



 MINI ELECTRIC

PIÙ LA CARICHI, PIÙ TI CARICA. NUOVA MINI FULL ELECTRIC.

TUA DA 23.900 €* CON 8.000 € DI ECOINCENTIVI STATALI IN CASO DI ROTTAMAZIONE** E CON 2.000 € DI VANTAGGI INCLUSI***, OVE APPLICABILI.

OFFERTA VALIDA FINO AL 31/12/2020.

SCOPRI LA PRIMA MINI FULL ELECTRIC IN CONCESSIONARIA.



Concessionaria MINI
ROLANDI AUTO
Via del Lavoro, 35 - Zona Art. D/3
ALESSANDRIA (AL)
0131 347131
rolandiauto.mini.it

Consumo di corrente Nuova MINI Full Electric (kWh/100km): 14,8 - 15,4.

*Il prezzo di listino raccomandato di 23.900 € si riferisce alla versione S. Un esempio per Nuova MINI Full Electric Versione S: prezzo di listino raccomandato 23.900 € con Ecoincentivo statale e Vantaggio Cliente MINI in caso di rottamazione ove applicabile, IVA e messa in strada inclusa, IPT esclusa. Il prezzo di listino raccomandato di Nuova MINI Full Electric varia sulla base delle versioni/profilo. Informativa valida dal 01/08/2020 al 31/12/2020 presso le concessionarie MINI aderenti.
**Ecoincentivi statali dal valore di - 8.000 €, riservato a coloro che acquistano, anche in locazione finanziaria, un nuovo veicolo Nuova MINI Full Electric, e immatricolano il medesimo veicolo in Italia, a condizione che si consegnino contestualmente per la rottamazione un veicolo della medesima categoria omologato alle classi Euro 1, 2, 3 e 4 e immatricolato in data anteriore al 1° gennaio 2010 o che nel periodo di validità dell'agevolazione superi i 10 anni di anzianità dalla data di immatricolazione o - 5.000 € riservato a coloro che acquistano, anche in locazione finanziaria, un nuovo veicolo Nuova MINI Full Electric, e immatricolano il medesimo veicolo in Italia, in assenza della rottamazione di un veicolo della medesima categoria omologato alle classi Euro 1, 2, 3 e 4 e immatricolato in data anteriore al 1° gennaio 2010 e che nel periodo di validità dell'agevolazione superi i 10 anni di anzianità dalla data di immatricolazione. Il veicolo consegnato per la rottamazione deve essere intestato da almeno dodici mesi allo stesso soggetto intestatario del nuovo veicolo o ad uno dei familiari conviventi alla data di acquisto del medesimo veicolo, ovvero, in caso di locazione finanziaria del veicolo nuovo, deve essere intestato, da almeno dodici mesi, al soggetto utilizzatore del suddetto veicolo o a uno dei predetti familiari. Offerta per Ecoincentivi statali valida dal 01/08/2020 e con acquisto in Italia di un nuovo veicolo Nuova MINI Full Electric entro il 31/12/2020. Gli Ecoincentivi statali sono applicabili se il prezzo di listino, opzionali inclusi, sia inferiore a 50.000 € IVA inclusa e le emissioni CO₂ non siano superiori ai 20 g/km. L'erogazione degli Ecoincentivi statali è soggetta ad esaurimento dei fondi pubblici stanziati dallo Stato, come previsto dalla normativa rilevante esecutiva, e nei limiti. Gli Ecoincentivi statali non sono cumulabili con altri incentivi statali di carattere nazionale.
*** Vantaggio Cliente MINI del valore di - 2.000€ riservato a coloro che ordinano entro il 31/12/2020, anche in locazione finanziaria, un nuovo veicolo Nuova MINI Full Electric e contestualmente consegnano per la rottamazione un veicolo della medesima categoria omologato alle classi Euro 1, 2, 3 e 4 e immatricolato in data anteriore al 1° gennaio 2010 o che nel periodo di validità dell'agevolazione superi i 10 anni di anzianità dalla data di immatricolazione - 1.000€ riservato a coloro che ordinano entro il 31/12/2020, anche in locazione finanziaria, un nuovo veicolo Nuova MINI Full Electric in assenza della rottamazione di un veicolo della medesima categoria omologato alle classi Euro 1, 2, 3 e 4 e immatricolato in data anteriore al 1° gennaio 2010 e che nel periodo di validità dell'agevolazione superi i 10 anni di anzianità dalla data di immatricolazione.

