà, questa volta, sono accusate dalla chimica: «*Un calo* – viene osservato – *molto legato al problema dell'approvvigionamento delle materie prime*». Lo stesso che nel trimestre precedente aveva penalizzato il settore metalmeccanico.

E così «*seppure a fronte di prospettive positive* – è il commento della Coppo – *il Centro studi di Confindustria avverte che occorre ancora considerare diversi elementi di rischio verso una crescita solida e duratura: dalla carenza prolungata, appunto, delle materie prime, ai costi dell'energia, all'inflazione elevata*». Si potrebbero aggiungere anche il costo del lavoro e la pressione fiscale. Ma, questi, sono vecchi problemi. ■

#bornelectric

# THE iX



## FULL ELECTRIC, COMPLETAMENTE BMW.

Nasce **BMW iX Full Electric**. Pensa solo a guidarla con il leasing operativo **WHY-BUY EVO i\*** da **559 euro** al mese, per 36 mesi e 30.000 km. Anticipo 20.390 euro. Offerta valida fino al 31 dicembre.

Manutenzione ordinaria, RCA, Pick Up & Delivery, Smart Wall Box inclusi.

**WHY-BUY EVO**

**Scopri e prenotala su BMW.IT**

## Rolandi Auto

**Concessionaria BMW**

Via del Lavoro, 35 - Zona Art. D/3

Alessandria (AL)

0131 347131

[www.rolandiauto.bmw.it](http://www.rolandiauto.bmw.it)

\*Un esempio per Nuova BMW iX xDrive40 con Leasing Operativo WHY-BUY EVO considerando Milano quale provincia di residenza del locatario.

**Offerta valida fino al 31/12/2021 in tutte le Concessionarie aderenti. Importo una tantum da versare alla stipula del Contratto € 20.390.** Durata di 36 mesi e 30.000 Km con 36 canoni mensili pari a € 558,75. Imposta di bollo € 16 addebitata sul secondo canone. Il canone mensile inclusivo di E-Mobility Pack comprende: i) Copertura assicurativa R.C.A. massimale € 25.000.000 ii) Immatricolazione e messa su strada; iii) Adempimenti Archivio Nazionale Veicoli; iv) Assistenza e Soccorso Stradale. Inoltre, inclusi nel canone anche l'attivazione gratuita di v) Programma di Manutenzione BMW Senza Pensieri 4 anni vi) Servizio di Pick-Up & Delivery; vii) Infrastruttura di ricarica NewMotion di tipo smart con sopralluogo tecnico e installazione\*\*. Spese di istruttoria € 305. Spese mensili d'incasso ZERO. Tutti gli importi sono da considerare IVA inclusa. Salvo approvazione di BMW Bank GmbH - Succursale Italiana. Vettura visualizzata a puro scopo illustrativo. Messaggio promozionale.

1) Manutenzione ordinaria con Controllo Veicolo, Sostituzione Microfiltro Abitacolo, Sostituzione Liquido Circuito Freni per 4 anni. Gli anni inclusi nel programma di manutenzione decorrono dalla data di prima immatricolazione della vettura. Il pacchetto di manutenzione termina al raggiungimento dell'intervallo temporale indicato.

2) Solo in occasione di una manutenzione prevista nel Programma di Manutenzione BMW Senza Pensieri 4 anni, nell'arco di 20 Km dal punto di presa della vettura (o riconsegna) al centro BMW Service scelto. Il pacchetto è utilizzabile presso i Centri BMW Service italiani, aderenti all'iniziativa.

\*\* con il contributo dei Concessionari BMW aderenti.

Nuova BMW iX: consumo di corrente in kWh/100 km: fino a 23; emissioni di CO<sub>2</sub> in g/km (ciclo misto): 0.

Le emissioni di CO<sub>2</sub> riportate i valori riportati sono stati determinati sulla base della procedura WLTP di cui al Regolamento UE 2017/1151. I dati indicati potrebbero variare a seconda dell'equipaggiamento scelto e di eventuali accessori aggiuntivi. Ai fini del calcolo di imposte o di incentivi che si basano sulle emissioni di CO<sub>2</sub>, potrebbero essere applicati valori diversi da quelli indicati.



# ALESSANDRIA

## Investire e guardare ai mercati esteri Ma la grande sfida è lo scalo ferroviario

di **Roberto Gilardengo**

La ripresina dell'economia, in attesa della vera crescita, è l'elemento che colora di ottimismo l'ultimo trimestre di un anno peraltro contraddistinto da un trend positivo. L'export è in espansione sui mercati mondiali, che riacquistano dinamicità. Quindi una ulteriore spinta alla vocazione a esportare delle imprese alessandrine.

Nel capoluogo, ad esempio, il polo delle macchine di assemblaggio guarda da sempre ai mercati esteri. Emblematico il caso di Telerobot, azienda che ha sede nella zona D4, dove si realizzano linee che producono fino a 80mille tappi l'ora e che vengono vendute in tutto il mondo. Del resto, Telerobot fa parte di Ima, un gruppo che ha chiuso il 2020 con 1,5 miliardi di euro di ricavi consolidati e una quota export che si attesta attorno all'84%.

La Cina è uno degli obiettivi della Borsalino, storico brand alessandrino che dopo essersi rafforzata negli Stati Uniti, intende in realtà consolidare la propria leadership in Italia. Il mercato interno interessa moltissimo anche alla Paglieri, una di quelle aziende che sono andate controtendenza: non solo ha passato indenne il periodo del lockdown - come del resto altre, a livello nazionale, che fanno parte del settore profumeria e prodotti per la casa - ma nel 2020 ha fatto registrare una ulteriore crescita di fatturato arrivando a sfiorare i 140 milioni. Questo spiega la scelta di investire, quest'anno, in una nuova linea di doypack, un packaging sicuro e flessibile, usato per saponi liquidi e ammorbidenti, che riduce l'utilizzo della plastica.

La propensione a investire è uno degli indicatori guardato con maggiore interesse alla presentazione della recente indagine congiunturale di Confindustria. Il 72% degli imprenditori intervistati

per realizzare il report sostiene di essere interessato a lanciarsi in questa sfida, rischiando ma con l'obiettivo di aumentare i profitti. L'altro è quello di chi ha lavoro per più di un mese, l'89% del campione. Ovviamente, è ancora più importante sapere che sono in crescita le previsioni per occupazione e produzione.

La grande sfida del 2022, per Alessandria, a questo punto riguarda la logistica. La svolta per ridisegnarne il futuro economico passa dal progetto di rilancio dello scalo ferroviario, al servizio delle merci che transitano da Genova e dal Mediterraneo e che sono dirette ai mercati del cuore dell'Europa. In questo caso l'ottimismo è giustificato dalla notizia che al centro merci sono stati assegnati 2 milioni di euro, cui si è aggiunto il significativo coinvolgimento di Rfi, che per bocca dell'ex amministratore delegato Maurizio Gentile aveva indicato il retroporto come unico possibile sviluppo anche per Genova: «L'idea - aveva anticipato Gentile - è quella di realizzare delle navette tra la città ligure e Alessandria in modo da completare i treni in uno scalo merci passante su modello tedesco, sfruttando la sua posizione decentrata rispetto al Corridoio 5 Lisbona-Kiev». Insomma, un progetto che se concretizzato potrebbe portare benefici in termini di occupazione a un territorio in realtà più ampio. Il problema è che, oltre allo studio trasportistico, si dovrà capire se l'operazione è economicamente sostenibile. E qui entra in scena il pessimismo frutto di anni passati a ricordare il ruolo di Alessandria importante nodo ferroviario, senza però far seguire alle parole i fatti. E quindi alimentando uno scetticismo - peraltro giustificato - che porta a dire: se andasse male pure questa volta, si dovrà davvero mettere una pietra tombale sul sogno di rilanciare Alessandria smistamento, a beneficio della città e soprattutto di chi ci lavora. A quel punto, niente binari, container e navette, ma magari una grande piscina... ■



# ALESSANDRIA TELEROBOT

ANNO DI FONDAZIONE  
**2010**

FATTURATO 2020 GRUPPO IMA  
**1,5 MILIARDI DI EURO**

DIPENDENTI  
**65**

## Macchine di assemblaggio, un polo che cresce grazie al rapporto con Ima

di **Roberto Gilardengo**



“ Si realizzano macchine che producono 100 mila tappi l'ora

Stati Uniti, India, Cina, Malesia, Thailandia e Brasile. A questa rete si aggiungono uffici di rappresentanza in Europa centro-orientale e più di 50 agenzie. Gli stabilimenti, in tutto 48, sono divisi tra Italia, Germania, Svizzera, Regno Unito, Stati Uniti, India, Malesia, Cina e Argentina. La forza del gruppo sta anche nei brevetti (sono 1.700 - domande di brevetto comprese - in tutto il mondo) e nella capacità di lanciare numerosi nuovi modelli di macchine, come è avvenuto negli ultimi anni.

L'alessandrina Telerobot ha sede nella zona D4, dove si realizzano macchine che producono fino a 100 mila tappi l'ora. Lasciatisi alle spalle un periodo di difficoltà, dal 2016 (anno in cui è stata acquisita da Ima) l'azienda fa registrare un trend in costante crescita con una previsione di raddoppio del fatturato che, per il 2021, dovrebbe aggirarsi intorno ai 18 milioni di euro. Una crescita confermata anche dall'aumento dei volumi e dell'organico, con indubbi benefici sull'indotto locale non solo del capoluogo ma anche della provincia, sulle quali l'intero gruppo si appoggia per la fornitura di parti meccaniche lavorate e di manodopera specializzata.

Tra le novità di quest'anno, da segnalare l'inaugurazione di un nuovo stabilimento, il terzo dei plant presenti nella sede alessandrina, interamente dedicato alla produzione degli alimentatori. Telerobot, infatti, realizza internamente i sistemi di alimentazione sia delle proprie linee di assemblaggio che quelli per le altre aziende e divisioni del gruppo bolognese. Con quest'ultimo stabilimento, raggiunge un totale di oltre 8 mila metri quadri di area produttiva. Per questo, la strada del completo rilancio di Telerobot dovrebbe passare da un rapporto sempre più stretto con la casa madre emiliana. Quella che ha consentito all'azienda alessandrina di fare il definitivo salto di qualità. Come dicono i numeri. ■

Il polo tecnologico alessandrino delle macchine di assemblaggio, una realtà conosciuta a livello mondiale, è certamente uscito rafforzato dall'ingresso di Telerobot nel gruppo bolognese Ima, un autentico colosso del settore. Ima, che ha sessant'anni di storia alle spalle, è infatti leader nella progettazione e produzione di macchine automatiche per il processo e il confezionamento di prodotti farmaceutici, cosmetici, alimentari, tè e caffè. Una leadership acquisita grazie a investimenti significativi nella ricerca e nello sviluppo e alla capacità del gruppo di internazionalizzarsi e conquistare nuovi mercati. Questo spiega la sua costante crescita.

I numeri, come spesso capita, sono lo specchio fedele della realtà e, per quanto riguarda Ima, dicono che l'esercizio 2020 è stato chiuso con circa 1,5 miliardi di euro di ricavi consolidati e una quota export che si attesta attorno all'84%.

Il gruppo è presieduto da **Alberto Vacchi** (nella foto), ha circa 6.200 dipendenti, 2.400 dei quali lavorano all'estero, dove è presente in 80 paesi, sostenuto da una rete commerciale composta da 29 filiali con servizi di assistenza e vendita in Italia, Francia, Svizzera, Regno Unito, Germania, Austria, Spagna, Polonia, Israele, Russia,





ANNO DI FONDAZIONE  
**1863**

FATTURATO 2020 SOLVAY ITALIA  
**1,5 MILIARDI DI EURO**

DIPENDENTI  
**600**

## Nello stabilimento dei polimeri si guarda alla mobilità elettrica

di **Roberto Gilardengo**

Partendo da lontano, va ricordato che il gruppo Solvay ha compiuto 158 anni di storia industriale e 109 di presenza in Italia. Dei 6 siti produttivi presenti sul territorio nazionale, lo stabilimento di Spinetta Marengo e il centro di ricerca di Bollate costituiscono la società Solvay Specialty Polymers Italy Spa: punta allo sviluppo di nuovi materiali e prodotti per settori hi-tech. Sotto la gestione Solvay, che ha acquisito il sito di Spinetta Marengo nel 2002, lo stabilimento ha visto una decisa opera di rinnovamento: «Sono stati investiti - sottolinea l'azienda - più di 500 milioni di euro, di cui 200 milioni destinati a sicurezza, sostenibilità e ammodernamento tecnologico degli impianti».

Lo stabilimento di Spinetta Marengo è indubbiamente uno dei più innovativi del gruppo. L'età media dei 600 dipendenti è di circa 43 anni, con un elevato livello di scolarizzazione testimoniato dal 20% di laureati e dal diploma di scuola superiore della maggior parte degli altri. Per completare il quadro, la popolazione aziendale di Spinetta è giovane «e altamente professionalizzata», il 94% del personale risiede nella provincia di Alessandria, molti abitano nel sobborgo alle porte del capoluogo.

Spinetta Marengo è leader mondiale nella produzione di polimeri speciali che trovano applicazione in diversi settori tecnologicamente avanzati. Solvay Specialty Polymers realizza circa 1500 prodotti specifici, noti sotto 35 marchi impiegati nei settori aerospaziale, automobilistico, elettrico e smart devices e utilizzati anche per batterie ed energie alternative, per la comunicazione, il petrolchimico, le membrane, i cavi e i cablaggi, per il settore sanitario e per la depurazione delle acque.

La spinta agli investimenti si concentra su materiali innovativi per la mobilità elettrica, per applicazioni che consentono di ridurre le emissioni, nel fornire soluzioni in campo medicale [ad esempio materiale per mascherine] e per vincere le sfide più attuali della sostenibilità [sistemi di potabilizzazione dell'acqua]. Tra questi, un ruolo chiave lo ha sicuramente la tecnologia esclusiva a membrana, nota con il marchio Aquivion, che darà un contributo chiave ai mercati degli elettrolizzatori e delle celle a combustibile. Rispetto alla tecnologia più consolidata delle batterie al litio, quelle a idrogeno offrono diversi vantaggi tra cui la maggior autonomia. In ambito medicale, invece, i polimeri prodotti nello stabilimento Solvay trovano applicazione nelle siringhe con farmaco precaricato, piuttosto che nel rivestimento interno dei tubi per il cateterismo o nello strato applicativo dei cerotti transdermici, tanto per fare alcuni esempi.

Bollate [ricerca] e Spinetta Marengo [produzione], partecipano al progetto paneuropeo Flash Battery. La Commissione europea ha infatti approvato un progetto innovativo di interesse comune Ipcei per sostenere la ricerca e l'innovazione nel settore prioritario delle batterie. Si punta a una nuova mobilità pulita e a basse emissioni. «L'obiettivo - spiega Solvay - è la transizione verso la neutralità climatica, che porterà significative opportunità di sviluppo tecnologico per il miglioramento ambientale e la crescita economica, con la creazione di posti di lavoro». ■





# ALESSANDRIA GRUPPO AMAG

ANNO DI FONDAZIONE  
**1976**

FATTURATO 2020  
**194,4 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**353**

## «Pronti a scommettere su innovazione, solidarietà e acqua»

di **Marcello Feola**



Il 2021 che si sta concludendo è stato per il Gruppo Amag [la multiutility di servizi pubblici dell'Alessandrino, che opera sul territorio nell'erogazione di acqua con ciclo idrico integrato, gas, energia elettrica, calore, raccolta e gestione rifiuti e trasporto pubblico locale] un anno certamente intenso, in cui nonostante l'emergenza Covid-19 è proseguito il percorso di innovazione e di investimenti che vedranno nei mesi e negli anni a venire la piena realizzazione.

La messa a punto delle strategie di sviluppo sta procedendo con una forte attenzione ai bilanci aziendali e alla necessità di strutturare un Gruppo basato sulla trasparenza dei processi e sulla qualità dei servizi erogati. Realtà industriale ad azionariato pubblico al 100%, Amag ha come suoi soci il Comune di Alessandria [azionista di maggioranza] e altri 57 municipi della provincia e della Langa Astigiana, "che hanno piena rappresentanza e possibilità di far sentire la propria voce", sottolinea il presidente **Paolo Arrobbio** [nella foto]. L'azienda, per questo, intende puntare da subito a una profonda "rivoluzione verde", all'insegna dell'economia circolare e del rispetto dell'ambiente. Da un lato si sta cercando di identificare la soluzione ottimale per la realizzazione della "Smart City", dall'altro è in corso un processo di forte sensibilizzazione della popolazione sul fronte "green", a partire dalla raccolta e dallo smaltimento dei rifiuti fino alla "battaglia" affinché l'acqua sia per tutta la provincia un bene controllato interamente da soggetti pubblici.

«L'economia green ecosostenibile - spiega Arrobbio - non sarà solo il futuro, ma è già il presente di Amag Ambiente e lo scorso 23 settembre, a Fubine Monferrato, abbiamo posto un primo fondamentale tassello del progetto con la Giornata della Sostenibilità, che ha coinvolto una vasta rappresentanza [pur nel rispetto di tutte le normative Covid] delle scuole del territorio. È stata una giornata entusiasmante, ma si tratta solo del primo passo verso altri appuntamenti che si succederanno nel corso dei prossimi mesi».

A proposito di investimenti, sono 25 i milioni di euro che il Gruppo ha deciso di utilizzare per il completo rifacimento della rete idrica, non solo nell'Alessandrino ma in tutto l'ampio territorio di riferimento che arriva fino all'Acquese e alla Langa Astigiana. Mentre un'altra "mission" del 2022 sarà fare in modo che in provincia di Alessandria la risorsa acqua possa essere sotto il totale controllo pubblico, come avviene già oggi nel caso di Amag Reti Idriche. Nel corso della pandemia, tra l'altro, Amag ha scelto come priorità assoluta la solidarietà, sostenendo in maniera diretta e indiretta gli ospedali del territorio e altre realtà che avevano bisogno di aiuto immediato e tangibile. «Siamo una multiutility pubblica - ribadisce Arrobbio - con una forte vocazione al sostegno della nostra comunità e in questi ultimi due anni lo abbiamo ampiamente e doverosamente dimostrato. Anche oggi non abbassiamo la guardia, consapevoli che la pandemia non è ancora terminata». ■

“Smart City?  
Cerchiamo  
la giusta  
soluzione

ALESSANDRIA

# CENTRALE DEL LATTE DI ALESSANDRIA E ASTI



ANNO DI FONDAZIONE  
**1953**

FATTURATO 2020  
**26 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**54**

## Centrale del Latte di Alessandria e Asti, la forza della tradizione

di **Marcello Feola**

La Centrale del Latte di Alessandria e Asti è una delle realtà più importanti della provincia e a dirlo sono i numeri, perché ogni anno raccoglie, lavora e vende circa 15 milioni di litri di latte fresco e panna, distribuendo oltre 400 diversi prodotti. Con il direttore generale **Pietro Cerlesi**, perciò, analizziamo le difficoltà incontrate per via della pandemia ma, anche, i piani per uno sviluppo aziendale che non accenna a fermarsi.

■ **Dottor Cerlesi, che anno è stato il 2020 per la Centrale del Latte?**

«È stato un anno pesantemente condizionato dalla situazione Covid-19. Basti pensare alle numerosissime aziende ed enti pubblici che hanno continuato e continuano a lavorare in modalità smart working: un fenomeno che ha portato a una pesante flessione delle colazioni e dei pranzi consumati fuori casa, appunto negli esercizi sopra menzionati».

■ **La pandemia quanto ha cambiato il vostro modo di lavorare e le abitudini della clientela?**

«Ha provocato una significativa decurtazione dei volumi produttivi e di vendita e ci ha portato a rivalutare il canale Normal Trade che, in seguito alle difficoltà d'ingresso ai supermercati e per la comodità di accesso anche quotidiana, ha visto una certa ripresa. Noi siamo stati sempre operativi, cercando di supportare al massimo le richieste dei clienti, che ci hanno riconosciuto il merito di questa particolare vicinanza. Allo stesso modo, le abitudini dei consumatori si sono modificate: dal punto di vista del prodotto verso articoli con maggiore durata commerciale (nel nostro caso, Latte Uht e Latte Eesl), dal punto di vista delle modalità di spesa diradando la frequenza di accesso alle grandi superfici e tornando in parte all'acquisto sotto casa».

■ **La Centrale punta da sempre su tradizione e storia: quali prodotti sono i punti di forza?**

«Centrale continua a produrre latte fresco pastorizzato di alta qualità e panna fresca da filiera controllata Piemontese, mantenendo il più alto standard di settore sia nella produzione primaria (benessere animale), sia nella attività di trasformazione. Stiamo sviluppando una nuova linea di produzione per Latte Microfiltrato Esl, con vita commerciale di almeno 15 giorni e caratteristiche molto vicine a quelle del latte fresco. Un'importante innovazione tecnologica, che godrà anche dei benefici previsti dalla normativa 'Industria 4.0', che porta Centrale a livello delle migliori aziende di settore. Infine, abbiamo rivisto la grafica di molte delle nostre confezioni, rendendola più 'leggera' e un po' più colorata, utilizzando peraltro fonti rinnovabili vegetali e completamente riciclabili. In tal modo manteniamo l'attenzione alla sostenibilità ambientale che, oltre all'aspetto del packaging, ha visto una diminuzione dei consumi di acqua potabile pari al 20% in seguito all'adozione di più moderni sistemi di lavaggio e sanificazione degli impianti produttivi».

■ **Guardando al futuro, infine, quali i progetti in cantiere?**

«Verso gli allevatori la sfida è continuare a mantenere un livello di remunerazione della materia prima in linea con le migliori performance di mercato, cosa fino ad ora sempre verificatasi. Verso i grandi competitor occorrerà al contrario rafforzare l'identità locale e innovare i prodotti, cercando di "sfruttare" qualche spazio che le grandi aziende, per loro esigenze di razionalizzazione e organizzazione, possono a volte aprire a livello periferico. Certo, non è un mercato facile dato l'andamento generale e il numero dei competitor presenti, ma Centrale ha una solida tradizione, un profondo radicamento sui suoi mercati storici e proverà ovviamente a mantenere, e se possibile implementare, la sua sfera d'azione». ■





ALLARA  
MISSIONE

# SOSTENIBILITÀ

**estrarre**  
in modo responsabile

**alimentare**  
l'economia circolare

**tutelare**  
la biodiversità

**proteggere**  
il territorio





# ALLARA

## e Casale Monferrato: un legame consolidato

**ALLARA** è un'azienda del settore estrattivo e edile attiva a Casale Monferrato dagli anni Cinquanta. In tutti questi anni il legame con il territorio si è andato rafforzando. Oltre all'attività di rinaturazione in Località Baraccone - che si sta avviando alla sua conclusione e che vedrà Allara "restituire" a Casale un polmone verde a pochi passi dalla città - sono tante le opere importanti per il territorio casalese di cui l'azienda si è resa protagonista.



Il Parco Eternot è una delle opere pubbliche realizzate da **ALLARA** di maggior portata simbolica e non solo per il territorio casalese. Il Parco è stato costruito sull'area precedentemente occupata dalla fabbrica Eternit, completamente bonificata. Inaugurato nel 2016, il giardino pensile ha una superficie di circa 29.000 metri quadrati e ospita monumenti, spazi per i giochi, per lo sport e un tratto di pista ciclabile che lo collega al centro urbano. Attraverso i suoi monumenti, come il Vivaio Eternot, e le sue iniziative pubbliche il Parco è una testimonianza attiva del percorso fatto da Casale e dai suoi cittadini per superare il dramma dell'amianto.



**ALLARA** ha partecipato anche alla costruzione della Centrale Idroelettrica della ditta Idro Baveno, un'opera importante sia per le ricadute sul territorio (ad esempio, le compensazioni ambientali che permetteranno alla città di attuare interventi migliorativi) sia per la tecnologia impiegata, una traversa di sbarramento mobile, costituita da una struttura tubolare gonfiabile ad acqua in tessuto gommato. La caratteristica importante è che, in caso di portate d'acqua rilevanti, come durante un'alluvione, può essere completamente sgonfiata così da favorire il deflusso. La centrale idroelettrica attualmente in funzione è in grado di produrre circa 25.000 Mwh annui.

Casale Monferrato affronta le difficoltà tipiche delle città di fiume. **ALLARA** ha preso parte a diversi interventi volti a mettere in sicurezza il territorio, come la rimozione a costo zero per l'amministrazione comunale dell'isolone di ghiaia di fronte al quartiere Oltreponte, che negli anni era diventato pericoloso per la sicurezza della città dal momento che si era avvicinato sempre più al ponte limitando il deflusso del fiume. Sempre a tema sicurezza sono in previsione i lavori di arretramento dell'argine all'altezza della cascina Consolata di Terranova. Si tratta di un intervento per eliminare una strozzatura che limita il decorso dell'acqua del Po e che negli anni ha creato diverse criticità per la città.



Il legame con il territorio, soprattutto quando autentico e consolidato come nel caso di Allara, è un aspetto importante della responsabilità sociale di un'azienda che guarda al futuro, operando in un contesto di attenzione e cura.



# ALESSANDRIA KIOSK

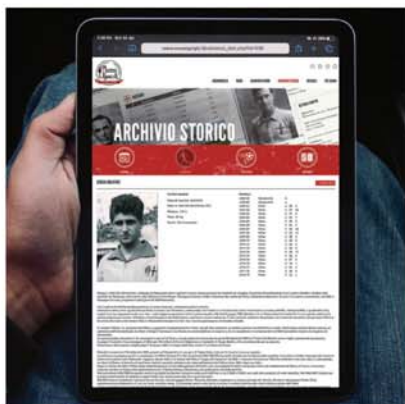
ANNO DI FONDAZIONE  
**1996**

FATTURATO 2020  
**N.D.**

DIPENDENTI  
**N.D.**

## Dall'app per eliminare le code al portale per gli amanti del calcio

di **Roberto Gilardengo**



Nata nel 1996, Kiosk è specializzata in comunicazione digitale. È un'azienda alessandrina composta da un team di professionisti con competenze in design, branding, marketing e tecnologia informatica, che lavorano assieme con metodo multidisciplinare per offrire soluzioni innovative e differenzianti. Cambiamento e innovazione sono i concetti chiave di Kiosk che si riflettono nella struttura dell'offerta che si articola in diversi ambiti: soluzioni digitali per la gestione dei flussi di clienti e per la customer care, comunicazione digitale distribuita in ambito retail e corporate, sviluppo web e inbound marketing, gestione sale meeting e installazione di sistemi di collaborazione per il moderno workspace. Partendo dalla selezione di componenti, Kiosk abbraccia il mercato del digital signage e delle postazioni self-service, fornendo soluzioni chiavi in mano caratterizzate da design, affidabilità e performance. In vent'anni di attività, Kiosk ha realizzato una serie di pacchetti software che sono diventati il punto di riferimento sul mercato italiano. Dalla gestione delle code [Kiosk Hydra] a quella delle sale meeting [Kiosk Targa]; dal customer care [Kiosk Emoticon] alla telepresenza [Kiosk live].

Nell'ambito dei sistemi di gestione delle code, Kiosk Hydra si posiziona come leader di mercato in quanto coniuga la funzione della gestione centralizzata e multisede dei servizi, all'ottimizzazione delle risorse umane, al sistema di gestione delle prenotazioni e a sportelli di telemedicina. Il sistema è stato adottato a livello locale dall'azienda multiservizi Amc Casale per gestire in modo unificato le sedi di Casale Monferrato e di Valenza. Il sistema è diffusamente utilizzato da tutti i grandi centri vaccinali della Sardegna, nel nuovo Ospedale di Massafra [Taranto] e nel Policlinico Umberto I di Roma. Il sistema proprietario di telepresenza -

Kiosk Live - è il fiore all'occhiello di Kiosk per applicazioni di filiali bancarie non presidiate e corner ospedalieri per il supporto medico e informativo a visitatori [telemedicina]. È quello in uso presso la sede di italiana di Esa, l'ente aerospaziale: «L'esperienza maturata come system integrator e software house - spiega l'amministratore delegato **Mauro Conta** [nella foto] - ha permesso di studiare per clienti con esigenze specifiche soluzioni custom hardware e software, proponendo sempre la tecnologia più idonea alla singola problematica o obiettivo di business». Potenziano l'offerta commerciale gli accordi di partnership con Hubspot, la più famosa e usata piattaforma di inbound marketing oggi presente sul mercato, e Dise, software leader nella distribuzione di contenuti su display in rete di negozi e punti vendita, ampiamente adottato nei principali flag-ship store internazionali.

Per stare in tema di attualità, ecco la novità di due portali che interessano gli appassionati di calcio e, soprattutto, quelli dell'Alessandria neopromossa in serie B. Si tratta de 'ilnobilecalcio.it' e di 'museogrigio.it'. Il successo di questi due siti è testimoniato dall'altissima affluenza raggiunta. In particolare ilnobilecalcio tocca picchi giornalieri di 160mila visitatori: «Dietro c'è un lavoro notevole - sottolinea Conta - Esempio: 'museogrigio' era inizialmente un archivio storico, cui sono stati aggiunti articoli su partite, video, quindi elementi iconici che caratterizzano i Grigi. Ora stiamo portando avanti un progetto che prevede la realizzazione di una mostra fisica».

Per concludere, la tecnologia fornita da Kiosk è usata da molte aziende importanti come Coca-Cola, Sheraton Milano Malpensa, Dow Italia, Pierre Fabre, Policlinico Umberto I, Ats Sardegna. Non c'è, dunque, solo Alessandria. ■



# ALESSANDRIA GRUPPO MINO

ANNO DI FONDAZIONE  
**1940**

FATTURATO 2020 DI GRUPPO  
**60 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**220**

## «L'alluminio è il metallo di questo secolo. E noi siamo pronti»

di **Marcello Feola**

«Non è stato un anno semplice, per nessuno. Per un gruppo come il nostro che vive di export la pandemia ha infatti causato problemi nell'organizzare i cantieri all'estero ma sono fiero di dire che, anche grazie all'impegno di tutti i nostri dipendenti, siamo riusciti a portare a termine le grosse commesse acquisite nel corso del 2019 in Usa, Spagna e Cina nonostante le enormi difficoltà di spostamento»: l'ingegner **Cesare Pettazzi** (nella foto), presidente del Gruppo Mino - riconosciuto a livello mondiale nel settore degli impianti di laminazione per metalli non ferrosi - non nasconde le difficoltà affrontate nel corso 2020, ma guarda al futuro con fiducia e con l'orgoglio di essere alla guida di una realtà all'avanguardia nel mondo.

«La nostra peculiarità è quella di realizzare impianti di grosse dimensioni che vengono spediti in Europa, Usa e Cina per essere montati e messi a servizio in loco - spiega - E siamo riusciti a farlo anche nel periodo più complesso della storia recente: ad esempio, per avviare un grosso laminatoio a caldo per alluminio in South Carolina dieci nostri tecnici sono stati negli Stati Uniti per otto, lunghi mesi senza mai tornare a casa. È anche grazie a questo enorme senso del dovere e spirito di sacrificio delle nostre maestranze che siamo riusciti non solo a portare a compimento con successo i contratti acquisiti, ma persino ad avviare gli impianti secondo programmi temporali convenuti prima dell'inizio della pandemia, senza alcun ritardo. Questo è stato un risultato straordinario che ha suscitato il plauso dei clienti».

■ **Che impianto è quello del South Carolina?**  
«Una linea di produzione di alluminio a caldo capace di utilizzare il 100% di alluminio riciclato: in sostanza, partendo dalle lattine usate, nello stesso impianto si rifonde lo scarto, si produce un nastro e lo si lamina

per realizzare "coils" di alluminio per applicazioni nell'edilizia, come ad esempio le facciate dei grattacieli. È una delle direttrici sulle quali ci stiamo orientando, tanto che, insieme al nostro partner americano Hazelett Corporation, siamo in grado di fornire linee combinate di colata e laminazione in cui si può utilizzare fino al 100% di alluminio riciclato. E attenzione, parliamo di un metallo che, con gli impianti e le tecnologie giuste, si può riciclare all'infinito per applicazioni addirittura più sofisticate dello scarto di partenza».

■ **Che anno sarà quello che verrà?**

«A partire dall'inizio del 2021 - ragiona Pettazzi - abbiamo assistito a una vigorosissima ripresa nel settore dei metalli, che è il primo comparto in cui solitamente si investe. Per quanto riguarda il Gruppo Mino, abbiamo acquisito parecchie commesse in Europa e negli Stati Uniti ed è sempre l'alluminio a fare da traino».

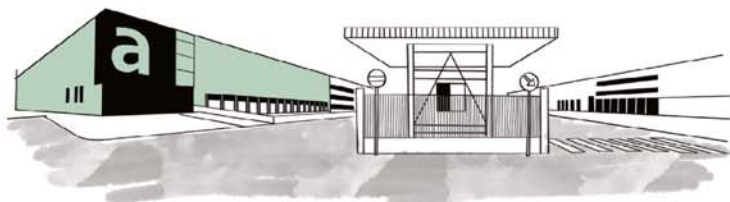
■ **Quali i punti di forza?**

«Possiamo parlare di tre direttrici: le applicazioni per imballaggio e contenitori di cibo e bevande; il settore dell'automotive; la riciclabilità».

■ **Un anno fa, oltre agli Stati Uniti, Mino era impegnata in Cina. L'Oriente come ha risposto alla pandemia?**

«Con la Cina ci sono trattative importanti aperte che contiamo di concludere nei prossimi mesi. Per la prima volta dopo alcuni anni, l'Italia sta investendo molto nel settore dei metalli: forse anche per i mutamenti post-Covid in tanti comparti, il settore sta evolvendo rapidamente e nel nostro Paese si sta puntando molto sulle applicazioni dell'alluminio, che è considerato il metallo di questo secolo grazie alla sua versatilità e riciclabilità, in tutte le sue forme». ■



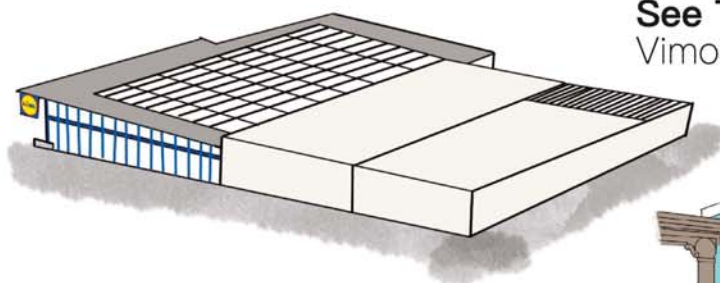


**Logikor Logistics Park**  
Tortona



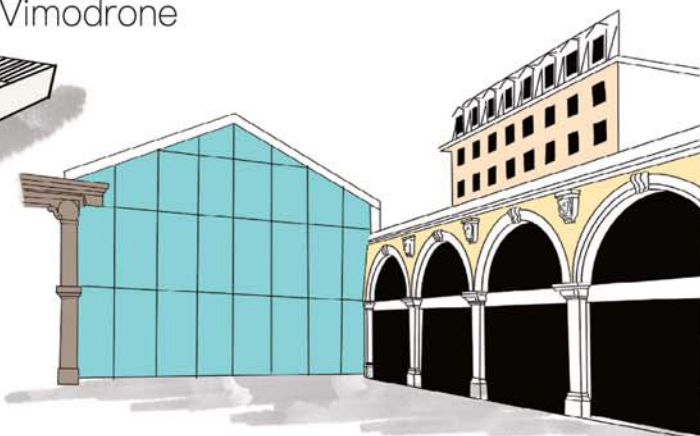
**Lannutti Logistic Center**  
Mornimont (BE)

Commercio



**See The Light Retail Park**  
Vimodrone

**Antico Mercato di Corso Sardegna**  
Genova

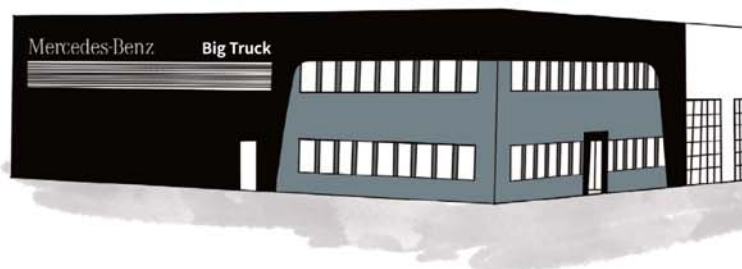


Industria



**Eurolinks**  
Marsiglia (FR)

**Mercedes Big Truck**  
Settimo Torinese



Costruiamo **come si deve**

18 cantieri attivi in 3 stati



ANNO DI FONDAZIONE  
**2007**

FATTURATO 2020  
**9,8 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**62**

## Alla conquista di Francia e Belgio «E puntiamo su tempi, costi e qualità»

di **Roberto Gilardengo**

L'obiettivo dichiarato della società era quello di superare i confini nazionali e aprire cantieri in Francia e in Belgio. Ed è esattamente quello che ha fatto, e sta facendo, l'alessandrina Plt, un'azienda del settore costruzioni che ha costituito oltralpe una società ad hoc per lavorare nei dipartimenti delle Alpi Marittime, della Bouche du Rhone e del Var. A Nizza, in particolare «si opera con grande soddisfazione», ma non va dimenticato il centro logistico della Lannutti costruito vicino a Bruxelles: tutto questo nella logica di consolidare un mercato che può ancora crescere.

Partiamo dall'inizio. Plt nasce nel 2007 come Polo Logistico Tortona, ma cambia indirizzo nel 2013, con l'acquisto delle quote da parte della famiglia Saggini e la trasformazione in società operativa che si occupa di lavori per le industrie, il commercio e la grande distribuzione. La novità dell'ultimo periodo è l'aumento del personale e la creazione di un ufficio tecnico. Inoltre, è stata ampliata la sede operativa, che si trova in zona Micarella [quella legale è a Milano], alla periferia di Alessandria, nel territorio di Castellazzo Bormida, dove è stato acquistato un terreno adiacente per migliorare l'attività logistica.

### Il 2021 anno del rilancio che fa crescere il fatturato

Come per molte industrie, la seconda parte del 2021 è stata caratterizzata da un rilancio dell'attività a beneficio del fatturato che, spiegano in azienda, «è in forte crescita, tanto che dovremmo superare i 12 milioni di euro». Tra i lavori più interessanti, la realizzazione del retail park a Vimodrone, vicino a Milano e dell'EasyBox Self Storage di Cinisello Balsamo, dove sono stati costruiti piccoli magazzini che servono principalmente per lo stoccaggio di mobili. Certo, il settore ha avuto un rilancio grazie ai bonus che consentono interventi di efficientamento energetico. Sempre nel Milanese, si opera con il partner storico Sto Italia, leader europeo nella produzione di soluzioni per l'isolamento termico a cappotto. In provincia risponde bene Tortona, più tiepido il capoluogo. Cambiando genere e regione, da segnalare l'intervento di restauro dell'ex mercato di corso Sardegna, dove la Coop ha previsto un grande punto vendita definito «il negozio più bello della loro catena». Sempre in Liguria, Plt ha ultimato la ricostruzione dello storico Albergo Commercio di Bordighera.

Di recente, la società ha ottenuto la certificazione che le consentirà di partecipare ad appalti pubblici che prevedono opere fino a sei milioni di euro: «L'azienda si dà una struttura anche tecnica - è la strategia seguita - per rispondere alle esigenze del cliente in termini di tempi, costi e qualità. In qualunque settore il parametro tempo è importante, per quanto riguarda la grande distribuzione è addirittura fondamentale». Esempio: la Coop di Albissola Marina è stata consegnata il 24 luglio scorso, dopo un mese di lavoro.

La formazione del personale viene considerata importante [«vi dedichiamo molte ore, tutti i sabati pomeriggio»] e anche la regolarità dei contratti di lavoro. Sarà per questo che Plt, lo scorso mese, ha ricevuto il bollino Cassa Edile Awards 2021, riconoscimento che ha lo scopo di «valorizzare le aziende che contrastano la concorrenza sleale, distinguendosi per il rispetto delle regole e dei contratti collettivi nazionali». ■





# ALESSANDRIA PICO MACCARIO

ANNO DI FONDAZIONE  
**1987**

FATTURATO 2020  
**1 MILIONE DI EURO**

DIPENDENTI  
**18**

## Vini tra tradizione e modernità. E il nuovo gioiello nelle Langhe

di **Marcello Feola**



Tradizione e modernità sono i pilastri su cui si fonda la storia della Pico Maccario, cantina che oggi conta nel Monferrato oltre cento ettari di vigneti suddivisi tra Barbera, Viognier, Sauvignon Blanc, Cortese e Moscato d'Asti e nelle Langhe - ecco la grande novità dell'ultimo anno - Nebbiolo tra Neive, Serralunga d'Alba e Barolo, qui in particolare all'interno dello storico cru Cannubi riconosciuto come il più antico d'Italia [risalente addirittura al 1752]. L'affinamento avviene in acciaio, botte grande, tonneau o barrique "ma ricercando sempre - come sottolinea Vitaliano Maccario - la massima qualità nel rispetto dei tratti originari del frutto". E con una caratteristica inconfondibile: a delimitare i vigneti a corpo unico, ecco oltre 5 mila piante di rosa [che hanno una duplice funzione: indicare il punto iniziale di ogni filare e segnalare in anticipo, come avveniva una volta, le malattie che di lì a poco potrebbero colpire le viti] e mille pali di matita colorati.

«Non è stato semplice, neanche per noi, affrontare mesi di lockdown e chiusure - prosegue Maccario - Però abbiamo scelto di non farci spaventare e di investire, in modo da farci trovare pronti nel momento della ripresa. Una decisione che oggi sta dando i suoi frutti, perché ci siamo ripresentati sul mercato con una gamma piemontese completa, riuscendo a fornire ai nostri partner una scelta di opzioni che va dal Barbera al Nizza, dal Barbaresco al Barolo».

### ■ Avete avuto mai dubbi o paure?

«Certamente, e non lo nascondo. Ma le Langhe erano un nostro obiettivo da parecchio tempo: siamo convinti della bontà dell'idea, nata dalla voglia di costruire una cantina più ricca e completa, e non ci siamo fatti sfuggire l'occasione quando si è presentata. Nonostante nessuno sapesse, allora, quando si sarebbe tornati a lavorare e a riaprire».

### ■ La pandemia quanto ha cambiato il mercato del vino?

«Da quello che possiamo notare noi, la richiesta si è attestata su un segmento più alto. La gente, evidentemente, ha voglia di bere bene ed è un trend che si vede pure guardando all'estero, ad esempio nel mondo degli champagne. E la domanda che la Pico Maccario sta avendo su Barolo, Barbaresco e Nizza non dà che confermarlo».

### ■ È tornato anche il cliente estero?

«Non è comunque mai mancata, seppur attraverso canali di vendita più innovativi e che il nostro comparto, a differenza di altri, non aveva mai utilizzato: le nuove tecnologie ci hanno permesso di restare in contatto con gli importatori e, nonostante l'approccio tipico sia quello del confronto e del racconto, poter mandare la bottiglia e vedersi seppur via web, ha permesso di mantenere vivi i rapporti. Poi sono nati altri problemi, perché ad esempio per un certo periodo abbiamo avuto gli ordini per gli Stati Uniti fermi per mancanza di container, ma lì si è affrontati guardando avanti come sempre».

### ■ E il futuro? Dopo le Langhe altri progetti in cantiere?

«L'obiettivo primario - risponde Maccario - è quello di consolidarci sul mercato: per cui, nei prossimi due anni, le Langhe e il Nizza per noi saranno fondamentali. Qualcosa però faremo, perché fermi non sappiamo stare: la crescita del brand è un target primario e lavoreremo per implementare ulteriormente la fascia alta che sta funzionando o importando etichette dall'estero. O, perché no, scovando nel nostro Paese qualcosa di particolare».



ANNO DI FONDAZIONE  
**1883**

FATTURATO 2020 (GRUPPO)  
**13,8 MILIARDI DI DOLLARI**

DIPENDENTI (GRUPPO)  
**47 MILA**

## Un'azienda e mille sfumature per la rivoluzione della sostenibilità

di **Sveva Faldella**

Ppg è una multinazionale americana con headquarter a Pittsburgh. Opera in 75 Paesi e, grazie a una serie di acquisizioni, è presente sul territorio italiano con diversi siti produttivi e uno di questi è a Quattordio. «Qui siamo in prima linea nel settore Automotive Dem [original equipment manufacture] – spiega Rodolfo Saporiti, global account director Fca & automotive market director Italy – Offriamo alle principali case automobilistiche a livello mondiale soluzioni e tecnologie innovative per l'intero ciclo di fabbricazione della scocca e rivestimenti destinati ai verniciatori di manifatti in plastica utilizzati sui veicoli».

### Nuove tecnologie

«L'automotive è storicamente importante per Ppg e continua ad essere strategico. Siamo partner dell'industria automobilistica, la affianchiamo grazie a un ecosistema di tecnologie e prodotti da collanti e sigillanti, da vernici protettive e anticorrosione fino a vernici decorative – prosegue Saporiti – La pandemia ha comportato una grande trasformazione organizzativa che ha richiesto l'adozione di nuovi modi di lavorare con l'obiettivo di assicurare nuove soluzioni tecnologiche in tempi più veloci».

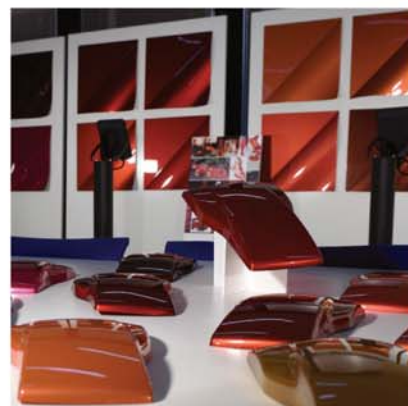
### Colori e sostenibilità

A Quattordio, nello specifico, vengono realizzate vernici a base acqua e solvente, trasparenti, prodotti per il pretrattamento delle scocche, adesivi, sigillanti e anche le tinte basi. «Il totale della nostra produzione è destinata al 45% per i car makers mondiali e 55% per il nostro principale cliente Stellantis. I nostri colori sono ispirati a elementi sociali, culturali e del settore della moda. Produciamo rivestimenti, materiali e tecnologie che prolungano la vita utile dei prodotti e aiutano i nostri clienti a ridurre il consumo di energia

e le emissioni, proteggere i dipendenti e ridurre al minimo il consumo di rifiuti e acqua. I nostri centri di ricerca si sono focalizzati sullo sviluppo di cicli di verniciatura compatti [che non prevedono la presenza del primo strato di vernice] o a bassa temperatura di reticolazione. In merito questi cicli low cure, la Ppg è stata la prima azienda ad industrializzare una nuova gamma di basi all'acqua e una nuova trasparente bicomponente in grado di essiccare a 100°C anziché a 140-150°C, riducendo i costi energetici e le persone del sito di Quattordio hanno contribuito a lavorare su questo progetto per un importante cliente italiano». Nel 2015 Ppg ha lanciato l'iniziativa globale "Colorful Communities" con il coinvolgimento dei dipendenti e delle proprie comunità. Ad Alessandria è stata la prima, come sede europea, ad avviare questo progetto per l'Ospedale infantile verniciando l'area esterna del pediatrico. Da allora, ha abbellito quasi 335 strutture con più di 17.000 volontari e 125.000 litri di vernice. Nel 2020 ha supportato i territori dove le sue sedi operano investendo 13 milioni di dollari in attività Stem [scienza, tecnologia, ingegneria e matematica] e sostegno di progetti locali.

### Il futuro dell'automotive

«I nostri clienti e l'industria automobilistica stanno guidando due enormi trasformazioni: elettrificazione e guida autonoma – conclude Saporiti – Ppg potrà contribuire alla trasformazione elettrica degli autoveicoli. La scelta di famiglie di colori innovativi sarà uno degli strumenti identificativi delle vetture elettriche, non solo per una questione stilistica, ma anche perché la tecnologia di pigmenti selezionata sarà fondamentale anche per ridurre il riscaldamento dell'abitacolo nei periodi estivi, riducendo di conseguenza il consumo energetico». ■





# ALESSANDRIA GUALA CLOSURES

ANNO DI FONDAZIONE  
**1998**

FATTURATO 2020  
**572 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**4850**

## Bonomi e il nuovo corso dell'azienda tra delisting e innovazioni rivoluzionarie

di **Roberto Gilardengo**



Il nuovo corso di Guala Closures si chiama **Andrea Bonomi** [foto], il finanziere fondatore di Investindustrial, che in estate aveva concluso con successo l'offerta pubblica di acquisto del gruppo specializzato nella produzione di chiusure di sicurezza per alcolici e vini. Bonomi, dopo aver ottenuto la governance dell'azienda, aveva anche raggiunto il controllo del capitale sociale toccando quota 93,7%: il 48,9 già acquisito a fine 2020 cui si è aggiunto il 44,8%. In realtà i dati definitivi attestano la conquista del 94,9%, tra i titoli apportati all'Opa e quelli acquistati sul mercato. Insomma, il patto parasociale stretto dall'ex ad Marco Giovannini e Penisola non era bastato a impedire che il top manager completasse la scalata alla multinazionale. Il passo successivo è stato il delisting, cioè la revoca della società dalle negoziazioni della Borsa, essendo Guala Closures quotata a Piazza Affari dall'agosto 2018 dopo la business combination con Space 4. Ne è nuovamente uscita [la prima volta era stata nel 2008], il 21 luglio scorso. Il presidente e amministratore delegato è ora **Gabriele Del Torchio**. La nuova proprietà di Closures riparte dai numeri e dalla leadership mondiale di una società che conta 4.850 dipendenti, opera in cinque continenti attraverso i suoi 30 stabilimenti e vende i suoi prodotti in 100

paesi. Sempre lasciando parlare i numeri, il terribile 2020 non ha inciso più di tanto in negativo sull'andamento del gruppo, che con oltre 17 miliardi di chiusure ha chiuso lo scorso anno un bilancio di 572 milioni di euro, appena il 5,7% in meno rispetto ai 606,5 milioni del 2019. Stiamo parlando di un colosso che ha la sede principale in via Rana, tra Spinetta Marengo e Castelceriolo, la cui produzione non si era mai fermata neanche durante il lockdown. Si è proseguito sulla strada del packaging digitale, con il rivoluzionario tappo connesso [quello che consente di 'leggere' il contenuto della bottiglia grazie a un microchip e utilizzando il proprio smartphone], pezzo forte del Luxe Pack di Monaco, la fiera specializzata per operatori del settore dove è stata soprattutto presentata la nuova soluzione intelligente Nfc single-chip, che costituisce un innovativo sistema di rilevamento delle prove di manutenzione delle chiusure. Un'altra novità dell'estate è l'adesione al programma Sustainable Aviation Fuel [Saf] di Air France-Klm. In sostanza, aderendo al programma, le aziende intraprendono azioni concrete a favore della riduzione delle emissioni di Co2: «L'adesione - ha spiegato Del Torchio - è perfettamente in linea con i nostri obiettivi: ogni aspetto dell'impatto di un'azienda sul pianeta deve essere valutato». ■

### Gualapack e Dispensing multinazionali alessandrine

L'anno in cui si mettono le basi per far diventare Alessandria un polo mondiale nel settore delle chiusure di garanzia è il 1954, quando il cavalier Angelo Guala crea una piccola azienda per la lavorazione delle materie plastiche che, nel giro di pochi anni, si indirizza verso questa specializzazione. La novità che farà decollare la società sarà il tappo anti-contraffazione. Ma il mercato si evolve e i Guala differenziano alcune attività e così, accanto alle chiusure, si realizzano bag in box per il vino, contenitori flessibili per bevande, dispenser per il dentifricio e nebulizzatori. Nel 1986 nasce Gualapack, che diventa leader a livello mondiale nella realizzazione delle buste stand up preformate

con cannuccia. Lo stabilimento principale è in zona Micarella, nel territorio di Castellazzo Bormida, ma ci sono sedi produttive in Ucraina, Romania, Brasile, Cile, Costa Rica, Messico, Stati Uniti e Cina. Gualapack ha 2007 dipendenti. Nel 1997 nasce Guala Dispensing, di cui dal 2011 fa parte Bisio Progetti. Nel settore dispensing la società è leader mondiale nella progettazione e produzione di nebulizzatori. Bisio Progetti, invece, è al top in Europa per quanto riguarda la produzione di capsule per il caffè. Il gruppo ha stabilimenti in Italia, Cina, Messico e Romania che si occupano di stampaggio di materie plastiche e imballaggi. I dipendenti sono 1.000.



ALESSANDRIA

# ALESSANDRIA CALCIO

ANNO DI FONDAZIONE  
**1912**

FATTURATO 2020  
**238 MILA EURO**

DIPENDENTI (GRUPPO)  
**100**

## Grigi, l'azienda oltre al calcio giocato. La B è una conquista da consolidare

di **Mimma Caligaris**

«Le logiche di chi gestisce una società di calcio sono diverse da quelle di un tifoso, anche se chi è alla guida di un club ha, nel suo dna, una componente di tifo che deve essere sempre bilanciata con le esigenze di sostenibilità e di crescita di un club. È su questo equilibrio che si fondano la solidità di un sodalizio, la sua riconoscibilità, la sua forza». **Luca Borio** (nella foto sotto) è il direttore marketing al fianco di **Luca Di Masi** (foto in alto) dal primo giorno in cui il presidente dell'Alessandria è entrato al Moccagatta da nuovo proprietario. Una data storica per la città, ma il percorso è iniziato molto prima del 6 febbraio 2013, con un lavoro di studio e con la preparazione di un business plan «indispensabile per essere efficaci». Con un primo passo fondamentale, «ricostruire la reputazione aziendale». L'Alessandria Calcio ha lavorato, e continua a farlo «sulla visibilità diretta, ma anche su quella indiretta, creando una rete tra i soggetti che intervengono come sponsor o partner, che si conoscono, si incontrano, interagiscono e si scambiano business».

### Oltre 100 dipendenti

L'Alessandria Calcio oggi ha oltre 100 dipendenti a vario titolo. C'è il gruppo squadra, con oltre 40 tesserati, c'è la 'sede' con 12 persone con ruoli diversi, che si occupano della gestione quotidiana, e c'è il settore giovanile, attorno al quale ruotano oltre 50 figure professionali. Senza dimenticare chi sviluppa parte della sua attività in collegamento con il club (commercialisti, re-

visori contabili, legali), professionisti esterni alla struttura societaria, ma comunque collegati alla vita stessa del sodalizio.

### La cadetteria

L'Alessandria è uno dei club che, anche nella terza serie nazionale, ha sviluppato il suo merchandising attento al destinatario finale, il tifoso, puntando molto sulla fidelizzazione e sulla riconoscibilità. Certo, lo spiega bene Borio, «i risultati hanno un effetto di amplificazione delle strategie. Nel periodo della cavalcata in Tim Cup, stagione 2015-2016, i dati delle vendite, in tre mesi, sono pari al ricavato totale di intere stagioni».

La promozione cambia lo scenario anche alla voce 'entrate', rispetto a quelle, minime, della Lega Pro: complessivamente 6 milioni di euro, grazie soprattutto ai diritti televisivi, che proprio in questa stagione sono molto cresciuti per la capacità della serie Bkt, di conquistare una ribalta mediatica in tutti i continenti. E questo, lo sottolinea il presidente Luca Di Masi, nuovo consigliere di Lega, bilancia il minor gettito determinato dalla 'legge Melandri'. Però non sono risorse che entrano automaticamente nelle casse della società, «sono tutte vincolate a parametri da rispettare. Per la 'Melandri', ad esempio, conta l'utilizzo di un Under 23. Se manca, quel gettito non c'è, o è sensibilmente ridotto», spiega Borio. Anche il bacino di utenza, il pubblico allo stadio sono elementi valutati nella distribuzione della somma complessiva, su cui influisce il risultato. Per questo la B è una conquista da consolidare. ■





Pico Maccario. La tradizione guarda avanti



PICO  
MACCARIO

MOMBARUZZO (AT) | VIA CORDARA 87 | TEL. 0141 774522 | FAX 0141 775814 | [INFOPICOMACCARIO@PICOMACCARIO.COM](mailto:INFOPICOMACCARIO@PICOMACCARIO.COM) | [WWW.PICOMACCARIO.COM](http://WWW.PICOMACCARIO.COM)

## Pico Maccario: anche a Neive e Barolo per allargare la produzione ai più grandi vini delle Langhe

La cantina Pico Maccario nasce nel 1997 a Mombuzzo, piccolo comune della provincia di Asti, in Piemonte, su una proprietà di 100 ettari di vigneto a corpo unico nel cuore della DOCG Barbera d'Asti. Il vitigno Barbera è ideale per le colline morbide del Monferrato.

Resistente sia al freddo invernale sia alla calura estiva ed è in grado di produrre grandi quantità di frutti e generare vini di ottimo corpo, struttura e complessità.

Fondata e diretta dai fratelli **Pico** e **Vitaliano Maccario**, la cantina è un simbolo di modernità, sia nella gestione della vigna che nella produzione dei vini: l'obiettivo, unico ed importante, è quello di raggiungere la massima qualità possibile grazie ad un prezioso lavoro d'équipe, che dalla vigna, giunge in cantina, e dall'Italia tocca ogni angolo del mondo.

La rosa è da sempre il simbolo dell'azienda: 4500 piante di rose a clone unico hanno la duplice funzione di indicare il punto iniziale di ogni filare e di segnalare in anticipo, come da tradizione, le malattie che di lì a poco potrebbero cogliere le viti.

I vigneti Pico Maccario sono impiantati a Barbera per 88 ettari, a Merlot e Cabernet per 2 ettari complessivi, Chardonnay per 2 ettari, Sauvignon Blanc per 2 ettari, Viognier per 1 ettaro, Moscato per 3 ettari, a Freisa e Favorita per altri 2 ettari complessivi. Recentemente Pico Maccario ha ricevuto la deroga 'storica' per poter vinificare e produrre Barolo e Barbaresco da uve Nebbiolo, anche fuori dall'area Docg. «Abbiamo così investito in vigneti a Neive e



Barolo per allargare la produzione ai più grandi vini delle Langhe». In particolare Pico Maccario coltiva i vigneti sulla collina più famosa d'Italia: Cru Canubi, risalente al 1752 nel cuore di Barolo.

Grazie al terreno argilloso e di medio impasto, i vini Pico Maccario sono variegati ed equilibrati, dallo stile moderno e versatile, ma che rispetta le caratteristiche originarie delle uve e dei vigneti di provenienza. L'affinamento avviene in acciaio, botte grande o barrique, ricercando sempre la massima qualità e nel rispetto per i tratti originari del frutto. Per questo la Cantina da sempre si dedica alle innovazioni e alla ricerca in vigna, perché l'innovazione tecnologica è la via principale per ottenere la migliore qualità produttiva.

«Il nostro punto di forza? Sicuramente la storicità, la tradizione – sottolinea Vitaliano Maccario, che insieme al fratello Pico è il titolare dell'azienda, ma anche la capacità di essere riusciti a innovare in maniera concreta e continua. - Noi siamo la quarta generazione, è normale vivere l'azienda con grande consapevolezza e con senso di appartenenza, ma quello che ci ha consentito di crescere è stato proprio essere riusciti a conciliare due aspetti così importanti. La storia e la tecnologia. Come ci siamo riusciti in concreto? Sviluppando un progetto territoriale, arricchito però da qualche spunto un po' più moderno: questo ci ha permesso di crescere e di espanderci, arrivando ad essere distribuiti in 48 paesi. Il trend è in crescita, a doppia cifra: il vino piemontese nel Mondo piace sempre di più».



PICO  
MACCARIO





# ALESSANDRIA ENERGY WAVE

ANNO DI FONDAZIONE  
**1939**

FATTURATO 2020  
**41 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**140**

## Duemila impianti in gestione: solida presenza sul territorio

di **Giordano Panaro**



Duemila impianti in gestione è un traguardo importante che afferma Energy Wave nel settore dell'efficientamento energetico e che evidenzia la sua solida presenza sul territorio. La sua esperienza è il risultato di un'evoluzione iniziata 80 anni fa che oggi presenta un'offerta di servizi dedicati alla gestione energetica con una forte caratterizzazione verso l'efficienza e l'innovazione. Energy Wave ha il grande privilegio di far parte di un'organizzazione che vuole crescere nel nostro Paese e cogliere le opportunità della transizione energetica.

La società fa parte di un gruppo europeo leader nell'efficienza energetica e nella gestione dell'energia, alle spalle può contare sul fondo infrastrutturale EQT, leader mondiale, con un ampio portafoglio di società, focalizzato a sostenere la crescita sostenibile, l'eccellenza operativa e le leadership di mercato ed è detenuta al 100% dal Gruppo Antas.

«Energy Wave si propone come attore evoluto nell'offerta di Servizi Energia e Gestioni Calore, con piani di crescita che sono parte di un progetto internazionale. La disponibilità di risorse con esperienze e professionalità trasversali, messe al servizio del territorio, la posizione come proposta di eccellenza per l'efficientamento energetico di oggi e di domani, un fattore chiave per la transizione energetica che stiamo vivendo», commenta Roberto Belli, amministratore delegato.



Energy wave è una E.S.Co. certificata attiva nei servizi per la sostenibilità e l'efficienza energetica, nello sviluppo di soluzioni energetiche sostenibili e da fonti rinnovabili con un focus su edifici residenziali, piccole industrie, imprese del terziario e servizi e gestori di patrimoni immobiliari. In grado di accogliere le sfide del mercato dell'energia per poter soddisfare in modo efficace le richieste dei clienti del settore residenziale e B2B. «La nostra missione è garantire a clienti e partner esperienza, conoscenza e capacità di innovare, valorizzare il loro patrimonio energetico attraverso una gestione esperta dei loro fabbisogni energetici e una continua ricerca di soluzioni innovative, in linea con gli obiettivi dell'Agenda Italiana per lo Sviluppo Sostenibile e con i 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite», afferma **Roberto Belli** (foto).



Per raggiungere un obiettivo così ambizioso Energy Wave opera su molti fronti: preserva il vantaggio competitivo di una competenza tecnica interna evoluta, punta all'eccellenza dei servizi amministrativi e dei processi. Oggi è in grado di offrire servizi anche alle imprese, in particolare ad alcuni segmenti dell'industria nei territori dove già opera in aggiunta al comparto terziario e Real Estate Investor, divenendo così per molti clienti il soggetto di riferimento, specializzato e affidabile, a cui affidare la gestione energetica. ■

# ALESSANDRIA PUCCIPLAST



ANNO DI FONDAZIONE  
**1948**

FATTURATO 2020  
**8 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI (GRUPPO)  
**40**

## Qualità e innovazione per restare leader di mercato

di **Giordano Panaro**

Attenzione all'ambiente, design, cura per i materiali ed elevata qualità. Non è sempre facile trovare tutte queste caratteristiche in una sola azienda, soprattutto che sia capace di rimanere leader del mercato di riferimento riuscendo a modernizzarsi nel solco della tradizione. Sono proprio questi i punti di forza di Puciplast, azienda alessandrina nata nel 1948 specializzata nelle cassette.

### Parola chiave: flessibilità

La continua ricerca ha fatto sì che in tutti questi anni Puciplast riuscisse a confermarsi sul mercato per qualità ed innovazione, con attenzione all'assistenza post vendita: «Possiamo realizzare prodotti anche fuori catalogo, ad hoc per qualsiasi esigenza», spiega il direttore commerciale **Nadia Bosi** [foto].

«Inoltre le cassette Puciplast non avranno mai il problema dei pezzi di ricambio. Garantiamo l'assistenza e le sostituzioni per la prima vendita settant'anni fa, fino all'ultima uscita di fabbrica - spiega - Grazie alla sostanziale semplicità dei meccanismi e alla geniale produzione monoblocco: "Un brevetto mondiale è la fusione in un monolito, senza giunti ed incastri", così da ridurre al minimo le possibilità di rottura e malfunzionamento: addirittura alcuni alberghi montano le nostre cassette dal '48 e sono perfettamente funzionanti».

### Per il cliente e per l'ambiente

Puciplast in Italia è diventata sinonimo del suo prodotto di punta, che negli anni si è declinato con attenzione verso i gusti e verso le esigenze del pubblico, andando ad intercettare una clientela esigente medio-alta che dell'azienda alessandrina si fida.

Da lì i cambiamenti per migliorare la vita delle persone sono stati molteplici. La cassetta a scomparsa serviva a risparmiare spazio, il doppio pulsante è venuto incontro al bisogno di risparmio dell'acqua. Fino ai sistemi 'touch' e d'arredo, quando il bagno, da semplice stanza funzionale è diventato un vero e proprio ambiente importante per la casa. ■





# ALESSANDRIA VE.CO.

ANNO DI FONDAZIONE  
**1976**

FATTURATO 2020  
**10 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**35/40**

## Tre differenti settori e una 'mission' da perseguire

di **Sveva Faldella**



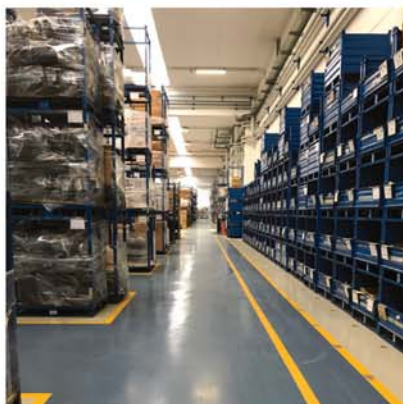
Fondata nel 1976 da Franco Cordero e attiva a Quattordio da oltre quarant'anni, il core business della Ve.Co Spa è la produzione di vernici. Il portfolio di prodotti dell'azienda si articola in tre differenti settori: il fai da te/hobbistica (segmento per il quale produce per conto terzi per la grande distribuzione), il settore edilizio con la realizzazione di impermeabilizzanti, smalti, resine per pavimenti e altri prodotti, e infine il settore militare nel quale, tramite la controllata Nvsc, produce vernici (idonee per mezzi speciali, equipaggiamenti, container, elicotteri, aerei, navi, sistemi radar) omologate dai Dipartimenti e Ministeri della difesa di varie nazioni con una clientela dislocata soprattutto in Europa e nel Medio Oriente.

### Il fai da te, un comparto trainante

Se il 2020, e in parte anche l'anno 2021, hanno visto molte imprese subire un rallentamento delle attività, per la Ve.Co fortunatamente l'andamento non è stato negativo. A spiegarlo è **Giacomo Venezia** (nella foto), uno degli amministratori delegati, insieme al padre Mario, alla sorella Federica e al cugino Riccardo, alla guida dell'azienda. «Il mercato non ha subito cambiamenti particolari a causa dell'emergenza Covid. Posso affermare che, a differenza di altri settori, il 2020 ha rappresentato per noi un anno particolarmente produttivo, soprattutto nel settore del fai da te. Forse perché la maggior parte della popolazione chiusa in casa, anche solo per sconfiggere la noia, si è cimentata con piccoli lavori all'interno e all'esterno della propria abitazione. Per quanto riguarda l'anno in corso, invece, abbiamo registrato una lieve flessione».

Un mercato, quello della Ve.Co, internazionale che si differenzia a seconda della tipologia di prodotti messi in commercio. «Per quanto concerne il bricolage la clientela è italiana al 100% - prosegue Giacomo Venezia - nel settore dell'edilizia questo target incide per l'80%, mentre nel settore militare rappresenta il 50%. In generale, il nostro prodotto di punta, se non altro in termini di quantità, è un gel antiruggine che si trova nelle principali catene di distribuzione».

“ Una realtà  
radicata  
sul territorio  
da 45 anni



### Il legame con Quattordio, e non solo

«La Ve.Co è una realtà fortemente radicata sul territorio, non solo perché presente qui e attiva da 45 anni, ma anche perché la maggior parte dei dipendenti proviene proprio da questo paese e da quelli immediatamente limitrofi - conclude l'amministratore delegato. - L'azienda, inoltre, partecipa e supporta in qualità di sponsor, fin dalla prima edizione, il progetto Qua - Quattordio Urban Art promosso dall'amministrazione comunale, oltre ad aver sempre fornito gratuitamente le vernici per tutte le edizioni della Festa della Leva di Quattordio, Masio e Felizzano. Guardando al futuro, posso affermare che non abbiamo in programma di mettere in atto strategie di sviluppo particolari, tuttavia stiamo spingendo molto sulla commercializzazione dei prodotti del comparto edilizio che hanno rappresentato il punto di partenza della nostra azienda, oltre quarant'anni fa».



# VALENZA

## Il traino dell'export provinciale

di **Roberto Gilardengo**

Mai come adesso la città dell'oro e dei gioielli brilla di luce propria.

La prepotente crescita del comparto orafa valenzano traina l'export della provincia – appunto, in risalita – e autorizza gli operatori del settore a un ottimismo legittimato da un volume di affari superiore alle aspettative: «Prima lavoravano bene le aziende legate ai grandi marchi – è una delle osservazioni che si potranno leggere nelle pagine successive – adesso 'girano' anche le altre». E ci sono benefici anche per un altro comparto, quello del commercio, perché «si vede molta gente in giro».

Che significa lavoro anche per i pubblici esercizi. Facciamo parlare i dati.

L'ultima indagine congiunturale di Unioncamere rileva la crescita del commercio estero, che riguarda in realtà tutti i territori piemontesi, con numeri significativi. Torino, ad esempio, segna la crescita più elevata [+34,3%] grazie alla performance dei mezzi di trasporto. Il Verbanco Cusio Ossola, sostenuto dalla crescita produttiva del comparto dei metalli, segue con +25,4. Poco al di sotto della media regionale c'è Novara [+21,8] trainata dalle aziende della metalmeccanica e Biella [+18,3], che beneficia della ripresa della filiera tessile. Vercelli mostra un incremento della produzione del 14,7, con i comparti tessile e chimica che segnano variazioni positive più elevate. «Nel sud della regione – spiega Sarah Bovini dell'Ufficio studi – sia Alessandria, trainata dal settore orafa e dalla metalmeccanica, che Cuneo, grazie a metalmeccanica e tessile, registrano una variazione tendenziale del +12,8%». Queste due province sono seguite a breve distanza da Asti [+10,7], dove vanno bene chimica/plastica e metalmeccanica.

La crescita del territorio alessandrino è inferiore a quelle di altre province perché è sostanzialmente legata al fatto che, in partenza, la tendenza a esportare [come noto] è nel dna delle imprese di questa parte del Piemonte. E, dunque, l'incremento registrato parte da un volume di affari già superiore a quello di altre zone. Valenza. Per capire l'importanza del distretto orafa, basta prendere in esame, ancora una volta, i numeri, che parlano di 5mila addetti suddivisi in 700 aziende.

Aziende che, da almeno quattro mesi, hanno ripreso a produrre forse ancora di più del periodo pre-Covid. ■



VALENZA

# BATTEZZATI-BARBERIS

## ARTI GRAFICHE

ANNO DI FONDAZIONE  
BATTEZZATI 1897-BARBERIS 1964

FATTURATO 2020  
350 MILA EURO CIRCA

DIPENDENTI  
3+2 SOCI LAVORATORI

## Ricerca, innovazione e clienti da seguire in ogni fase

di **Fabiana Torti**



Una media impresa che fa della qualità il suo punto di forza e la storia di un ragazzino, che fin dall'adolescenza sceglie di lavorare e muovere i primi passi nel settore della grafica: si tratta della Battezzati-Barberis Arte Grafica e di **Roberto Stanchi**, socio e titolare al 50%, insieme al collega **Mauro Lanzavecchia**, anche lui proprietario dell'azienda e con un percorso di vita legato a quello del suo socio. «A 16 anni, ho iniziato a lavorare alla Maccagno come operaio, poi nel '96, ho deciso di mettermi in proprio acquisendo la metà dell'azienda - racconta Roberto Stanchi - È stato un lungo percorso di crescita che mi ha portato a diventare unico titolare della Barberis nel 2014 e successivamente ad acquistare il 50% della Battezzati. Infine nel 2018, in accordo e con il sostegno di Mauro, ho deciso di conferire la Barberis all'interno della Battezzati, dando vita all'attuale impresa».



### La filosofia dell'azienda

«Seguiamo ogni fase di lavorazione, dal progetto grafico alla stampa - continua - Acquistiamo, produciamo e rivendiamo appoggiandoci a diversi fornitori esterni con cui ci troviamo in sinergia. Realizziamo marchi, loghi, biglietti da visita, cataloghi, brochure, locandine, grafica editoriale, etichette e tutto ciò che riguarda il settore grafico. Sicuramente, il 70% della nostra produzione riguarda l'oreficeria ma trattiamo anche con altre tipologie di aziende presenti sul territorio. All'estero, invece, collaboriamo in parte con gli Stati Uniti».

Ricerca, innovazione e qualità del prodotto finito sono per la Battezzati - Barberis gli elementi che caratterizzano la filosofia dell'azienda: «Abbiamo anche un reparto stampa dotato di macchine di ultima generazione per garantire e mantenere standard elevati, che ci consentono di fornire servizi di stampa digitale, offset, lamina a caldo, verniciature speciali, rilievo termico e a secco - prosegue ancora Stanchi - Il nostro obiettivo è seguire i nostri clienti in ogni fase».

Dunque una struttura solida e ben organizzata che è riuscita anche ad affrontare le sfide causate dalla pandemia.

«Non è stato facile. All'inizio eravamo molto spaventati ma abbiamo cercato di fare il massimo per salvaguardare i nostri dipendenti e l'azienda - conclude - Nel 2020, abbiamo perso circa il 30% del fatturato rispetto al 2019: come tanti altri settori, anche il nostro ha subito una notevole battuta d'arresto ma, ciononostante, siamo ancora qui. La strada è ricca di ostacoli ma con orgoglio possiamo dire che quest'anno siamo in crescita. Siamo tornati, più forti di prima».





# VALENZA RASPAGNI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1889**

FATTURATO 2020  
**N.D.**

DIPENDENTI  
**AZIENDA FAMILIARE**

## Una famiglia, una storia che cominciò col “Meneghin”

di **Massimo Brusasco**

Questa è una bella storia di famiglia. Nella Valenza “come una volta” funziona un po’ così. Entri dai Raspagni, in corso Matteotti, e ti immergi piacevolmente in un’atmosfera che sa di passato. Ci sono quadri degli antenati (non così vecchi, certo...), ci sono diplomi, targhe, riconoscimenti. Articoli del giornale (il nostro, grazie) che raccontano di questo o quel personaggio che ha dato lustro a una ditta che esiste dal 1889. I nomi si rincorrono. I Carlo e gli Attilio, ad esempio, passati da una generazione all’altra.

In principio fu Attilio Raspagni, milanese convocato a Valenza da Vincenzo Melchiorre, quello a cui si deve lo sviluppo del distretto orafa. Melchiorre era in cerca di manodopera per dar corso ai suoi progetti imprenditoriali. Raspagni rispose presente e diede il via a una lunga storia di famiglia, appunto. Una famiglia divenuta valenzana a tutti gli effetti perché qui, in riva al Po, nacque Carlo, papà di Giancarlo e Armando, quest’ultimo, a sua volta, papà di Alessandro e di Carlo, che adesso guida l’azienda con il figlio Edoardo. C’è anche un altro figlio, che si chiama Alberto Attilio.

L’Attilio capostipite, bonario, gioviale e dall’inconfondibile parlata milanese, era detto ‘Il Meneghin’. Lo descrivono come un artista, un cacciatore, abituato a vivere dalle parti del fiume.

Fin qui la storia. O, almeno, una parte di essa. L’attualità è la produzione gioielliera della Raspagni. Antonella, moglie di Carlo e collaboratrice di Edoardo, pensa ai disegni. La specializzazione è il commercio all’ingrosso di preziosi. Internet è la nuova porta spalancata sul mondo, ma il metodo di lavoro è antico. All’estero vengono acquistate le pietre: una scelta accurata, per soddisfare le esigenze di chi cerca la classicità, ma non necessariamente.

Il valore aggiunto è Alberto Attilio, che è gemmologo e perito del tribunale. Classe 1983, ha un curriculum decisamente ricco. In numerosi viaggi ha maturato competenze in fatto di pietre. Lavora anche al Monte dei Pegni di Torino. «C’è sempre chi fa il furbo, anche in questo settore – spiega papà Carlo – Noi abbiamo la possibilità di offrire garanzie assolute: quel che commercializziamo è certificato al 100 per cento».

Della bontà dell’iniziativa s’è accorta anche il marchio “DiValenza” che dedica una parte della propria attività alle consulenze e alle perizie, proprio grazie ad Alberto Raspagni. «Non tutte le aziende – aggiunge Carlo – hanno un gemmologo a disposizione. Noi per fortuna, grazie ad Alberto, riusciamo a qualificare il prodotto».

Il momento del settore orafa è buono. «La ripresa è tangibile, almeno per i prodotti che potremmo definire medi. Per quelli eccezionali dobbiamo ancora attendere. Una volta il problema di Valenza era vendere. Adesso è riuscire a produrre. Va forte il contoterzismo, manca l’artigiano vero». Qui, in corso Matteotti, non si produce ma si commercializza, puntando sulla qualità sia delle materie prime che della manifattura. ■





VALENZA

# BORSALINO DIAMANTI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1978**FATTURATO 2020  
**4,8 MILIONI DI EURO**DIPENDENTI  
**9**

## Ecco la ripresa che fa girare i laboratori «Ma ci manca vedere le “pietre” in India»

di **Roberto Gilardengo**

Valenza è testimone che la ripresa, trainata soprattutto dalla crescita dell'export, tradizionale punto di forza del comparto orafa, è la novità positiva che autorizza a un legittimo ottimismo chi opera nel settore. Come la 'Marco Borsalino', ad esempio, storica azienda che da quasi mezzo secolo si occupa di importazione e vendita al dettaglio di diamanti tagliati, osservatorio privilegiato che consente di capire lo stato di salute della città dell'oro e dei gioielli, di cui in sostanza è il magazzino. Lo conferma il titolare, che ha fondato un'azienda capace di superarle senza grossi contraccolpi anche il 2020, l'anno del primo - e vero - lockdown («abbiamo lavorato anche allora») e che nel 2021 si avvia a un fatturato in netta crescita dopo il calo fisiologico [-20%] dei 12 mesi precedenti. A Marco Borsalino, che opera a stretto contatto con il fratello Luigi e i figli Miriam e Matteo, l'ottimismo in effetti non è mai mancato. Adesso, numeri alla mano, può sottolineare come, da circa tre mesi, la ripresa sia stata «molto forte, in particolare dopo la fiera di Vicenza. Fino a poco tempo fa, infatti, 'girava' solo una parte delle ditte, diciamo quelle legate ai grandi marchi. Ora le cose vanno bene anche per le altre e per i negozianti: noi non possiamo saperlo, ma si capisce dal lavoro che abbiamo. Insomma, è una bella novità e in città c'è più gente».

Alla Borsalino Diamanti, certo, manca il rapporto con l'India, dove operano i tagliatori migliori al mondo ma dove la situazione sanitaria è sempre complessa e il paese è difficile da raggiungere, tra quarantene da rispettare e regole ancora tutte da decifrare: «Dopo due anni, adesso siamo riusciti a prenotare un volo - spiega il titolare Marco - che ci consentirà di andare sul posto e vedere la merce con i nostri occhi. Per la nostra attività è importante, in questo periodo abbiamo avuto rapporti con ditte indiane che operano ad Anversa (che nel suo antico centro ospita migliaia di commercianti, tagliatori e operatori del settore, ndr), ma ce ne sono altre che con il Belgio non hanno contatti: quelle ci sono mancate».

La qualità del prodotto, parlando di diamanti, è fondamentale: «Non abbiamo più merce brutta - spiegano i Borsalino -. Magari economica, ma quella mal tagliata noi non la trattiamo». Un passo decisivo, in questa direzione, sarà la certificazione Rjc, lo standard di riferimento per la filiera della gioielleria, che l'azienda di via Mazzini ha richiesto da un anno e che confermerà il livello raggiunto da proprietari e staff: «Aspettiamo solo i controlli - spiega Luigi - i tempi tecnici, in questi casi, sono sempre lunghi». Il mercato, intanto, in questo periodo di ripresa, non ha tempo di aspettare: «C'è la corsa a produrre - sottolinea Matteo - ma la capacità delle imprese è limitata: da un lato è un bene che si lavori, ma c'è molta fretta e i fabbricanti non riescono a star dietro alle richieste». Che si lavori tanto lo confermano anche il nuovo modo di avvicinarsi alle fiere di settore. Prima troppe, ora di fatto frequentate soltanto da addetti ai lavori in cerca di merce.

La speranza, per tutti, è che la ripresa continui a lungo, come confermerebbero gli osservatori di Confindustria e Unioncamere. E il periodo felice del settore oreficeria e pietre preziose porta benefici anche al mondo del commercio: «Il nostro - osserva Marco - è un lavoro che ci mette poco a ridursi ma che in un attimo può riprendersi. Però, al momento, prevale ancora la prudenza e prima di far crescere l'azienda uno ci pensa bene...».

# VALENZA MY FAMILY



ANNO DI FONDAZIONE  
**2011**

FATTURATO 2020  
**9,6 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**100**

## My Family, non solo animali Ecco lo spray igienizzante

di **Massimo Brusasco**

I numeri, anzitutto. 21 milioni di medagliette vendute in tutto il mondo (nel 2011 erano 300.000...), 82 paesi del globo interessati. 1.300 prodotti, 9.000 macchine, 9.600 negozi. E ancora 105 dipendenti e 43 distributori...