le ANALISI le CASE HISTORY le INTERVISTE i FATTURATI

PIÙ FORTI DEL VIRUS



**NUMERI E STORIE
DI AZIENDE
E IMPRENDITORI
DELLA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA**

Rinnovamento
e innovazione,
così ripartiremo

Il capitale umano
adesso è il miglior
investimento possibile

“Medicina export”,
ma il nostro nichilismo
rallenta il riscatto

ECONOMIA 2020

IL PICCOLO il novese l'ovadese

PLT costruzioni | d3 CED Centro Elaborazione Dati UNIONE ARTIGIANI S.r.l. | ACOS GRUPPO INSIEME ENERGIA VITALE | COLDIRETTI ALESSANDRIA

Energica | RICCOBONI Holding | MINO. | studio due. srl

BOBST | PICO MACCARIO | RAVIOLA SISTEMI PER UFFICIO | CASSETTE PUCCI stile e tecnologia italiani

GIOJ manifattura calzature | KRUMIRI ROSSI | cameltech S.p.A. | ALLARA

HOLDIM group | C.I.T. Consorzio Internazionale Trasporti S.p.A. | Valditerra | Bodgato

ROQUETTE Offering the best of nature™ | TORREFAZIONE MIKE CASTAGNOTTO MARIO S.p.A. | DOTT. GIANPAOLO PIANA Consulente Finanziario e Previdenziale | ORMIG

LA PANTERA ASSOCIAZIONE DI RIFORMA RIVISTA | AMAG | ALEGAS | Rolandi Auto

GRAZIE A TUTTI GLI INSERZIONISTI

GRUPPO EDITORIALE
So.C.Ed
È L'INFORMAZIONE CHE CONTA


medialay pubblicità
CONCESSIONARIA DI PUBBLICITÀ PER TUTTA LA PROVINCIA DI ALESSANDRIA PER I MEDIA DEL GRUPPO SOGED



GRUPPO
AMAG
ALESSANDRIA

AMBIENTE • ACQUA • ENERGIA



VIENI A CONOSCERCI SU

www.gruppoamag.it



LUCE + GAS



Emanuela Falletti | campionessa di tennis



Marta Menditto | campionessa di triathlon



Roberto La Barbera | campione paralimpico di atletica leggera

La nostra
è darti
sfida
energia



www.alegas.it



Rolandi Auto
da sempre sinonimo
di eccellenza,
garantisce la storia



Rolandi Auto



Concessionaria BMW, MINI e BMW Motorrad
Alessandria - Tortona - Casale Monferrato

Rolandi Auto, da sempre, è sinonimo di eccellenza. **Concessionaria Bmw, Mini e Motorrad** con una sezione specifica dedicata alle moto e alle macchine elettriche, ma anche al settore dell'usato e dei km zero, l'azienda rappresenta un solido punto di riferimento non solo per la nostra provincia. Una storia lunga e ricca di momenti importanti, legata in maniera indissolubile alla famiglia Rolandi, che nel corso degli anni ha saputo sviluppare un progetto originario, diventando sempre più competitiva. Di strada, del resto, ne è stata fatta da quel lontano 11 dicembre 1926 quando «mio bisnonno – racconta Davide Rolandi, amministratore delegato – diede avvio all'attività. Oggi siamo arrivati alla quinta generazione e il percorso intrapreso rappresenta motivo di soddisfazione, sicuramente, ma anche di orgoglio». Con i Rolandi capaci di sviluppare, anche tra i dipendenti che si sono susseguiti in quasi 100 anni di attività, quel senso di appartenenza che è fattore indispensabile per ambire a grandi traguardi. Quelli, del resto, che sono stati brillantemente raggiunti.