Questa è My Family, una delle più importanti realtà di Valenza. Artefice è Alessandro Borgese, che cominciò la carriera imprenditoriale dedicandosi all'oro (senza molta fantasia, in questa città), poi ha avuto un'intuizione, certificata dall'amore che in molti abbiamo per gli animali.

E allora ha cambiato produzione, pensando anzitutto alle medagliette, quelle con su inciso il nome del cane (o del gatto, certo). È stato un successo quasi immediato, seguito da un'altra felice trovata: produrre macchine, da vendere a negozi specializzati in pet, grazie alle quali il cliente può incidere, nel breve volgere di qualche secondo, il nome dell'animale.

Da cosa è nata cosa. Sempre grazie a ripetuti colpi di genio e sempre abbinando la fantasia all'eredità orafa, fatta di manualità, precisione, gusto.

I più si saranno stupiti nel vedere applicata tanta accortezza in oggettistica per gli animali, ma è stato proprio l'alto livello qualitativo delle proposte l'arma vincente, quella su cui fare leva, andando incontro alle soddisfazioni di una clientela sempre più esigente, ma anche sempre più vasta.

### Alla conquista del mondo

E allora, parallelamente, nel laboratorio della zona industriale, ecco guinzagli e collarini, oggetti "quasi" da collezione, tutti rigorosamente made in Italy. Da qui si è partiti alla conquista del mondo, certificando un piccolo miracolo, reso possibile da investimenti azzeccati e mettendo sempre a frutto l'esperienza acquisita, senza mai crogiolarsi sui successi.

Anzi, i buoni risultati sono serviti a cercare altri sbocchi. Non a caso My Family, lo scorso anno, all'inizio del dramma del Covid, fu pioniera nella fabbricazione di mascherine. E, successivamente, ha introdotto sul mercato un prodotto mai realizzato prima: la colonnina igienizzante, ovvero "un dispositivo che funziona secondo il sistema rivoluzione della nebulizzazione spray, che rende obsoleto l'utilizzo del gel, dannoso per l'ambiente e pesantemente oneroso dal punto di vista economico".

Oltre a Valenza, 9 dipendenti sono nella sede di Orlando in Florida (Stati Uniti). Tutti hanno come riferimento 82 paesi, in cui vengono esportate tecnologia, cura artigianale ed ecosostenibilità. ■



ANNO DI FONDAZIONE  
**2007**

FATTURATO 2020  
-

DIPENDENTI  
-

## Il Consorzio DiValenza innovazione e solidarietà

di **Massimo Brusasco**



### Il sostegno alle attività economiche orafe

Archiviato con successo il programma (presentato settimanalmente durante il primo lockdown) di istruzione online degli imprenditori orafi attraverso i webinar formativi realizzati con la regia di Barbara Boaglio, il marchio DiValenza è protagonista anche nella seconda parte dell'anno 2021.

Oltre all'ordinaria attività di comunicazione social, che per quanto concerne il canale professionale LinkedIn, i report ufficiali attestano l'Impronta Orafa ad uno share di oltre il 25% (che supera di gran lunga i risultati ottenuti dai brand patinati e dalle più note influencer). Il DiValenza - Impronta Orafa, per implementare le attività economiche delle aziende consorziate, collabora fruttuosamente con le tre start-up innovate, iscritte nell'apposito registro della Camera di Commercio: Doralia, la piattaforma online in cui le imprese artigiane orafe possono accedere per vendere i loro gioielli oltreoceano ed anche per partecipare (in forma collettiva) alle fiere di settore [www.doralia.com](http://www.doralia.com); Gioielleria Italiana che realizza gioielli su misura per le gioiellerie e garantisce importanti commesse di lavoro alle aziende orafe [www.gioielleriaitaliana.com](http://www.gioielleriaitaliana.com); Rapp/Horto che è un gioco online categoria physical (metà fumetto metà reale) che sta studiando la versione dei gioielli [www.rapp/horto.com](http://www.rapp/horto.com).

«La vivacità del distretto orafa di Valenza - dice **Barbara Rizzi** (nella foto), regista del marchio DiValenza - è garantita dalla presenza di giovani startupper, insieme a una comunicazione istituzionale che, oltre ai gioielli, presenta anche la città di Valenza col suo museo, con la sua biblioteca e con i luoghi storici. Inoltre siamo diventati il luogo ideale per testare, in collaborazione con la Società Italiana Disability Manager [www.sidima.it](http://www.sidima.it), la vera inclusione di tutte le persone per accogliere attivamente nelle aziende orafe i lavoratori disabili».

Nasce in questo contesto la partecipazione del DiValenza a un bando europeo Erasmus + KA220-VET per la formazione di due orafi al banco affetti da disabilità cognitiva. La materia dei lavoratori disabili introduce un argomento che sta molto a cuore a tutte le aziende orafe del distretto di Valenza: l'addestramento di nuove leve di orafi al banco. «Questa - conclude la Rizzi - deve essere assolutamente la priorità nelle attività dell'anno 2022 perché la ripresa massiva delle commesse di lavoro richiede nuovo personale. E il DiValenza, con la sua Impronta Orafa, è già sul pezzo». ■





# VALENZA CASCINA GAIA

ANNO DI FONDAZIONE  
2020

FATTURATO 2020  
-

DIPENDENTI  
A CONDUZIONE FAMILIARE

## Ripartire dopo il Covid «Fantasia e buone idee»

di **Massimo Brusasco**

C'è anche chi, nell'anno nero del Covid, ha dovuto chiudere poche settimane dopo, per riaprire solamente la scorsa primavera.

È il caso di Michela Daziano, che con il supporto del marito Paolo Cigalino ha aperto l'agriturismo Cascina Gaia a Valenza (strada alla Nuova Fornace) a inizio 2020: era il principio della pandemia e il mondo si è fermato nel giro di poche settimane. Ma l'estate 2021 è stata di grande successo.

«Non pensavo di avere questo riscontro - spiega la Daziano - Abbiamo lavorato tanto per tutta la stagione, proponendo anche i centri estivi per i bambini e l'attività di fattoria didattica. A Valenza non ci sono molte strutture come la nostra, e capita spesso che le famiglie vengano a pranzo la domenica e si fermino fino a sera, sarà anche perché lasciamo le stalle aperte con gli animali nei recinti e i bambini possono interagire con loro».

Non solo un locale per famiglie, ma anche contatti con l'imprenditoria locale, con l'organizzazione di eventi aziendali. «Inoltre, ospitiamo motoraduni e altri eventi, come il primo Memorial Sergio Cassano organizzato dalla Scuderia Ferrari Club Alessandria».

### La lettera al ministro

Tra i prossimi progetti, l'apertura dello spaccio aziendale interno con la vendita dei prodotti dell'azienda agricola. «Produciamo anche miele, ma è stata un'annata negativa a causa delle gelate: abbiamo raccolto miele solo per i millefiori».

A tal proposito, a inizio estate, Cia-Agricoltori Italiani (organizzazione alla quale Cascina Gaia fa riferimento) ha inviato una lettera al ministro delle Politiche agricole, Stefano Patuanelli, con alcune richieste per sostenere il comparto degli agriturismi. «Nel 2020, tra misure di contenimento della pandemia e conseguente crollo del turismo - fanno a sapere alla Cia - il settore ha perso oltre 900 milioni di euro, nonostante la breve parentesi di ripresa estiva. Ma le strutture ricettive italiane presentano caratteristiche tali da garantire prenotazioni flessibili e soggiorni in linea con le accortezze necessarie per porre fine alla pandemia».





# IL LUOGO del LAVORO

**GIOJ**  
*manifattura  
valenza*

Strada Citerna 23 - Valenza - Telefono 0131 941155 - Mail: [info@gioj.it](mailto:info@gioj.it)

VALENZA

# AGRIVOLTAICO PIEMONTESE



ANNO DI FONDAZIONE  
**2021**

FATTURATO 2020  
**N.D.**

DIPENDENTI  
**N.D.**

## Energia e agricoltura: convivenza per crescere

di **Massimo Brusasco**

Poiché entro il 2030 occorre arrivare a superare il 30% della quota di energie rinnovabili, **Francesca Abbiati** (foto) da Valenza, titolare dell'azienda agricola La Voglina, ha deciso di partire per tempo. E ha cominciato a guardare con interesse all'agrivoltaico, che, fra l'altro, è tra i punti fermi in materia di transizione ecologica.

È di giovedì 4 novembre la costituzione di Agrivoltaico Piemontese, società per la promozione dell'energia alternativa.

«Il fotovoltaico è spesso visto come un tabù, perché si pensa che vengano danneggiati i terreni e che si sprechi suolo che potrebbe essere destinato all'agricoltura - spiega - Ecco allora che l'agrivoltaico può rappresentare una soluzione interessante. I pannelli solari tradizionali sopravvivano e producono energia, ma sotto di loro si coltiva. È un metodo che già funziona in Oriente, per le risaie, ma anche in Francia e Germania. Qui in Italia siamo un po' indietro, ma cerchiamo di recuperare terreno».

Francesca Abbiati sta lavorando con alcuni esperti di solare industriale, tra cui **Giovanni Simoni** di Kenergia. Che spiega: «Noi siamo stati tra i primi a capire davvero cosa vuol dire agrivoltaico. Non si tratta di espedienti per accedere a fondi europei. La filosofia è chiara: vogliamo ribaltare i teoremi partendo non dalla produzione di energia fine a se stessa, ma dalle analisi fatte dagli agronomi, abbinando dunque il modello elettrico a quello agricolo».

La finalità è non abbandonare i campi che ospitano i pannelli fotovoltaici, ma renderli coltivabili. E così si salva il paesaggio e si limita il consumo di suolo. Certo, è un investimento che si fa a lungo periodo, ma la Regione Piemonte [«dove finora si è fatto poco in materia di rinnovabili»] ha possibilità non solo di investire nel settore ma, come spiega Simoni, «ha una rete elettrica aperta ad accogliere e consumatori disponibili a comprare energia».

Ad Alessandria, il progetto è sostenuto dalla Cia: «Col direttore Paolo Viarengi - spiega Francesca Abbiati - stiamo portando avanti progetti interessanti. Ed è coinvolto anche il consigliere comunale alessandrino Gianni Ravazzi, artefice della Coesione territoriale che coinvolge molti comuni della nostra provincia e dell'Astigiano».

Questo, nei progetti, sarà il principale centro agrivoltaico della zona. I benefici? Li elenca sintetizzando: «Viene aumentata la produttività dei terreni agricoli; si creano nuove opportunità di lavoro, garantendo una continuità lavorativa maggiore rispetto al pieno campo; si proteggono le colture dagli eventi atmosferici estremi; si diminuisce il fabbisogno idrico, proteggendo le colture dal calore e riducendo l'evapotraspirazione, rendendo necessario un quantitativo d'acqua fino a sei volte inferiore rispetto alle colture in pieno campo».

E poi c'è tutta la partita dell'energia da vendere, della digitalizzazione dell'azienda, dell'ottimizzazione dei costi e della collaborazione tra agricoltori. «È una strada che vale la pena intraprendere - chiosa la Abbiati - Sono convinta che questo sia il futuro». ■





# VALENZA BULGARI

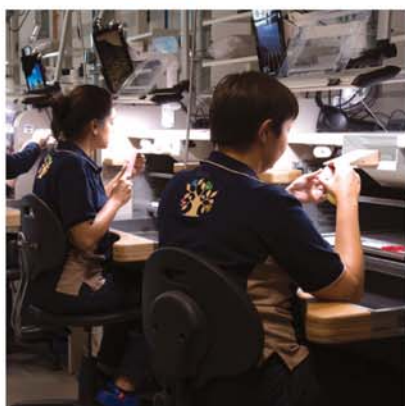
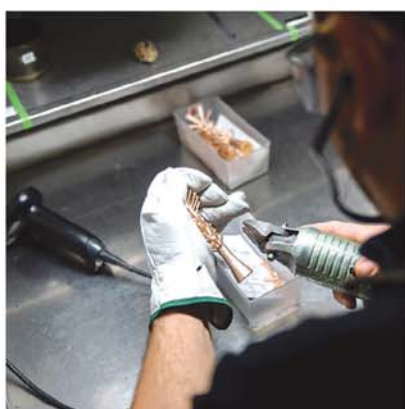
ANNO DI FONDAZIONE  
2017 A VALENZA

FATTURATO 2020  
412 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI  
730

## Roma e Valenza “alleate” per fare crescere Bulgari

di **Massimo Brusasco**



Si avvia a compiere cinque anni la manifattura di gioielli che Bulgari ha aperto a Valenza. Con una superficie di 14.000 metri quadri, la nuova struttura è stata aperta in risposta non solo alle esigenze di una crescita costante nel mercato internazionale ma anche all'arricchimento della produzione della Maison romana che pone al centro della propria ricerca i valori più profondi del Made in Italy.

«Questo progetto – fanno sapere da Bulgari – rappresenta un investimento non solo industriale ma anche culturale nell'inestimabile valore dell'arte manifatturiera italiana».

E così, con la produzione dell'alta gioielleria a Roma, degli accessori a Firenze, delle fragranze a Lodi, della seta a Como e dei meccanismi e assemblaggi degli orologi in Svizzera, il sito di Valenza «si inserisce in quella straordinaria rete produttiva italiana che grazie alla maestria e alle qualità degli artigiani ha visto nei secoli la produzione di oggetti di altissimo valore estetico ed eccellente qualità».

La manifattura si occupa della realizzazione di tutte le maggiori collezioni di gioielleria della Maison tra le quali le celebri creazioni B.zero1, Serpenti, Diva, Bulgari-Bulgari e Fiorever vede l'unione di due eccellenze italiane, la qualità del design interamente ideato a Roma e le capacità tecniche e produttive degli orafi di Valenza, unendo così la professionalità manuale degli orafi alla creatività dei disegnatori romani”.

La Manifattura Bulgari ha iniziato la propria attività a gennaio 2017, con circa 400 dipendenti. A settembre 2021, ha superato i 730 addetti, la maggior parte dei quali occupati nelle professioni cardine della gioielleria grazie ad un importante programma di selezione che ha coinvolto talenti provenienti da tutte le più prestigiose scuole orafe presenti sul territorio nazionale.

Ad oggi la popolazione aziendale valenzana, per il 94% assunta con contratto a tempo indeterminato, conta un'età media di 41 anni, in progressivo ringiovanimento. Rilevante è anche la percentuale femminile, che supera il 52%.

«La Manifattura – aggiungono alla Maison – è in continua evoluzione e tra i suoi obiettivi quello di espandere i confini delle selezioni oltre il territorio nazionale attraendo talenti da tutta Europa».

Non solo: al fine di preservare i mestieri della tradizione e creare un percorso di professionalizzazione per le nuove generazioni di artigiani, è stata aperta la Bulgari Jewellery Academy, una scuola del savoir-fair orafa mirata alla formazione di tutti i neo-assunti.

Alla vitalità dell'arte orafa italiana, Bulgari contribuisce scommettendo sul valore dell'artigianalità. «Con i continui investimenti in ricerca e in innovazione, Bulgari si è imposta nel mercato internazionale, rafforzando l'immagine dei prodotti nella nuova era della società globalizzata e consolidando nel resto del mondo le qualità creative dell'arte della gioielleria italiana». ■





# VALENZA PASQUALE BRUNI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1968**

FATTURATO 2020  
**15,6 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**80**

## Quel gioiello che non invecchia mai e che piace in Russia e Medio Oriente

di **Roberto Gilardengo**

La creatività è alla base del successo di un brand storico e l'idea di abbinare la moda ai gioielli viene da lontano. Da quando, cioè, **Pasquale Bruni Bossio** (nella foto in alto; sotto i figli **Eugenia** e **Daniele**) nato ad Ajello Calabro, arriva a Valenza all'età di 13 anni per inseguire il sogno di diventare un sarto. Scopre che in realtà nel settore della gioielleria - all'epoca molto classica e con poca attenzione ai colori - c'era molto più spazio per dare sfogo al suo estro creativo. Così nel 1968 apre la prima società con suo fratello, per poi mettersi in proprio nel 1976 dando vita alla Gioielmoda, proprio per questa idea di portare la moda nel mondo del gioiello. Le sue creazioni fin da subito erano qualcosa che non si era mai visto, estremamente colorate grazie all'ampio utilizzo di smalti dalle tonalità molto accese, ispirate alla natura e al mondo giocoso e fantasioso dei bambini. Lui stesso infatti racconta che, volendo creare un gioiello che non invecchiasse mai, lasciava disegnare il bambino che vive dentro ognuno di noi. Fu proprio questo il segreto del suo successo.

Il gruppo, che ha sempre sede a Valenza, nella zona Coinor, ha il grande vantaggio di restare un'azienda familiare al 100%, che produce, a mano, appunto nel cuore della gioielleria italiana: «Questo ci permette di rimanere fedeli alla nostra filosofia e ai clienti, che sono nostri partner a tutti gli effetti, portando avanti la nostra missione - viene sottolineato - senza dover scendere a compromessi ed evitando politiche di sell-in aggressivo che "drogano" il mercato e sporcano i risultati effettivi del settore».

Il fatto è che i risultati di Pasquale Bruni Group, nonostante la pandemia, sono all'altezza della fama che la maison ha in tutto il mondo. A metà settembre, ad esempio, il fatturato parla di una crescita del 15% rispetto al 2019. Certo, in quell'annus horribilis che è stato il 2020 non si poteva non registrare un calo, peraltro fisiologico, che è stato del 25% rispetto ai dodici mesi precedenti. Intanto si guarda ai mercati esteri con fiducia: del resto, come fanno notare i report di Unioncamere, l'export è in crescita e la gioielleria ne è il traino. Qualche dato per capire. In Russia si è toccata quota +30% grazie a una crescita degli acquisti della clientela locale, che al momento - date le forti restrizioni - non sta viaggiando. In particolare le località italiane stanno soffrendo molto la mancanza dei turisti russi, il cui vaccino non permette loro di ottenere il green pass obbligandoli, di fatto, allo stress di un tampone ogni 48 ore. Negli Stati Uniti, il secondo mercato di riferimento dopo la Russia, la crescita sul budget è del 50%. Inoltre, da segnalare la riscoperta del Medio Oriente, dove la clientela ha sempre apprezzato le creazioni di questa azienda. Dopo l'avvio, lo scorso anno, della collaborazione con Seddiqi a Dubai, da registrare nel 2021 l'apertura di Trafalgar in Kuwait e il consolidamento della partnership con Al Majed in Qatar. Poi c'è l'Asia, obiettivo del 2022, ma la prossima sfida saranno i mercati europei dove la marca non è ancora ben conosciuta, come Austria, Germania, Spagna e Portogallo. Infine, si fa per dire, l'Italia: «Sul territorio nazionale stiamo puntando a una distribuzione sempre più selettiva, aumentando il turnover di ciascun punto vendita e rafforzando la partnership. Il nostro obiettivo? Riportare l'Italia a essere il primo mercato di riferimento per il brand». ■





# VALENZA DAMIANI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1924**

FATTURATO 2020  
**170 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**700**

## «Gruppo internazionale con il cuore a Valenza»

di **Marcello Feola**



Un anno di sfide e cambiamenti per il Gruppo Damiani: Guido Damiani li racconta. Con un occhio al futuro.

### ■ Che anno è stato per il Gruppo Damiani?

Dopo aver siglato una joint venture con il Gruppo Fosun per la diffusione in Cina di Damiani e Salvini, nel corso del 2021 abbiamo aperto un Flagship Store Damiani a Shanghai, all'interno del prestigioso Shanghai International Finance Center. Anche in Corea stiamo registrando crescite importanti e lo stesso dicasi in Giappone, dove abbiamo deciso di lanciare una creazione rivisitata nel design del nostro gioiello più celebre, il pendente Belle Epoque in versione Crown. In Russia, infine, abbiamo aperto un punto vendita a Sochi al Marriott Krasnaya Polyana Hotel.

Neppure Rocca 1794 ha fermato i piani di rafforzamento della leadership, diventando Category Partner della Rinascente di Milano per la distribuzione di gioielli e orologi di Alta Gamma e inaugurando una boutique in via Nassa a Lugano e un punto vendita a Malpensa dedicato ai marchi Damiani e Rolex. E nei prossimi mesi sono previste la riapertura della boutique di Bologna, una boutique monomarca Rolex in Galleria Vittorio Emanuele II e una boutique a Milano Linate. Il 2021, infine, è un anno particolare per Venini: la storica vetreria di Murano celebra il centenario. Una tappa che stiamo festeggiando con nuove creazioni, partnership d'eccellenza [come con Dolce&Gabbana e Versace] e collaborazioni con grandi artisti e designer.

### ■ L'anno e mezzo di pandemia ha messo in difficoltà tante realtà: quali le strategie messe in campo?

È indispensabile serrare i ranghi e fare squadra. I nostri dipendenti sono veramente fantastici e unici: ci hanno dimostrato che, oltre all'altissima professionalità, mettono

il cuore in quello che fanno. Così, continuiamo a rafforzare la partnership con i rivenditori e abbiamo acquisito la maggioranza di Bruno Maria Zimmiti, retailer italiano fondato a Siracusa nel 1858 che distribuisce all'interno dei tre propri punti vendita prestigiosi marchi di orologeria e gioielleria d'Alta Gamma, tra i quali Damiani, Rolex, Salvini e Bulgari. Un'operazione che fa parte di un piano strategico per rafforzare ed espandere la leadership di Rocca 1794 sul piano nazionale e internazionale.

### ■ Quanto è forte il legame con la città di Valenza?

La nostra storia è quella di un'azienda tutta italiana fondata a Valenza nel 1924 da una famiglia [presente in città da almeno 400 anni] che dopo tre generazioni tramanda la sua passione per l'imprenditoria e l'arte orafa. Fondata da nostro nonno Enrico a Valenza, Damiani è diventata grazie a nostro padre Damiano una moderna azienda internazionale.

Io e i miei fratelli, Silvia e Giorgio, ne abbiamo raccolto l'eredità: da un lato inaugurando un percorso di internazionalizzazione e dall'altro strutturando il Gruppo. Una realtà che conta circa 700 dipendenti diretti oltre a centinaia di collaboratori indiretti e che, grazie alla sinergia di 6 brand [oltre a Damiani, anche Salvini, Bliss, Calderoni, Rocca 1794 e Venini], promuove l'eccellenza del Made in Italy nel mondo.

La città ha cambiato nome alla piazza che sorge davanti alla nostra storica sede, nominandola piazza Damiano Grassi. È una cosa della quale andiamo molto fieri e che ci rende orgogliosi. Per questo motivo e per sottolineare il legame genuino che ci lega storicamente e affettivamente alla città abbiamo recentemente deciso di acquistare il Palafiere di Valenza, che nei prossimi anni accoglierà la nostra nuova sede produttiva. ■



# VALENZA GIOIELLI DI VALENZA

ANNO DI FONDAZIONE  
**1992**

FATTURATO 2020  
**47 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**380**

## «Siamo in tutta Italia con il cliente in primo piano»

di **Fabiana Torti**

Tradizione, esperienza, innovazione e grande passione: sono sicuramente queste, le parole d'ordine che contraddistinguono la realtà familiare e la produzione di Gioielli di Valenza. Fondata nel 1992 dal fabbricante di gioielli Giuseppe Maggi, esperto del settore ormai da oltre 60 anni, l'azienda oggi conta 380 dipendenti ed è gestita principalmente dai figli Davide e Sara, che con impegno e dedizione proseguono lungo il percorso tracciato dal padre.

«Negli anni '70, nostro padre lavorava all'estero, in Germania e con altre nazioni europee - raccontano **Davide e Sara Maggi** [nella foto], amministratori e soci di maggioranza dell'azienda - In quel periodo si accorse dell'esistenza di strutture lavorative implementate con catene di negozi: intuì la loro forza economica e decise di introdurre il modello nel mercato italiano, carente a quel tempo soprattutto dal punto di vista organizzativo».

### Il segreto del successo

Una forte intuizione che porterà Giuseppe a inaugurare i primi due negozi del brand: il primo a Milano Marittima e il secondo a Lido Adriano. «Ad oggi, possediamo 56 punti vendita distribuiti in tutta Italia e stiamo lavorando anche per aprirne all'estero - proseguono - Grazie ai nostri designer e artigiani qualificati, realizziamo i gioielli nel laboratorio interno a Valenza e poi li esponiamo direttamente nello showroom al piano superiore: per noi resta imprescindibile il contatto con i clienti».

E forse è proprio questo il segreto del successo dell'azienda: capire esattamente le esigenze dei clienti, assisterli e supportarli prima e dopo l'acquisto. «Ci siamo sempre adeguati alle loro richieste e siamo sempre stati molto immediati, veloci e lo spirito di adattamento non è mai venuto a mancare - continuano - La pandemia è stata un bel banco di prova in questo senso».

### Forte crescita

«Nonostante le difficoltà causate dal Covid, siamo stati fortunati: abbiamo iniziato il processo di digitalizzazione almeno tre anni fa, dunque il nostro e-commerce ha decisamente colmato la criticità del momento. Tant'è che, nel 2020, abbiamo registrato una perdita di fatturato del 12% circa, riconducibile al periodo del lockdown ma ci siamo ripresi subito dopo grazie agli acquisti effettuati sul sito: abbiamo oltre 200mila clienti di fascia medio alta e profilati con fidelity card e in molti non hanno rinunciato all'acquisto di un gioiello».

E quest'anno? Qual è il bilancio? «Ci siamo confrontati con altri brand importanti della nostra città e, a differenza di altri settori come abbigliamento o turismo, quello orafa è riuscito a sostenersi molto bene e ne siamo molto orgogliosi. Attualmente, abbiamo registrato una crescita del 20% rispetto al fatturato del 2019 e sicuramente sentiamo di avere tutte le carte in regola per migliorare e ottimizzare al meglio la nostra struttura. Ad esempio, stiamo lavorando all'internazionalizzazione del sito: a gennaio lo apriremo anche in Spagna». ■



GV

ANNO DI FONDAZIONE  
**1970**

FATTURATO 2020  
**N.D.**

DIPENDENTI  
**N.D.**

## Quando è questione di fede: l'arte dell'anello nuziale

di **Massimo Brusasco**



È un'azienda che ha in catalogo più di cento modelli di fedi nuziali. E questo potrebbe essere sufficiente a spiegarne l'importanza nel tessuto produttivo del distretto orafa di Valenza. Ulteriore particolarità: a guidarla è una ragazza con laurea in Storia dell'Architettura, materia che ha insegnato a Venezia. Si potrebbe dire che, risalendo il corso del Po, è tornata nella città dove, dal 1970, è attiva la ditta orafa fondata da papà Nando. E si potrebbe pure aggiungere che architettura e gioielleria qualche affinità ce l'hanno, se ragioniamo con i parametri del "gusto del bello".

La Orsini srl ha una guida in **Laura Orsini** [foto], che la dirige con il fratello **Sandro**, avvalendosi di alcuni collaboratori. Artigianato è la parola d'ordine, anche se la modernità ci mette del suo. «*Ci stiamo facendo conoscere grazie a internet e abbiamo riscontri più che positivi*» assicura Laura, testimoniando il buon momento che sta vivendo il comparto.



E, nello specifico, tiene bene anche il "settore matrimoni", malgrado questi siano in calo. «*Però chi si sposa secondo la tradizione lo vuole fare con tutti i crismi del caso. E sul fatto che ci si concentri anche sul valore non ci sono dubbi. Ecco perché noi le proponiamo personalizzate, una sorta di 'unicum', sia in oro bicolore o a tre colori. Ma abbiamo anche in produzione solitari e, di recente, è stata lanciata una nuova collezione incentrata sul rosa, dal colore della morganite*».

Nulla è lasciato al caso e la specializzazione è quasi un obbligo. «*L'importante - precisa Laura Orsini - è riuscire a trovare il prodotto giusto per il cliente e che sia identificabile come marchio. Poi, certo, il valore aggiunto è dato anche dal lavoro artigianale, dal prodotto su misura e da una serie di servizi che sono molto apprezzati da chi fa l'acquisto*».



Il settore dell'oreficeria è in crescita, ammette: «*La Fiera di Vicenza, primo appuntamento dopo l'emergenza Covid, ha fatto capire chiaramente che l'entusiasmo è rinato e che l'ottimismo è contagioso*». Il problema, semmai, è dato dalla carenza di manodopera: «*C'è richiesta di personale specializzato, ma purtroppo è mancato il ricambio generazionale*». Il motivo? «*Gli anni di crisi hanno indotto molte persone a cambiare professione e le scuole che devono formare non lo fanno abbastanza. Poi, certo, bisogna anche tenere conto che le grandi manifatture hanno assorbito il grosso della forza lavoro*».



# CASALE MONFERRATO

## Le crisi infinite (finite male), chi continua a crescere e la solita speranza

di **Alberto Marella**

La desertificazione su un piatto della bilancia, il consolidamento e una speranza sull'altro: si può fotografare sinteticamente così lo stato economico-produttivo del Casalese.

### Altri due rimpianti

Sotto l'etichetta 'desertificazione', il territorio monferrino deve mettere altre due aziende importanti: il sito produttivo della Freudenberg (l'ex Framar) di Mombello e la Cerutti di Casale. Realtà che a loro modo hanno firmato la storia del Casalese e della Val Cerrina e che ora vanno a fare compagnia (tra le altre) alla Bistefani e alla Gaiero. La Freudenberg è solo l'ultimo capitolo di una storia più lunga che negli anni, tra alti e bassi, ha dato lavoro a tante persone nel Cerrinese. Chiudendo lo stabilimento (l'azienda ha trasferito tutto nel Padovano) diminuisce sensibilmente la produzione di ricchezza della valle che già deve fare i conti con una demografia da anni in continua contrazione e una crisi dell'immobiliare da record (in alcuni comuni si sfiora il 50% degli immobili disabitati...). E poi il doloroso caso Cerutti: da tanti anni in forte difficoltà, l'azienda - nonostante un

marchio garanzia di qualità - non è riuscita a trovare quel cambio di passo che le avrebbe permesso di rimanere sul mercato. Con la definitiva chiusura del Gruppo sono andati persi non solo un'impresa e un brand che sono stati di riferimento per il settore, ma anche più di 350 posti di lavoro.

### Consolidamento

Il Monferrato soffre, soprattutto sotto il profilo occupazionale. La crisi delle grandi aziende [che ha avuto ripercussioni importanti sull'indotto, sul commercio e sull'immobiliare locale] ha radici profonde che andrebbero ricercate tanto negli effetti della globalizzazione quanto nelle scelte socio-politiche degli enti locali degli anni '80 e '90. A fare da contrappeso, però, ci sono tutte quelle realtà che negli anni si sono consolidate e continuano a mantenere un profilo imprenditoriale e produttivo di alto livello. Bobst, Buzzi Unicem, Hodim ed Euromac sono tra i principali gruppi che nel Casalese producono, investono e crescono. A loro va affiancato il settore del Freddo, ridimensionato rispetto al passato e alle aspettative di alcuni, ma comunque essenziale per questo pezzo di mondo. Per un attimo, addirittura, nel cuore della pandemia, si è pensato che la filiera casalese della re-

frigerazione potesse giocare un ruolo da protagonista nella partita dei vaccini: ma è stato solo un attimo.

### Settore turistico

È giovane e di belle speranze, ma per ora nulla di più. Il settore turistico rimane la novità economica in Monferrato. Cresce in termini di investimenti e di offerta, ma per molti imprenditori continua a rappresentare un piccolo settore nel quale diversificare. Il contesto delle Langhe resta, per l'appunto, nelle Langhe complice anche la questione zanzare, vero deterrente per chi vuole fare business nel settore dell'accoglienza. La frammentazione dell'offerta e l'assenza di un vero collettore capace di organizzare i singoli operatori del territorio e di fare del Monferrato un brand da vendere nel mondo, consolida un vuoto che impedisce al settore di strutturarsi e crescere sotto tutti i profili. Un'altra scintilla potrebbe essere innescata dalla Fondazione Aleramo, realtà che ha preso vita sotto l'amministrazione Riboldi, nata dall'esperienza dell'Agenzia di Sviluppo [presentata durante la giunta Demezza ma mai veramente attivata], il cui obiettivo è quello di attrarre nuovi investimenti e insediamenti sul territorio Casalese. ■



# CASALE MONFERRATO ALLARA

ANNO DI FONDAZIONE  
**1954**

FATTURATO 2020  
**31 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**120**

## Estrazioni ma pure ambiente, energia, agricoltura e costruzioni

di **Marco Bertoncini**



Con cinque stabilimenti Allara oggi supera la dimensione locale rappresentando uno dei principali fornitori di materiale inerte del Nord Ovest. Le attività primarie restano connesse al settore estrattivo e dell'edilizia, ma ci sono quattro ulteriori divisioni aziendali: quella Ambiente (nel 2006 è nata la controllata Bioinerti Srl), quella Energia (che ha partecipato alla costruzione della centrale idroelettrica sul Po della società Idrobaveno, che segue la fase di autorizzazione di un'altra centrale più a monte e che sta progettando un parco eolico in Sardegna che arriverà a produrre 8 Megawatt), quella Agricoltura (coltivazione di terreni e allevamento, in particolare di suini, in un meccanismo di filiera corta ed economia circolare) e quella Costruzioni Generali (in cui rientra una gamma completa di prodotti e servizi che vanno dalla fornitura di inerte naturale fino alla realizzazione di opere edili).

### Rinaturazione, un processo ventennale

L'attenzione all'ambiente si manifesta evidentemente in riva al Po a Casale, in località Baraccone, dove si sta portando a termine una ventennale opera di rinaturazione.



«L'attività estrattiva è ancora spesso vista come un'industria pesante ma negli anni, oltre a confermarsi un pilastro dell'economia, si è rivelata un'opportunità unica di salvaguardia e di rigenerazione ambientale dei nostri territori - spiega **Giuseppe Balbo**, presidente del gruppo - La nostra attività diventa, infatti, un mezzo utile a perseguire in modo soddisfacente gli obiettivi di recupero ambientale e di tutela della biodiversità. Nel caso specifico delle cave perfluviali, come quella in cui operiamo a Casale, al recupero ambientale se ne affianca uno di tipo morfologico che riconsegna al corso d'acqua l'assetto originario. Se a questo si unisce la costruzione di un'area di laminazione si può incidere in maniera importante sui danni da piena alluvionale. E così la cava diventa anche uno strumento di protezione del territorio circostante e della sua popolazione».



In località Baraccone si estrae da 20 anni. Un'attività costantemente monitorata, perciò meno invasiva: «Questo è avvenuto, dall'inizio degli anni 2000, in un costante rapporto di collaborazione e di reciproco confronto con il Parco del Po. Questo proficuo rapporto pubblico-privato ha permesso la rinaturazione di Località Baraccone anticipando processi e percorsi. La visione del futuro di quest'area oggi pronta a ritornare alla sua origine e funzione naturale è davvero emblematica e parte da molto lontano. Dei 130 ettari in possesso di Allara, ben 90 vengono allineati con i principi "eco" del Parco del Po. Oggi, dopo circa vent'anni, l'area è caratterizzata da una serie di piccoli specchi d'acqua collegati tra loro da un canale più profondo e da zone di terre emerse, casa di circa 160 specie di uccelli che nidificano, sostano o svernano: tra questi c'è l'airone cinerino, divenuto logo del gruppo. L'operazione di rinaturazione dell'area vedrà la sua probabile conclusione nel 2022 e a quel punto saremo pronti a restituire un polmone verde a pochi passi dalla città». ■



ANNO DI FONDAZIONE  
**1960**

FATTURATO 2020  
**1,4 MILIARDI FRANCHI SVIZZERI**

DIPENDENTI  
**450**

## Una crescita continua, con attenzione alla sostenibilità (non solo ambientale)

di **Marco Bertoncini**

Completato lo scorso anno il complesso procedimento di ampliamento e rinnovamento dello stabilimento di San Giorgio (un'altra sede è a Piacenza), Bobst Italia è tra i fiori all'occhiello del colosso svizzero Bobst, uno dei principali fornitori a livello mondiale di macchinari e servizi destinati al trattamento dei substrati, alla stampa e alla trasformazione per le industrie produttrici di etichette, imballaggi flessibili, scatole pieghevoli e cartone ondulato. Una multinazionale presente in più di 50 paesi, con 19 stabilimenti produttivi in 11 stati e oltre 5600 dipendenti.

### Scuole, filo diretto

L'idea, per Bobst Italia, è quella di radicarsi sempre più sul territorio rafforzando, inoltre, una posizione di leadership della tecnologia di stampa italiana nel mondo. A proposito di legami, decisamente importante è quello con le scuole, in particolare il Sobrero e il Ciofs per quanto riguarda le casalesi, il PoliTo e l'Upo sul versante universitario. Dopo un fisiologico rallentamento a causa del Covid, quest'anno si conta di riprendere con tirocini curricolari ed extracurricolari: quindi sia le vecchie alternanze scuola-lavoro che veri e propri tirocini post scuola. Diversi sono gli studenti universitari che scelgono Bobst per la loro tesi di laurea, in primis gli ingegneri. «Lavorare insieme su progetti significa anche formarli e questo porta benefici perché conosciamo meglio tanti dei nostri futuri colleghi - commenta **Marisa Giorcelli** (foto), Hr manager - Molti di quelli che sono stati assunti quest'anno avevano fatto la tesi o il tirocinio qui a San Giorgio».

La centralità della sostenibilità per Bobst Italia si manifesta in tutte le sue forme interconnesse: economica, ambientale e sociale. Una politica di sviluppo sostenibile che l'azienda monferrina persegue attivamente da diversi anni attraverso un vasto numero di iniziative.

### L'operazione Cerutti

Proprio poche settimane fa è stata portata a termine l'acquisizione della Cerutti, un'operazione decisamente complessa [a partire dalle sue tempistiche] da 7 milioni di euro che comprende il marchio, i diritti di proprietà intellettuale e gli asset intangibili. A San Giorgio hanno già iniziato a lavorare 30 dipendenti provenienti dalla storica azienda fondata a Casale con il loro patrimonio di esperienza mentre in queste settimane si dovrebbe affrontare il tema della costituenda cooperativa, che potrebbe coinvolgerne per tre anni altri 40. La scelta dell'acquisizione è considerata in linea con l'obiettivo strategico della multinazionale di creare un'impresa caratterizzata da sostenibilità economica e sociale e, in quanto tale, in grado di creare valore nel lungo periodo, a vantaggio di tutti gli interlocutori aziendali, del territorio e delle generazioni future.

«Siamo molto lieti che il procedimento si sia finalmente concluso, ponendo fine a un periodo di incertezza per gli stakeholder di Cerutti a livello locale e mondiale - spiega il general manager **Daide Garavaglia** (foto) - Ora potremo anche fornire l'alto livello di servizio e supporto di Bobst alle macchine Cerutti installate in tutto il mondo».



# Massima flessibilità



**IMBALLAGGIO FLESSIBILE**

## In linea con le vostre esigenze

Soluzioni perfettamente integrate che consentono agilità produttiva, garantiscono la qualità e velocizzano il time-to-market. Qualunque siano le vostre esigenze, a prescindere dalla lunghezza delle tirature, dalla tipologia dei supporti di stampa, dai materiali ad elevato effetto barriera, dalle complessità di processo, abbiamo la soluzione giusta per voi.





CASALE MONFERRATO

# ANTICA DISTILLERIA DI ALTAVILLA

ANNO DI FONDAZIONE  
**1846**

FATTURATO 2020  
**500 MILA EURO**

DIPENDENTI  
**A CONDUZIONE FAMILIARE**

## La ciminiera e la storia di una famiglia il cui nome è sinonimo di grappa

di **Marcello Feola**

È dal lontano 1846 che la ciminiera dell'Antica Distilleria di Altavilla 'sbuffa' i suoi vapori e i suoi ineguagliabili profumi. Un tesoro del nostro territorio riconosciuto anche all'estero, nonostante la pandemia abbia inevitabilmente frenato l'arrivo di turisti stranieri.

«A parte il primo periodo dell'anno – conferma **Fabrizio Mazzetti** (nella foto) – siamo comunque riusciti a lavorare bene. I locali pubblici, una volta avuto il via libera dal Governo per le riaperture, sono tornati ad arricchire i loro magazzini e più in generale l'estate è andata molto bene nel Monferrato».

### ■ È tornato a farsi vedere il cliente estero?

«C'è stato un primo ritorno, ma ovviamente chi viene qui nei mesi più caldi è diverso dal turista che giunge tra ottobre e novembre. In autunno, infatti, si muovono persone – in particolare provenienti da Svizzera e Germania – che vanno in cerca di una vera e propria esperienza eno-gastronomica e che dunque sono disposte ad acquistare volentieri bottiglie particolari a testimonianza del loro viaggio. Ecco perché confidiamo, tutti, nei vaccini, in modo tale da evitare ulteriori chiusure, che sarebbero un colpo tremendo per l'economia delle nostre zone».

### ■ Sono in uscita etichette nuove?

«Abbiamo lavorato molto bene con una grappa non filtrata di Malvasia che – è la sua particolarità – va servita fredda e consumata in 'baloon' venti minuti dopo il versamento in modo tale da rilasciare completamente i suoi profumi. Ci sono ristoranti ed enoteche, in zona ma non solo, che hanno studiato modi particolari per servire le nostre grappe, ne raccontano la storia e gli uvaggi e sanno accompagnare il cliente in un autentico 'viaggio sensoriale': ecco, anche così è possibile valorizzare i prodotti del territorio e fare turismo, perché siamo una realtà piccola e non possiamo pensare di poter competere con i grandi colossi. Il passaparola, unito alla qualità che ci possiamo mettere noi, è fondamentale».

### ■ Altre sorprese in arrivo?

«Siamo in attesa che alcune grappe a lungo invecchiamento terminino il loro percorso. Ad esempio, stiamo aspettando la 'Cinque lustri', un brandy arrivato a 22 anni e già passato in rovere, castagno, frassino e ciliegio e attualmente 'a riposo' nel mandarlo. Per il resto, le nostre bottiglie sono quelle storiche, molto classiche che clienti e appassionati conoscono da sempre. Posso però aggiungere – svela Mazzetti – due referenze speciali chiamate 'Alambicco del Tramvai' (una grappa Ruchè Riserva 2011 e una Nebbiolo Riserva 9 anni) sul mercato in esclusiva con la trentina Proposta Vini, che ha studiato un tour nelle nostre cantine che parte dall'alta ciminiera, passa dalla sorgente di acqua solforosa e si conclude nel nucleo centrale in mattoni, un po' come accade nelle tipiche distillerie di whisky scozzesi».

Perché alla fine la storia, e le tradizioni di una famiglia che da generazioni si dedica all'alta qualità, sono importanti. ■





# CASALE MONFERRATO BCUBE

ANNO DI FONDAZIONE  
**1952**

FATTURATO 2020  
**522 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**4 MILA**

## La logistica? Se è integrata è (molto) meglio

di **Marco Bertoncini**



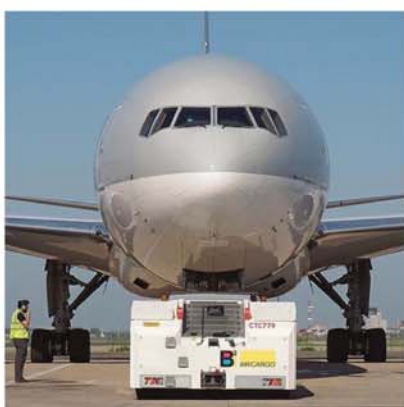
Il settore della logistica, con la pandemia che ha accelerato processi già in atto e introdotto nuovi trend, è stato investito da grandi sollecitazioni negli ultimi mesi: ne è un esempio particolarmente efficace l'e-commerce che ha visto le vendite di alcune categorie merceologiche in aumento addirittura del 900%.

Si è resa necessaria perciò una rapida riorganizzazione del sistema della supply chain per rispondere alle esigenze del mercato attraverso un perfezionamento di performance e flussi. Fondamentale in tal senso poter disporre di un sistema integrato e ovviamente flessibile. Alla sfida si è fatta trovare pronta Bcube, operatore leader in Italia con un'importante storia imprenditoriale alle spalle e un solido know how, basato sull'esperienza cross-settoriale e consolidato nei decenni. Una realtà che, con sede direzionale a Casale, è un punto di riferimento nel panorama italiano e internazionale. Alla guida del gruppo c'è **Piero Carlo Bonzano** (foto), presidente e amministratore delegato. L'affidabilità di cui gode oggi il marchio è risultato della capacità di offrire al cliente il servizio di gestione logistica completo e integrato: dall'inbound alla logistica di stabilimento e dal packaging industriale all'outbound.

Oltre all'expertise tecnica, il punto di forza, in termini di progettualità, è soprattutto quello di poter travasare competenze da un settore all'altro. Molto spesso le soluzioni proposte infatti si basano sulle esperienze cross-settoriali, applicabili e applicate a più ambiti.

Tra le prossime sperimentazioni l'utilizzo dei droni nella gestione della catena distributiva dell'ultimo miglio e l'implementazione dell'intelligenza artificiale nelle logiche della gestione interna del magazzino.

La strategicità geografica di Bcube consiste non soltanto nella sua capillare copertura del territorio nazionale ma, soprattutto, nella presenza ben strutturata, presso i principali nodi infrastrutturali italiani; ne è la riprova il recente interesse alle strutture di cui il gruppo dispone presso i principali scali nazionali di Fiumicino e Malpensa. I due pharmancenter, che sono i primi punti di 'accoglienza' del prodotto farmaceutico in arrivo in Italia per via aerea, si inseriscono tra gli asset strategici per quanto riguarda il sistema distributivo italiano del prodotto farmaceutico.



### Innovazione e sostenibilità

Nell'ultimo anno l'azienda ha affrontato un importante percorso di riorganizzazione e ridefinizione delle strategie di sviluppo. Si guarda al futuro con logiche nuove, incentrate sull'innovazione tecnologica e sulla sostenibilità, sia ambientale che sociale. «La componente tecnologica, così come la sicurezza e la protezione del dato gestito quotidianamente, per un'azienda data-driven come la nostra, è fondamentale. Disponiamo infatti di un team interno dedicato alla ricerca e allo sviluppo Ict che si impegna continuamente per dotare il business delle soluzioni più all'avanguardia, tra cui utilizzo dell'intelligenza artificiale e tecniche di machine learning, mantenendo un costante benchmark con le soluzioni di mercato e gli ambiti accademici di ricerca» spiegano dal gruppo. ■

# CASALE MONFERRATO

# BUZZI UNICEM



ANNO DI FONDAZIONE  
**1907**

FATTURATO 2020  
**3,2 MILIARDI EURO**

DIPENDENTI  
**9.683**

## Una rivoluzione epocale nel campo delle costruzioni

di **Marco Bertoncini**

Buzzi Unicem è un gruppo multiregionale internazionale, con sede a Casale, focalizzato sulla produzione di cemento, calcestruzzo e aggregati naturali. Opera in 14 paesi e impiega circa 10.000 persone. Per una "fotografia" ci affidiamo alle parole dell'ingegner **Antonio Buzzi** (nella foto), direttore operativo Cemento Italia di Buzzi Unicem Spa, vice presidente Federbeton e coordinatore della Commissione Ambiente ed Economia Circolare Federbeton.

### ■ I dati finanziari mostrano risultati economici incoraggianti...

«Esiste un quadro economico favorevole per alcuni paesi in cui il gruppo opera, e in Italia attendiamo lo sviluppo del processo di ammodernamento infrastrutturale, che dovrebbe beneficiare dei fondi del Pnrr. In tale contesto generale continuiamo ad operare nell'ottica della massima efficienza produttiva e dell'eccellenza dei nostri prodotti e servizi, affrontando con impegno la transizione ecologica che ci accompagnerà per i prossimi anni».

### ■ Di recente avete raggiunto un accordo per la cessazione delle attività degli stabilimenti di Arquata e Greve in Chianti. Cosa ci può dire in merito?

«Si è trattato di una decisione dolorosa ma necessaria per adattare le attività italiane di Buzzi Unicem alle condizioni di un contesto di mercato che ha evidenziato, da oltre un decennio, un significativo rallentamento del comparto delle costruzioni. Le soluzioni offerte a tutela dei collaboratori sono state molteplici e hanno tenuto conto delle diverse situazioni presenti all'interno dell'organizzazione. Sono state messe a disposizione oltre 100 posizioni di lavoro a tempo indeterminato presso altre unità del gruppo, nonché specifiche azioni aggiuntive di mitigazione o forme di sostegno alternative per coloro che non fossero nelle condizioni di poter accettare le posizioni all'interno dell'azienda. Consapevoli dell'impatto derivante da tale provvedimento, abbiamo lavorato con impegno e responsabilità per minimizzare le conseguenze sui collaboratori coinvolti».

### ■ Questo resta un periodo difficile e sfidante a causa della pandemia...

«Come azienda, abbiamo messo in campo idonee misure necessarie per la tutela della salute dei nostri collaboratori, stabilendo precisi protocolli. A livello di gruppo abbiamo deciso di promuovere un'iniziativa che ha coinvolto tutti i paesi in cui siamo presenti, finalizzata a sostenere alcune realtà non profit di ciascun territorio».

### ■ Qual è il vostro impegno sui temi di ambiente e cambiamento climatico?

«Abbiamo sempre privilegiato un approccio sostenibile. Destiniamo energie e risorse alla riduzione degli impatti: in particolare il tema delle emissioni di CO<sub>2</sub>, pur non essendo il solo cui dedichiamo grande attenzione, ci vede in prima linea in quella che sarà una possibile rivoluzione epocale nel nostro settore. Il processo di riduzione delle emissioni è già in corso e dovrà subire una decisa accelerazione, comprendendo anche tecnologie innovative in corso di sviluppo per la cattura della CO<sub>2</sub>. A questo proposito, saranno fondamentali anche le evoluzioni normative affinché i processi virtuosi avviati non siano vani, ma anzi assecondati da un quadro normativo favorevole».



# HOLDIM

group



Dal 1991 **Dimsport** è leader nel tuning elettronico per l'automotive con strumenti e software di ricalibrazione, moduli aggiuntivi, banchi prova potenza.

[www.dimsport.it](http://www.dimsport.it)



Dal 2009 **Ecomotive Solutions** propone elettronica di controllo motore per l'uso di carburanti alternativi in ambito automotive, industrial, energy, railway e marine.

[www.ecomotive-solutions.com](http://www.ecomotive-solutions.com)



Attiva dal 2000, **Autogas Italia** produce e distribuisce sistemi di conversione a Metano/GPL per veicoli benzina o diesel. Nel gruppo Holdim dal 2016.

[www.autogasitalia.it](http://www.autogasitalia.it)



**Macario** è una giovane impresa che con la sua proposta di retrò drink analcolici esporta il made in Italy 'dissetando con stile'. Nel gruppo Holdim dal 2015.

[www.macariocompany.it](http://www.macariocompany.it)



**Glif Turbine** produce componenti statorici per turbine a gas vantando un'esperienza trentennale in ambito 'Oil&Gas'. Nel gruppo Holdim dal 2019.

[www.glfturbine.com](http://www.glfturbine.com)



**Agridea** è la neonata società del gruppo che guarda a un futuro sostenibile in ambito agricolo e ricettivo. Obiettivi: valorizzazione delle risorse del territorio e formazione di giovani professionisti.



**HOLDIM s.r.l.**

Loc. San Iorio, 8 - 15020 SERRALUNGA DI CREA (AL) Tel. 0142.9552 - [www.holdim.it](http://www.holdim.it)

# CASALE MONFERRATO

# GRUPPO HOLDIM



ANNO DI FONDAZIONE  
**1991**

FATTURATO 2020  
**35,9 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**180**

## Sostenibilità senza compromessi sulle prestazioni. E il circuito a Morano...

di **Marco Bertoncini**

Sono passati 30 anni dalla fondazione, nel 1991, della Dimsport, il primo mattone che ha contribuito alla costruzione del 'castello' di Holdim. Proprio quest'estate il gruppo, decisamente variegato nelle sue articolazioni, ha celebrato il compleanno della capostipite.

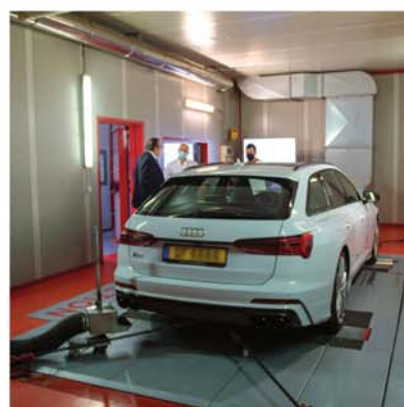
L'inizio, e ancora core business del gruppo, è infatti rimasto quello del tuning elettronico. Nel tempo però si sono aggiunte diverse altre variegata realtà: Ecomotive Solutions e il suo diesel dual fuel poi il brand di bibite Macario, quindi Autogas Italia che è specializzata nelle conversioni bifuel. Quindi l'acquisizione di GLF turbine di Porto Recanati che realizza componenti storici per turbine a gas. E adesso? Nei mesi scorsi è stato ampliato nuovamente il perimetro del gruppo con le nuove strutture dedicate al testing delle emissioni dei veicoli. Un universo ramificato e diversificato che ha il suo epicentro a Serralunga di Crea ma che ha un centro ricerca e sviluppo in Toscana e filiali commerciali in cinque diversi stati: Spagna, Turchia, Stati Uniti, Messico e Costa Rica. Nel 2020 non è cresciuto solamente il fatturato, ma così hanno fatto anche i dipendenti, che oggi sono 180 (una decina le assunzioni solamente ancora nei primi mesi del 2021): sono state effettuate 3780 spedizioni e si è lavorato con 3270 clienti in 120 mercati diversi.

### Nel futuro non c'è solo l'elettrico

Il nuovo laboratorio, novità del 2021, non servirà solo alle attività del gruppo ma sarà aperto anche alle aziende medio-piccole che vogliono agevolmente omologare i loro prodotti. Holdim scommette sul futuro del motore endotermico: «Al di là dei proclami sull'elettrico crediamo ci sia ancora tanto da poter fare per ridurre le emissioni e ci mettiamo a disposizione» dice il fondatore e anima, **Giovanni Deregibus**.

Sempre relativamente al testing, l'ambizione non si ferma e guarda dall'altro lato del Po, al dismesso circuito di Morano. Il gruppo vuole riqualificarlo e, per farlo, lavora all'acquisizione dell'area trasformandola (nuovamente) in una risorsa per il territorio, ovviamente niente attività agonistica ma «un polo agricolo con centro di formazione, strutture ricettive e turistiche e, sul tracciato della pista, una proposta di attività complementare al laboratorio di testing» commenta **Sara Deregibus**, dirigente dell'azienda.

Sostenibilità anche nelle partnership: da anni Holdim si affianca a Snam4Mobility. Ecomotive Solutions fornisce le proprie soluzioni per la conversione della flotta di auto aziendali Snam e lavora alla diffusione di tecnologie retrofit e di rifornimento smart in vari mercati. Tra le novità più curiose, c'è infine l'intenzione di dimostrare che la sostenibilità non debba necessariamente ridurre le prestazioni. Ecco l'idea di portare in pista nel campionato Tcr 2022 un'Audi Rs3 Lms convertita a biometano con Ecomotive Solutions. Supervisiona il progetto il tre volte campione della 24 Ore di Le Mans Dindo Capello. Ancora, il 18 ottobre Snam4Mobility ha inaugurato ad Arquata Scrivia in collaborazione con Ecomotive Solutions una nuova stazione di rifornimento self-service di gas naturale e biometano. L'impianto consente agli automobilisti di fare rifornimento in totale autonomia 24 ore su 24. ■





# CASALE MONFERRATO COLD CAR

ANNO DI FONDAZIONE  
**1968**

FATTURATO 2020  
**23 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**150**

## Dal gelato a tutto il mondo. Dall'artigianalità ai manager di oggi

di **Marco Bertoncini**



Poco più di 50 anni fa l'avventura di Cold Car era iniziata come quella di una piccola carrozzeria artigianale a Occimiano. Merito di Gianni Novarino, suocero dell'attuale presidente della holding Fincold Spa **Giovanni Rosso** (nella foto), che controlla il gruppo in cui, Cold Car, è l'asset principale. In origine era artigianalità: «Si tratta di aspetti da non tralasciare mai, da non dimenticare per comprendere dove siamo ora» spiega Rosso.

Il business di partenza, che poi rimane il principale anche adesso, è quello di realizzare veicoli per il trasporto del gelato. «Tra i prodotti deperibili è il più difficile da trasportare per la frequente apertura e chiusura degli sportelli». Il principio che sfruttano in Cold Car è duplice, da una parte un sistema di refrigerazione eutettico, dall'altra la carrozzeria refrigerata. «Si alimentano durante la sosta notturna e sono in grado di una grande autonomia, senza che i prodotti vengano sottoposti a shock termici». Ora che l'azienda è leader mondiale del suo segmento di mercato si continua a puntare forte sul gelato, in particolare con attenzione ai mercati alternativi a quelli tradizionali, a Est. L'export ha tradizionalmente il ruolo di traino per la Cold Car, che in media destina oltreconfine circa l'80% della sua produzione. Una volta a farla da padrone erano i mercati di Francia e Germania, ora invece si varcano l'Oceano e l'Equatore: «Nord America, America Latina con la sede della nostra consociata in Brasile e poi Francia».



### Dietro gli alimenti a casa

Non solo gelati ovviamente ma, specie attorno agli anni 2000, il boom delle consegne domiciliari dei surgelati: BoFrost e Eismann sono clienti di Cold Car. «È in quel periodo che l'azienda ha cambiato dimensione, passando da produrre 2 a 4 carrozzerie al giorno [dal 1968 ne sono state realizzate a oggi oltre 50mila]». Poi era arrivata la proliferazione dei grandi supermercati anche nei centri medio-piccoli e una flessione, invertita dalla pandemia che ha riportato in auge la distribuzione dei surgelati a casa; poi ci sono le 'spese a domicilio' cui sempre più spesso fanno ricorso le grandi catene. Per questo adesso in Cold Car si ragiona su carrozzerie multitemperatura, con 'fresco' e 'freddo'. Con la pandemia c'è stata anche, insieme al polo del freddo casalese, la scommessa di entrare a far parte della distribuzione dei vaccini. In Italia, purtroppo, vendite in tal senso non ce ne sono state benché la tecnologia lo avrebbe permesso ma al netto degli acquisti provenienti da Israele che si ipotizza possano essere serviti a trasportare le dosi, dell'impegno di quelle settimane rimane comunque un feedback positivo «per la diffusione del concetto di refrigerazione eutettica, per il ritorno di immagine verso chi era già nostro cliente e anche verso chi non lo era» prosegue Rosso. Ora, in azienda, non c'è più la struttura di tipo familiare ma manager capaci: l'amministratore delegato Lorenzo Pezzi, il direttore commerciale Roberto Bianco e il direttore di produzione Marco Vergante: «L'obiettivo è circondarsi di persone che ci migliorino» chiosa Rosso.



Il futuro è freddo, ed è freddo intelligente: «Sul mercato Italia abbiamo appena lanciato la carrozzeria 4.0». I processi gestionali del veicolo sono computerizzati e monitorabili a distanza. ■



ANNO DI FONDAZIONE  
**1968**

FATTURATO 2020  
**18 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**OLTRE 120**

## L'estero traina con ben 80 mercati globali

di **Marco Bertoncini**

Fondata nel 1968 a Villanova Monferrato la Euromac Costruzioni Meccaniche, anche in un anno indubbiamente complesso come è stato il 2020 - per via della pandemia - ha rafforzato il proprio ruolo tra i leader mondiali nella produzione di taglierine ribobinatrici per film plastici, carta, alluminio e altri materiali per il packaging alimentare e non.

Lo ha fatto confermando anche nel 2020 il trend favorevole dei risultati conseguiti negli ultimi anni. Il giro di affari si attesta a circa 18 milioni di euro (nel 2019 era di due milioni in più), ed è realizzato quasi completamente sui mercati esteri: l'85% del fatturato proviene infatti dalla presenza in circa 80 paesi del mondo, dove i più grandi produttori di diversi settori, a iniziare da alimentare e farmaceutico, nella loro lavorazione fanno uso delle macchine che escono, grazie all'impegno di quasi 130 lavoratori qualificati, dalla fabbrica situata nel casalese, fondata oltre cinquant'anni fa da Adelio Miglietta, la cui storia è proseguita con i suoi figli Maurizio e Massimo, presidente e vice, e che ora vede in campo anche la terza generazione, composta da Vittorio e Corrado.



### Lo stabilimento cresce ancora

Lo stabilimento continua a crescere e nonostante gli ostacoli oggettivi posti nel 2020 dalla completa adesione ai protocolli di tutela della salute, i nuovi reparti produttivi sono stati ultimati e anche i locali uffici dell'ampliamento in corso sono in fase di completamento.

Un impegno che consente non solo di aumentare la capacità produttiva, necessità testimoniata dal fatto che la produzione anche per l'anno in corso è già saturata, ma pure di proseguire il percorso verso la sostenibilità. Si tratta di un progetto che la proprietà della famiglia Miglietta ha voluto condividere con tutti i collaboratori. Il fabbisogno energetico è ulteriormente soddisfatto con l'uso di energie alternative, con ulteriore ampliamento del già grande impianto fotovoltaico. La produzione sarà essa pure ancora più green: dall'utilizzo di vernici all'acqua al recupero dei materiali usati nelle fasi di produzione e durante il montaggio.

La scelta verde di Euromac porta in sé oltre alla conferma dell'attenzione all'ambiente pure una filosofia della proprietà che vede nella realizzazione di un'agenda condivisa della sostenibilità l'unica strada possibile per essere ancora più efficienti e competitivi.

La linea di macchine prodotte a Villanova, all'avanguardia e facili da usare, permette la creazione di prodotti con tecnologie 4.0 sviluppate con flessibilità e in connessione diretta con i desideri dei clienti.

«La pandemia ha portato anche nuovi metodi di presentare il prodotto di un'azienda - spiega **Vittorio Miglietta** (nella foto), membro della direzione aziendale - Una parte della nuova costruzione verrà presto utilizzata come showroom, anche virtuale ed interattivo; mostreremo ai nostri clienti le ultime innovazioni tecniche che comporranno le nostre macchine, senza il bisogno che questi si trovino fisicamente in loco. L'utilizzo di queste nuove tecnologie sarà di supporto alle classiche fiere di settore, alle quali l'azienda tradizionalmente partecipa e che auspichiamo ripartano nel 2022».



# CHI SCEGLIE PUCCI

# BE



9l

Chi installa una cassetta Pucci 9 litri sceglie la perfetta funzionalità nel tempo, la possibilità di risparmiare acqua tutelando l'ambiente e riducendo la spesa, e un prodotto al 100% italiano.





ACQUISTA 2 VOLTE

NE!



6l

Chi vuole una cassetta 6 litri trova la soluzione giusta nella grande scelta offerta da Pucci. Un prodotto con tutte le qualità della 9 litri, ma nel formato ridotto e con un risparmio idrico ancora maggiore.



CASSETTE  
**PUCCI**<sup>®</sup>  
stile e tecnologia italiani  
[www.pucciplast.it](http://www.pucciplast.it)



CASALE MONFERRATO

# MAZZETTI D'ALTAVILLA

## DISTILLATORI DAL 1846

ANNO DI FONDAZIONE  
**1846 (7 GENERAZIONI)**

FATTURATO 2020  
**7,7 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**47**

## Grappa e liquori di Altavilla in cinque diversi continenti

di **Marco Bertoncini**



Espansione verso nuovi mercati interni ed esterni, attenzione alle nuove tendenze di miscelazione, liquoristica, regalistica e calo di fatturato fortemente contenuto. Sono queste le considerazioni principali che emergono dall'analisi del bilancio 2020 di Mazzetti d'Altavilla, un documento che, già a prima lettura, sottolinea una sostanziale tenuta viste le chiusure legate alla pandemia. L'annus horribilis, in particolar modo nella stagione primaverile, ha messo a dura prova le vendite per via del prolungato lockdown ma, nel prosieguo, ha consentito di limitare a uno scarso 9% l'entità della perdita facendo risultare il fatturato superiore all'esercizio 2018 e a quelli degli anni precedenti.

Buone notizie sono arrivate ad esempio sul fronte dell'export con la conquista, proprio nell'anno più difficile a livello mondiale, di nuovi mercati, facendo segnare un netto +28% rispetto alle esportazioni del 2019. Cresce la lista dei paesi dove è presente il marchio: se ne contano 23 e sono distribuiti su tutti e 5 i continenti, come confermano i dati della Direzione Export guidata da Elisa Belvedere Mazzetti. Se i mercati europei restano prevalenti (spiccano l'area orientale con in testa Ucraina e Russia e l'area centrale dove primeggiano Germania, Olanda e Belgio) e anzi crescono (new entries sono ad esempio Slovacchia e Francia), gli spirits Mazzetti dominano anche scaffali e salotti di Stati Uniti e Canada ma anche Turchia, Macao, Australia e persino Repubblica Dominicana e Burkina Faso. Nel mercato interno si amplia il consumo finale e casalingo grazie anche alle nuove proposte legate alla miscelazione consapevole e alla regalistica con particolare menzione per le soluzioni natalizie che hanno vinto la sfida con il periodo di restrizioni di fine anno.

«La reazione del mercato ha sicuramente superato le aspettative - spiega dalla Direzione Commerciale Silvia Belvedere Mazzetti - e dai segnali che abbiamo tratto abbiamo basato molte strategie messe a punto in questo 2021: dalla continua valorizzazione dei vitigni autoctoni all'ampliamento della nostra linea dedicata alle ricette originali che include prodotti di liquoristica, amari e il gin».

### Da 175 anni e sette generazioni

«Inoltre dall'esperienza vissuta nel 2020 abbiamo colto un desiderio di vivere al meglio la convivialità, aspetto che ha ispirato la nuovissima linea '@Home' che va in questa direzione comprendendo diversi accessori». Oltre a queste linee strategiche, in questo 2021, nel quale ricorrono i 175 anni dalla fondazione dell'azienda, si sta lavorando anche alla valutazione di ampliamento della rete dei Grappa Store, proseguendo l'opera del 2020 quando, sfidando l'incertezza del periodo, è stato inaugurato il quarto negozio monomarca a Casale. L'ultima nota riguarda il comparto accoglienza: la sede in cima ad Altavilla Monferrato (nei periodi di assenza delle misure di restrizione di mobilità e servizi) ha confermato l'interesse verso il turismo dei distillati attraverso le visite mirate e contingentate e la ristorazione di Materia Prima. E se molti stranieri, per ovvi motivi, non hanno potuto raggiungere il Monferrato, c'è stata una gradita riscoperta del turismo di prossimità. ■



ANNO DI FONDAZIONE  
**1970**

FATTURATO 2020  
**40 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**250**

## La forza di affrontare la crisi. E ora anche i risotti

di **Marcello Feola**

«La pandemia ha indubbiamente creato difficoltà, ma questo ci ha dato la spinta per fare cose che probabilmente in caso contrario non avremmo mai fatto»: **Simone Zerbinati** (nella foto), direttore generale dell'azienda di famiglia leader di mercato nella produzione di insalate, verdure fresche di IV e V gamma, piatti pronti [zuppe, vellutate, burger gluten-free e contorni, oltre come vedremo alla novità dei risotti] ed estratti di frutta e verdura, non si piange addosso. E guarda al futuro con fiducia, perché - spiega - «abbiamo dato un'organizzazione più efficace all'azienda e, complici lockdown e smart working e il cambio di abitudini dei consumatori, analizzato in profondità pregi e difetti dei nostri prodotti».

### ■ Quali sono andati bene e quali, invece, hanno avuto difficoltà?

«Si è faticato nel mondo delle insalate, perché inevitabilmente il fresco di durata breve non andava incontro alle esigenze di una clientela per lungo tempo in casa. Con una realtà in controtendenza: il 'grande formato', tanto da aver portato a sei le referenze della gamma 'Pensato in Grande'. È andata in maniera diversa per le zuppe, perché in pieno Covid non sono state le più ricercate, per poi crescere nell'autunno 2020 rivalutando il suo contenuto di servizio, che è poi quello di un piatto poco replicabile in casa, con grandi materie prime e capace di abbattere tempi e costi».

### ■ Restano i Burger'Z...

«Sono andati bene - risponde il dirigente - perché la clientela non li vede come piatti pronti, anzi vengono preparati e arricchiti a casa a seconda del gusto personale. La distribuzione è cresciuta e in azienda abbiamo fatto pure un piccolo ampliamento di linea».

### ■ Il 2020, per Zerbinati, è stato tra l'altro l'anno del mezzo secolo...

«Da celebrare c'era poco, ma è stato comunque un traguardo storico: quante realtà come la nostra riescono ad arrivarci?».

### ■ Forse perché nemmeno una delle crisi più gravi degli ultimi secoli vi ha fermato, tanto da lanciare sul mercato nuove idee che hanno subito trovato il gradimento delle famiglie...

«Le 'Lunch Box' presentate a maggio 2020 sono state una vera sfida - ammette Zerbinati - Erano state pensate quando il Coronavirus nessuno lo conosceva, ma pronte nel bel mezzo delle chiusure: potevamo aspettare, invece siamo andati avanti. E i risultati oggi sono sotto gli occhi di tutti, perché partendo da zero nella categoria 'insalate di riso e cereali' abbiamo raggiunto quasi i dieci punti a livello nazionale e cresceremo ancora, perché è un orgoglio per noi essere riusciti a entrare nel canale Autogrill e in quello del 'vending', i distributori automatici presenti nell'Italia intera».

### ■ Quali, infine, le novità in arrivo?

«Da fine agosto abbiamo iniziato a distribuire la gamma 'Risotto Giusto!': quattro tipologie di piatti - con zucchine e zafferano, verdure alla parmigiana, alla zucca o con una speciale paella di verdure - create nel solco della nostra storia».



Goditi la vita,  
bevi responsabilmente.

Questa pagina  
è dedicata al Monferrato,  
che da 175 ANNI  
dona un fantastico luogo  
alla nostra storia.

NOI  
SIAMO  
QUI



www.mazzetti.it   

PRENOTA LA TUA VISITA, PREPAREREMO LA TUA ACCOGLIENZA:  
Viale Unità d'Italia 2 in cima alla collina di Altavilla Monferrato (AI) Piemonte Italia  
Tel. +39.0142.926147 - info@mazzetti.it - eventi@mazzetti.it  
Per prenotazioni al ristorante Materia Prima tel +39.0142.926215



# Mazzetti d'Altavilla

## 175 anni di grappa, emozioni e territorio



Un autunno ricco quello di Mazzetti d'Altavilla, la storica distilleria situata in cima alla collina di Altavilla Monferrato che celebra un nuovo importante traguardo aziendale in una stagione davvero intensa, contraddistinta dall'attività di distillazione in corso, un'affluenza record nell'ospitalità e tante nuove proposte dedicate al Natale ormai alle porte.

Sul fronte distillazione, le 175 candeline vengono spente con un'annata all'insegna delle freschissime vinacce del territorio, dalle quali si ottengono grappe e distillati che valorizzano il patrimonio vitivinicolo autoctono. La scelta "km0" è più che mai tangibile con le grappe di vitigni locali che esportano (anche all'estero) le peculiarità del Monferrato, come il Ruchè (quest'anno la Grappa 7.0 Barricata di Ruchè 100% Cru compie cinque anni di esistenza), il Grignolino, la Malvasia di Casorzo e altri vitigni ancora.

Distillazione e invecchiamento riservano chicche uniche, fra le quali spiccano anche i Brandy fino a ben 35 anni di paziente stagionatura e sono stati pluripremiati nelle varie competizioni nazionali e internazionali, fra le quali spiccano le ben 5 medaglie ottenute all'Alambicco d'Oro 2021.

E fra i distillati, Mazzetti d'Altavilla festeggia questo speciale autunno non solo con grappe ma con una gamma di spirits estesa alla liquoristica, il Bitter o il Gin, strizzando l'occholino anche al mondo dell'attenta miscelazione.

Mazzetti vuol dire anche accoglienza. Il turismo dei distillati presso la sede di Altavilla conferma un trend in decisa crescita: i tour

guidati alla distilleria, così come i menù degustazione con la possibilità di abbonamento sensoriale con gli spirits, confermano la loro attrattività verso un pubblico molto ampio in età, provenienza e interessi, desideroso innanzitutto di approfondire le proprie conoscenze e la cultura dei distillati.

Anche il Grappa Store di Altavilla e il Ristorante Materia Prima sono stati insigniti proprio quest'anno del Marchio di qualità "Ospitalità Italiana" e rappresentano punti di contatto con il pubblico dei consumer o semplicemente dei curiosi, così come lo sono anche gli Store di Casale Monferrato, Milano e Marcallo.

Spostando invece l'attenzione sui prodotti, se da una parte la tradizione domina con scelte di territorio e il recupero di antiche ricette di liquoristica e amari, dall'altra l'originalità del packaging e delle proposte spiana la strada alla grande stagione della regalistica natalizia. Dalle proposte più formali e preziose come i Decantatori Artistici pitturati a mano a quelle rivolte agli amanti dei drink "made in Piemonte" come i kit per il Gin Tonic o il Negroni o il Set Barman "@home".

E poi il Natale... e qui lo spirito giusto arriva direttamente sull'albero grazie alle palline "Merry Grappa" con grappa barricata, "Gingle Ball" con Gin Mazzetti e la nuovissima Pallina Bitter. Da non dimenticare il Calendario dell'Avvento con 24 baby spirits da scoprire giorno dopo giorno in attesa del Santo Natale oppure le golosità come la Frutta al Liquore, i Cioccolatini alla Grappa e al Liquore e i Marrons Glacés e Grappés. Per portare più spirito e più Monferrato nelle nostre Feste.



# CASALE MONFERRATO

## KRUMIRI ROSSI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1878**

FATTURATO 2020  
**1,4 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**12**

## Il dolce e ricurvo rimedio alle sofferenze del lockdown

di **Marco Bertoncini**



Il calo di fatturato, ovviamente c'è stato. Il krumiro Rossi è sinonimo di convivialità ed è inevitabile che l'anno più duro della pandemia, il 2020, porti in eredità una diminuzione degli affari. «La gente è uscita meno di casa e comprava poco, così hanno fatto molti rivenditori con i quali lavoriamo da anni. Anche le aziende che tradizionalmente si rivolgono a noi per i regali, lo hanno fatto in misura minore» spiega **Anna Portinaro** (nella foto con il marito Carlo), la signora dei krumiri. La sua famiglia nel 1953 acquistò il brevetto del biscotto simbolo di tutta la città e oggi è lei, con il marito, a portare avanti un'eredità al contempo pesante e gustosa.

La pandemia ha portato con sé un cambio di abitudini, lo si è capito nello storico negozio-laboratorio di via Lanza: «Siamo stati chiusi solo per un mese a marzo 2020, da allora in molti hanno iniziato a passare per acquistarli per un uso domestico, piccole quantità, di 200-300-400 grammi, da mangiare a casa. Prima era una consuetudine che riguardava principalmente il fine settimana». In buona sostanza si può dire che i krumiri Rossi siano stati un dolce rimedio alle pene del lockdown.



### Dubai raddoppia

Ora che il periodo più duro è alle spalle, sebbene si sia fatto ricorso il minimo indispensabile alla cassa integrazione, non mancano comunque le difficoltà, rappresentate dall'aumento dei costi delle materie prime. Alimentari certo [eccezion fatta per lo zucchero] ma soprattutto di quelle che compongono il packaging dei famosi biscotti. Non è un dato da sottovalutare, anche la mitica 'scatola rossa' contribuisce ad alimentare la leggenda di un prodotto che, in barba alle mode e alle generazioni, oggi è uguale a come era 150 anni fa. «È aumentato il costo del metallo, della carta, del cartone, persino dello scotch» racconta Anna che, dopo tanti anni di ritrosia, di recente si è anche decisa a sbarcare sui social network: «Sebbene il nostro prodotto si sia sempre raccontato da solo, in un periodo di limitazioni come questo è stato importante farci vedere, dire anche al di fuori della nostra città che magari siamo vecchi ma siamo ancora vivi, vegeti e soprattutto onesti». Quello dell'onestà è un punto molto importante per Anna, fiera del rapporto quasi famigliare con i dipendenti che, nell'alta stagione, da settembre a gennaio, raddoppiano: «I più giovani tra quelli che lavorano con noi sono qui da dieci anni, qualcosa vorrà pur dire». E poi onestà vuol dire anche dare la certezza che un krumiro Rossi acquistato a Milano come a New York abbia la stessa fragranza, le stesse qualità. «Con Dubai gli affari sono raddoppiati grazie anche alla partnership con Bulgari. In generale però bisogna trovare accordi, ci chiedono quantità che non riusciamo a produrre, non ho mai voluto fare il passo più lungo della gamba e rischiare di diminuire la qualità». Per la pensione c'è ancora tempo: «Dopo di me arriverà un gruppo di giovani e tosti, saranno di sicuro ancora più bravi. Ma prima che venga quel tempo ho ancora delle cose da fare...» dice con lo sguardo determinato, quello di sempre, come i krumiri Rossi. ■



# CASALE MONFERRATO GRUPPO STAT



ANNO DI FONDAZIONE  
**1919**

FATTURATO 2020  
**15,6 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**180**

## Uno sguardo ottimistico al futuro, facendo leva su esperienza e tradizione

di **Marco Bertoncini**

Trasporti e pandemia. Due parole che sembrerebbero rappresentare un vero e proprio ossimoro in virtù delle difficoltà e delle privazioni agli spostamenti che hanno caratterizzato gli ultimi 20 mesi. Eppure c'è chi nel settore della 'logistica delle persone' tiene duro, e addirittura riesce a guardare al futuro con ottimismo. Ne parliamo con **Paolo Pia** (nella foto), a capo del Gruppo Stat.

### Qual è la situazione dopo quasi due anni di Covid?

«Per quanto riguarda le nostre attività occorre fare un distinguo visto che ci occupiamo di trasporto pubblico locale ma anche di viaggi e trasporto turistico. Per quanto riguarda il primo l'esercizio 2020 e immagino il 2021 registrano una tenuta grazie al massiccio intervento statale che ha compensato le perdite unitamente all'adozione della cassa integrazione nei periodi di blocco. Superata la fase più critica, mantenendo tutti i servizi in sicurezza, abbiamo potenziato le corse per le scuole. Relativamente al turismo è stato il primo settore a venire colpito e immagino sarà l'ultimo a poter uscire completamente dalla pandemia. Il trasporto turistico è sinonimo di convivialità. Affrontiamo la situazione non positiva nei bilanci compensando con la nostra patrimonialità e con i contributi statali. Siamo ricorsi agli ammortizzatori sociali ma non ci sono stati e non ci saranno licenziamenti».

### Come avete resistito?

«Abbiamo diversificato le attività recuperando fette di mercato dove esistevano, ad esempio ampliando l'operatività dei servizi sostitutivi del treno, supportando il servizio pubblico».

### Guardando al futuro...

«Con fiducia. Ad aprile, come vere mosche bianche anche nel nostro stesso settore turistico, abbiamo deciso di investire nella pubblicazione di un catalogo cartaceo e ci ha dato ragione data la grande richiesta di viaggi in Italia che abbiamo riscontrato nel corso del periodo estivo. Se siamo sul mercato da oltre 100 anni dobbiamo fare tesoro della nostra esperienza e tradizione, con la tranquillità di poter continuare a investire».

### Come ne usciremo?

«Confido si possa tornare a una normalità, ma sarà diversa da quella che avevamo prima della pandemia. Il mercato si presenterà diverso, con più tecnologia probabilmente ma con ancora più voglia di viaggiare e la necessità di doversi rivolgere a un professionista esperto per farlo, il fai da te è rischioso in particolare per la grande mole di informazioni che si devono elaborare e ricercare».

### Il bus rimane una scommessa vincente

«I pregi del trasporto su gomma sono la flessibilità e dinamismo, fondamentali mai come in questi ultimi due anni. Inoltre tra i punti di forza ci sono efficienza e sostenibilità: è meno inquinante muoversi in bus rispetto a un treno che trasporti meno di 300 persone, si occupa meno spazio anche a livello di infrastruttura ed è altrettanto sicura. Senza contare che all'ingresso di un bus turistico avviene da parte dell'autista la misurazione della temperatura, non mi risulta accada altrettanto in treno».