DOVE TUTTO È COMINCIATO

«Siamo attivi da sempre nel settore della mobilità – spiega Davide Rolandi – cominciando addirittura con la costruzione e con la vendita di trattori agricoli. Nel 1938 mio nonno aprì un negozio di bici e motorini, mentre le prime auto arrivarono alla fine degli anni '40. Siamo ad Alessandria dal 1960, siamo concessionari Bmw dal 1966, quindi tra i più antichi in assoluto, e oggi abbiamo tre sedi: in città, in zona D3, per la precisione in via del Lavoro, ma anche a Tortona, in strada statale per Voghera, e a Casale, in via Brodolini 7. Ad Alessandria ci siamo trasferiti nella sede attuale nel 1983, mentre in precedenza eravamo in corso Monferrato e poi in via Galileo Galilei». Oggi l'azienda ha un fatturato di 60 milioni di euro, per quanto riguarda invece i dipendenti e i collaboratori sono più di 70.

IL CLIENTE PRIMA DI TUTTO

Gentilezza, cortesia e disponibilità sono i tratti distintivi di un'azienda che ha sempre puntato molto sulla propria clientela. «I nostri clienti – conferma l'amministratore delegato – vengono sempre e comunque prima di tutto, è più di un modus operandi, è semplicemente la nostra filosofia e il nostro modo di essere. Posso dire con orgoglio che è stato così sempre, perché con i nostri clienti si è creato un rapporto speciale fin dall'inizio, anche in tempi in cui questo mestiere veniva visto con qualche scetticismo. Che cosa rappresenta per me questa azienda? Sarà forse banale dirlo, ma è semplicemente la realtà: questa è la mia vita, questa è la mia famiglia, basti pensare che mia sorella e mio figlio lavorano qui con me. Il ricordo più bello? Gli attestati di stima, e di affetto, della gente quando venne a mancare mio papà, nel 2012. Penso che queste siano gratificazioni che arrivano davvero al cuore».