# CASALE MONFERRATO

## ANTOS

ANNO DI FONDAZIONE  
**1989**

FATTURATO 2020  
**1,4 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**7**

## Dalle api alla cosmesi, sulle colline di Ozzano

di **Marco Bertoncini**



Sono partiti dalle api per realizzare prima cosmetici con i prodotti derivati dagli alveari quindi estratti di erbe che avessero una base di origine vegetale. Un'idea che risale a oltre 30 anni fa, e che forse all'epoca era un po' bizzarra; oggi lo è decisamente meno: è quella che ha dato vita ad Antos, dal greco antico 'fiore'. Inizialmente quella della cosmesi fu attività parallela a quella della vendita del miele ma nel tempo è diventata il fulcro dell'azienda che comunque si occupa ancora di vendere miele: «*Collaboriamo con gli apicoltori che hanno assorbito la nostra vecchia attività*» commenta **Gianluca Mortara**, socio della sorella Silvia, che è presidente. Le tecniche con le quali si lavora seguono quelle di 30 anni fa, fortemente legate all'artigianalità. Quello che cambia sono però le formulazioni, continuamente perfezionate per migliorare le performance dei prodotti, in grado di incontrare il gradimento di una clientela esigente e mai distante. Nonostante le dimensioni di una piccola azienda, con sette dipendenti, Antos non smette di coinvolgere senza intermediari il proprio consumatore con piccoli eventi e visite guidate al laboratorio: fondamentali per vedere come viene realizzato ciò che ci si porta a casa. I cardini dell'attività sono tre, una vera e propria filosofia che accompagna Antos: semplicità (viene utilizzato il minor numero di ingredienti possibili per realizzare i preparati), creatività (si punta a inventare cosmetici unici e innovativi) e freschezza (si produce e si vende, nello spaccio o attraverso il sito internet, senza lunghe trafale logistiche e con un bassissimo ricorso ai prodotti conservanti).

«Seguiamo il mercato, ma spesso proviamo ad anticiparlo»

### Più forti del Covid

«Durante il periodo più duro del Covid - prosegue Gianluca - sfruttando il nostro portale di e-commerce le persone hanno approfittato delle nostre proposte, tanto che il fatturato ha riscontrato addirittura un piccolo incremento». L'assortimento è vario ma i prodotti più venduti sono la crema anti-cellulite, il latte detergente e i preparati a base di acido ialuronico. Ci sono anche delle novità: «*I solari e gli oli luminosi che contengono glitter che idratano e illuminano la pelle*». Il business prosegue anche nello spaccio aziendale ma solo per una piccola percentuale di introiti, la fetta più grande, oltre l'80%, se la spartiscono in parti quasi uguali i rivenditori (quasi tutti italiani) e l'e-commerce diretto, senza intermediari verso i consumatori. «*Siamo alla costante ricerca di prodotti che possano incontrare le esigenze del mercato che talvolta seguiamo ma altre volte proviamo ad anticipare*» va avanti Gianluca. Il legame con Ozzano e con il territorio resta fondamentale: «*Da anni organizziamo laboratori aperti che richiamano turisti in Monferrato che li inseriscono nei loro soggiorni. Il turismo è uno dei nostri obiettivi di sviluppo, magari attraverso un discorso che possa prevedere accoglienza e percorsi benessere e anche trattamenti personalizzati*». ■





# TORTONA

## Dai vigneti del Timorasso alla logistica, un territorio economicamente molto interessante

di **Roberto Gilardengo**

La vocazione industriale di Tortona è nota e ha una storia antica. Ma per ricordare l'importanza del presente basterebbe citare un colosso come il gruppo Gavio, che attraverso Astm gestisce reti autostradali in mezzo mondo, progetta e realizza grandi opere infrastrutturali e ha 16mila dipendenti.

Le pagine successive mostrano il quadro di un territorio economicamente interessante, come del resto lo è l'intera provincia di Alessandria. Sono rappresentati tutti i settori, dal 'fai da te' al lubrificanti; dalla raccolta dei rifiuti (con annessa gestione delle aree verdi) ai carburanti. Ma il Tortonese vuol dire anche le splendide colline dove un lungimirante imprenditore vitivinicolo come Walter Massa ha riscoperto e rilanciato il Timorasso. Che ci spiega, a una domanda su quale momento stia attraversando il vino, come il momento del vino sia «sempre buona. È una questione di cultura, perché di lui non si può fare a meno. Il vino è un'esigenza, come andare a teatro, ballare e fare sport». Questa considerazione aiuta a capire quanto possa contare – e in realtà conti – la vitivinicoltura in una provincia che dispone di un numero di Doc e Docg superiore a quello di una zona celebrata come le Langhe. E alla riflessione di Massa, aggiungiamo quella del presidente della Camera di Commercio di Alessandria e Asti Gian Paolo Coscia, che ragionando su area vasta sottopone alla nostra attenzione cifre che fanno ancor più riflettere.

Qui c'è il 59% delle superficie vitata del Piemonte, dato che supera il Cuneese. Le aziende agricole di queste due province sono 13.488, il 38,6% delle quali operano, appunto, nel settore vitivinicolo.

E poi ci sarebbe il turismo: «Siamo un territorio splendido – osserva Coscia – con un numero altissimo di residenze storiche, castelli e luoghi che sono patrimonio dell'Unesco. Lo dico da tempo: puntare sul turismo significa aiutare il commercio, l'artigianato, l'industria e l'agricoltura».

Ma Tortona vuol dire soprattutto logistica. Basterebbe citare il distretto della Valle Scrivia che, come più volte sottolineato, è distribuito su un'area di un milione e mezzo di metri quadri, su cui si investe da molto tempo e che da sei anni ha avuto una grande crescita. Oltre a Rivalta, comprende anche Pozzolo Formigaro e dunque una parte del Novese. Per questo è inevitabile metterlo in relazione con quello che potrebbe nascere ad Alessandria, dove per arrivare alle 50mila operazioni doganali di Tortona bisognerà aspettare almeno un decennio. Il fatto è che il rilancio dell'area smistamento del capoluogo potrebbe portare benefici anche al Tortonese, «che non è antagonista con Alessandria come interporto, ma anzi rappresenta un valore aggiunto sul piano dell'integrazione dei servizi», come ha sottolineato più volte il presidente di Slala Cesare Rossini. Il problema, piuttosto, riguarda la sostenibilità economica di un progetto per il quale, finora, è stato finanziato soltanto lo studio trasportistico. Ma questo, purtroppo, è un vecchio problema. ■



# TORTONA MONDOBRICO

ANNO DI FONDAZIONE  
**1996**

FATTURATO 2020  
**37 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**OLTRE 140**

## Bricolage, ma non solo. L'idea di un format vincente

di **Giordano Panaro**



Mondobrico è una storia imprenditoriale 'fai da te' in tutti gli aspetti. Da un'idea nata alla moglie di Paolo Cesaretto, Maria Mangiafico – entrambi manager in una catena di supermercati a Mede (Pv) – è nata una impresa di successo legata al bricolage e non solo, proprio per andare inizialmente a coprire quella fetta di mercato che tra le province di Pavia e di Alessandria non era ancora sviluppato.

Nel luglio del 1996 i soci della Mondobrico inaugurano il primo punto vendita a Mede (PV), in un piccolo negozio di 500 mq dando una forte scelta di ferramenta e petfood, in forte crescita negli anni 90'.

Fin da subito, Mondobrico applica il sistema promozionale e pubblicitario tipico della G.D.A. proponendo forti sconti, pubblicizzandoli attraverso volantini e distribuendoli in molte cittadine e paesi della provincia. In seguito il loro progetto si amplia a Garlasco, Tortona (dove ha oggi la sede amministrativa), poi Silvano D'Orba: «È stata una sfida, in una zona che nessuno avrebbe considerato per un insediamento del genere - racconta il fondatore - Oggi lo abbiamo ampliato ed affiancato ad un supermercato. Poi sono arrivate le realtà di Casale Monferrato e Alessandria, incastonate nel nuovissimo Retail Park (2018). In tutti questi anni i punti vendita sono stati ingranditi e migliorati, sia nell'offerta sia nella comodità degli spazi».



Uno dei format mutuati dalla grande distribuzione che sta identificando i punti vendita sono i corner specializzati, spazi di brand famosi che all'interno dei reparti ampliano la gamma di prodotti, offrendo il valore aggiunto della propria esperienza e qualità.

Nasce così l'idea degli angoli di prodotti per la casa, per gli animali, igiene e bellezza. «Un'idea che ha fidelizzato ulteriormente la clientela e permesso di crescere, con oculatezza e visione imprenditoriale».



Nel giugno 2014 Mondobrico decide di aprire il suo piccolo store online, punto di riferimento per informazioni pratiche o compravendita di prodotti con spedizione: «Non è il nostro core business, ma sta dando dei risultati».

Nonostante il periodo di forte crisi e difficoltà in generale, «non ultimo i tempi lunghi della burocrazia», ai soci Mondobrico resta immutata la voglia di migliorarsi e trasformare più attraenti, convenienti, funzionali e sempre più ecologici i propri locali, applicando tutti i moderni metodi di risparmio energetico. ■

# CASTELLAR GUIDOBONO

# Q8OILS ITALIA srl-ROLOIL



ANNO DI FONDAZIONE  
**1933**

FATTURATO 2020  
**70,3 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**130**

## Una seconda giovinezza, con investimenti di rilievo

di **Giordano Panaro**

Presente sul territorio da quasi 90 anni e conosciuto principalmente con il nome storico Roloil lo stabilimento tortonese di lubrificanti – proprio nell'anno post pandemia – sta vivendo una 'seconda giovinezza': l'impianto verrà migliorato ed ampliato, ammodernato nelle sue produzioni a tal punto da raddoppiare la capacità produttiva, a pieno regime, nel reparto 'Metalworking', dove vengono creati ed industrializzati i fluidi per lavorazione metalli.

Un investimento importante della proprietà [il Gruppo petrolifero internazionale Q8] che conferma come l'impianto resti un punto di forza nella produzione e nella ricerca, caratterizzandosi per l'attenzione verso le esigenze specifiche dei clienti e per il legame con il suo territorio.

Q8Oils Italia s.r.l. ha una strategia chiara su come affrontare le sempre nuove sfide dei mercati globali: l'investimento nel proprio stabilimento è quantificato infatti in 10 milioni di dollari, per consolidare la sua posizione di centro di eccellenza a livello europeo nella produzione di prodotti dedicati alla industria e alla lavorazione metalli.

L'ampliamento avrà un impatto notevole sul territorio, in quanto tutta la forza lavoro che risiede nel Tortonese e nei Comuni limitrofi verrà affiancata da nuove unità, a supporto delle nuove necessità.

La società di Castellar Guidobono ha cambiato denominazione, da Conqord Oil a Q8Oils Italia s.r.l. L'operazione di rientra in una nuova politica per rimarcare l'appartenenza ad una Corporate internazionale e tecnologicamente avanzata, di per sé garanzia di qualità.

Ogni anno 'escono' 36 Mlt di litri di lubrificante commercializzati con il marchio Q8Oils e Roloil, 13 destinati all'automotive, 23 per l'industria [compresi grassi e lavorazione metalli].

Uno dei punti di forza della Q8Oil Italia è la rete vendita, capillare in tutta Italia: il team commerciale conta più di 220 agenti. La produzione è seguita in tutta la sua filiera: dalla creazione nei laboratori di ricerca e sviluppo, alla produzione, consegna e assistenza post vendita.

Il 90% delle vendite è concentrato in Italia.

La missione di Q8Oils è quella di sviluppare prodotti che incontrino i più alti livelli prestazionali e, nel contempo, soddisfare ogni necessità della clientela senza perdere di vista le responsabilità nella protezione dell'ambiente. ■





# CONTINENTAL<sup>®</sup>

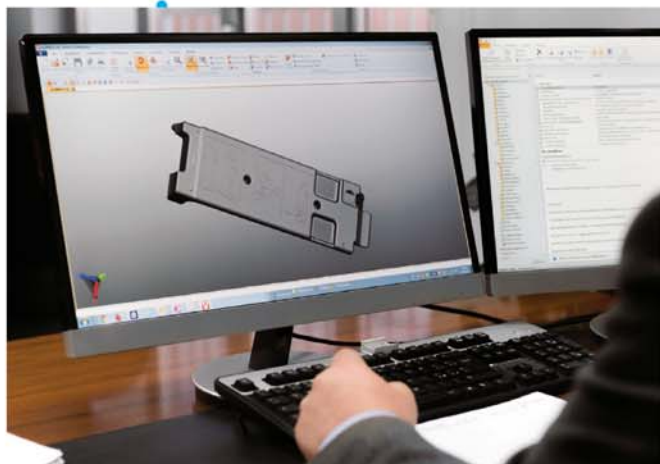
Da oltre 30 anni leader nel campo  
della lavorazione delle materie plastiche



**CN Continental Srl**

S.S. 35 dei Giovi, 41/a • 15057 Tortona (AL) • ITALIA  
tel +39 0131 820443 • fax +39 0131 821148 • [cn@cncontinental.it](mailto:cn@cncontinental.it)

# Una realtà con un forte radicamento sul territorio



L'attenzione all'ambiente e alle tecnologie sostenibili non è una moda, bensì un'esigenza che solo le aziende più all'avanguardia e resilienti sono in grado di mantenere. Forte di un'esperienza lunga 40 anni, **CN Continental** ha saputo interpretare le esigenze dei clienti proponendo loro l'utilizzo di plastiche riciclate al 100% fine vita, riducendo così gli sprechi.

Da sempre però l'Azienda utilizza scarti di lavorazione grazie ad una tecnologia per la macinazione e rigenerazione. Così anziché diventare rifiuto, ritornano in produzione come materia prima.

**CN Continental** è una realtà che ha mantenuto con un forte radicamento sul territorio (a partire dal management), ma che nei decenni ha saputo rinnovarsi e implementare quel know-how necessario per guardare lontano, oltre i confini europei. I prodotti che vengono ideati e realizzati negli stabilimenti di Tortona – 35 mila mq di superficie, tra produzione, magazzini ed uffici – hanno conquistato i mercati delle Americhe, Sud Africa, fino all'Australia.

Uno dei punti di forza dell'azienda è la realizzazione degli articoli da campeggio, in particolare frigoriferi portatili accumulatori di freddo e arredo da giardino in generale. Oggetti di uso comune ma che per essere funzionali e duraturi hanno bisogno di tecnologie e professionalità nel settore.

Un altro settore 'core' in cui **CN Continental** ha acquisito esperienza è la produzione di taniche e serbatoi, tale per cui ha stretto da tempo collaborazioni con partners multinazionali, in particolare per la produzione di articoli destinati al mercato del settore automobilistico, in campo agricolo, cosmetico, nautico e nell'industria del bianco. Ma non solo: dallo stabilimento escono piastre eutettiche e tutti gli articoli tecnici realizzabili grazie alle tecnologie a disposizione: soffiaggio e iniezione, processi avanzati e complementari tra loro.

L'esperienza nella trasformazione delle materie plastiche ha permesso a **CN Continental** di proporsi sul mercato come unico punto di riferimento per le aziende che vogliono concretizzare un progetto, a partire da una idea. Ogni fase è infatti gestita all'interno dello stabilimento. Dallo sviluppo e dallo studio di fattibilità, fino alla produzione in serie, passando per tutti gli step realizzativi dei prototipi e degli stampi definitivi.

Al cliente non resta che ricevere il prodotto finito, già personalizzato in tutti i suoi aspetti. **CN Continental** ha al suo interno la forza e la competenza per 'customizzare' il prodotto nel colore, occuparsi della realizzazione delle grafiche e dell'etichetta, creare incisioni. E per ultimo, imballare i pezzi, pronti per la spedizione.



TORTONA

# GAVIO - GRUPPO ASTM

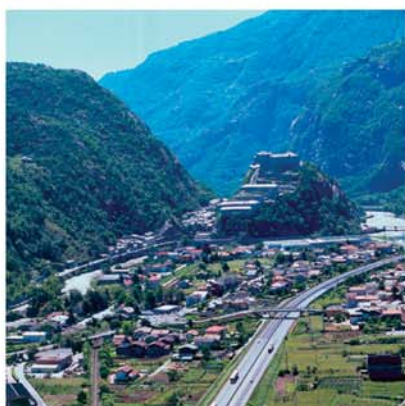
ANNO DI FONDAZIONE  
**1928**

FATTURATO 2020  
**2 MILIARDI DI EURO**

DIPENDENTI  
**16 MILA**

## È il momento della ripresa, guardando alla sostenibilità ambientale

di **Roberto Gilardengo**



Anche per Beniamino Gavio è il momento della ripresa, dopo la sofferenza evidenziata anche dal rapporto semestrale di Astm. Le cifre, commentate da **Umberto Tosoni**, amministratore delegato del gruppo, un colosso mondiale nel settore della gestione di reti autostradali e nella progettazione e realizzazione di grandi opere infrastrutturali, fanno capire che i risultati «dal mese di marzo presentano dei miglioramenti, anche se perdurano gli effetti delle misure restrittive dell'emergenza sanitaria. Abbiamo proseguito - sottolinea l'ad - le nostre politiche di investimento sulla rete autostradale e di sviluppo di tecnologie innovative al fine di innalzare in continuo il livello di sicurezza e qualità dei servizi verso i nostri utenti. Inoltre, in linea con i nostri piani strategici, in questo semestre abbiamo consolidato Sitaf (la società per il traforo autostradale del Frejus, ndr) a partire dal mese di aprile e abbiamo partecipato all'aumento di capitale per raggiungere il 51% della quota azionaria di EcoRodovias (rete autostradale brasiliana, ndr), che si conferma motore di crescita». Comunque, «visto il perdurare della situazione di estrema incertezza per il 2021», il Consiglio di amministrazione ha proposto all'assemblea di non distribuire il dividendo.

### Interventi su A6 e A10 per acustica e viadotti

In sostanza, secondo la relazione finanziaria semestrale approvata dal cda, i ricavi totali si assestano intorno agli 1,1 miliardi di euro, con un utile netto di 84 milioni. La società rileva un traffico autostradale in ripresa rispetto al 2020, ma ancora sotto i livelli pre-Covid. Di conseguenza, i ricavi netti da pedaggio crescono del 30%, rispetto allo scorso anno, ma risultano ancora inferiori rispetto al 2019. Nonostante il perdurare della pandemia, come era stato sottolineato, il gruppo fa comunque registrare una costante crescita degli investimenti sulla rete autostradale [282 milioni di euro], con un aumento del 98% rispetto al 2020. Prendendo in esame i risultati aggregati che includono i dati semestrali di EcoRodovias, il gruppo Astm arriva a toccare 1,4 miliardi di ricavi, il 50% dei quali dall'estero. Il margine operativo lordo, dunque, si aggira intorno ai 500 milioni (il 35% dall'estero).

Il business plan 2017-2021 di patron Beniamino, che prevedeva un processo di crescita e di significativa diversificazione geografica, viene sostanzialmente rispettato. Non solo, la società fa un deciso passo in avanti in tema di sostenibilità ambientale grazie al finanziamento di 100 milioni di euro stipulato con Mediobanca. È finalizzato al raggiungimento di specifici obiettivi quali le emissioni di Co2 e l'utilizzo di energia elettrica da fonti rinnovabili. Sarà interamente utilizzato per sostenere il piano di investimenti della società Autostrada dei Fiori, lungo le tratte dell'A6 Torino-Savona e A10 Savona Ventimiglia. Le risorse verranno utilizzate per interventi di miglioramento sismico dei viadotti, per la mitigazione acustica, l'adeguamento delle gallerie alla direttiva comunitaria e delle barriere di sicurezza. Nonché per l'applicazione delle nuove linee guida dei viadotti e delle gallerie: «L'azienda - osserva Tosoni - mira a coniugare sostenibilità e crescita attraverso il meccanismo di premio/penalità legato al raggiungimento degli obiettivi Esg. Questa innovativa operazione di finanziamento - aggiunge - conferma il forte impegno finalizzato a consolidare sempre più la sostenibilità come leva strategica per la creazione di valore di tutti i suoi stakeholders».

TORTONA

# GESTIONE AMBIENTE SPA



ANNO DI FONDAZIONE  
**2011**

FATTURATO 2020  
**18 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**142**

## L'obiettivo? Un mondo che sia più pulito e più sano

di **Marco Gotta**

Gestione Ambiente S.p.A. ha la sede legale e amministrativa a Tortona in Ex Strada Statale 35 dei Giovi, dove si trova anche uno dei due cantieri operativi mentre gli altri due si trovano a Novi Ligure. Gestione Ambiente opera, ad oggi, con 142 dipendenti e con 94 mezzi comprensivi di rimorchi: il bacino di utenza servito per il servizio urbano comprende i Comuni del territorio del Novese e del Tortonese, per un totale di 33 Comuni e un totale di n. 109.211 abitanti. Gestione Ambiente svolge il servizio di raccolta differenziata dei rifiuti Porta a Porta, oltre alle attività di trasporto, spazzamento, lavaggio, disinfezione cassonetti, diserbo e raccolta rifiuti cimiteriali nel comprensorio del basso Piemonte. I servizi di spazzamento vengono svolti sia con mezzi operativi meccanici dotati di spazzole e di sistemi di aspirazione, sia manualmente tramite operatori a terra, al fine di garantire e mantenere la pulizia e il decoro delle strade. Abbinati a tali interventi di pulizia, gli operatori di Gestione Ambiente intervengono anche nella pulizia delle aree verdi, svuotando i cestini in esse presenti. Vengono anche offerti, se richiesti, interventi di lavaggio specifici.

«L'obiettivo più importante per il 2021 lo abbiamo raggiunto tutti - dicono dall'ufficio comunicazione della società - ovvero migliorare la raccolta differenziata e produrre meno rifiuto indifferenziato, nell'ottica di salvaguardare l'ambiente e vivere in un mondo più pulito e sano. Il nuovo sistema di raccolta Porta a Porta sta dando ottimi risultati, grazie al supporto delle Amministrazioni comunali e all'impegno dei cittadini. Siamo in fase di completamento del progetto: dopo aver avviato Castelnuovo Scrivia (febbraio 2021) e Gavi (luglio 2021), per la fine dell'anno metteremo a regime anche i due centri zona, Novi Ligure e Tortona. Oggi, la media di raccolta differenziata (riferita ai 31 Comuni del nostro bacino avviati con il sistema Porta a Porta) è dell'80%, ma il dato più incoraggiante è quello riferito alla produzione di indifferenziato pro capite annuo, che è scesa a 88 kg/ab/annuo, superando ampiamente gli obiettivi imposti dalla Legge Regionale 1/2018 (raggiungere, entro il 2020, il 65% di raccolta differenziata e 159 kg ad abitante all'anno di secco non riciclabile/indifferenziato). Un altro passo in avanti è stato fatto con il passaggio di 25 Comuni (su 33 del nostro bacino novese e tortonese) dalla TARI alla Tariffa corrispettiva puntuale. Questo nuovo metodo di pagamento della raccolta rifiuti introduce un sistema più equo e trasparente, basato sull'effettiva produzione di rifiuto conferito. A completamento del servizio di raccolta, nel 2021 abbiamo reso intercomunali e, quindi, accessibili a tutti i cittadini del nostro territorio, i Centri di raccolta di Castelnuovo Scrivia e Francavilla Bisio, che vanno ad aggiungersi a quelli già intercomunali di Tortona, Cassano Spinola e Predosa. Non in ultimo, è proseguita la strategia di espansione delle attività verso ditte private (sia a livello regionale che interregionale), soprattutto nel trasporto rifiuti, importante non solo per l'aumento dei ricavi ma anche come verifica della competitività».



Q8  Oils

*Roloil*  
dal 1933

# Nasce Q8Oils Italia

*L'esperienza di ieri, lo sguardo al domani*

**Q8Oils Italia** è il nuovo nome societario che sostituisce Conqord Oil per sviluppare, produrre e commercializzare lubrificanti a marchio **Q8Oils** e **Roloil**. Una realtà, nel settore industriale e in quello automotive, che porta avanti una **lunga tradizione**, continuando a offrire i più alti standard applicativi e prestazionali e a rispondere alle **nuove esigenze del mercato**.



[Q8OilsItalia.it](http://Q8OilsItalia.it)





**GIOVANNI ROMANO**  
Presidente ed Amministratore  
Delegato di Q8Oils Italia

## NASCE Q8OILS ITALIA

# L'esperienza di ieri, lo sguardo al domani

Q8Oils Italia, la storica società petrolchimica alle porte di Tortona e specializzata nella produzione di lubrificanti a marchio Q8Oils e Roloil, ha appena cambiato nome, sostituendo il precedente Conqord Oil, e sta uscendo dall'anno post pandemia con un'energia davvero straordinaria. Per capire meglio le novità e le ricadute sul territorio, siamo andati a intervistare Giovanni Romano, Presidente ed Amministratore Delegato di Q8Oils Italia.

### ■ Dott. Romano, partiamo intanto da questo cambio nome. Fa parte della nuova strategia aziendale?

Il passaggio da Conqord Oil a Q8Oils Italia vuole sottolineare l'appartenenza ad un grande gruppo all'avanguardia come il gruppo Q8, che fa parte a sua volta di Kuwait Petroleum Corporation, una delle società petrolifere più importanti al mondo, e questo cambio nome palesa la nostra volontà di perseguirne le strategie e gli obiettivi. Riteniamo che questa semplice iniziativa abbia molteplici risvolti positivi: maggiore orgoglio per i nostri dipendenti, più prestigio per i nostri clienti e una maggiore chiarezza per il mercato. Inoltre abbiamo stanziato un investimento molto importante per ammodernare i reparti del nostro stabilimento dove si producono i fluidi più strategici.

### ■ A quanto ammonta l'investimento tortonese e quando inizierà?

Nove milioni di euro per valorizzare e far crescere lo stabilimento produttivo su cui la Kuwait Petroleum Corporation punta molto per lo sviluppo di lubrificanti e soluzioni destinate all'automotive e all'industria, in particolare nel settore del Metalworking, il reparto maggiormente interessato dall'investimento. La progettazione è iniziata un anno fa e ora sono già stati compiuti i primi passi verso la realizzazione. Lo scopo è duplice: aumentare ulteriormente la capacità produttiva dell'impianto di miscelazione e allo stesso tempo la qualità finale

dei prodotti. È un progetto molto importante per anticipare il futuro, perché va nella direzione di continuità e rafforzamento del nostro business, in un settore che, secondo le nostre analisi, è già in forte crescita.

### ■ E quali saranno i benefici dal punto di vista territoriale?

Questo investimento ha un effetto particolarmente rilevante sul territorio perché prevediamo così non solo di attrarre nuovi giovani talenti, ma anche una crescita di lavoratori altamente specializzati del 20%. Siamo infatti alla ricerca di professionisti competenti che completino con grande motivazione l'organico già entusiasta per le nuove sfide future. Un'altra dimostrazione concreta di quanto Q8Oils Italia si senta legata al proprio territorio di origine e alle proprie radici è dimostrata da un altro importante investimento che abbiamo lanciato a fine 2021, cioè il rebranding di Roloil.

### ■ Roloil è infatti un brand che ha fatto la storia nel settore dei lubrificanti: perché un rebranding proprio oggi?

Il marchio Roloil esiste dal 1933, quando la società si chiamava Raffineria Oli Lubrificanti o ROL, nome conosciuto tuttora sul territorio. È l'identità di una vita e di una storia che continua, l'eredità di generazioni che grazie a lavoro e competenze ci hanno permesso di arrivare fino qui. Una memoria storica insostituibile che non potevamo assolutamente permettere che non ricevesse l'attenzione che merita. Abbiamo voluto così valorizzarla, con uno stile che nel tempo raccontasse passato, presente e futuro. Il rebranding ha toccato tutti gli aspetti esterni del marchio, come il logo, gli imballi e i canali di comunicazioni, i quali sono stati resi moderni, dinamici e di design, ma la sua profonda identità è rimasta integra: l'abbiamo solo riportata alla luce, sfruttando il ricco mondo valoriale e di contenuti che era già presente. Questo dimostra quanto crediamo in Roloil e intendiamo porlo al centro delle nostre strategie future.



# TORTONA RATTI CARBURANTI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1981**

FATTURATO 2020  
**1 MILIONE DI EURO**

DIPENDENTI  
**15**

## Dal carbone alla distribuzione “terra-mare” con un marchio di famiglia

di **Marco Gotta**



Ne è passato di tempo dalla prima unità operativa del gruppo, la rivendita di carbone e carburanti realizzata negli anni del dopo guerra nel centro del paese di Villaromagnano. Negli anni '70, l'esigenza di disporre di maggiore spazio a fronte di una domanda crescente, ha spinto la proprietà a spostare il deposito carburanti sulla strada che da Tortona sale a Villaromagnano e dopo qualche anno, nella stessa località, è stato aperto anche il primo distributore fuori dal paese. «Da allora - dice l'amministratore, **Francesco Ratti** - non abbiamo mai abbandonato questo sito che continuiamo ad occupare tuttora con il nostro deposito, la stazione di rifornimento ed i nostri uffici amministrativi». Negli anni '90 al primo impianto se ne sono aggiunti altri, tutti gestiti in convenzionamento con l'Italiana Petroli, a quei tempi uno dei principali operatori del settore petrolifero nazionale. In quel periodo l'azienda si trasforma da una piccola attività a conduzione

“**Convenienza,  
ma senza  
intaccare  
la qualità**”

familiare in una realtà più strutturata, senza perdere però i valori della fondazione. La fine degli anni '90 ha rappresentato per la società un momento di svolta: in anticipo sui tempi, arriva la decisione di sganciarsi dalle grandi compagnie petrolifere ed iniziare a vendere carburante utilizzando il marchio proprietario.

«La stazione di rifornimento di Tortona, quella sulla strada statale per Voghera - continua Ratti - è diventata così una delle prime pompe bianche presenti nella provincia di Alessandria e nel Nord Ovest e a seguito dei buoni risultati conseguiti, abbiamo deciso di convertire anche le altre stazioni di servizio. Essere pompe bianche vuol dire essere liberi di acquistare i carburanti da produttori o intermediari del settore, siano essi compagnie petrolifere o broker, a secondo della disponibilità e del prezzo: questa libertà ci permette di offrire alla nostra clientela il miglior servizio, al minor prezzo».

Questo obiettivo è perseguito tramite una gestione diretta della logistica, ma soprattutto attraverso la determinazione a tagliare costi superflui, come ad esempio quelli legati a grandi campagne promozionali o alle raccolte punti. Attualmente, il marchio Ratti è presente sul territorio alessandrino con sei stazioni di rifornimento, di cui quattro a Tortona, più una in provincia di Asti; inoltre è in gestione al gruppo anche un distributore di gasolio agevolato marino a Santa Margherita Ligure, in provincia di Genova.

«L'orientamento alla convenienza non va ad intaccare la qualità dei nostri prodotti - chiosa Ratti - da sempre i nostri prodotti sono acquistati presso i principali e storici operatori del settore petrolifero e presso i depositi da loro indicati. L'importanza che attribuiamo da sempre alla qualità del servizio offerto è ciò che tutt'oggi giustifica la presenza di personale di servizio in tutte le nostre stazioni di rifornimento, nonostante siano dotate di moderni impianti di erogazione self-service e di dispositivi di pagamento elettronici di ultima generazione, collegati ai principali circuiti nazionali ed internazionali». ■

# TORTONA

# WALTER MASSA



ANNO DI FONDAZIONE  
**2011**

FATTURATO 2020  
**18 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**142**

## «Il momento più bello della giornata? A tavola, con un buon bicchiere»

di **Massimo Brusasco**

C'è chi lo chiama "il papà del Timorasso", perché ha lanciato nell'olimpo dell'enologia un vino che, ad ampie falcate, ha raggiunto il successo. C'è chi lo ritiene il consulente più affidabile quando si parla di rilancio del Tortonese. Che **Walter Massa** (nella foto) da Monleale sia un profondo conoscitore del territorio è fuori discussione. E che brilli per originalità, anche.

■ **Massa, che momento sta attraversando il vino?**

Il momento del vino è sempre buono, perché è una questione di cultura, perché di lui non si può fare a meno. È un momento complicato, in generale, ma il vino è un'esigenza, come andare a teatro, ballare, fare sport.

■ **Al piacere non si rinuncia.**

No. Pensate a quanto è bello mettersi a tavola con amici e condividere una buona bottiglia. Secondo me è uno dei momenti più importanti della giornata.

■ **Anche quando si viaggia.**

Certo. La ricerca dei ristoranti tipici, con una buona cantina, è un valore che si regala il turista che non si accontenta della superficialità ma che desidera godere appieno del luogo che visita.

■ **Il suo è un parere condiviso?**

Ci sono 5mila aziende in tutta Italia che hanno capito il momento e fatto scelte per privilegiare la vigna e il consumatore, abbinando il fattore culturale e dell'alimentazione a quello che potremmo definire ludico.

■ **Vince sempre la qualità?**

Sì, e aggiungo la personalità. In molti casi, ormai, non si sceglie quel tipo di vino ma questo o quel produttore.

■ **Il nostro territorio come se la passa?**

Secondo me sta vivendo un momento felicissimo, siamo in crescita costante, nel cuore della parabola ascendente. C'è ottimismo. Abbiamo secoli di storia ma fino a 10-15 anni, con l'esclusione del Gavi, si dava l'uva ai produttori. Ora, in quasi tutta la provincia, abbiamo aziende che si affacciano sul mercato del vino giocando la carta della territorialità.

■ **Esempi?**

Penso al Barbera e al Grignolino del Casalese, al Cortese di Gavi, a Ovada col Dolcetto, al Barbera e al Timorasso del Tortonese.

■ **E l'Acquese?**

Era in grande spolvero ma, purtroppo, qui non sono cresciute aziende agricole. Si può fare di più. Pensate a un paese come Castiglione Tinella, nelle Langhe: là propongono venti etichette di Moscato che esportano nel mondo. È un esempio da seguire. ■





*biolife*

# Cosmetica Biologica

Prodotti estetici professionali  
Prodotti cosmetici naturali



La tua bellezza ci sta a cuore

**BIOLIFE SRL** - via Nino Bixio, 8 - Novi Ligure (AL) - Italy  
info@biolife.care - +39.0143.323911

**biolife.care**



# Biolife: dove scienza e natura si incontrano



Biolife Srl è una società nata nel 2002 per volontà di **Enrico Piacentino** (foto sopra), laureato in Chimica Industriale e **Rino Martino** (foto sotto).

Noi di Biolife, formuliamo, produciamo e confezioniamo cosmesi naturale. Creiamo linee cosmeceutiche naturali e biologiche all'avanguardia e sfruttiamo le nuove tecnologie del benessere.

L'esperienza nel settore medico, estetico e farmaceutico e l'utilizzo di materie prime innovative ci ha permesso di dare origine a prodotti sicuri, efficaci e naturali per il benessere, la bellezza del viso e del corpo.

Siamo un laboratorio di formulazione e produzione di alta qualità anche ad uso professionale, con elevati standard di qualità ed assistenza. Offriamo un servizio completo, dallo studio grafico, assistenza tecnico normativa e sviluppo della formulazione, coinvolgendo i nostri specialisti chimici biologi, fino alla realizzazione di protocolli validati e testati. I nostri chimici e biologi collaborano con università e consulenti scientifici offrendo un servizio globale a 360 gradi.



## Cura della persona e igiene della casa a 360 gradi

Ci occupiamo anche del benessere della persona, ma anche della cura e dell'igiene della casa, di trattamenti da cabina e da SPA grazie alle nostre attente assistenti.

## Laboratorio cosmetico artigianale

Disponiamo di un laboratorio chimico interno per effettuare qualsiasi test su nuove formulazioni biologiche con annessi analisi chimico fisiche e microbiologiche.

## Biolife è amica della natura

Ci prendiamo cura della bellezza e della natura che ci circonda, scegliendo flaconi e imballaggi derivati da materiali riciclati e riciclabili, e di creare formati eco-compatibili. Siamo in grado di sviluppare linee ecologiche 100% di origine totalmente naturale e vegan free, ponendo particolare attenzione ad una filosofia ecocompatibile ed ecosolidale.

La nostra filosofia principale è formulare prodotti naturali, liberi da parabeni, paraffine, petrolati, Oli minerali, OGM, SLS e SLES, DEA e cessori di formaldeide.

Acquistiamo molte materie prime da aziende in Marocco, Burkina Faso, Brasile che contribuiscono all'alfabetizzazione locale o a processi di sviluppo sostenibile ambientale certificato o progetti equo solidali.

I nostri cosmetici naturali portano a risultati concreti. Offriamo affidabilità e professionalità instaurando rapporti di fiducia e andando incontro ad ogni esigenza nei nostri prodotti cosmetici naturali. Studiamo insieme al cliente le fragranze e gli attivi ideali per il progetto da definire.





CASTELNUOVO SCRIVIA

# PASINI PIER MAURIZIO

ANNO DI FONDAZIONE  
**1981**

FATTURATO 2020  
**1 MILIONE DI EURO**

DIPENDENTI  
**15**

## Il ruolo decisivo in pandemia e il legame con la tradizione

di **Mimma Caligaris**



Dalle borsette alle mascherine il salto è stato breve. Anzi, immediato: una idea imprenditoriale nata e realizzata nei primi giorni in cui l'Italia, e il mondo, sono piombati nel buio e nell'incertezza della pandemia, c'è chi non ha esitato a mettere il know how su materiali e lavorazioni al servizio della comunità. Così anni di studi, di ricerche, di progettazione, iniziate da **Placido Pasini** hanno permesso a **Pier Maurizio**, seconda generazione, di creare una attività che, per mesi, è stata primaria, convertendo risorse e professionalità, già formate, al nuovo ramo di azienda. A Castelnuovo Scrivia, dove un marchio leader nella pelletteria di pregio e dei materiali innovativi, che dal 1963 collabora con i brand più prestigiosi del lusso, non ha esitato un attimo a riconvertire la produzione sulle necessità del momento.

«Ci siamo trovati, in poche ore, a fare i conti con una richiesta massiva di strumenti di protezione. Era la metà di marzo 2020 – racconta Pasini – abbiamo subito pensato a come offrire un nostro aiuto concreto».

È nata così 'Holly', sfruttando la versatilità e le proprietà dell'E.v.a espansa, materiale già utilizzato in azienda, che lo hanno reso particolarmente adatto per questo nuovo utilizzo. Con tutte le documentazioni richieste, la mascherina prodotta nel 'laboratorio' di Pasini ha ottenuto la registrazione come dispositivo medico, utilizzabile nei luoghi di lavoro, con l'impiego di filtri Tnt (tessuto non tessuto), a triplo stato, che garantiscono una azione bidirezionale. Decine di migliaia di esemplari, con una produzione a ciclo continuo in cui anche lo stesso Pasini si è impegnato in prima persona, distribuendo quantitativi a titolo gratuito ad associazioni di pubblica assistenza e centri di cura. Oltre 60mila clienti soddisfatti, con una capacità produttiva, nel periodo del primo lockdown, di circa 100mila esemplari alla settimana, in 100 colori diversi. Un presidio medico ecologico, ipoallergenico, riutilizzabile, realizzato anche per il dopo pandemia: Holly resterà sul mercato anche come barriera contro lo smog, ma anche nello sport, soprattutto lo sci e il motociclismo, e per molte attività quotidiane. Holly by Pasini ha prodotto anche 'Holly the pad', tappeto disinfettante antimicrobico, sempre in E.v.a. espansa, che per la sua struttura molecolare a cellule chiuse, è inattaccabile da batteri e funghi, lavabile, impermeabile, idrorepellente grazie all'utilizzo di un foglio di Taly, con una finitura in fibra di tessuto sintetico che permette di trattenere il disinfettante. Anch'esso presidio medico chirurgico.

Il 'progetto Holly', con una forte attenzione alla sostenibilità ambientale, dimostra la capacità imprenditoriale di una proprietà e di un management che, però, hanno conservato l'attività nel settore originario che da quasi 60 anni caratterizza l'azienda con sede a Castelnuovo, in via Flavio Torti 5. Dove continuano a nascere borse risultato della combinazione tra alto artigianato e tecnologia: una declinazione del 'Made in Italy' che parte da un semplice disegno a mano libera per arrivare all'oggetto finito, passando attraverso e macchine da taglio computerizzate, che tagliano i singoli pezzi, poi assemblati a mano, e con macchina da cucire, da artigiani, che realizzano così prototipi e campioni del tutto identici alla produzione seriale. Per Pasini le parole chiave sono "creatività, artigianato e tecnologia". In testa nuove sfide, con lo sguardo al futuro: Holly The Lab è la dimostrazione di come anche in un momento imprenditoriale difficile, a livello mondiale, si possa innovare e crescere. ■



# NOVI LIGURE

## Un nuovo equilibrio tra industria, commercio e turismo

di Irene Navaro

Dici “Novi” e pensi alla produzione del cioccolato, all’Ilva, oggi Acciaierie d’Italia, al vino Gavi Docg e al polo commerciale più grande d’Europa.

È ancora su questi settori che si gioca il futuro economico di un territorio che ha saputo rinnovarsi all’epoca del declino delle grandi industrie manifatturiere e che, oggi, punta a produzioni di qualità, senza scordare il passato industriale.

Se il tessuto economico ha resistito alla crisi portata dalla pandemia, è anche grazie alle sue eccellenze nel settore alimentare, che meno di altri ha sofferto dei lockdown e delle restrizioni.

Su tutti uno dei marchi storici del territorio, la Novi Elah Dofour, divenuto sinonimo di qualità nel mondo e che porta il nome del luogo che ne ospita lo stabilimento principale. Anche Pernigotti, dopo una lunga battaglia sindacale per il mantenimento del sito produttivo nella storica sede di viale Rimembranza, sembra essere uscita dall’angolo buio. A fianco ai marchi più noti, ci sono produzioni d’eccellenza, sempre nel settore alimentare e dolciario, che hanno consentito al tessuto economico di non sfaldarsi e restare vivo. L’innovazione e la ricerca sono, poi, le linee guida di produzioni più specifiche, ad esempio nel settore chimico, come quelle di Roquette Italia.

Restano zone d’ombra, certamente. Quelle legate all’industria metalmeccanica, Ilva in testa.

Ma, anche in questo caso, le difficoltà – come hanno ripetutamente ricordato i sindacati – arrivano dalla situazione più generale del gruppo, dall’Ilva di Taranto, dal quale proviene la materia prima lavorata a Novi.

E poi c’è tutto il settore del vino, dell’enologia e del turismo a questo legata. Il Gavi Docg, in particolare, si è posizionato tra i migliori bianchi italiani con un export in forte crescita, dagli Usa alla Germania, riuscendo a crescere anche nel corso degli ultimi due anni. Si stanno presentando, per quanto riguarda l’enogastronomia, nuove frontiere, legate al turismo di prossimità e “slow” che il territorio sa di dover cogliere, facendo rete e ponendosi con proposte che possano attirare una nuova tipologia di visitatori, unendo quelle che sono le eccellenze della zona, dai paesaggi collinari, costellati di vigneti, alle bellezze storiche ed architettoniche.

Rinnovarsi e crescere, in tutti i campi, è l’obiettivo che gli attori del novese, sia pubblici sia privati, hanno ben presente e al quale stanno lavorando gettando le basi di un nuovo sviluppo. Il Terzo Valico, opera considerata strategica a livello nazionale ed europeo, potrebbe dare una accelerata alla svolta, se il territorio ne saprà cogliere le opportunità, soprattutto nell’ambito della logistica. Archivate le battaglie iniziali, il nuovo tracciato è ormai in fase di completamento. La vera partita si giocherà nel 2024, a cantieri conclusi. Si capirà allora se il territorio, nel suo complesso saprà cogliere le opportunità o gli scavi avranno lasciato solo ferite. ■



NOVI LIGURE

# CONSORZIO TUTELA GAVI DOCG

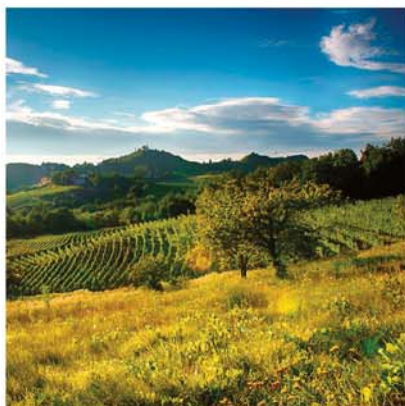
ANNO DI FONDAZIONE  
**1998**

GIRO D'AFFARI  
**50 MILIONI DI EURO**

ASSOCIATI  
**61**

## La risposta dei viticoltori? Innovazione e digitale

di **Irene Navaro**



Ripartire reinventandosi. È la scelta fatta del consorzio di Tutela del Gavi Docg dopo l'anno "orribile" segnato dalla pandemia. Una via obbligata, probabilmente, ma non scontata per gli oltre sessanta produttori del grande bianco piemontese che quest'anno viaggia verso il nuovo record di 1,9 milioni di contrassegni.

«Il comparto vitivinicolo ha saputo rispondere alla pandemia con azioni di marketing innovative e un nuovo approccio digitale che rimarranno strumenti organici ed efficaci di promozione anche nel prossimo futuro. Questo è vero anche per il Gavi - spiega il presidente **Maurizio Montobbio**, tornato alla guida del Consorzio di Tutela proprio all'inizio dell'anno 2021 - Lo dimostrano i diversi eventi digitali con i quali abbiamo continuato a parlare alla stampa specializzata e non, e i diversi progetti attivati lato social. Come 'Noi siamo Gavi!' voluto fortemente dal Consorzio per promuovere le singole aziende e ridare visibilità a chi ha visto diminuire le visite in cantina nell'anno e mezzo appena trascorso. Abbiamo messo in primo piano i produttori: direttamente dalle loro aziende e dai loro vigneti, hanno prestato i volti al fotografo per raccontare le storie, i sacrifici, le passioni, la vitalità, i sorrisi e i risultati ottenuti da un'intera denominazione. È la storia di piccole realtà famigliari, grandi cantine, giovani imprenditori agricoli o aziende storiche, costituiscono l'assatura del successo del Gavi in Italia e nel mondo».

I numeri del Gavi Docg parlano di un successo crescente, costruito passo dopo passo e che vede nell'export uno dei più alti segnali di apprezzamento.

«L'export è e rimane lo sbocco principale del nostro vino - conferma il presidente - assorbendo l'85% delle bottiglie prodotte di Gavi Docg, soprattutto in Inghilterra, Usa, Germania e Russia. E nei primi 8 mesi del 2021 i dati sono davvero incoraggianti: sono stati richiesti oltre 1.912.000 contrassegni di stato in più rispetto allo stesso periodo del 2020 segnando un + 22% e + 16% rispetto al 2019, pre pandemia. Si tratta di un andamento estremamente positivo che se dovesse essere confermato anche nei prossimi mesi porterebbe la denominazione a raggiungere risultati da record».

Un altro fronte sul quale il Consorzio ha concentrato gli sforzi è quello della promozione non solo del vino, ma anche del territorio e della cultura da cui nasce. In una parola: enoturismo: «La sensibilità verso l'enoturismo era già in atto prima della pandemia, anche qui a Gavi, e queste due ultime estati di restrizioni hanno evidenziato ancora di più il valore dei territori meno battuti: i piccoli borghi, la campagna vicina alla città, le cantine che hanno saputo offrire esperienze di contaminazione oltre la degustazione - come lo sport tra i filari, le mostre d'arte, gli spettacoli, musica e concerti - sono diventate la meta ideale di un turismo più consapevole per vacanze di relax, all'aperto. Siamo ottimisti nel credere che anche questa opportunità continui ad essere colta dai nostri produttori». ■



# NOVI LIGURE IMPRESA TRE COLLI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1971**

FATTURATO 2020  
**88,5 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**635**



## Cinquant'anni di attività L'Outlet come fiore all'occhiello

di **Benedetta De Paolis**

È il 14 marzo 1971 quando i 6 soci fondatori (che abitavano su tre colline, da qui il nome) danno vita a questa azienda dai grandi numeri. Dalla storica sede di Fidenza (Parma), dove si distingue per i lavori di costruzione di condotte industriali, in particolare oleodotti, gasdotti e acquedotti, Tre Colli negli anni amplia la presenza sul territorio nazionale. In cerca di un luogo logisticamente strategico, arriva prima a Gavi (nello stesso anno della fondazione) e, nel 1980, a Carrosio, negli spazi dello storico jufificio. Carrosio è il posto ideale soprattutto per la manutenzione delle condotte, un crocevia per i principali cantieri liguri, piemontesi, emiliani e lombardi. Qui si sviluppa il nuovo business della produzione di prefabbricati in cemento armato ed è qui che oggi lavorano più di 150 persone.

### L'Outlet

Da quel 1980 a oggi l'azienda è cresciuta esponenzialmente, ha ampliato l'attività e si è legata fortemente al nostro territorio. Tarcisio Persegona, tra i soci fondatori nonché presidente dalla costituzione sino alla sua scomparsa, nel 2018, è stato artefice con i soci della nascita del Mc Arthur Glen Designer Outlet, primo outlet in Italia. Uno degli ultimi progetti, l'area che comprende water park e play land, è stato completato in questi anni di pandemia; un periodo che la Tre Colli ha superato senza grandi ripercussioni, solo qualche rallentamento. Il settore della manutenzione condotte, infatti, non si è fermato nemmeno nella prima fase più critica.

### Sostenibilità

E non si è fermata la voglia di guardare al futuro, specialmente alla "green energy",

con la realizzazione di impianti per la produzione di energia elettrica a biomassa e idroelettrica. Uno degli ultimi progetti, in collaborazione con Snam, è la realizzazione dei primi due boschi urbani a Parma piantando circa 4.000 alberi.

### Il sociale

Se guardiamo alla Tre Colli di ieri, oggi e domani pensando a tre parole bisogna dire: innovazione e tradizione e persone. «La filosofia di fondo è considerare tutti, dipendenti, fornitori, ma anche i clienti, una grande famiglia – spiega Sonia Persegona, figlia di Tarcisio, oggi consigliere – Per noi è fondamentale finire ogni lavoro in tempo e farlo bene, lavorando tutti assieme per uno scopo comune. Tre Colli è fatta di persone insostituibili, fondamentali nel processo lavorativo. I dipendenti hanno grande autonomia decisionale e gestionale, una sorta di "libertà" organizzativa che penso aiuti anche a vivere meglio un lavoro non semplice, che spesso porta lontano da casa anche per mesi, un lavoro di sacrificio che cerchiamo di premiare ed elogiare come è giusto che sia. Per noi è inoltre importante la collaborazione che possiamo prestare a 360° a livello locale, aiutando le associazioni e dando un piccolo e grande contributo nel sociale. Ce la mettiamo tutta per guardare al futuro senza dimenticare il passato e i valori che ci hanno passato i soci fondatori».

L'impegno sociale è anche rivolto allo sport, specialmente al ciclismo, una passione che Tarcisio Persegona ha trasmesso a tanti soci e collaboratori e che vede l'azienda sostenere e sponsorizzare varie squadre, da quelle amatoriali, ai dilettanti, sino ai professionisti. ■



*Il nostro obiettivo è da sempre la produzione  
di un vino di qualità piacevole e fresco,  
nel pieno rispetto dell'ambiente  
e con costante attenzione allo sviluppo  
della vocazione vitivinicola e turistica  
del territorio del Gavi*



# La Cedraia

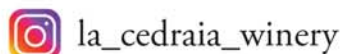
## Viticoltura Sostenibile

La Cedraia, azienda vitivinicola che si estende sulle dolci colline tra Novi Ligure e Gavi, è impegnata da sempre nella valorizzazione del proprio prodotto di punta - il Gavi DOCG La Cedraia - e del territorio in cui si inserisce, convinta del fascino e del pregio indiscusso del suggestivo paesaggio circostante, caratterizzato da evidente biodiversità e da successioni a perdita d'occhio di colline e vigne. Aspetti chiave sono l'applicazione dei principi della sostenibilità in tutte le fasi della produzione del vino, dalla coltivazione delle uve alla produzione vinicola, e l'ambizione di proporre ai propri clienti in visita un'esperienza enogastronomica e sensoriale unica.

**AZIENDA AGRICOLA LA CEDRAIA**

Strada del Castellone 3 · 15067 Novi Ligure · +39 0143 329881  
info@lacedraia.it

[www.lacedraia.it](http://www.lacedraia.it)





# LA CEDRAIA

Una produzione vinicola di eccellenza e pienamente sostenibile, alla base di un viaggio dal passato ai giorni nostri per scoprire i suoi pregevoli vini abbinati ad eccellenze gastronomiche locali.

Una passione per la terra del Gavi nata più di 50 anni fa e fortificatasi nel tempo.



La Cedraia, azienda vitivinicola ubicata sulle dolci colline del Gavi, è una casa padronale risalente alla seconda metà del Settecento, circondata da un parco secolare, che si affaccia sul proprio vigneto. L'obiettivo è da sempre produrre un Gavi DOCG di qualità, applicando i principi della sostenibilità in tutte le fasi della produzione del vino, tanto da conseguire la certificazione VIVA - Vino Sostenibile del Ministero dell'Ambiente.

## LA STORIA

Marco Cremonini, l'attuale proprietario, racconta che: «all'inizio degli anni '60 mio padre Carlo ha acquistato dagli eredi dei Marchesi Raggio la proprietà per farne la residenza estiva della propria famiglia genovese, dandole nome La Cedraia per celebrare i numerosi cedri del Libano che la circondano». Dopo una prima serie di interventi di restauro della Villa, nel 2009 la decisione chiave che avrebbe condizionato il futuro della Cedraia: Marco Cremonini, ingegnere ambientale che ha ereditato dal padre Carlo l'amore per la tenuta, ha deciso di reimpiantare il vigneto, recuperandone così affiancato dalle figlie Francesca e Laura la vocazione vitivinicola, andata perduta e che ancora riecheggia nei ricordi degli amanti del buon vino.

Marco Cremonini racconta che «nel biennio 2018-2019 ho poi attuato una serie di interventi

di restauro al piano terreno della Villa, ampliando lo spazio dedicato all'accoglienza, ricavando una Showroom ed annesso Wine Shop nei locali un tempo adibiti a portico agricolo e a stalla».

## LA WINE EXPERIENCE

La strategia negli ultimi anni è diventata proporre agli ospiti non già una semplice degustazione in cantina, ma una vera e propria Wine Experience: «rendere cioè disponibile una struttura di "charme", elegante e confortevole, sia per "wine tours" su appuntamento, in cui l'ospite può godere di un'esperienza enoturistica e sensoriale di eccellenza, con degustazione dei vini accompagnati da alcune dei prodotti più tipici dell'area, sia per rinfreschi per cerimonie ed eventi enogastronomici a tema».

## IL FUTURO

Il futuro della Cedraia e dei suoi vini? «Proseguire con l'impegno nella produzione di vini di qualità ed ecosostenibili e nel "coccolare" gli ospiti con le nostre Wine Experience, mettendoli in contatto con la storia passata e recente di un'antica casa in campagna e del territorio che la circonda, facendo ripercorrere loro la storia di un luogo "magico", fatta di terra, alberi, colline, vigne, muri, tetti, e di volti e gesti di persone che l'hanno visitata ed apprezzata».

NOVI LIGURE

# ELAH DUFOUR NOVI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1903**

FATTURATO 2020  
**130 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**230**

## Elah Dufour Novi: la tradizione che abbraccia l'innovazione

di **Marzia Persi**



Il Novese è, da più di un secolo, sinonimo di cioccolato e di dolcezza. L'azienda che ha caratterizzato più di ogni altra il territorio in cui opera è certamente la Elah Dufour Novi, un marchio che ha conquistato con il suo cioccolato l'intera Penisola e non solo. Nonostante il periodo difficile legato alla pandemia che ha minato anche quest'anno l'economia italiana, **Guido Repetto** (nella foto), amministratore delegato dell'azienda, lancia un messaggio di fiducia e di sviluppo: «Anche in questo 2021 Elah Dufour ha proseguito senza sosta e senza intoppi la sua produzione, in particolare ponendo attenzione alle tendenze che la pandemia ha portato nei consumi: la valutazione di questi fenomeni e la conseguente reazione da parte dei produttori, dev'essere ancora più ricorrente e tempestiva al fine di intercettare la domanda e conseguire il successo sul mercato». Addirittura il 2021 è stato per il brand un anno di lanci di prodotti. Durante la primavera, la Elah, co-leader nel mercato dei preparati, ha rinnovato la sua linea di pasticceria di casa offrendo ai consumatori il preparato per budino al cioccolato fondente e due preparati per realizzare creme da farcitura [crema pasticcera e crema cioccolato]. Per Dufour da quasi 100 anni una garanzia di qualità nelle caramelle, il nuovo lancio è rappresentato dalla "gocciamenta balsamica", una proposta che affianca innovazione e freschezza ad una linea storica come gocciamenta. L'azienda del cavalier Flavio Repetto ha saputo stare al passato coi tempi certamente grazie alla qualità dei prodotti ma anche grazie alla comunicazione.

«Da sempre - prosegue Guido Repetto - la comunicazione del nostro gruppo intende essere al passo coi tempi e, in particolare, al passo dei consumatori di oggi e di domani. Già prima dell'inizio della pandemia avevamo iniziato il processo di integrazione delle nostre campagne tradizionali con attività digitali che, a fine 2020, hanno visto la luce e iniziato il loro percorso, prima con il restyling del sito aziendale, poi con l'apertura dello shop online. Quindi è stato il momento di creare ed attivare un database di nostri consumatori, per stabilire una relazione diretta con loro. Crediamo sempre di più in questa comunicazione, in special modo per conoscere ancora meglio chi sceglie i nostri prodotti e le loro opinioni a riguardo, con l'obiettivo di soddisfarli sempre al meglio ogni giorno». Anche i nuovi lanci vanno in questa direzione comunicativa. In particolare, in autunno è arrivato il nuovo "blocco" da degustazione e cucina, Novibloc fondente 70% cacao, un prodotto che, per la prima volta, unisce per Elah Dufour Novi il canale fisico e digitale: sul retro dell'incarto, infatti, è presente un QR Code che guida il consumatore ad un nuovissimo sito di videoricette e che coinvolge tutti i prodotti Novi da utilizzare con creatività in cucina. Inoltre, Novi ha ripensato alla sua barretta snack Novi più, marchio con cui il gruppo sostiene la pallacanestro in regione, ridisegnandola in un nuovo formato e con tre nuove ricette: Novipiù biscotto e caramello, Novipiù nocciole mandorle e mirtilli e Novipiù al cioccolato fondente e bianco ai 5 cereali. ■



# NOVI LIGURE SUTTER

ANNO DI FONDAZIONE  
**1858 (1910 ITALIA)**

FATTURATO 2020  
**87 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**200**

## Dalla Svizzera alla Val Borbera per fare... pulizia

di **Marzia Persi**



**L'ambiente  
una nostra  
primaria  
prerogativa**

Nel sentire comune, si pensa erroneamente che la montagna sia solo ed esclusivamente luogo di pascolo e agricoltura, ma non è sempre così. A Borghetto Borbera, infatti, ha sede una delle industrie più prestigiose nel campo della produzione di prodotti per la pulizia e l'igiene degli ambienti domestici e professionali. Si tratta della multinazionale Sutter che vanta ben 160 anni di storia. L'azienda è nata in Svizzera nel 1858 con la produzione di aceto di mele. Nel 1910 apre la sede di Genova per la produzione di cere e lucidi da scarpe (marchi Rob e Marga). Nel corso dello scorso secolo Sutter ha ampliato il suo raggio d'azione andando anche ad aprire filiali in altri Paesi come Francia, Argentina e Brasile. Il lavoro della Sutter è stato sempre caratterizzato dall'innovazione andando a recepire quelle che erano le esigenze del mercato e dei consumatori. Non a caso nel 2013 è stata fra le prime aziende a lanciare Emulsio ilsal-

vambiente, grazie alla creazione di ricariche idrosolubili della linea per la pulizia della casa. Nel 2016 Emulsio Naturale è stato eletto prodotto dell'anno e la linea Cattura Odori ha vinto il "Brands Award". La Sutter non rivolge solo la sua attenzione verso la produzione, da oltre 160 anni sostiene e valorizza le persone, il loro talento e la loro professionalità. Una filosofia che da sempre sposa i criteri di meritocrazia e produttività con la consapevolezza che è grazie a queste leve che si possono raggiungere livelli di eccellenza.

Nei tre centri di Borghetto Borbera, Buenos Aires e Madrid vengono formate oltre 3000 persone, perché è fondamentale la preparazione di chi lavora per Sutter. Un'altro punto fermo per l'azienda è il rispetto dell'ambiente.

«La nostra azienda - dice l'ingegner **Aldo Sutter** (nella foto) - è un bene che gestiamo temporaneamente, a beneficio delle generazioni future. Esattamente come l'ambiente. Per questo in Sutter siamo animati dall'urgenza di definire, prima e meglio degli altri, un nuovo punto di incontro tra la continua domanda di soluzioni efficaci e innovative e l'imperativo di consegnare a noi e ai nostri figli un ambiente concretamente più sicuro, più salubre e più naturale. È il tempo dell'innovazione sostenibile. Si apre una nuova stagione per una azienda e per una famiglia che, da oltre un secolo, raccolgono le sfide del cambiamento mettendo il loro talento al servizio del bene comune, per offrire prestazioni dove altri raccontano aspirazioni. Perché siamo innamorati della magia della chimica ma amiamo di più le persone e la loro vita».

Sutter dà vita a più di 110 formule senza allergeni e a più di 50 formule vegetali, oltre a 500 formulati declinati in più di 1200 prodotti finiti, il tutto avendo sempre massima attenzione alla ricerca e all'utilizzo di materie prime all'avanguardia. ■





# Albergo ★★★ Corona Ristorante del Santo Bevitore



## IL NOSTRO MENU' GOURMET

Veri e propri viaggi all'interno di esperienze gustative uniche!



## IL NOSTRO MENU' BISTROT

La grande qualità al servizio dei tuoi pranzi o cene più "veloci"



## LA NOSTRA STEAK HOUSE

I migliori tagli di carne provenienti da tutto il mondo



## IL NOSTRO SUSHI

Sushi a regola d'arte con prodotti freschissimi di alta qualità



## IL NOSTRO AMERICAN BAR

La nostra esperienza ventennale per i tuoi aperitivi di qualità!



## IL NOSTRO ALBERGO

11 Camere, 5 singole 5 doppie ed una Suite dotate di ogni comfort



### ALBERGO CORONA RISTORANTE DEL SANTO BEVITORE

Corso Marengo, 11  
NOVI LIGURE (AL) - ITALY  
Tel. 0143 1500530  
info@ristorantealbergocorona.it

### ORARIO APERTURA

Breakfast da lunedì a sabato	7:00-09:30
Breakfast domenica	8.00-10.00
Lunch	12:00-14:00
Dinner	19:30-22:00
Dinner week-end	19:30-22:30
Reception	7.00-22.30
check in 14.00 - check out 11.00	

Per check-in e check-out fuori orario sarà possibile concordare previa disponibilità con anticipo via mail o telefonicamente

Parcheggio gratuito  
in Piazza XX Settembre





Una splendida location per ogni tipo di evento

L'Albergo Ristorante Corona rinasce a Novi ligure nel 2018. Gestiamo questa importante struttura per il territorio Novese con personale giovane ma preparatissimo, per garantire un servizio accurato e mettere a proprio agio tutti i nostri clienti.

Abbiamo organizzato la struttura in modo da rispondere a tante esigenze diverse e dare una risposta ad ognuna di queste dando importanza alla qualità, al gusto e alla comodità assoluta.

Tante tipologie di clienti possono trovare da noi quello che amano di più. **Ristorante Gourmet** di alto livello grazie al nostro grande giovane chef **Danilo Massa** (nella foto). **Ristorante Bistrot** con piatti più "easy" adatti ad occasioni più smart e veloci. Una **Steak House** di altissima qualità con carni selezionate in arrivo da tutto il mondo. Il nostro **Sushi** ricercato e con prodotti freschissimi

Un **American Bar** di grande qualità e l'**Hotel** che dispone di 11 Camere: 5 singole 5 doppie (2 delle quali possono diventare triple o quadruple) ed una Suite, dotate di ogni comfort. L'Hotel ci permette di dare una ulteriore risposta a clientela business o a turisti che amano i percorsi enogastronomici o lo shopping nel vicino Outlet di Serravalle Scrivia.

La nostra splendida location si presta anche a qualsiasi tipo di evento o cerimonia.

«Siamo legati al nostro territorio e amiamo creare piatti seguendo le nostre belle e grandi tradizioni, allo stesso tempo, aperti a tutte le novità e il nostro Chef è maestro a creare esperienze gustative di grandissimo livello con prodotti di elevatissima qualità. Di sicuro gestire un'attività come la nostra è un impegno realmente enorme. Dietro un ristorante c'è una giovinezza perduta per realizzare un sogno. Perdiamo amici, momenti di famiglia, nascite, matrimoni, la salute e persino le occasioni di vita preziosa per ricercare la perfezione, mettere l'anima ogni giorno per migliorare ed eccellere ed anche offrire il meglio di noi stessi alle persone. Ma la certezza di promuovere e diffondere i prodotti tradizionali del nostro territorio e di poter diventare il punto di incontro per tutte le generazioni del Novese, ci dà la carica per lavorare al meglio ogni giorno» dice **Gianluca Spinola**, titolare del Corona.





# NOVI LIGURE DKC GROUP

ANNO DI FONDAZIONE  
**200**

FATTURATO 2020  
**440 MILIONI DI DOLLARI**

DIPENDENTI  
**3700 COMPLESSIVI**

## Una storia di vent'anni, una promessa per il futuro

di **Irene Navaro**



Oltre 20 anni di storia e un dna caratterizzato da innovazione tecnologica, transizione green, know-how e formazione: questo è Dkc Group, player di riferimento nel settore della progettazione e della realizzazione di soluzioni per il settore elettrotecnico e dell'automazione industriale, con 440 milioni di dollari di fatturato e 90 milioni di dollari di investimenti negli ultimi tre anni ottenuti nei 188.000 metri quadri di stabilimenti produttivi, tra cui quello di Novi Ligure, e 101.000 metri quadrati di magazzini dei 40 stabilimenti e 22 sedi dislocate in 8 nazioni (14 sono in Italia) e un organico di 3.700 risorse.

Un percorso consapevole e in costante evoluzione, che ha permesso alla divisione italiana Dkc Europe di ricevere importanti riconoscimenti per il modo di fare impresa, classificandosi nel 2020 al 24° posto tra i "Magnifici 200" e, di seguito, nella "Top 30" delle migliori medie imprese italiane per capacità di sviluppo e solidità.

Quello di Dkc è stato definito un "processo di internazionalizzazione al contrario" che, dall'Italia alla Russia e poi ancora in Italia, ha visto una storia di amicizia e di visione comune tra **Marco Cecconi, Sandro Bergamo** (nella foto) e **Dmitry Kolpashnikov** trasformare un sogno in una bella realtà.

Dkc è nata nel 1998 a Tver, a 160 km da Mosca, inizialmente come piccola società di telecomunicazioni che il fondatore Marco Cecconi convertirà poi in azienda produttrice di tubi corrugati, dando inizio così al suo percorso di crescita e sviluppo, per arrivare al 2008 a segnare un nuovo importante salto in avanti: il rientro in Italia.

Da qui, la nascita di Dkc Europe che, con una coraggiosa politica di acquisizioni, ha rafforzato la leadership nel mercato italiano di settore. La sinergia di competenze e know-how si è fatta così sempre più ambiziosa e competitiva, consentendo di raggiungere elevate performances di soluzioni nell'ambito dell'impiantistica nel settore elettrotecnico e dell'automazione industriale. È stato il caso di Cepi (Linea Combitech), Cost.e.l. (Linea RamBlock), Cosmec, Conchiglia, Enercov (Linea RamBatt), Steeltecnica per arrivare alle recenti Rgm e - di questi ultimi mesi - Sati Italia con le connesse Sati Tunisia e Procan.

Dkc ha quindi vinto una scommessa importante, che ha generato fiducia nel tessuto economico del Paese e ha consolidato progressivamente l'azienda sul mercato grazie a una gamma di prodotti molto ampia, altamente competitiva e performante, con soluzioni "tailor made" per le diverse esigenze del mercato. Questa visione aziendale oggi continua a sostenere il gruppo con audacia e successo, individuando sempre nuovi modi per crescere e fare impresa in modo responsabile.

Per questo Dkc ha intrapreso un percorso di transizione energetica che guarda al futuro dell'energia e della sostenibilità. È in questa direzione, infatti, che il mercato elettrotecnico vede nuove potenzialità di crescita e Dkc sta sviluppando nuovi progetti dedicati all'elettronica di potenza e alla capacità di gestire l'accumulo di energia, soprattutto quella prodotta da fonti sostenibili, industriale e domestica. ■





# NOVI LIGURE LA CONTEA DI DEVON

ANNO DI FONDAZIONE  
**1858**

FATTURATO 2020  
**N.D.**

DIPENDENTI  
**OLTRE 200**

## L'amore per i cani è un mondo senza orari

di **Mimma Caligaris**

C'è sempre l'amore all'inizio di una nuova vita. E **Andrea Ravazzani** confessa che dei jack russell si è "perdutamente innamorata". Di Nina che, oggi, è la capostipite dell'allevamento "La Contea di Devon", creato oltre quindici anni fa a Capriata d'Orba, dove Andrea ha trasformato la sua passione in un lavoro senza orari - «anche 24 ore nostop, soprattutto quando ci sono le cucciolate» - che la titolare vive con l'energia, straordinaria, che gli animali le trasmettono. «Allevamento familiare», riconosciuto Enci, che la titolare ha ampliato con nuove fattrici e stalloni. Il nome dell'azienda, associata alla Cia provinciale, è un omaggio alle origini di questa razza, nel Devonshire, alla fine dell'Ottocento, e al reverendo John Russell, che iniziò con un primo esemplare, «una cagnolina avuta dal suo lattaio. Dai jack russell terrier, piccoli, ma stoici compagni di vita - confessa Ravazzani - con un carattere dolce, ma testardo, ho imparato ad affrontare le difficoltà quotidiane». La titolare si occupa di tutto: le cucciolate nascono in casa e nei primi due mesi sono gestite direttamente da Andrea, «dormo sul divano, per controllare che la mamma non schiacci i piccoli e che li allatti con regolarità»: in questo modo i cuccioli (a pelo corto, ma anche broken e ruvidi), al momento dell'adozione, sono perfettamente socializzati, sia con altri cani, sia con bambini e persone adulte. Perché proprio i primi 60 giorni, in cui non devono mai essere separati dalla mamma e dai fratelli (e sorelle), sono fondamentali per la buona crescita mentale e per l'equilibrio, con tutti gli stimoli positivi che anche chi alleva può trasmettere. Un impegno h24 per Andrea Ravazzani: i cuccioli sono consegnati con pedigree Roi, primo vaccino, verminati, microchippati, con antiparassitario e garanzia scritta sulla salute

anche dei genitori. Tutti i riproduttori in allevamento hanno il dna depositato, sono certificati per la lussazione della rotula e sono sottoposti a esame del dna per escludere malattie ereditarie. «La serietà di chi alleva - insiste la titolare di "La Contea di Devon" - fa sì che si abbassino notevolmente le possibilità di problemi, sia caratteriali sia fisici, nella crescita dell'animale».

### Oggi, 19 box

Nella sua azienda, in strada Parodine 8, Ravazzani ha ampliato l'attività, anche con pensione e addestramento. Attualmente sono 19 i box, di 26 metri quadrati, suddivisi in zona giorno, aperta e soleggiata, e zona notte, coibentata e riscaldata. Ogni box ha bevverine automatiche, collegate all'impianto idraulico, per garantire acqua fresca in ogni momento. All'interno dell'allevamento c'è anche un campo di addestramento, per tutte le razze canine, con "puppy class" per far giocare e socializzare i cuccioli, lezioni di educazione di base per insegnare ai proprietari come interagire con l'animale, percorsi con ostacoli, nel periodo estivo anche due piscine per lavorare in acqua, il tutto in mezzo alle vigne, su una collina con vista spettacolare. Andrea Ravazzani ha ottenuto l'affisso per gli animali che nascono nel suo allevamento: ora tutti gli esemplari, accanto al nome, portano l'indicazione "della Contea di Devon". «Una conquista dietro la quale c'è un percorso di selezione e di cura di ogni esemplare. Io dico sempre che siamo capaci di valer bene ad un cane, ma solo un cane può spiegarci l'amore che è in grado di provare per noi». ■





NOVI LIGURE

# SERRAVALLE OUTLET

ANNO DI FONDAZIONE  
**2000**

FATTURATO 2020  
**N.D.**

DIPENDENTI (DIRETTI E NON)  
**2 MILA**

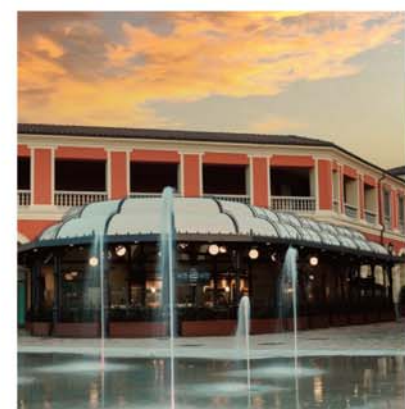
## Il Covid non ferma gli investimenti: dopo Play Land arrivano nuovi marchi

di **Irene Navaro**



Due anni segnati dalla pandemia non hanno spento la propensione alla crescita e all'investimento di McArthurGlen che ha investito nel Serravalle Outlet, il più grande outlet del lusso in Europa, e punta di diamante del gruppo, 7 milioni di euro all'interno di un piano complessivo da 40 milioni.

«Dalla riapertura di aprile 2021, la risposta della nostra clientela è stata positiva, inizialmente con un forte apprezzamento dalla componente di clienti più vicina al nostro territorio, consumatori locali che hanno ritrovato nel centro un luogo sicuro, ma allo stesso tempo familiare - spiega **Matteo Migani** (nella foto), general manager del centro - Pur in un contesto difficile, ma con progressivo allentamento delle restrizioni durante l'estate, abbiamo osservato un aumento delle presenze, in particolare della componente turistica europea, una risposta incoraggiante, arrivata soprattutto dai mercati di lingua tedesca, tradizionali frequentatori del Bel Paese, ma anche da Svizzera e Francia». Anche dall'Est Europa «stanno mostrando tassi di crescita interessanti anche in prospettiva. Si tratta in ogni caso, prevalentemente, di clientela individuale: per il ritorno alla normalità dei "gruppi" prevediamo invece tempi più lunghi». Oltre 6,5 milioni di visitatori nei primi venti anni di attività è la cifra record del Serravalle Outlet. Mancano ancora all'appello i visitatori da oltre oceano e dell'Est asiatico, sempre a causa della pandemia. «La componente del turismo extra Schenghen rappresenta un fattore strategico in chiave prospettica e in previsione di un auspicato allentamento delle restrizioni nel 2022 - ammette Migani - Stiamo concentrando sforzi sui mercati del Medio Oriente, Russia e Ucraina per favorire una ripresa dei flussi, in parte già anticipati da una ripresa discreta delle presenze quest'estate». Si guarda, intanto, a 360 gradi: «Stiamo presidiando gli Usa e continuiamo a mantenere le relazioni con i nostri partner nei mercati asiatici [in particolare Corea, Sud Est Asiatico e Cina] che hanno ampi margini di miglioramento nel medio termine».



Nel bilancio comunque positivo di una estate "di mezzo" rientra l'apertura del Play Land, «la terra dei giochi, un'area tematica di 6.000 mq, totalmente dedicata alle famiglie. Uno spazio di grande successo, con oltre 200mila presenze registrate nei mesi estivi, che si affianca ai progetti di costruzione di 6 nuove unità retail dedicate a brand internazionali del food e del lusso e di una rivisitazione di tutte le aree dedicate all'accoglienza nel centro, dalla lounge ai guest services, dal landscaping ai parcheggi».

E per il futuro? «Innanzitutto, le modifiche al Trade calendar continueranno nei prossimi mesi, in particolare nei mesi di novembre e dicembre, per rispondere sempre meglio alle esigenze dei clienti nel periodo natalizio. Abbiamo poi in programma nuove aperture di brand internazionali che si affiancheranno a quelle recenti di Valentino, Off-white, Starbucks e Victoria's Secrets».

# NOVI LIGURE ROQUETTE ITALIA



ANNO DI FONDAZIONE  
**1961**

FATTURATO 2020  
**409 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**480**

## La fabbrica sostenibile con mais e derivati

di **Irene Navaro**

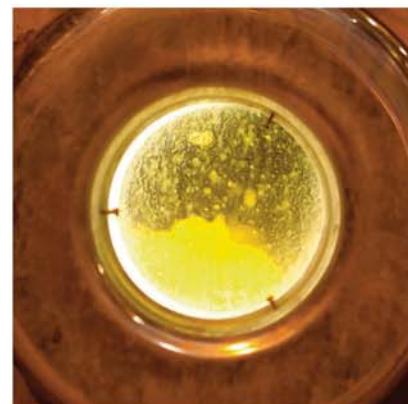
Nel 2021 ha ricevuto il riconoscimento di "fabbrica sostenibile". Roquette Italia è l'azienda di lavorazione del mais, i cui derivati sono impiegati nell'industria alimentare, farmaceutica, cosmetica di Cassano Spinola, che ha sempre fatto di innovazione e ricerca un fiore all'occhiello.

«Fabbrica Sostenibile è stata l'occasione prima di tutto per farci conoscere meglio, in provincia e non solo - spiega il direttore di stabilimento **Daniele Della Pria** (nella foto) - e in secondo luogo ci ha permesso di confrontarci con realtà aziendali ed enti pubblici ben strutturati e molto preparati, soluzioni e strategie nel campo della sostenibilità. Abbiamo avuto la conferma di quanto sia importante avere un buon piano per la sostenibilità e di essere ben posizionati rispetto all'Agenda 2030: tutte le aziende che vorranno essere competitive dovranno attrezzarsi. La strada da fare è ancora molta e il tempo stringe. Per quanto ci riguarda, continueremo a rimboccarci le maniche e a fare del nostro meglio per spingere questa transizione sostenibile».

La ricerca, in particolare nel settore alimentare a servizio di altre industrie, è fondamentale. «Senza ricerca non avremmo "scoperto" tutti gli utilizzi che facciamo dei nostri prodotti e soprattutto non avremmo saputo proporre ai nostri clienti e quindi al consumatore finale delle soluzioni innovative per la cura del proprio stile di vita, del regime alimentare e della salute dei pazienti».

## Fondamentale il rapporto con la scuola e l'Università

«Abbiamo sempre avuto un occhio di riguardo per le scuole, specialmente quelle dei comuni che si trovano in prossimità dello stabilimento. In passato abbiamo offerto corsi extra-curricolari, donato computer, tablet, strumenti didattici e perfino supportato la fruizione di webinar da parte di professionisti esterni - illustra il direttore. - Per quanto riguarda il mondo dell'università, invece, il discorso è diverso: in passato abbiamo sponsorizzato borse di studio, avviato collaborazioni per soluzioni innovative (ad esempio lo studio via satellite della crescita del mais). Siamo sempre alla ricerca di nuove opportunità per collaborare e devo dire che generalmente abbiamo trovato un grande supporto da parte degli istituti universitari e una grande professionalità». Non si può smettere, in ogni caso, di guardare al futuro. «Il progetto al centro dei nostri impegni sarà la sostenibilità: utilizzare al meglio le risorse naturali (aria, acqua, ridurre impatto CO2, ridurre consumi prodotti chimici ed inquinamento, lavorare materie prime sempre più sostenibili, usare energie alternative, prestare sempre maggior attenzione al territorio e ai nostri collaboratori,...) così da contribuire nel tempo a mantenere Roquette un'azienda sana, leader del settore e soprattutto pioniera dell'innovazione. È una sfida che coinvolge tutti e che siamo certi di poter vincere». ■



## LE NOSTRE INNOVAZIONI IN AZIONE

### **LYCAGEL™: UNA NUOVA TECNOLOGIA PER LE CAPSULESOFTGEL.**

Grazie ad una tecnologia innovativa, LYCAGEL™ permette ai nostri clienti in ambito nutraceutico e farmaceutico di offrire un'alternativa vegetariana dei propri prodotti.



### **NUOVA GASTRONOMIA: LA RIVOLUZIONE DEL CIBO È INIZIATA**

NUTRALYS® T70S è una proteina di pisello testurizzata ideale per deliziosi cibi come ad esempio la carne a base vegetale. Grazie a una consistenza fibrosa e alla sua compattezza, offre un'ottima esperienza di gusto..

### **BEAUTÉ BY ROQUETTE® DS 146: SISTEMA EMULSIONANTE A BASE NATURALE**

Questo sistema emulsionante a base naturale dona una sensazione di pelle asciutta e liscia. È possibile utilizzare Beauté di Roquette® DS 146 in tutti i tipi di emulsioni olio in acqua, dalla cura della pelle alle applicazioni per la cura dei capelli.



## IL NOSTRO IMPEGNO PER UNO SVILUPPO SOSTENIBILE

### INNOVATING SUSTAINABLY

- Comprendere le esigenze dei clienti e anticiparne le aspettative
- Sviluppare un percorso verso la sostenibilità, ispirandosi alle aspettative dei clienti
- Rafforzare la sostenibilità nei nostri processi innovativi



### SOURCING SUSTAINABLY

- Approvvigionarsi in modo sostenibile
- Migliorare di continuo la qualità delle nostre materie prime
- Rafforzare i rapporti con i nostri fornitori di materie prime



### BIOREFINING SUSTAINABLY

- Ottimizzare i nostri consumi energetici
- Preservare le risorse idriche
- Ridurre continuamente l'impatto ambientale



### ACTING SUSTAINABLY

- Mettere la salute, la sicurezza e il benessere al centro delle nostre preoccupazioni
- Responsabilizzare i collaboratori
- Sfruttare la nostra diversità
- Sviluppare le nostre attività in collaborazione con le comunità locali





# NOVI LIGURE CAMPARI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1860**

FATTURATO 2020  
**671 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**120**

## Nuova linea per il Crodino e gli investitori brindano

di **Luciano Asborno**



Nella sua dotazione industriale Novi Ligure che è città di forti tradizioni nel settore, ha una delle espressioni più appaganti nello stabilimento della società, Davide Campari Milano N.V., in attività dal 2004, il più grande del gruppo in Italia.