SOMMARIO

- 07 L'OPPORTUNITÀ NEL PERICOLO**
di ALBERTO MARELLO
- 09 AIUTIAMOLE A RESISTERE**
di ROBERTO GILARDENGO
- 13 UN'OCCASIONE PER RISOLVERE
PROBLEMI ULTRAVENTENNALI**
di ELIANA BAICI
- 19 LE CONSEGUENZE ECONOMICHE
DELL'EPIDEMIA DA COVID-19**
di CARLUCCIO BIANCHI
- 27 ECONOMIA, QUALE FUTURO?**
di CARLO FRATI
- 29 ANALISI - LA PROVINCIA**
di ROBERTO GILARDENGO
- 30 LA GRADUATORIA PROVINCIALE
DEI FATTURATI DELLE PRINCIPALI AZIENDE**
- 37 MAURIZIO MIGLIETTA - CONFINDUSTRIA**
di ROBERTO GILARDENGO
- 38 LUCIANO MARIANO - FONDAZIONE CRA**
di ROBERTO GILARDENGO
- 39 ANTONIO MACONI - FONDAZIONE SOLIDAL**
di ROBERTO GILARDENGO
- 40 GIAN PAOLO COSCIA - CAMERA DI COMMERCIO**
di ROBERTO GILARDENGO
- 41 VITTORIO FERRARI - ASCOM**
di GIORDANO PANARO
- 44 MANUELA ULANDI - CONFESERCENTI**
di GIORDANO PANARO
- 45 ANTONINO GIUSTINIANI - CONFAP**
di MARCELLO FEOLA
- 46 LUCA BRONDELLI DI BRONDELLO - CONFAGRICOLTURA**
di MASSIMO BRUSASCO
- 47 PAOLO VIARENGHI - CIA**
di MASSIMO BRUSASCO
- 48 MAURO BIANCO - COLDIRETTI**
di MASSIMO BRUSASCO
- 49 PIERLUIGI PRATI - ALEXALA**
di GIORDANO PANARO
- 51 ALESSANDRIA**
*Imprese, futuro tutto da scoprire:
pesa l'incognita di Oriente e Usa*
di ROBERTO GILARDENGO
- 52 GUALA CLOSURES**
- 53 GUALA PACK - GUALA DISPENSING**
- 56 MICHELIN**
- 57 SOLVAY**
- 58 ENERGY WAVE - PUCCIPLAST**
- 59 PICO MACCARIO - AMAG**
- 60 GIRAUDI - LUCATO**
- 61 CENTRALE DEL LATTE - COOPERATIVA MAIS**
- 62 BORSALINO - BAGLIANO**
- 63 RESICAR - BOLIDEA**
- 65 PAGLIERI - PLT**
- 66 MINO**
- 67 VALENZA**
Puntare sui nuovi ricchi? Dipenderà dalla pandemia
di ROBERTO GILARDENGO
- 68 ASSINI ANDREA & C. - PASQUALE BRUNI**
- 69 DAMIANI**
- 70 BVLGARI**
- 71 ALEX BALL - BORSALINO DIAMANTI**
- 74 GIOJ - SOBAN**
- 75 MY FAMILY**
- 78 PANTA REI**
- 79 CASALE**
*Il presente si aggrappa al passato.
Il futuro resta un'incognita*
di ALBERTO MARELLO
- 80 BOBST**
- 81 ALLARA**
- 83 ANDRÈ MAURICE**
- 84 CASCINA INTERSENGA**
- 85 MAZZETTI D'ALTAVILLA - ZERBINATI**
- 86 KRUMIRI ROSSI**
- 87 BUZZI UNICEM - ANTICA DISTILLERIA DI ALTAVILLA**
- 91 ANGELO MINETTI**
- 92 GRUPPO HOLDIM - GRUPPO STAT**
- 93 EUROMAC - SANDENVENDO**
- 95 NOVI LIGURE**
Tradizione e adattamento: così Novi si rinnoverà
di ANDREA VIGNOLI
- 97 MC ARTHUR GLEN - ICE**
- 98 NOVI-ELAH-DUFOUR**
- 99 ROQUETTE ITALIA**
- 102 ACOS - LECHNER**
- 103 CAMPARI - SERRA DOLCIARIA**
- 106 PERUZZO - DFM**
- 107 CONSORZIO TUTELA DEL GAVI - BIRRA PASTURANA**
- 108 INTERNATIONAL TIN PLATE - PRISMA IMPIANTI S.P.A.**
- 109 TORTONA**
*La logistica, una certezza
che non riguarda solo il Tortonese*
di ROBERTO GILARDENGO
- 111 ASTM**
- 112 GESTIONE AMBIENTE S.P.A. - ALBÈA**
- 113 MOPLA - GLOBAL TUBE**
- 116 CONSORZIO VINI TORTONESI**
- 117 HUHTAMAKI FLEXIBLES ITALY S.R.L. - COMMET**
- 119 OVADA**
Numeri in costante decrescita: un futuro incerto
di EDOARDO SCHETTINO
- 120 GIAN PAOLO PIANA**
- 121 MONDELEZ**
- 124 ENOTECA REGIONALE**
- 125 BASKO - ORMIG**
- 126 KEMICA - PIERRE TRATTORI**
- 127 MARCHELLI**
- 128 PASTA MOCCAGATTA - EVERTON**
- 129 ACQUI TERME**
*La "calda" estate acquese:
dalla crisi del commercio alla questione Terme*
di ALESSANDRO FRANCINI
- 130 GIUSO**
- 131 CONSORZIO TUTELA BRACHETTO D'ACQUI**
- 134 MARENCO VINI**
- 135 BRUS SERVICE**
- 137 CANTINA TRE SECOLI**
- 138 DANOBAT**
- 139 POMPE GARBARINO SPA**
- 140 CMF**



Supplemento ai giornali del
26-27 novembre 2020

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

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

Progetto grafico:
Cristina Pigioli

Stampa:
Mediagraf
V.le Navigazione Interna 89
Noventa Padovana (PD)

Direttore editoriale
gruppo So.G.Ed.
Alberto Marello

Hanno collaborato
Paolo Livraghi
Cecilia Ammazalorso
Beppe Monighini

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

I testi di questo magazine
sono stati chiusi
prima del DPCM di domenica
25 ottobre 2020



Città Nuova
2001

Cinema Moderno
2019



Mercato'
2019

Costruiamo qui **e ovunque**

24 cantieri attivi in 3 stati



L'opportunità nel pericolo



ALBERTO MARELLO

Direttore responsabile de Il Piccolo e del Gruppo Soged

«La parola crisi, scritta in cinese, è composta da due caratteri. Uno rappresenta il pericolo e l'altro rappresenta l'opportunità». È una frase attribuita a John Fitzgerald Kennedy che ha il gusto dell'aforisma, della definizione che in poche parole immagina, progetta e definisce una situazione generale fatta di articolate complessità. Una massima che ha cominciato a circolare negli speech di settore soprattutto dal 2008 in avanti per incentivare la ricerca di un atteggiamento migliore, più ottimista, a fronte di una delle più dure crisi economiche degli ultimi decenni. Sulla frase in sé, in realtà, non c'è certezza (pare che non si tratti di cinese ma di giapponese...), ma ciò che invece è ben nitido in questa espressione è il concetto: ogni situazione di crisi porta con sé più del solo dolore.

Ci sarà tempo - anzi, servirà tempo - per comprendere quali opportunità avrà creato questo indimenticabile e incredibile 2020. Ascolteremo e leggeremo le considerazioni di molti, valuteremo le osservazioni di altri e cercheremo nuove e diverse esperienze. Perché, così come abbiamo fatto per il 2008, sarà importante conoscere per poter prevenire e per poter scegliere la migliore strada da imboccare verso il futuro.

Più forti del virus. Abbiamo scelto questo titolo per l'edizione 2020 del nostro Magazine dedicato al settore produttivo della provincia di Alessandria. **Più forti del virus** è allo stesso tempo un incitamento e una provocazione. Di incitamento abbiamo tutti bisogno: il momento critico non è

ancora passato. Se molti di noi hanno provato in prima persona il significato di crisi sanitaria, quella economica, "nel portafoglio", con tutta probabilità, la dobbiamo ancora percepire. E dunque abbiamo la necessità di spronarci e di dare una scossa al settore produttivo per farlo tornare a correre e per permettergli di superare gli ostacoli di un tempo [la concorrenza estera, i mercati maturi, la svalutazione] oltre a quelli che si sono aggiunti in questo funesto 2020 [gli scambi ridotti, l'evoluzione del digitale, il cambiamento degli stili di vita].

Di provocazione abbiamo bisogno perché un invisibile, piccolo, microscopico nemico ha messo in scacco il mondo per mesi e ancora oggi ne domina, in qualche modo, le "mosse". La pandemia da Sars Cov 2 ci ha messo davanti a tutta la nostra umana fragilità: non è vero che siamo più forti del virus. Non oggi, perlomeno. Ma aspiriamo ad esserlo, ecco perché lo provochiamo. Perché provocando lui provochiamo noi stessi. E per chi opera nei settori produttivi, nulla è più avvincente di una sfida che sulla carta non si può vincere.

Le nostre industrie, quelle italiane ma anche e soprattutto quelle della provincia di Alessandria, sono figlie di sfide impossibili che hanno travalicato il Tempo e i Tempi.

Hanno superato le guerre e le crisi di settore, i cambi di stagione e i modelli di business. Per queste ragioni e perché la crisi è tanto pericolo quanto opportunità, ne siamo certi, supereranno anche la pandemia. ■

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
E-mail: uniartal@uniartal.al.it
www.cedunioneartigiani.it

Aiutiamole a resistere



ROBERTO GILARDENGO

Giornalista, già direttore de Il Piccolo,
ha curato l'edizione di questo magazine

La provincia dalle sfide impossibili una parola d'ordine l'ha già trovata: **«Resistere!»**.