Dotato di tecnologie all'avanguardia perché concepito e costruito appena vent'anni fa, dà lavoro a circa 120 persone e garantisce un'elevata produttività nel suo settore di specializzazione produttiva che è prevalentemente quello degli aperitivi. Nel corso del 2021 allo stabilimento Campari di Novi Ligure è entrata a regime la linea per la produzione del Crodino, il famosissimo aperitivo biondo che conquista il mondo secondo un efficace slogan pubblicitario. Nello stabilimento di viale Nazioni Unite a Novi Ligure si produce anche l'Aperol soda, altro aperitivo di successo del gruppo che recentemente ha avuto l'onore di "Terrazza Aperol" a lui dedicata in un palazzo storico in campo Santo Stefano a Venezia, con ampio plateatico sulla piazza a due passi dal ponte dell'Accademia, in una zona di grande passaggio turistico rimasta autentica e popolata da veneziani.

Campari ha recentemente attivato allo stabilimento di Novi Ligure un progetto di efficienza energetica consistente nell'installazione di pannelli fotovoltaici grazie a un programma di acquisto di azioni proprie: prevede un meccanismo premiante, il cui ammontare derivante dalla sovraperformance nel costo di acquisto delle azioni è devoluto al progetto di efficientamento energetico e di decarbonizzazione.

Come tutto il gruppo, anche lo stabilimento novese ha superato bene la crisi causata dalla pandemia risultando tra le prime realtà

industriali a ripartire e riportare a regime la produzione. Questo oltre ad essere motivo di giustificato orgoglio per i dirigenti della Campari e per Novi Ligure, città che ospita il maggiore stabilimento italiano del gruppo, ha creato ottimismo attorno all'azienda e questa sensazione è sconfinata in aspettative di ulteriori sviluppi positivi per l'economia locale nel futuro.

Il Gruppo Campari, fondato nel 1860, è il sesto per importanza nell'industria degli spirit di marca. Ha un network distributivo su scala globale che raggiunge oltre 190 paesi nel mondo, con posizioni di primo piano in Europa e nelle Americhe. Conta 22 impianti produttivi in tutto il mondo, una rete distributiva propria in 22 paesi, impiega circa 4.000 persone e ha la sede principale in Italia, a Sesto San Giovanni.

Nel 2020 Campari Group ha raggiunto vendite nette pari a 1.772,0 milioni di euro, performance addirittura migliorata nel primo semestre del 2021 con vendite nette pari a 1.000,8 milioni di euro, equivalenti al +37,1% rispetto al primo semestre 2020 (+30,2% variazione totale) e +22,3% rispetto al primo semestre dell'anno 2019.

La consolidata strategia dell'azienda, che produce aperitivi e spirit, punta a coniugare la crescita organica, attraverso una forte costruzione del marchio e lo sviluppo esterno attraverso acquisizioni mirate di marchi e business. Nello scorso luglio la capogruppo Davide Campari-Milano NV guidata dallo chief executive officer, Bob Kunze-Concewitz, ha celebrato il 20° anniversario come società quotata in Borsa. Quattro lustri caratterizzati da soddisfazioni per gli investitori per effetto di un rendimento totale per gli azionisti annualizzato del 16%. ■

# NOVI LIGURE GRUPPO ACOS

ANNO DI FONDAZIONE  
**1999**

FATTURATO 2019  
**82 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**349**

## Servizi in crescita, sempre vicino al cittadino

di **Irene Navaro**

Dal servizio di distribuzione di gas e acqua alla raccolta dei rifiuti, Acos è dagli anni Settanta un punto di riferimento per i cittadini novesi e non solo. La presenza capillare sul territorio e la sua "riconoscibilità" presso l'utente finale ha portato negli anni alla crescita ed al consolidamento di un gruppo che, nel 2020 ha raggiunto un valore di produzione pari a 76.812.121€ e un margine operativo di 13.944.301€. Nel 1996 i due valori erano rispettivamente a 15.369.121€ e 2.498.610€. Forse ancora più significativo, a testimonianza della solidità del Gruppo, il patrimonio netto consolidato negli anni che, al 2020, ammonta a 50.625.146€ contro un indebitamento pari a 13.480.911€.

Acos Spa è una partecipata a maggioranza pubblica ma che si è mossa negli anni con un piglio imprenditoriale, senza mai dimenticare la mission di servizio. Insieme al gruppo dirigente, lavorano in Acos oltre 400 persone, tra dipendenti diretti ed indiretti.

Fanno parte del gruppo Acos le società Acosi, impegnata nel servizio di gestione calore relativa alla riconversione, conduzione e manutenzione di impianti termici di edifici pubblici e privati; Reti Srl 2016, operante nel settore di distribuzione e vendita di gas ed energia elettrica;

Acos Energia Spa, società commerciale per la vendita di gas ed energia elettrica; Acos Ambiente, incaricata della gestione del servizio di raccolta e trasporto dei rifiuti solidi e urbani nei comuni del Novese e del Tortonese; Gestione Acqua Spa, titolare del servizio idrico integrato per il sub ambito Novese e Tortonese, Anemos, per la gestione di impianti sportivi. Fondazione Acos per la Cultura è l'ultima nata di "casa Acos", la cui finalità è quella di «contribuire ad elevare la qualità e l'efficacia del sistema educativo proponendo alle istituzioni scolastiche percorsi educativi di alternanza scuola lavoro, erogando borse di studio e promuovendo la cultura delle energie rinnovabili».

La storia di Acos ha inizio nel 1972, anno in cui il Comune di Novi decise di costituire Amgas, municipalizzata del gas. Nel 1990 Amgas diventa Amga ed entra anche nel servizio di distribuzione dell'acqua. Sei anni dopo, con l'ingresso del comune di Arquata, da municipalizzata Amga diventa consortile. Nel 999 la trasformazione un Spa.

Oggi l'attività del gruppo Acos si estende in oltre cento comuni della provincia di Alessandria ed offre servizi a più di 100 utenti: numeri che fanno del gruppo uno dei player più importanti del settore in ambito provinciale. ■



# Connettiti con le notizie delle quali puoi fidarti

## IL PICCOLO CAMPAGNA ABBONAMENTI 2022 #nofakenews

PACCHETTI DISPONIBILI	85€	100€	115€
IL PICCOLO digitale martedì + venerdì	✓		✓
IL PICCOLO cartaceo martedì + venerdì		✓	✓

Scopri le altre opzioni su  
[www.ilpiccolo.net](http://www.ilpiccolo.net)

PACCHETTI DISPONIBILI	45€	130€	140€
IL NOVESE o L'OVADESE cartaceo • giovedì	✓	✓	✓
IL PICCOLO digitale martedì + venerdì			✓
IL PICCOLO cartaceo martedì + venerdì		✓	✓

EDICOLA  
DIGITALE



ti abboni e paghi  
in **3 CLICK**  
con smartphone  
e PayPal

**PER ALTRE INFORMAZIONI:** Il Piccolo 0131.315200 • e-mail: abbonamenti@ilpiccolo.net Il Novese 0143.314700 • L'Ovadese 0143.81054

### ULTERIORI MODALITÀ DI ABBONAMENTO:

WhatsApp al numero **338.8091790** (specificare nel messaggio nome, cognome e "abbonamento 2022")

Bonifico IBAN: **IT50P0503410403000000022000** intestato a So.G.Ed.

Conto corrente postale n. **11720158** intestato a So.G.Ed. via Parnisetti 10, 15121 Alessandria.





# OVADA

## Basterà l'effetto rimbalzo per dimenticare gli anni bui?

di **Edoardo Schettino**

Un territorio orgogliosamente aggrappato alle sue certezze.

Tradizione e innovazione sono il frutto di quello spirito artigianale che ha sempre contraddistinto l'Ovadese e che affonda le sue radici nella sapienza del settore della meccanica: ambito che ha determinato i picchi degli anni passati. I segnali di una ripresa sono ben visibili in questi ultimi mesi del 2021, con i principali attori del settore manifatturiero che stanno beneficiando del cosiddetto rimbalzo dopo l'emergenza pandemica.

Ne sanno qualcosa le aziende abituate a inviare i loro prodotti in tutto il mondo le quali hanno saputo resistere alla grande crisi del decennio più duro e si stanno rilanciando grazie alla domanda di innovazione.

Esempi come Vezzani, Elettromeccanica Bovone, Pola&Massa rappresentano le valvole di sicurezza nel settore della manifattura in termini di forza lavoro e per le ricadute su aziende di dimensioni più ridotte che gravitano intorno a loro.

C'è poi un settore che negli ultimi anni ha evidenziato una tendenza inversa con i suoi segnali di crescita. È quello dell'accoglienza e del turismo che sta puntando in maniera più decisa sulla biodiversità del territorio e guarda ai prossimi anni per diventare un fattore stabile nell'economia dell'area. I numeri di arrivi e presenze sul territorio evidenziano una curva in ascesa solo in parte rallentata dagli ultimi due anni di limitazioni. Protagonisti principali del fenomeno sono i piccoli borghi che possono offrire scenari incantevoli, una vita più a misura d'uomo e prodotti dal grande radicamento e dalla certa derivazione.

Ma se tutto questo c'è sempre stato, il fattore di discontinuità rispetto al passato è rappresentato dalla voglia del territorio stesso di raccontarsi e farsi scoprire. Una volontà nuova che può essere il punto di partenza per recuperare almeno in parte quell'occupazione evaporata con il venir meno di importanti insediamenti produttivi tra il 2014 e il 2019. Quel calo del 6,5% rimane un macigno anche in un'area da sempre abituata a guardare a Genova e all'Alessandrino per le sue esigenze di lavoro. ■





# OVADA DOLCI DEL MORO

ANNO DI FONDAZIONE  
**1996**

FATTURATO 2020  
**N.D.**

DIPENDENTI  
**15**

## Il laboratorio artigianale è diventato grande

di **Edoardo Schettino**



«Stiamo vivendo la sfida imprenditoriale della vita»

Una scommessa ambiziosa. Un marchio consolidato che si ingrandisce e si trasforma per continuare a stare al passo con i tempi. E dire che tutto era partito nella più classica bottega artigiana di una frazione di Castelletto d'Orba. Prelibatezze create sulla base delle ricette create da papà Francesco ai Crebini Cazzuli che oggi vengono riproposte a Novi Ligure dai figli **Paolo e Fabrizio**. Sono tutto questo i "Dolci del Moro". Accanto all'azienda una moderna pasticceria, luogo di incontro per una pausa sfiziosa o un meeting di lavoro alternativo. Alla guida di Dolceria Sabauda, marchio che riassume una mission aziendale, tutta l'energia e l'esperienza maturata in giro da Sara Maranzana, giovane pasticciera partita del territorio per formarsi a Londra e in Asia.

### Spinta all'ottimismo

«Novi per noi rappresentava punto d'arrivo e motivo d'orgoglio». Paolo parla anche a nome del fratello Fabrizio. «Questa per noi - prosegue - è la sfida imprenditoriale di una vita». Era il 1966 quando il padre Francesco iniziò a sfornare baci di dama e amaretti. Questi ultimi sono preparati se-

guendo con rigore la classica ricetta di Gavi. I baci di dama sono rigorosamente con le nocciole, un concentrato di aroma e gusto. «Le nostre ricette hanno una base solidamente piemontese. Negli ultimi cinque anni l'attività produttiva si è ingrandita e ha superato la decina di dipendenti creandosi dal nulla una realtà commerciale oltre al canale della grande distribuzione». Paradossale che questa sfida così ambiziosa sia nata a cavallo della pandemia che ha rallentato il ritmo dell'economia. «L'investimento è stato ricalibrato diverse volte ma per essere sinceri la situazione ci ha proposto anche delle opportunità che siamo stati bravi a cogliere. I costi degli spazi industriali e commerciali, ad esempio, sono diventati molto più abbordabili. Novi in questo senso è stata città generosa offrendoci una serie di professionisti molto capaci che hanno rappresentato un riferimento importante».

### Dolcezza quotidiana

Accanto all'emporio aziendale troverà spazio anche una pasticceria fresca. Colazioni, prelibatezze dolci e salate, monoporzioni. «L'idea - spiega Sara Maranzana, al timone di Dolceria Sabauda con Ivan Chiappara - nasce dallo stimolo di applicare quello che avevo imparato in un contesto leggermente diverso da quello della ristorazione stellata. Per questo abbiamo studiato grazie alla consulenza di esperti del settore, abbiamo sperimentato le nostre ricette per renderle al tempo stesso accattivanti e leggere come devono essere oggi». La giovane età è un asso nella manica per proporre ogni giorno qualcosa di diverso. ■



ANNO DI FONDAZIONE  
**1974**

FATTURATO 2020  
**2,6 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**10**

## Un ambito elegante per bottiglie e confezioni

di **Edoardo Schettino**

Un capolavoro di estetica e innovazione. Due ciclisti in rilievo che vogliono dare l'idea della fuga in avanti. L'immagine è stata creata da Giancarlo Soldi, artista figurativo ovadese che affascina con la sua creatività. A utilizzarla è l'Enoteca di Ovada per "Filare", la sua linea di vini del territorio di alto profilo. A realizzare concretamente l'etichetta sono stati gli addetti di Etiadesiv, l'azienda che può essere definita leader nel settore per la sua capacità di fondere nel lavoro tecnologia e bellezza. È il frutto della scelta, maturata una ventina di anni fa, di rivolgere l'attività dell'impresa al settore delle etichette ad alto valore aggiunto.

### Trasferimento e modernità

Approda in Regione Cinoia a Ovada nel 2007 Etiadesiv. La scelta di Michele Sabia, fondatore dell'impresa con la moglie Lina, è quella di lasciare Genova per fare il salto di qualità dalla realtà artigiana a quella industriale vera e propria. Nel capoluogo ligure dal 1974 la sede produttiva era cambiata tre volte per assecondare le esigenze di crescita e miglioramento delle condizioni di lavoro. La rivoluzione è prima di tutto informatica grazie alla creazione di un software [EtiadesivProductivityRevolution] che permette di seguire la produzione in ogni suo stadio. All'epoca l'azienda poteva già contare sulla terza Gallus, una rotativa tipografica a 5 colori Offset, Lamina a Caldo, Flexo, Embossing e Fustella. Nascono così soluzioni nuove: bottiglie di vino e d'olio con lavorazione di materiali repellenti e antimacchia, l'ideale accompagnamento per il packaging nel settore della cosmetica. Non solo materiali ad alte prestazioni ma uno studio grafico e la consulenza legale rivolta ai settori specifici della clientela.

### Nuova era

Nel frattempo Vincenzo e Giuseppe, gemelli e figli di Michele, assumono ruoli importanti all'interno dell'azienda. L'ultima arrivata negli stabilimenti di Etiadesiv, la macchina da stampa Weigang WL 340. La presentazione è andata in scena lo scorso 12 maggio nel corso di un open day organizzato in collaborazione con l'azienda produttrice Rem. Durante la giornata è stata mostrata la produzione di etichette da vino stampate a 6 colori offset e nobilitate con lamina a caldo, serigrafia a rilievo e vernice flexo opaca su carta Rustique e Wine Matt di Avery Dennison e Starlight e Modi White di Ritrama. La nuova sfida è quella di coniugare l'eccellenza della produzione e la sostenibilità dei costi, oltre all'attenzione per l'ambiente sempre più fatto diretto di competitività. Sono molte le aziende vitivinicole dell'Ovadese che hanno deciso di avviare rapporti di collaborazione per la creazione del biglietto da visita e da accompagnamento dei loro prodotti. ■



A professional portrait of a man with short dark hair, wearing glasses, a dark blue suit jacket, a light blue shirt, and a purple and blue striped tie. He has his arms crossed and is looking directly at the camera against a black background.

# **DOTT. GIANPAOLO PIANA**

## **Consulente Finanziario e Previdenziale**

Piazzetta Stura, 5 · **OVADA**  
Via Marengo, 16 · **ALESSANDRIA**

Tel. **0143 417862**  
Cell. **333 6712602**

[gianpaolo.piana@dbfinancialadvisors.it](mailto:gianpaolo.piana@dbfinancialadvisors.it)  
[www.gianpaolopiana.it](http://www.gianpaolopiana.it)



## «Curo ogni investimento come se fosse il mio»

Ha alle spalle la solidità assicurata dall'alleanza tra Deutsche Bank e Zurich Italia con le strategie che dopo il recente accordo verranno sviluppate nel prossimo futuro. Può contare sull'esperienza maturata in vent'anni di attività Gian Paolo Piana, un consolidato presente tra i portafogli di Finanza&Futuro, la rete creata con professionisti che gestiscono portafogli a partire da 40 milioni di euro e con una capacità di raccolta netta annuale almeno pari a 5 milioni di euro. «Un mestiere – racconta dal suo ufficio di via lungo Stura Oddini a Ovada – che sempre più sta evolvendo verso il modello anglosassone, sulla consulenza finanziaria: l'imprenditore ma più in generale chi vuole investire il suo denaro chiede di metterlo nelle mani di chi è in grado di mettere in pratica una gestione complessiva».

### Visione ampia

L'ultimo anno è servito per portare avanti il processo di specializzazione rivolto al mondo dell'impresa. «L'obiettivo è quello di accompagnarlo nella sua attività lavorativa, fornire ai nostri clienti una sicurezza in più sulla quale poter contare». Piana però ha una competenza particolare nel settore della previdenza. «I clienti con ampia disponibilità sono solo una minima parte dei miei interlocutori – prosegue – Nella stragrande maggioranza parliamo di risparmiatori piccoli e medi. Nel loro caso avere una previdenza complementare è essenziale per potersi assicurare lo stesso tenore di vita anche al termine dell'esperienza lavorativa». Il colloquio faccia a faccia è il fulcro dell'attività: 35 appuntamenti ogni settimana tra Ovada, Alessandria, Genova

e il suo entroterra. Un obiettivo da raggiungere anche per mezzo degli investimenti su sedi e uffici per la creazione di una boutique finanziaria in grado di un servizio su misura per un segmento specifico del mercato.

### Passaggio generazionale

Un aspetto che sta diventando sempre più importante. Piccoli e grandi risparmiatori hanno costruito i loro patrimoni che ora necessitano di una gestione nel passaggio alle generazioni successive. «Un tema delicato sul quale può giocarsi una buona fetta della clientela. Chi è più giovane può non avere la stessa visione di chi l'ha preceduto. L'evoluzione degli strumenti finanziari, se tratta con competenza, può venire incontro ad esigenze che si sono modificate nel corso del tempo con la flessibilità necessaria». Piana vede con chiarezza anche l'evoluzione futuro del suo studio: una disponibilità sempre più ampia di professionisti che sviluppino le loro competenze specifiche per un approccio sempre più generale e comprensivo. «Ho scelto questo lavoro molto impegnativo – conclude Piana – e mi piace proprio per questo motivo. Curo ogni investimento come se fosse il mio».

Sullo sfondo una presenza molto radicata nel contesto sociale della città, un impegno che dura oramai da anni nello sport cittadino con la presidenza dell'U.S. Ovadese, la squadra di calcio cittadina, e il forte coinvolgimento nella Boys Calcio, il sodalizio che si occupa dell'attività giovanile ed è un punto di riferimento importante nella crescita, non solo sportiva, di una larga fetta delle fasce più giovani della popolazione.



# OVADA EVERTON

ANNO DI FONDAZIONE  
**1991**

FATTURATO 2020  
**26,3 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**200 NEL MONDO**

## Da Genova un gigante mondiale del té

di **Edoardo Schettino**



La sfida rimane quella di essere sempre più competitivi sul mercato estero. Ma il radicamento sul territorio è oramai un dato di fatto. Ha due piedi ben piantati nella realtà di Tagliolo la Everton connubio tra l'innovazione necessaria per una rete che si sviluppa tra Stati Uniti, India e Croazia che sviluppa un fatturato da oltre 22 milioni di euro ogni anno, e la tradizione che deriva dalla storia iniziata oltre 70 anni fa a Genova da un'intuizione della famiglia Doderò - Donelli. Lo storico marchio "Maraviglia" fu creato per commercializzare té. Dalla parabola interrotta una nuova avventura imprenditoriale.

### Produzione in crescita

Oltre il miliardo le bustine di tè/infusi prodotte, pari a 150 milioni di litri, pari a 60 piscine olimpioniche, per un totale di 500 tonnellate tra tè ed erbe. Più di 200 i dipendenti dell'azienda nel mondo. A testimonianza di un'idea che non ha esaurito la sua spinta produttiva la ricerca di nuovi soci nel campo dei fondi di investimento. Per rendere tutto più concreto importanti migliorie al sito produttivo della Caraffa per un ciclo sempre più al passo con i tempi che assicura la qualità che ha connotato negli anni il gruppo.

### Respiro internazionale

È stata fondata nel 2011 a Sri City, vicino a Chennai, la Everton Tea India Pvt. Ltd per coltivare, raccogliere e confezionare le foglie della pianta che finisce poi nelle bustine con il marchio dell'azienda e il cui consumo rappresenta un'abitudine consolidata non solo per molti italiani. Nei quasi 9 mila metri quadrati, lavorano oltre 200 addetti, provenienti da alcuni dei villaggi limitrofi alla zona industriale di Sri City. Un'attenta formazione professionale che si aggiunge alla tutela. A Sri City si dedicano alla produzione e al confezionamento di tè, ed Herbarium, dove si concentra la produzione e confezionamento di erbe, tisane e infusi con circa 500 metri quadri tra uffici e infrastrutture, 1.000 metri quadri di produzione e 2.000 metri quadri di magazzino. Attualmente i prodotti del brand Everton rappresentano il 35% del fatturato mentre il restante 65% è riconducibile a quelli con il marchio del distributore. L'azienda è stata tra i primi importatori del tea Fairtrade in Italia e i prodotti hanno ottenuto parecchie certificazioni per la sicurezza alimentare, la tracciabilità dei componenti, la qualità; siamo stati valutati anche per le condizioni di lavoro sicure dei nostri produttori. ■

OVADA

# FRATELLI MARCHELLI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1920**

FATTURATO 2020  
**N.D.**

DIPENDENTI  
**5**

## Un secolo di storia per le nostre case

di **Edoardo Schettino**

Sono piccole piastrelle esagonali che hanno contribuito a rendere più eleganti le case degli ovadesi più benestanti. Le cementine è possibile trovarle in molte abitazioni del centro storico così come nei palazzi sorti nel periodo d'oro dell'edilizia ovadese, un periodo nel secondo dopo guerra di grandi trasformazioni per tutta la città in forte espansione. Non bellissimi fuori, un gusto raffinato ed elegante all'interno. A crearle l'impresa "Frattelli Marchelli", una storia emblematica di quell'economia di territorio fatta di lavoro e tradizione di famiglia che ha contribuito a elevare il tenore economico della città. Lo scorso anno l'impresa, oggi condotta da **Riccardo "Ico" Marchelli**, ha compiuto il suo primo secolo di vita. E lo ha fatto ricordando quegli elementi che le hanno permesso di diventare grande e poi resistere nel momento in cui il vento è cambiato all'inizio degli anni '90.

### Tempi che cambiano

«La nostra - racconta Marchelli - è una storia di adattamento al cambiamento dei tempi. In un senso e nell'altro». Aveva un aspetto decisamente diverso da quello attuale il corso Martiri della Libertà in cui Paolo Marchelli nel 1920 diede vita al primo magazzino.

Al tempo la via si chiamava corso Regina Margherita, un omaggio alla monarchia. «Ogni generazione ha dovuto reinventarsi, adattare l'attività dell'azienda ai tempi che cambiavano. Questo è il vero segreto». "Ico" nell'ufficio dell'attuale sede aziendale di via Galliera ha le foto di tutti. Paolo, papà "Giuse" e zio "Feli" che hanno ricostruito tutto dopo la guerra, il fratello Corrado, scomparso qualche anno fa. Paolo vendeva le cementine, certo, ma aggiunse poi sabbia, i mattoni, il cemento. All'epoca, i clienti arrivavano a Ovada a caricare i materiali sui carri trainati dai buoi. Dopo l'improvvisa morte di Paolo, Giuseppe e Felice si rimboccarono le maniche: avevano 17 e 15 anni. Il boom economico diede una mano. Non sempre in quel periodo i palazzi costruiti hanno migliorato le cose. Riccardo Marchelli ha dovuto condurre l'azienda nel periodo più difficile, quello in cui la crescita edilizia si è fermata, trovando comunque una strada per andare avanti. «Oggi non si costruisce quasi più - spiega - solo ristrutturazioni. Si sono fatti strada materiali più moderni. La grande voglia di "fai da te" ci dà una mano». Le cementine però sono ancora un tassello importante, come elemento di design. Filo conduttore tra l'Ovada che è stata e quella che sarà. Un omaggio indiretto al cuore e alla professionalità. ■





# OVADA PIERRE TRATTORI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1883**

FATTURATO 2020  
**N.D.**

DIPENDENTI  
**3**

## Macchine perfette per l'agricoltura

di **Edoardo Schettino**



Macchine potenti e agili, in grado di muoversi tra i filari di vigne collocate su terreni disagiati con una grazia e una precisione che non sarebbero associabili a quelle dimensioni. Un prodigio di progettazione e tecnologia i trattori che escono dal piccolo laboratorio che la Pierre ha collocato alla periferia di Silvano d'Orba. Un omaggio alla tradizione di un'azienda nata nel 1883 per produrre pompe per il verderame in un territorio che faceva della viticoltura un settore trainante per l'economia. Alla viticoltura è rimasto **Giovanni Polentes**, il motore dell'azienda che con le sue idee e la capacità di realizzarle ha dato vita a uno dei più importanti esempi di imprenditoria del territorio, sintesi perfetta di spirito artigianale, ricerca e innovazione da azienda più strutturata.

### Nuovi traguardi



L'ultimo nato dalle officine della Pierre Trattori è proprio il nuovo modello P135.80 Xtra-Compact. Un'innovativa architettura del radiatore del motore che permette di ridurre l'ingombro longitudinale della macchina con ovvi vantaggi in termini di manovrabilità. La trasmissione idrostatica, con due marce meccaniche e due gomme idrauliche innestabili durante l'avanzamento, offre una variazione infinita delle velocità da 0 a 40 chilometri orari in entrambi i sensi di marcia. Per la gestione della trasmissione è presente un joystick dedicato che integra una serie di funzioni.

«Il vantaggio di essere un'azienda piccola – ribadisce spesso Polentes – è quello di poter seguire tutto il ciclo della produzione. Noi facciamo tutto: la progettazione, la costruzione, ci occupiamo della vendita. Sei sempre a conoscenza anche delle piccole esigenze delle aziende con le quali ti rapporti».

### Ricerca continua



L'azienda è ben nota anche per la collaborazione nell'ambito di progetti a sfondo umanitario. La modificazione delle macchine create per esigenze agricole ha portato alla creazione di realtà come Locostra e Apt, piccoli sminatori per la bonifica dei territori di guerra. Non si contano le ore trascorse nei laboratori a progettare i pezzi e a modellarli sulle esigenze dei clienti che arrivano a Silvano nella speranza di soddisfare le loro necessità. E ogni anno le macchine di Pierre partono verso la Germania, gli Stati Uniti e il Canada. Uno scenario che avrebbe reso orgoglioso Giovanni Battista Repetto, bisnonno di Giovanni, l'uomo che diede vita a questa storia. ■



ANNO DI FONDAZIONE  
**1965**

FATTURATO 2020  
**26,6 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**N.D.**

## La vita infinita della plastica riciclata

di **Edoardo Schettino**

Due aziende strettamente interconnesse tra di loro. Un esempio emblematico di come dalla crisi possa nascere un'opportunità. Plastipoliver e Plastipol da pochi mesi sono entrate nel circuito più grande di ReLife Group, il colosso genovese (con interessi ramificati in tutto il nord Italia) per il trattamento e il riciclo dei rifiuti che non a caso qualche anno fa ha scelto di collocare uno dei suoi stabilimenti alla Caraffa, nel territorio di Silvano d'Orba. A distanza limitata, sempre alla Caraffa ma a Tagliolo, operano le due aziende ovadesi nate tra il 1965 e il 1976. Plastipoliver e Plastipol sono specializzate nel recupero e nel trattamento di materiali plastici con un fatturato di 30 milioni di euro e 150 addetti. Il gruppo opera con due impianti integrati: la produzione di granulo post-consumo di Plastipol (tre linee con capacità di 13.000 tonnellate) viene trasformata in nuovi prodotti finiti da Plastipoliver, con un contenuto medio di plastica riciclata superiore all'80%: in catalogo sono presenti 800 diversi prodotti che spaziano dai sacchetti alimentari per conservare i cibi refrigerati alle applicazioni non alimentari, quali custodie per indumenti e sacchi per la raccolta dei rifiuti.



## Passione e dedizione

Plastipoliver nasce nel 1965 per la produzione di sacchetti di plastica. La svolta arrivò undici anni dopo nel 1976. La crisi petrolifera rese difficile gli approvvigionamenti di materie prime. Da questa situazione la decisione di dare vita a Plastipol, basata su un impianto per il recupero degli scarti plastici che non venivano altrimenti utilizzati. «Siamo stati un po' i pionieri - spiega **Simona Malaspina**, attuale amministratore delegato dell'azienda e figlia del fondatore Giorgio - in questo settore. Abbiamo un sistema verticalizzato che ci consente di produrre, di riciclare e recuperare 14 mila tonnellate di rifiuti provenienti dalla raccolta differenziata. Questi granuli vengono poi trasferiti a Plastipoliver dove diventano sacchetti». L'azienda è presente sulla grande distribuzione in Italia e rappresenta una realtà consolidata, grazie alle certificazioni ottenute, anche in Francia. «Questa - prosegue Malaspina - è una realtà che si sceglie, non può essere imposta. Ci vuole passione. Io ancora oggi mi stupisco di come con un procedimento meccanico in pochi minuti dalla plastica si possa ottenere un prodotto secondo che è riciclato e può esserlo anche altre volte».

Un asset strategico anche per Relife Group che con l'acquisizione portata a termine nello scorso giugno ha superato i 250 milioni di euro e i 650 addetti garantendo nel contempo la sostenibilità del processo produttivo e la circolarità del prodotto finito. ■





# OVADA TRE ROSSI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1952**

FATTURATO 2020  
**2 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**N.D.**

## Salute e gusto, il perfetto binomio

di **Edoardo Schettino**



Nel tardo pomeriggio l'aroma di biscotto caldo proveniente dalla sede del sito produttivo si diffonde per la città e rappresenta un anello di congiunzione tra l'Ovada di un tempo e quella odierna. È una storia con una grande identità territoriale quella di Tre Rossi, lo stabilimento di dolci e prodotti da forno che oggi sviluppa le sue attività in via Dania. Un prodotto simbolo come il biscotto "Salute" è diventato il primo atto di una lunga storia che ancora oggi rappresenta un fattore importante nell'economia cittadina e degli interscambi tra il basso Piemonte e la Liguria.

### Sapienza artigiana

Una piccola realtà a gestione familiare. Nasce così negli anni '50 il biscottificio Tre Rossi. L'attuale Tre Rossi è il frutto della fusione di due aziende un tempo concorrenti: il soggetto originario nato nel 1950 e il Biscottificio Ovadese. Il legame è Angiolino Puppo, fondatore del primo soggetto con Gino Rossi e poi motore del secondo con una partecipazione di Dino Crocco. L'anno chiave è il 1983. «*Fra le due realtà c'è sempre stata concorrenza - ricorda Cino Puppo, figlio di Angiolino, per molti anni alla guida dell'azienda - ma anche amicizia. La vecchia realtà legata a Tre Rossi non stava andando bene, il ricongiungimento fu un'occasione per proseguire una storia già importante e al tempo stesso assicurare un certo benessere alla città*». Da quel momento l'ampliamento è un conseguenza. Nascono tante specialità, ricette esclusive: i baci di dama con le nocciole, il pandolce omaggio alla vicina Genova che

riassume le influenze che la Liguria ha sempre esercitato sulla città, gli amaretti di Gavi, il Panuva che richiama alla radice contadina.

### Farina del sacco...

Dietro l'innovazione c'è la creatività dei pasticceri dell'azienda, un lievito madre curato con passione e tramandato di generazione in generazione. Ad essa si aggiunge la costante voglia di offrire qualcosa che sia il connubio del passato e della necessità di stare al passo con i tempi. «*Il biscotto "Salute" nasce con farine di grande livello e lievito naturale. La sua leggerezza è la caratteristica che l'ha sempre contraddistinto*». Quell'unica versione degli anni '50 si è oggi evoluta in un prodotto che viene sottoposto a due cotture, la prima in forno e la seconda a temperatura più bassa per la definitiva tostatura. Nel complesso la preparazione richiede tre giorni. Alla versione classica si aggiungono i "SaluteExtra" con olio di oliva e zucchero di canna grezzo e il "Salute Più" senza zuccheri aggiunti. C'è poi la versione con farina integrale alla quale si affiancano anche i biscotti "Lagaccio".

Ad essi si aggiungono anche i dolci stagionali: il panettone classico, il mandorlato, le versioni con cioccolato e con pere e cioccolato.

Lo spazio aziendale a fianco del sito produttivo è aperto ogni giorno. Ma da un po' di tempo è possibile rifornirsi anche sul negozio on line direttamente dal sito con consegna a domicilio. ■



# OVADA VEZZANI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1962**

FATTURATO 2020  
**18 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**60**

## La forza gentile che piega l'acciaio

di **Edoardo Schettino**

Un'area di movimento della materia prima molto più vicina a quella effettivamente individuata per il taglio. Il caricamento effettuato per mezzo della forza di gravità. In estrema sintesi sono queste le caratteristiche della tecnologia introdotta alla fine degli anni '70 da Vezvani, l'azienda che ora rappresenta un marchio conosciutissimo nel mondo degli impianti per il riciclo degli impianti metallici, in prevalenza ferrosi. L'introduzione che ha cambiato il destino dell'azienda e rivoluzionato il settore è la pressa cesoia che ancora oggi, pur con le dovute innovazioni legate alla ricerca, esce dalle officine dello stabilimento collocato nel borgo di Ovada. La macchina è in grado di compattare e tagliare elementi ferrosi molto lunghi (l'esempio più classico è quello dei binari del treno) con una grande versatilità. Dalle officine Vezvani escono anche le presse impacchettatrici che riducono il materiale alla forma di cubi di ridotte dimensioni.

### Produzione e controllo

La grande innovazione sta nelle macchine mobili, strumenti che hanno di molto alleggerito il panorama delle attività all'interno dei cantieri. «La nostra tecnologia - afferma **Gabriele Merlo**, amministratore delegato di Vezvani - ha ridotto di gran lunga i costi di gestione, quasi due terzi meno di ciò che accadeva in precedenza. In più la nostra era una macchina prevalentemente automatica con una serie di vantaggi anche per la produttività. Questi vantaggi permangono tuttora. Nel frattempo è aumentata la scala dei nostri impianti».

Ad oggi, le macchine Vezvani installate in diversi paesi del mondo, possono trattare svariate tonnellate di materiali ogni ora. L'azienda si rivolge prevalentemente a acciaierie e a clienti industriali in prevalenza. Oggi Vezvani ha impianti in più di 50 paesi, che segue tramite collegamenti in tele-service che direttamente le aziende. Oltre alla ciclicità determinata dal settore, c'è comunque una moderata crescita legata a ricerca e sviluppo.

### Economia circolare

Ci sono alcuni prodotti specifici nei quali l'azienda ovadese è particolarmente coinvolta. Fra questi il primo impianto al mondo per il riciclo di metalli contaminati da amianto. «Una novità assoluta nata da un nostro cliente olandese - aggiunge Merlo - L'impianto permette in totale sicurezza di gestire alti quantitativi di amianto. Questa tecnologia permette di renderla inerte estraendo il metallo che può essere riutilizzato. Il progetto è appena partito, l'azienda ha attrezzato l'impianto per la gestione della prima fase, la riduzione in pezzature più ridotte degli inerti».

Tra gli altri progetti in fase di sviluppo, fra questi lo smaltimento in sicurezza di un impianto per l'arricchimento dell'uranio, una soluzione ancora in fase di progettazione con una svolta prevista nel giro di un anno. Di recente Vezvani ha installato in Australia l'impianto attualmente più grande al mondo. All'interno di Vezvani lavorano una sessantina di dipendenti. Con l'indotto il numero cresce a un centinaio. ■





ORMIG S.p.A.  
 PIAZZALE ORMIG  
 15076 OVADA (AL) ITALY  
 TEL. (+39) 0143.80051 r.a.  
 E-mail: [mktg@ormigspa.com](mailto:mktg@ormigspa.com)  
[www.ormig.com](http://www.ormig.com)



ANNO DI FONDAZIONE  
**1949**

FATTURATO 2020  
**10 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**34**



## Gru e sollevatori per costruire il Paese

di **Edoardo Schettino**

La storia del sollevamento italiano. A ribadirlo anche il recente Gis di Piacenza la fiera internazionale che rappresenta una ribalta di rilievo per tanti operatori del settore al quale Ormig ha offerto il suo contributo pur a pochi giorni dai danni causati al sito produttivo dall'esonazione dell'Orba, il torrente che scorre nelle vicinanze. Le gru di Ormig, hanno contribuito a costruire il nostro Paese. Una vera eccellenza che produce in proprio ogni componente dei propri macchinari. Un'evoluzione che nell'ultimo periodo si è rivolta soprattutto a sistemi appositamente studiati per operare negli ambienti interni. Una scelta che si è rivelata una risorsa in particolar modo in un periodo così fortemente condizionato dalle incertezze introdotte nello scenario economico dalla pandemia.

### Dimensioni e innovazione

L'attuale stabilimento è quello individuato negli anni '70 da Guido Testore, 100 mila metri quadrati, poco meno della metà coperti per sviluppare al meglio tutte le attività. All'interno dello stabilimento ovadese sono presenti l'ufficio per la progettazione, i settori di carpenteria, macchine utensili, montaggio, verniciatura finale e assistenza tecnica. La gamma di gru elettriche comprende mezzi con portate da 5,5 a 60 tonnellate. Un connubio importante tra ridotte dimensioni e notevoli portate che ha fatto dell'azienda un punto di riferimento nell'intero settore. Hanno portate tra le 5,5 e le 75 tonnellate le gru "Pick and carry" per la movimentazione dei carichi su piazzali ed in qualunque ambito sia richiesta, oltre al sollevamento, una portata in semovenza. «Questi mezzi - assicura **Gianpaolo Aschero**, amministratore delegato di Ormig - si distinguono per le notevoli capacità e la elevata maneggevolezza, e operano nella massima sicurezza».

### Il legame con il territorio

Ormig nasce in un momento cruciale ed accompagna la ricostruzione di un'Italia uscita distrutta dalla seconda guerra mondiale. Le foto dell'epoca testimoniano di lavori incredibili perché effettuati con le dotazioni dell'epoca. Ormig produce anche gru montate su autocarro per poter viaggiare su strade e autostrade senza permessi, omologate a libera circolazione, con il peso di 32 tonnellate. Il modello 804AC ha una portata di 80 tonnellate e braccio telescopico a 6 sezioni, per un'altezza massima di 48 metri da terra. Il modello 104AC ha una portata di 100 tonnellate e braccio telescopico a 8 sezioni, per un'altezza massima di 58 metri da terra. L'azienda da sempre è legata a doppio filo al contesto sociale nel quale opera. Un esempio è il rapporto consolidato con il centro di formazione della Casa di Carità di via Gramsci, l'altro è il supporto al mondo dello sport giovanile e amatoriale con il sostegno da molti anni assicurato all'Atletica Ovadese. Un connubio oramai quasi inscindibile. ■





# OVADA LOTTERO

ANNO DI FONDAZIONE  
**N.D.**

FATTURATO 2020  
**N.D.**

DIPENDENTI  
**N.D.**

## Una realtà consolidata che guarda al futuro con ambizione

di **Edoardo Schettino**



La vecchia attrezzatura ancora custodita come un cimelio testimonia di un'azienda che ha sviluppato la sua parabola evolutiva per oltre cento anni di attività. Come altre realtà, l'attività è nata in un contesto sociale ed economico molto diverso da quello dei nostri giorni. Oggi l'azienda Lottero Giovanni, che porta ancora il nome del fondatore, è una realtà consolidata nel settore della carpenteria metallica e della saldatura. Assieme a quest'ultima la calandratura, la cesoiatura, la piegatura e lo stampaggio sono le lavorazioni più consolidate. Tra i prodotti che più di frequente escono dalle officine collocate nella periferia della città anche prodotti per le linee elettriche e accesso componibili e di supporto.