È venuta fuori dal profondo del cuore al presidente di Confindustria Alessandria, Maurizio Miglietta, che conosce bene i problemi del territorio ma sa anche di che pasta sono fatti gli uomini che lavorano nelle aziende, e non solo quelli che le dirigono. Un invito ripetuto tre volte e pronunciato nel corso della recente indagine congiunturale che ha permesso di capire, attraverso le previsioni degli industriali sull'ultimo trimestre dell'anno, come nel mondo delle imprese regni ancora incertezza (altra parola chiave, usata come titolo del tradizionale report), tuttavia mitigata da attese migliori rispetto a quelle delle due precedenti analisi. Nelle pagine che seguiranno si troverà la conferma che le imprese della provincia di Alessandria sanno resistere e hanno la capacità di vedere la luce in fondo al tunnel.

Il quadro che presentiamo ai lettori, così come emerge dalle schede sulle aziende che abbiamo scelto per raccontare l'imprenditoria del territorio, non è per nulla catastrofico come sarebbe stato anche lecito attendersi. Per il semplice motivo che, appena si è potuto riprendere a lavorare e produrre, il terreno perduto è stato almeno parzialmente recuperato. Con prospettive addirittura incoraggianti se saranno confermati i segnali di recupero dell'economia e del Pil ipotizzati per il prossimo anno.

Sanno resistere, le imprese alessandrine, perché hanno la grande capacità di rinnovarsi e di scegliere strade che un tempo non si pensava mi-

nimamente di percorrere, come quella della sostenibilità. Basterebbe citare gli esempi di Gualapack e Paglieri. La prima ha ricevuto il testimone di 'Fabbrica Sostenibile' per gli imballaggi e i sistemi di produzione che diminuiscono l'impatto ambientale; la seconda, ha deciso l'acquisto di una nuova linea di ricariche in grado di ridurre l'uso della plastica. Si tratta di scelte – è la mia personale opinione – che non sono dettate soltanto da motivi etici, ma anche dalla capacità di saper immaginare gli scenari futuri e di anticiparli. Doti fondamentali, per chi di mestiere fa l'imprenditore.

Potranno resistere a lungo, le nostre imprese, soprattutto se saranno aiutate.

Per riuscire a reggere, la ricetta di Gian Paolo Coscia, neo presidente della Camera di Commercio di Alessandria e Asti, è *«diminuire il costo del lavoro e la pressione contributiva»*. Perché altrimenti *«non si va da nessuna parte...»*. E poi questa *«è una profonda crisi di consumi. Dunque, se non saremo in grado di ridare fiducia proprio ai consumatori, la ripresa sarà inevitabilmente lenta»*.

Le ultime parole sono di Marco Giovannini, presidente e amministratore delegato di Guala Closures e spostano il dibattito su un altro terreno, dove non saranno però le imprese a giocare. Non spetta infatti a loro varare quei provvedimenti che garantiscono la liquidità e fare in modo di rimuovere quegli ostacoli che, troppo spesso, impediscono agli industriali italiani di essere competitivi rispetto al resto del mondo. ■



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.

ACOSENERGIA

GESTIONEACQUA

GESTIONEAMBIENTE

ANEMOS

ACOSì

reti

Acos, parla l'ad Giorgio Pafumi: «Abbiamo obiettivi molto ambiziosi»

Dottor Pafumi, qual è la situazione che lei ha trovato, al suo ingresso in Acos?

Grandi professionalità, grande impegno di tutti, una vera partecipazione alla vita dell'azienda, un forte spirito di gruppo. Nonostante i molteplici impegni e le responsabilità che mi sono state affidate, ho trovato una totale collaborazione, che mi sta consentendo di entrare pienamente nel ruolo e di guardare ai prossimi anni con la giusta serenità. Il gruppo Acos è oggi una importante realtà non solo nel tessuto del nostro territorio (con quasi 90 milioni di euro di fatturato e 350 dipendenti), ma anche nel panorama delle più importanti aziende multiutility del Nord-Ovest. Con le nostre aziende serviamo un territorio molto vasto; attraverso **Acos Energia** forniamo gas metano ed energia elettrica; con **Gestione Acqua** forniamo il Servizio Idrico Integrato; **Acosi** è la nostra azienda che gestisce il calore nelle case e negli edifici pubblici, e garantisce l'efficientamento energetico degli edifici, seguendo le nuove norme in materia (bonus casa 110%); attraverso l'azienda **Reti** eseguiamo

costantemente la manutenzione delle reti gas ed assicuriamo la massima sicurezza agli utenti; **Gestione Ambiente** è l'azienda che ritira – con il porta a porta – i rifiuti in tutto il territorio di competenza e che gestisce il corretto conferimento ed il massimo riciclo; ma siamo anche attivi con gli impianti sportivi con **Anemos**, azienda che gestisce le piscine – estive ed invernali – di Novi e le attività correlate al suo interno. Oltre a tutto ciò, il Gruppo Acos ha creato la **Fondazione Acos per la Cultura** – con la quale svolge un'attività a favore di formazione e sviluppo delle conoscenze, indirizzate soprattutto verso le nuove generazioni. Siamo tutti veramente molto fieri di tutto ciò.

Come cresce il Gruppo Acos, quali sono gli obiettivi che lei si è posto?

Abbiamo obiettivi molto ambiziosi, e non solo per il nostro gruppo. Desideriamo che, alla crescita delle nostre aziende, corrisponda lo sviluppo dei territori dove operiamo. Ciò sarà possibile se sapremo investire in nuove importanti opportunità, che porterebbero importanti positive conseguenze in questi territori.

Parlo di aumento di occupazione, sviluppo di nuove imprese, ritorno in questi territori di nuove risorse finanziarie ed umane. Il Gruppo Acos è un complesso di società strategiche: è ricerca, innovazione ed occupazione. Le implicazioni etiche verso i territori in cui operiamo perseguono un modello di responsabilità sociale di impresa, investendo sul capitale più importante di cui il territorio dispone: i giovani. Il nostro modello etico conferma che il Gruppo Acos è patrimonio non solo degli azionisti e dei propri clienti, ma soprattutto della comunità in cui opera.

Proprio per questo auspichiamo un forte impegno e la necessaria concertazione di tutte le forze politiche. Sono obiettivi ambiziosi, ma vogliamo rendere i nostri territori nuovamente all'altezza di quelle tradizioni storiche che li hanno visti quali esempi di sviluppo e crescita economica.

Il periodo storico che stiamo attraversando quanto condiziona il lavoro del Gruppo Acos?

Siamo consapevoli di essere una grande famiglia; e per questo motivo abbiamo posto in essere i protocolli necessari per poter lavorare serenamente e garantire ad ogni lavoratore la massima sicurezza. Sappiamo anche quanto potrebbero essere negative le conseguenze economiche di questo periodo sulle nostre attività, soprattutto per la morosità che potrebbe presentarsi.

Siamo però certi di poter superare questo difficile periodo proprio per il nostro spirito di gruppo che ci consente di lavorare insieme ed insieme di trovare le giuste soluzioni.



ACOS GRUPPO
INSIEME ENERGIA VITALE



CAF**COLDIRETTI**

ESPERIENZA, COMPETENZA, PROFESSIONALITÀ SIAMO *al tuo* SERVIZIO

**PER LA TUA DICHIARAZIONE DEI REDDITI
RIVOLGITI A NOI E LASCIATI GUIDARE**

CAFCOLDIRETTI**** 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

NUOVA IMU 2020

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 aggiuntive

DICHIARAZIONE DI SUCCESSIONE

Legittime - Testamentarie - Volture catastali - Riunioni di usufrutto



SERVIZI PATRONATO

epaca
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

**IMPRESA VERDE
ALESSANDRIA SRL**

**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
ALESSANDRIA Corso Crimea, 69 - Tel. 0131 261819 - Fax 0131 325524
CASALE M.TO Via Cavalli d'Olivola, 5 - Tel. 0142 452840 - Fax 0142 72741
CASTELNUOVO SCRIVIA Via Solferino, 53 - Tel. 0131 823403 - Fax 0131 823443
CERRINA Via Nazionale, 36 - Tel. 0142 943800 - Fax 0142 946031
NOVI LIGURE Via Mazzini, 50/c - Tel. 0143 75440 - Fax 0143 73681
OVADA Via Cairoli, 42 - Tel. 0143 86268 - Fax 0143 833305
TORTONA Via S.Marziano, 4 - Tel. 0131 861965 - Fax 0131 863903