### Quattro generazioni



Le generazioni si sono succedute, così come i capannoni utilizzati per portare avanti le lavorazioni. E dire che quanto Asdrubale Maria diede vita alla prima attività in una piccola fucina sarebbe stato difficile immaginare l'azienda moderna dei nostri giorni. Il testimone lo ha passato a Giovanni, fino a pochi anni fa vero motore e punto di riferimento infaticabile. Proprio a lui si deve la svolta della fornitura per le linee elettriche Enel. E da lui spazio a Mario, Gianni e Giorgio. Ora siamo già alla quarta generazione con l'ingresso dei figli Simone e Michele. *«Quando devi temprare è necessario scaldare il ferro per arrivare ad una certa temperatura, solo che non puoi avere un termometro perché non esiste uno strumento capace di resistere a quel calore, allora il ferro secondo il grado di temperatura assume un colore crescente, prima diventa bruno poi diventa quasi bianco, quando brucia è sul bianco».* Mario prova a condensare in poche parole ciò che ha appreso in tanti anni di lavoro e che ha provato a trasmettere a chi è arrivato dopo di lui. Solida esperienza solo in parte modificata dai cambiamenti nel modo di operare sulla materia prima e modellarla a seconda delle esigenze.



Il successo dell'azienda è dovuto anche alle regole che la famiglia si è saputa dare, senza mai derogare da criteri oggettivi. Da qui l'intenzione di ottenere le certificazioni *«per essere obbligati a mettersi in discussione e migliorare i processi all'interno dell'azienda».* Questione anche di ambizione, ben simboleggiata da Gianni, da tempo referente di zona per Confartigianato. La sua visione della situazione e del territorio è chiara. *«Ovada ha forse poca ambizione intesa come mancanza di capacità di fare il salto di qualità. Noi rappresentiamo il territorio nel nostro campo, come persone che lavorano bene sono serie e professionali. Altri territori hanno meno di noi ma riescono a vendersi meglio».* Il suo concetto è chiaro da anni: fare squadra. Ancora più importante in una realtà che da alcuni soggetti di dimensioni importanti nel settore della meccanica ha visto nascere tante piccole realtà, pur eccellenti, che a volte sembrano essere compartimenti stagni. ■



# ACQUI TERME

## Pandemia e ripartenza, l'analisi delle Conf

di **Massimiliano Pettino**

### Negozianti: «Valorizziamo i piccoli esercizi anche in tempo di 'pace'»

**Roberta Rapetti**, presidente della Confesercenti di Acqui Terme, definisce il 2020 'Annus horribilis'. Insieme a Manuela Ulandi, referente provinciale, ha fatto per noi il punto della situazione.

«Il 2020 ha evidenziato le fragilità di un sistema: istituzioni, imprese, famiglie – spiega Rapetti – le parti vulnerabili e i punti critici sono venuti fuori. In verità i negozianti hanno reagito con coraggio allo shock generale con le consegne a domicilio ed escogitando metodi sicuri ed efficienti per far funzionare il commercio. Abbiamo risposto ad un'esigenza pubblica [e vorremmo che questo ci fosse riconosciuto!] rispondendo al timore di molti di rivolgersi alla grande distribuzione con servizi personalizzati e tenendo gli italiani al sicuro a casa consegnando loro la spesa sin sull'uscio».

■ **Cosa chiedete dopo un anno dalla pandemia?**  
«Che il piccolo negozio sia valorizzato anche in tempo di 'pace' – risponde l'intervistata – I lockdown sono stati la prova generale di cosa significhi avere una città con le serrande chiuse. Il futuro potrebbe essere spettrale: centri vuoti e capannoni della grande distribuzione in periferia.

No, grazie! Vogliamo città effervescenti con insegne illuminate e clienti che si fermano a parlare con i negozianti. Le persone non sono numeri. E poi il lifestyle della provincia è apprezzato dai turisti».

■ **Turismo ad Acqui fa rima con Terme, un settore oggi fermo al palo.**

«Bisogna andare oltre – afferma Rapetti – Lasciamo alle istituzioni il compito di parlare con il privato [che amministra un patrimonio termale che riteniamo della collettività] e valorizziamo le altre potenzialità con iniziative outdoor, turismo culturale, enogastronomia ed eventi di richiamo che facciano conoscere cosa c'è di bello nel nostro territorio».

>>>



**Manuela Ulandi**  
Confesercenti



**Roberta Rapetti**  
Confesercenti



**Sabrina Cerutti**  
Confcommercio

# ACQUI TERME

## Pandemia e ripartenza, l'analisi delle Conf

### ■ Tipo?

«I Distretti del Commercio sono un'occasione imperdibile – conclude Rapetti – Non è il momento di lagnarci ma di proporre, sfidarci, dimostrare quello che siamo capaci di realizzare. Ci auguriamo che i decisori delle istituzioni sappiano valorizzare i progetti che hanno ricadute concrete sul territorio dimenticando le logiche clientelari. Altrimenti avremo sperperato solo del denaro pubblica».

### ■ L'analisi della Confcommercio

«La pandemia ha generato impatti molto rilevanti sul commercio, sul turismo e sui servizi: crollo dei consumi, magazzini pieni, forte crisi di liquidità – affermano Sabrina Cerutti, presidente Confcommercio Acqui Terme e Alice Pedrazzi, direttore provinciale – Una situazione che ha segnato tutto il comparto, che si ripercuoterà sui posti di lavoro e che ha causato una modifica dei comportamenti delle persone nelle città».

### ■ Quali?

«Sicuramente la fruizione degli spazi: per prevenire il contagio sono stati riorganizzati i servizi di vendita, evitando code ed assembramenti – risponde Cerutti – Le attività di vicinato hanno riacquisito un ruolo di primo piano perché più aderenti alle mutate necessità dei cittadini, garantendo la sicurezza e altri vantaggi come la consegna a domicilio, la spesa su prenotazione, la capillarità sul territorio, la garanzia di un ambiente conosciuto e la relazione umana con il cliente. Ma hanno dovuto investire per realizzare i necessari adattamenti e anche per accelerare il processo di digitalizzazione».

■ Secondo la Confcommercio la sfida sta nel tra-

sformare questi cambiamenti in opportunità di rilancio, utilizzando la tecnologia smart.

«Fondamentale diventa un servizio a doppio binario, 'phygital', un mix di fisico e digitale, approccio che stiamo proponendo nei nostri corsi e laboratori. Abbiamo per questo messo al servizio degli imprenditori e dei cittadini l'app ed il portale Alxte, con oltre 300 attività di tutta la provincia ricercabili per consegne a domicilio, prenotare appuntamenti, scaricare menu digitali e acquistare buoni spesa, un vero e proprio "e-commerce di vicinato". Abbiamo inoltre attivato gratuitamente lo sportello di solidarietà digitale, grazie alla collaborazione con Edi Confcommercio: un check up sul livello di digitalizzazione dell'azienda ed una consulenza per migliorare la propria presenza digitale».

### ■ La vostra ricetta per il futuro.

«Si deve guardare ad un arco temporale che permetta non solo cambiamenti immediati ma anche culturali – riferiscono le intervistate – Prima della pandemia avevamo attivato, grazie al laboratorio di Confcommercio nazionale con Anci, progetti di rigenerazione urbana per rendere i centri storici più accoglienti, coinvolgendo attori pubblici e privati. Durante la pandemia, li abbiamo rafforzati aggiungendo il tema della 'rigenerazione umana', mettendo al centro le relazioni e nuove competenze al servizio della qualità della vita delle persone, della sicurezza e della sostenibilità degli stili di vita. Ora pensiamo a "Rigeneriamo il basso Piemonte" un progetto nato nell'ambito del "Master sulla valorizzazione e Gestione dei centri storici minori" dell'Università La Sapienza di Roma, attivato con una rete di partenariato importante per sviluppare progetti e piani integrati di rigenerazione e sviluppo del territorio e per reperire gli strumenti finanziari per la loro realizzazione».



# ACQUI TERME

# CASCINA MARCANTONIO



ANNO DI FONDAZIONE  
**1997**

FATTURATO 2020  
**250 MILA EURO**

DIPENDENTI  
**3**

## L'orgoglio: «Il Piemonte è il posto migliore per i vini»

di **Mimma Caligaris**

In questa regione 'eletta' **Guido Rapetti** ha creato la sua azienda, Cascina Marcantonio, ad Acqui, strada Maggiore. Rimodellando quella di famiglia, perché il valore della tradizione è una priorità per chi ha pedalato tanto in giro per il mondo e adesso mette in sella i turisti per aiutarli ad immergersi nei luoghi e a coglierne tutte le sfaccettature. Cascina Marcantonio è sul cucuzzolo di una collina che domina l'Acquese, ma lo sguardo è libero di spaziare all'infinito: un agriturismo, in una struttura che ha oltre due secoli, conservata nelle sue tradizionali tipologie, ma è anche il cuore di una attività di vinificazione con le uve dei vigneti di proprietà, è produzione a km 0, promozione delle eccellenze che nascono in zona, ed è viaggio, su due ruote, su strade e sentieri, per vivere appieno ogni angolo di questa terra in cui c'è fierezza di vivere e di valorizzare. Una piccola [per dimensioni] attività di famiglia, gestita con una grande logica di impresa, che si concentra sul 'particolare' per amplificare la vastità dei contenuti e delle declinazioni.

Un approccio che il titolare ha imparato anche dai turisti stranieri, che sta tutto in una parola, "environment", "territorio" appunto, che per Rapetti è, anche, la strada maestra per sviluppare il suo progetto, sfruttando anche il volano, eccezionale, rappresentato dal riconoscimento dell'Unesco.

### Tre parole d'ordine: bellezza, tradizione, sapori

Su queste affonda le sue radici, solide e ben piantate nella terra, Cascina Marcantonio: il complesso è composto da un edificio, che si affaccia sul giardino, ristrutturato nel tradizionale stile piemontese, con terrazza da cui ammirare un panorama che,

immediatamente, porta gli occhi, e il cuore, nella vastità dei vigneti dell'Alto Monferrato, che sono di proprietà di Rapetti. Qui nascono i tre vini prodotti e serviti: il dolcetto d'Acqui doc, vinificato in purezza, Cortese Alto Monferrato e Barbera d'Asti doc, con uve provenienti dai vitigni storici dell'azienda, «*il grazie va a mio nonno, che ha iniziato questa produzione. Ho imparato che un buon vino nasce già in vigna, da una fusione di esperienze tra presente e passato, la tecnologia moderna che asseconda la tradizione per ottenere la migliore espressione di identità*».

Per l'ospitalità sono state create nove sistemazioni, pensate per far sentire l'ospite completamente immerso dentro il paesaggio. Anche in cucina la scelta di far conoscere questa terra a metà tra gli Appennini e il mare, con il rispetto della materia prima come priorità, «*agli ospiti mi piace spiegare che gli ortaggi e i legumi nascono nell'orto dell'azienda, espressione di una agricoltura ecosostenibile; le carni, i formaggi e le uova sono di produttori locali, e nei calici c'è il vino che nasce nelle vigne che circondano questo luogo. Preservare il territorio, per renderlo sempre più attraente: non è solo un lavoro, è una mission*».

Anche attraverso passeggiate in bicicletta: Guido Rapetti è, anche, istruttore mtb, ha lavorato nella 'squadra' di DuVine Cycling and Adventures Co., e con lui si pedala dentro un 'terroir' (come lo chiamerebbero i francesi, che ne hanno un culto) di una bellezza riservata e silenziosa, con percorsi che dalla vite portano alla tranquilla campagna piemontese, con itinerari modulati in base alle capacità e alla preparazione di chi sale in sella. Un progetto aziendale innovativo, nel rispetto della terra, costruito su una idea di turismo completo, perché coniuga le diverse anime. ■





# ACQUI TERME BRUS SERVICE

ANNO DI FONDAZIONE  
**1964 (COME BRUSCAFÈ)**

FATTURATO 2020  
**4 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**40**

## «Aperti nuovi “self service” e in Liguria ci stiamo allargando»

di **Alessandro Francini**



«Per quanto riguarda il settore della distribuzione automatica a oggi siamo l'azienda indipendente che vanta il più alto fatturato in Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta», sottolinea con una nota di comprensibile orgoglio Alessandro Scrivano, responsabile commerciale di Brus Service. Un importante traguardo che certifica le solide fondamenta di una realtà produttiva che opera da quasi 60 anni e che si tramanda di generazione in generazione, oggi condotta dai coniugi **Brunella Brusco** e **Flavio Scrivano** [amministratore unico e responsabile amministrativo] insieme ai figli **Alessandro** e **Gianluca** [responsabile tecnico].

### «Fatturato di nuovo in positivo»

Un'attività a conduzione familiare che cresce di anno in anno, a cui nemmeno il Covid è riuscito a mettere i bastoni fra le ruote. «Rispetto al 2019 lo scorso anno abbiamo registrato un calo di fatturato del 25% circa - spiega Alessandro - ma posso dire che a oggi siamo riusciti a recuperare tutte le perdite. Anzi, direi che ora siamo di nuovo in positivo, nonostante un certo numero di clienti siano andati perduti: più che altro imprese medio-piccole che hanno dovuto chiudere i battenti a causa della crisi economica pandemica». Durante la fase più drammatica dell'epidemia di Coronavirus Brus Service ha garantito ai propri clienti un servizio continuo di rifornimento e di sanificazione dei distributori automatici: «Ad ogni consegna o intervento di manutenzione i nostri operatori si premuravano di sanificare in maniera meticolosa i nostri erogatori. Oggi possiamo dire che la sanificazione dei distributori per noi è diventata una prassi».

### «Ora siamo anche nel Genovese»

La fornitura in comodato d'uso di distributori automatici, la consegna capsule per la consociata Caffè Scrivano e la gestione dei negozi automatici "h24" sono le attività per le quali Brus Service opera in buona parte del Nord d'Ovest. «Da giugno 2020 a oggi siamo passati da 3 a 8 negozi automatici distribuiti in diversi centri zona della provincia di Alessandria, ma contiamo di aprirne almeno altri 5 entro la prossima estate». Un'espansione graduale ma costante, che sta dando risultati significativi anche in Liguria: «Abbiamo un negozio "self service" a Diano Marina e per quanto riguarda la distribuzione automatica dalle province di Imperia e Savona ci stiamo pian piano allargando anche alla provincia di Genova, dove contiamo di crescere ancora», spiega Alessandro Scrivano.

Lo stato di salute di un'azienda si misura anche in base alla sua capacità di offrire nuovi posti di lavoro. Anche in questo senso Brus Service dimostra di aver saputo superare le difficoltà legate al periodo pandemico: «Nell'ultimo anno abbiamo assunto tre nuovi dipendenti, ma posso dire che siamo ancora alla ricerca di altre figure professionali. Abbiamo in previsione almeno altre due-tre assunzioni». ■

# ACQUI TERME CMF COSTRUZIONI

ANNO DI FONDAZIONE  
**1975**

FATTURATO 2020  
**2,5 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**18**

## «Il 2021 ci ha ripagato delle perdite dell'anno pandemico»

di **Alessandro Francini**

«Il 2021 è stato un anno tutto sommato positivo. Siamo riusciti a recuperare le perdite di fatturato registrate nei primi sei mesi del 2020 a causa dello "stallo" pandemico. Anzi, posso dire che rispetto a un anno fa abbiamo anche assunto quattro dipendenti»: è più che incoraggiante il bilancio di **Paolo Foglino**, titolare della Cmf - Costruzioni Meccaniche Foglino, azienda che ha sede a Strevi specializzata nella trivellazione e consolidamento del terreno oltre che nella riparazione di attrezzature per fondazioni. Una parte consistente delle attività della Cmf riguardano in realtà il mercato estero, «soprattutto Francia, Svizzera e Austria, dove solitamente abbiamo parecchi contratti in quanto dal 2000 abbiamo la qualifica di Centro Assistenza Autorizzato Casagrande, azienda leader nella progettazione di macchine ed attrezzature per fondazioni e perforazioni. Per conto loro effettuiamo interventi in tutta Europa e non solo».

### Un legame sempre più solido

Il rapporto tra il Gruppo Casagrande e la Cmf è andato rafforzandosi negli anni: «Siamo stati la prima azienda in Italia a collaborare con loro - commenta Foglino - e ad oggi due dei nostri dipendenti vengono spesso dalla Casagrande per viaggi di lavoro in tutto il mondo». Trasferite che negli ultimi mesi sono riprese con una certa regolarità.

Già a partire dalla seconda metà dello scorso anno la produzione della ditta aquese era tornata su buoni ritmi, «un trend positivo che si è confermato anche nei primi sei mesi del 2021 e che ha fatto registrare circa 500mila euro in più di fatturato rispetto allo stesso periodo di un anno prima. In Svizzera, tra l'altro, ci stiamo consolidando di anno in anno».

### «Futuro? Viste le premesse, c'è fiducia»

Le maxi trivelle realizzate da Cmf continuano ad essere utilizzate nei cantieri di mezza Europa: «Dopo un periodo di fermo nel periodo più acuto della pandemia in Francia, la nostra Pg8 è tornata ad essere impiegata negli scavi della metropolitana di Parigi, mentre l'ultimo macchinario realizzato in ordine di tempo, una macchina elettrica particolarmente leggera ma dalle ottime prestazioni, è stata recentemente utilizzata per alcune perforazioni lungo il camminamento di una diga della zona di Ivrea».

Insomma, la Cmf è riuscita a superare il periodo più complicato e a ripartire potendo contare su prospettive più che solide: «Il nostro obiettivo - ammette Paolo Foglino - ovviamente è quello di crescere sempre di più. Devo ammettere che, visti i risultati raggiunti nell'ultimo anno, i presupposti per guardare al futuro con fiducia non mancano di certo».



ANNO DI FONDAZIONE  
**1992**

FATTURATO 2020  
**N.D.**

DIPENDENTI  
**60 PRODUTTORI ASSOCIATI**

## Brachetto d'Acqui: «Mercato in ripresa, ma i prezzi non devono lievitare»

di **Alessandro Francini**



«Oggi il mercato internazionale del Brachetto è in fase di ripresa, per cui credo sia doveroso continuare a investire nella promozione di questo prodotto, anche al fine di valorizzare il territorio e i suoi vini pregiati»: queste le parole di **Paolo Ricagno**, presidente del Consorzio Tutela del Brachetto, in occasione dell'ultimo Acqui Wine Days, l'evento promozionale andato in scena nella città termale il primo week end di settembre dedicato ai vini Doc dell'Acquese.

Sono circa 850 i viticoltori che producono Brachetto d'Acqui, per un equivalente di mille ettari distribuiti in 26 comuni alessandrini (9) e astigiani (17). «Parliamo di 850 famiglie che dedicano la propria vita alla coltivazione di questo vino. È certamente importante parlare di Strade del Vino come lo si è fatto negli ultimi mesi – sottolinea Ricagno – ma questa opportunità ci è data da coloro che io chiamo i cantonieri del territorio, ovvero i viticoltori che curano la vigna. C'è tutta una sequenzialità di passaggi che parte dalla vigna e da chi la coltiva e che infine giunge sino al prodotto finale».

### «Oltre 600mila bottiglie in più»

Rispetto allo scorso anno sono cresciute di circa 640mila unità le bottiglie di Brachetto immesse sul mercato, «e contiamo quindi di chiudere il 2021 con almeno un milione di bottiglie in più. Questo ci dà la voglia di ripartire – sottolinea Ricagno – perché dai mercati fortunatamente stiamo avendo segnali molto incoraggianti. Le nostre aziende sono soddisfatte e noi come Consorzio dobbiamo continuare a puntare con sempre maggior impegno sulla promozione del Brachetto d'Acqui».

Dal Brachetto classico dolce, tra l'altro, negli ultimi anno è nato l'Acqui Rosé, «un vino che può essere bevuto nei momenti d'aperitivo ma anche a tutto pasto. Oggi i vini rosé stanno avendo un gran successo e noi che un rosé di qualità ce l'abbiamo in casa dobbiamo saperlo valorizzare nel modo migliore». L'Acqui rosé è una derivazione del Brachetto d'Acqui, «che lavorato in un certo modo dà questa varietà di rosé che è veramente fantastica. Oggi – aggiunge il presidente del Consorzio – c'è un mercato notevole per quanto riguarda i vini aromatizzati utilizzati come base per altre bevande. Il brachetto è adattissimo per essere utilizzato come base di cocktail, quindi dobbiamo abituarci a berlo e a chiederlo nei bar e nei ristoranti».

### «Non si vive di solo Prosecco...»

Non manca l'ottimismo in vista dell'annata 2021: «Lo scorso abbiamo avuto un'annata eccezionale, come credo sarà anche quella di quest'anno se il tempo continuerà ad assisterci. La siccità non ha avuto particolari ripercussioni sulla produzione, le viti hanno saputo resistere dando ottimi prodotti. Le grandi annate, però, vanno sostenute da un mercato importante. I prezzi, quindi, non dovranno lievitare più di tanto perché gli aumenti nella situazione in cui siamo non giovano alle vendite. Oggi il mercato sta "tirando" perché durante il lockdown la gente ha acquistato molto più vino nella grande distribuzione, quindi per fare fatturato dobbiamo inondare il mercato con i nostri prodotti di qualità ma con il prezzo giusto. Oggi noi abbiamo un grande antagonista che è il Prosecco, ma non si può vivere solo di Prosecco, dobbiamo imparare ad apprezzare anche il Brachetto e l'Acqui Spumante Brut Rosé». ■





# ACQUI TERME DANOBAT SRL

ANNO DI FONDAZIONE  
**2017**

FATTURATO 2020  
**2,4 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**9**

## Per i clienti è il momento ideale per rinnovare il parco macchine

di **Giulia Boggian**

Un gruppo mondiale con oltre 65 anni di storia come l'azienda dei Paesi Baschi di macchine utensili ha voluto credere nell'intraprendenza di un imprenditore acquese, **Alberto Tacchella** (nella foto), per far nascere a Bistagno la filiale 'italiana' della Danobat srl, organizzatrice di tutto il gruppo per il mercato di settore in Italia. Un'azienda giovane che ha dovuto in così pochi anni di vita fare i conti col Covid. Ma questo anno come è andato? Lo abbiamo chiesto al 'padre' della sede acquese, Alberto Tacchella, che con l'esperienza e il bagaglio professionale che si porta dietro conosce bene i momenti di difficoltà e anche quelli di ripresa.

■ **Come possiamo definire questo 2021? Come è andata?**

«Molto bene, con un rimbalzo importante che era atteso perché si vedeva la ripresa, ma ha superato di gran lunga le aspettative».

■ **Tipo? In che cosa consiste questa ripartenza in quinta?**

«Tutti i progetti che lo scorso anno, nell'incertezza più totale, erano stati 'congelati' sono ripartiti. Le aziende sono tornate a prendere decisioni importanti su investimenti consistenti. E questo sulla spinta dei sostegni che stanno arrivando dal Governo centrale, come i crediti d'imposta che stanno portando a 'raddoppiare' gli ordini delle macchine utensili. Ciò perché per i clienti è il momento ideale per 'rinnovare' il parco macchine: anche se non c'è una necessità impellente, si approfitta dei sostegni economici dello Stato per investire di più e rendere la propria azienda più sicura, moderna e digitale».

■ **Quindi più vendite?**

«Sì, ma non solo. Si è venduto bene e ben distribuito su tutti i marchi dell'azienda. Ma quello che è altrettanto importante è che si continua a discutere di progetti nuovi. E poterlo fare in presenza [il riferimento è alla fiera EMO, itinerante tra Italia e Germania, che si è svolta a Milano nel mese di ottobre] fa la differenza per il nostro settore che ha bisogno di confronto e incontro col cliente. Insomma un momento di 'ricontatto': perché i viaggi sostituiti spesso da videochiamate hanno portato anche risparmi, sia economici che di tempo, ma non possono sostituirsi al ruolo fondamentale dell'officina, ad esempio».

■ **Soddisfazione e ottimismo... anche per il futuro?**

«A dire il vero, se proprio dovessi parlare di futuro, userei la parola 'preoccupazione'. E questa volta all'inverso. Ma per un semplice motivo, mi spiego. Il nostro settore è abituato a vivere dei cicli: ci sono i picchi, in positivo, come quello che stiamo vivendo ora. E picchi in negativo, come la crisi del 2008-2009 che ha visto i cali arrivare al 70%, che significa un grande stress e necessariamente avere delle idee per salvarsi».

■ **Ma quindi la frenata sarà il prossimo anno?**

«Credo di sì. O almeno noi un po' ce lo aspettiamo. Ma adesso ci godiamo il momento favorevole, pronti ad affrontare il prossimo con la stessa grinta di prima. Anche perché se abbiamo imparato una cosa è che pre e post Coronavirus il mondo è cambiato: anche quello del nostro settore».





ACQUI TERME

# IUPPA INDUSTRIALE S.R.L.

ANNO DI FONDAZIONE  
N.D.

FATTURATO 2020  
846 MILA EURO

DIPENDENTI  
N.D.

## «Attendiamo la fine dell'emergenza per attuare il nostro piano di sviluppo»

di **Massimiliano Pettino**



Cita la 'Manna dal cielo', di memoria biblica, **Luigi Iuppa** (nella foto) amministratore delegato della Iuppa Industriale S.r.l., società con sede ad Alice Bel Colle: nata nel 2005, ha incamerato l'esperienza, il marchio e i cespiti dell'azienda di famiglia che ha le sue radici nel lontano 1903. «*Io rappresento la quarta generazione di imprenditori che hanno fatto della lavorazione della manna un progetto industriale*» spiega. Tutti conoscono la parola 'manna' ma cos'è realmente pochi lo sanno. «*È una linfa elaborata ricavata da alcune specie di frassino - spiega l'intervistato - una sostanza particolarmente densa, osmotica, che i vegetali producono per captare le particelle di umidità. Il frassino, in questo contesto, producendone tanta è un campione di resistenza in tempi siccitosi ed ambienti aridi*».

La Iuppa coltiva e acquista manna dalla filiera agricola dei coltivatori di frassino della Sicilia, trasforma la materia prima attraverso un metodo brevettato messo a punto dal dipartimento di ricerca dell'Università di Palermo, con cui la società ha stretto una partnership. «*Grazie a questo brevetto siamo riusciti a conservare una grande parte del principio attivo della mannite. Così realizziamo prodotti curativi del comparto gastro intestinale e immunostimolante. Per la normativa italiana si tratta di integratori alimentari, in altri Paesi vengono definiti 'farmaci di origine naturale'*». E come tali vengono trattati: «*Tutti i nostri prodotti sono commercializzati dopo test clinici. Uno studio scientifico che, pubblicato su riviste internazionali, attesti le evidenze curative. La promozione del prodotto non avviene raggiungendo direttamente il consumatore ma facendo conoscere i prodotti ai tecnici, medici e strutture ospedaliere attraverso gli informatori*».

Nonostante le proposte 'alternative' e 'svianti' la Iuppa è rimasta ancorata al modello in-

dustriale originario focalizzato sulla manna da frassino. «*La nostra strategia è avere una forte identità*» affermano da sempre. Business anche internazionale. La società alicese esporta prodotti in molti Paesi europei Francia, Germania, Finlandia, nel mondo sino a Singapore. Grandi affari in Giordania e Arabia Saudita.

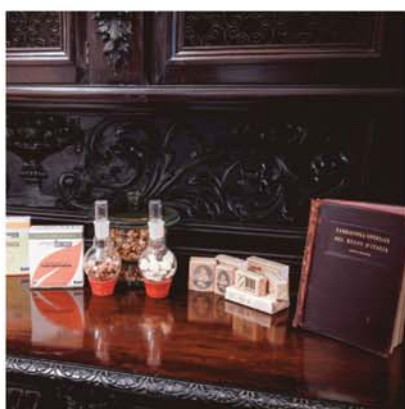
«*Il periodo Covid non ci ha consentito di sviluppare correttamente il nostro piano industriale - confessa Luigi Iuppa - Avevamo appena iniziato una collaborazione con quindici informatori sparsi per il mondo ma poi la pandemia ha bloccato la mobilità e la possibilità di proporre i nostri prodotti nelle strutture sanitarie. Sì, è possibile il 'contatto digitale', ma riteniamo che quello 'fisico' sia fondamentale per conoscere e apprezzare prodotto ed azienda*».

### ■ Come mai vi siete stabiliti qui?

«*È stata una scelta ponderata. Nel 2005, dal punto di vista immobiliare, un'area industriale a Genova sarebbe costata eccessivamente e il Basso Piemonte era il retroterra naturale di chi faceva impresa in Liguria. Alice Bel Colle garantiva spese contenute e possibilità di espansione: avevamo l'appoggio dell'amministrazione comunale di allora, guidata da Aureliano Galeazzo*».

### ■ Come sarà il vostro 2021?

«*Siamo molto legati alla normalizzazione della situazione Covid. Oggi si può andare a mangiare una pizza ma i nostri informatori trovano difficoltà ad entrare negli studi medici e negli ospedali. Allo stesso modo i rapporti con l'estero. Ci sono paesi nei quali la situazione contagi è ancora problematica e la mobilità legata a quarantene impronibili. La nostra azienda è in attivo ma aspettiamo una vera ripartenza per attuare i nostri progetti di espansione*».



# ACQUI TERME GRUPPO PNEUS



ANNO DI FONDAZIONE  
**2017**

FATTURATO 2020  
**2,4 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**9**

## Intraprendenza e lunghi viaggi per tessere una rete commerciale

di **Massimiliano Pettino**

Quella di **Adriano Assandri** (nella foto) è quasi una storia epica, un romanzo dell'imprenditoria italiana. «Ho iniziato a lavorare come gommista nel negozio di mio zio. Era la fine degli anni '50, l'epoca della Fiat Topolino, della Lambretta del boom economico e delle gomme 4,25-15 - racconta - Poi la voglia di crescere mi ha dato lo slancio per avere qualcosa di mio. Sguardo alto verso il futuro e testa bassa sul lavoro, ho creato il primo negozio, poi il secondo, il terzo e così via. La competizione allora (come ora) era spietata: bisognava commerciare pneumatici a prezzi competitivi. E così ho cominciato a viaggiare».

■ **Francia, Germania, Stati Uniti, Australia, Assandri riempie 15 passaporti di timbri. Per cercare produttori o mercati?**

«Funziona così: si va per comprare e si finisce per vendere; e viceversa. Il mercato non segue mai la linea programmata - sorride - Come ha fatto con la lingua? Conoscevo un po' di francese. Inglese, tedesco e spagnolo l'ho imparato con i corsi delle musicassette 'Ascolta e ripeti', molte volte mentre ero in viaggio per incontrare un cliente o fornitore. Poi ho dovuto studiare le leggi contabili e doganali».

Assandri riesce a creare una rete commerciale formidabile. Si espande includendo Argentina, Corea, Senegal, Romania mentre in Italia crea la 'Pneus Sette', una società che gestisce più di 40 negozi. Osservando le esperienze di altri paesi decide di investire nella fidelizzazione e così nei suoi punti vendita arriva 'Garanzia Totale' e 'Pneus Expert' sistemi che, garantendo qualità e prestazioni, 'legano' una grande fetta di consumatori. Il successo è tale che dopo qualche anno un'importante casa di produzione tedesca acquista il sistema. «A quel punto ho deciso di creare un marchio

tutto mio 'AXXIUM', prodotto dalla più importante casa italiana di pneumatici ed un club europeo, formato da più di 300 negozi, ai quali era concesso in esclusiva di vendere i miei prodotti».

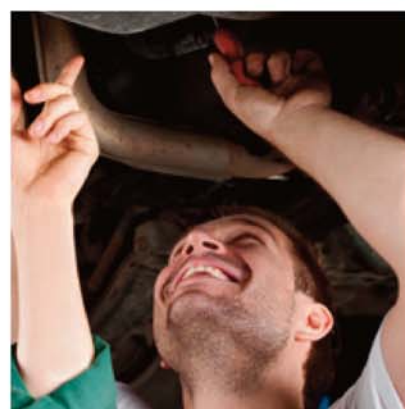
■ **Grandi affari il Gruppo Pneus li fa in Africa, un mercato difficile.**

«Lì ci sono tre canali, quello delle ex colonie francesi, quello gestito dai libanesi e quello africano - spiega - Nei primi due si riesce a fare buoni business, nell'ultimo difficilmente vieni pagato. Ricordo, avevamo preso un incarico da un Governo di gommare decine di migliaia di carretti per il trasporto merci. Parliamo di 10/15 camion al mese. Lì l'intercessione delle banche non garantisce nulla: prima pagano le armi, poi i viveri e se ci sono risorse i commercianti. Bisogna sempre trovare qualcuno che si sostituisca. Noi abbiamo fatto sponda sui libanesi».

■ **Il mercato più entusiasmante?**

«Il Giappone. Lì ci sono imprenditori con possibilità di spesa ed una serietà senza eguali. Precisissimi, quasi petulanti, senza elasticità. Ho rifornito tre generazioni di clienti».

Nelle sue relazioni Adriano Assandri ha dovuto fare i conti anche con i pregiudizi: «In molti Paesi pensano che noi italiani siamo dei furfanti, perditempo - è il rammarico - Per essere considerato affidabile devi dimostrare di essere tre volte più serio di loro, più bravo di loro. Bisogna capire che quando si va all'estero, anche solo per le vacanze, si rappresenta l'Italia. A seconda di come ci comportiamo, il paese ospitante si fa un'idea di noi». Adriano Assandri ha deciso di lasciare ai posteri la propria esperienza di vita scrivendo un libro. «Vorrei testimoniare che con costanza, rispetto e onestà si può arrivare ovunque. Anche da una piccola città del Basso Piemonte». ■





ACQUI TERME

# POMPE GARBARINO SPA

ANNO DI FONDAZIONE  
**1932**

FATTURATO 2020  
**33 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**132**

## «Dopo il record del 2019 speriamo in una diminuzione dei costi»

di **Giulia Boggian**



Un 'tesoro di famiglia' nel vero senso della parola: Pompe Garbarino S.p.A. di Acqui Terme, fondata da Paolo Garbarino ormai quasi 90 anni fa, continua a svilupparsi nel territorio della provincia alessandrina grazie al lavoro che di generazione in generazione muta e si amplia, esplorando anche settori e mercati nuovi.

Oggi a dirigere l'azienda che opera nel settore dell'industria navale (sia militare che da crociera) e dell'industria legata alle metallurgie speciali e oil&gas è **Carlo Garbarino** insieme ai due figli **Danilo** e **Paolo**. Ed è proprio con quest'ultimo che ricopre il ruolo di amministratore delegato insieme al fratello che abbiamo analizzato l'ultimo anno di attività provando a guardare anche al futuro.

■ **Nel 2020 il boom della pandemia. E nel 2021... come è andata?**

«Sono stati - in generale - due anni difficili proprio a causa del Covid. Il 2021 vedrà un fatturato assestato sugli stessi valori dell'anno precedente (di poco inferiori), visto il protrarsi della pandemia. Ed è un peccato visti i risultati che si erano raggiunti solo due anni fa, nel 2019».

■ **Che sono stati...**

«Da 'record'! L'azienda aveva stabilito il record di fatturato nel 2019 sfiorando i 40 milioni di euro. E lo stesso ci si aspettava per il 2020...se non fosse poi arrivato il Coronavirus che ha portato ad una flessione. Tutto sommato ci possiamo però ritenere fortunati, perché grazie al considerevole portafoglio ordini accumulato in precedenza, il crollo è stato modesto».

■ **Ma ora andiamo verso un miglioramento nei vostri mercati di riferimento?**

«I settori ancora in sofferenza sono quello crocieristico, oltre all'offshore e all'oil&gas. E non solo per la questione Covid-19 che sta ancora tenendo fermo il mercato navale, ma anche per il preoccupante aumento dei prezzi delle materie prime».

■ **Che significa?**

«L'innalzamento dei costi, soprattutto dei metalli conduttori come il rame contenuto nel bronzo, ha causato significative richieste di aumento delle fonderie così come altri fornitori. E poiché è difficile trasferire tali aumenti sui prezzi di vendita, le marginalità (per noi, ndr) si sono ridotte».

■ **E nel settore navale militare?**

«Qui abbiamo invece conseguito ordini importanti sia con la Marina Militare Italiana sia con alcune Marine straniere tra le 29 con cui lavoriamo».

■ **Quindi, per finire, quali sono le sue aspettative per il futuro?**

«Come azienda sappiamo che sarà impossibile tornare, a breve-medio termine, alla situazione di mercato del 2019. È fondamentale, però, evitare di avere una terza ondata del virus con relativo terzo lockdown perché avrebbe conseguenze ancora più gravi e avrebbe reso inutile la massiccia campagna vaccinale degli ultimi mesi. Detto questo, oltre a sperare nella ripartenza degli investimenti nei settori in cui l'azienda opera, non possiamo che augurarci un calo dei costi delle materie prime così come dei noli che stanno rendendo estremamente costoso spedire la merce via nave».



# ACQUI TERME CANTINA TRE SECOLI



ANNO DI FONDAZIONE  
**2009**

FATTURATO 2020  
**10 MILIONI DI EURO**

DIPENDENTI  
**450 PRODUTTORI ASSOCIATI**

## «Calo solo nei primi sei mesi del 2020, poi ha preso il via la ripresa»

di **Massimiliano Pettino**

Avevamo parlato con **Elio Pescarmona** [nella foto] a settembre 2020, a pochi mesi dalla prima ondata epidemica e a poche settimane dalla fine dell'anno. In quell'occasione il direttore della Cantina Tre Secoli in vista del 31 dicembre mise in previsione un calo di fatturato all'incirca del 20%. «Per fortuna mi sono sbagliato - ammette oggi Pescarmona - perché in effetti le perdite che avevo preventivato non si sono poi verificate». Il periodo nero per l'azienda che ha sede a Mombaruzzo e Ricaldone (che conta circa 450 soci produttori per 1100 ettari distribuiti su vari comuni dell'Alessandrino e dell'Astigiano) fortunatamente è rimasto limitato ai primi sei mesi dell'anno. «Certo, il settore Horeca ha faticato per tutto il 2020 e in particolare da marzo a giugno, ma nella grande distribuzione c'è stato un incremento delle vendite dovuto ai mesi di lockdown, durante i quali i consumatori, per forza di cose, hanno acquistato vino per lo più nei supermercati». Nel periodo estivo del 2020 la ripresa degli spostamenti e l'allentamento delle misure anti contagio «hanno fatto sì che nel settore si riaprissero alcuni canali, in particolare quelli europei, nei quali nella seconda parte dell'anno per noi è andata decisamente meglio».



### «Online? Meglio il contatto diretto»

Trend positivo che, almeno per quanto riguarda Tre Secoli, non si è riproposto nelle vendite online: «In questo ambito la nostra soddisfazione è stata molto marginale [sorridente, ndr]. Parlando a titolo personale, nutro seri dubbi che l'online possa essere un canale sufficientemente produttivo per quanto riguarda il nostro settore. Credo che le persone, almeno sul lungo periodo e in condizioni socio-sanitarie "normali", continuino ad avere la necessità di visitare le cantine o fare acquisti nei supermercati per poter imparare ad apprezzare un particolare prodotto. Il contatto diretto tra produttori, punti vendita e consumatori continua a rimanere assolutamente necessario».



### «Annata ottima, c'è fiducia»

Il Moscato d'Asti, il Brachetto d'Acqui e il Barbera d'Asti sono le tre tipologie Docg, fiore all'occhiello tra le varietà di vini 'marchiati' Tre Secoli: «Per quanto riguarda gli aromatici le prospettive sono molto buone. Quest'anno abbiamo avuto una vendemmia davvero eccezionale per quanto riguarda la qualità, un po' meno dal punto di vista quantitativo, dove forse ci aspettavamo qualcosa in più». Obiettivi per il 2022? «Continuare a puntare sul Brachetto Rosè, una qualità davvero superlativa, adatta sia agli aperitivi che ai pasti. Nell'ambito della grande distribuzione e dei mercati esteri siamo convinti che ci siano ampi margini di miglioramento. I prodotti della Tre Secoli incrementeranno la loro presenza sia sui canali tradizionali, come enoteche e ristorazione, che in quelli della grande distribuzione».





## Carta, Digital e Web insieme per un nuovo modo di comunicare

I linguaggi di comunicazione hanno portato delle trasformazioni culturali e sociali, come l'avvento dei **social** e l'avvio della **comunicazione digitale** su **internet**.

Nuove figure professionali sono entrate a far parte delle strategie e del business di **Medial Pubblicità srl**, capace di stare al passo coi tempi attraverso la continua evoluzione dei mezzi di comunicazione e dei linguaggi visivi.



[www.medialpubblicita.it](http://www.medialpubblicita.it)