Un'occasione per risolvere problemi ultraventennali



ELIANA BAICI

Ordinario di Politica Economica dell'UPO

Questo terzo millennio ha messo le economie, e le società, di fronte ad una serie di situazioni critiche: dal crollo delle torri gemelle, alla crisi economica del 2008, a cui l'Italia ha visto sovrapporsi quella del 2011, per arrivare all'odierna pandemia. Queste si sono sovrapposte alle grandi sfide globali, a seguito della rivoluzione demografica, tecnologica, per non parlare del cambiamento climatico.

Il Piemonte è fra le regioni che hanno affrontato con maggiore difficoltà le sfide del nuovo millennio, soprattutto quando lo si confronta con le altre regioni del Nord Italia.

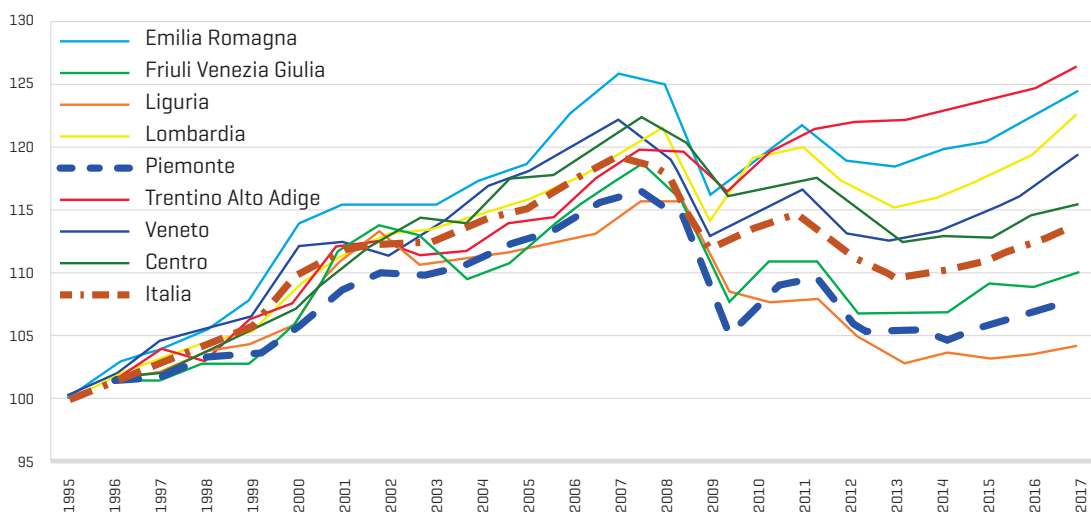
Le difficoltà attuali si innestano su problemi ultraventennali, stigmatizzati da una dinamica del valore aggiunto inferiore a quella nazionale media, come inequivocabilmente documentato nel **grafico 1**.

In Piemonte vi sono imprese efficienti e competitive esattamente come nelle regioni di con-

fronto, ma sono tendenzialmente meno numerose. Anche la propensione del Piemonte ad investire in attività di ricerca e sviluppo [R&S] è rilevante [in rapporto al PIL è stata nel 2017 del 2,09% contro l'1,18% delle altre regioni del Nord e l'1,38% della media nazionale], ma il tasso di crescita di queste spese attualmente mostra una dinamica superiore in Lombardia, Emilia-Romagna, Toscana e Veneto.

Un indiscutibile punto di forza del sistema piemontese è rappresentato dalla situazione economico-finanziaria delle sue imprese. Dall'analisi del recente Rapporto annuale della Banca d'Italia sull'economia del Piemonte, risulta che, tra il 2011 e il 2018, è aumentata la redditività e la patrimonializzazione delle imprese; è calato il loro grado di indebitamento, è cresciuta l'incidenza delle passività a medio e lungo termine ed è diminuita la quota di aziende finanziariamente vulnerabili. >>>

Grafico 1 - Valore aggiunto totale a prezzi concatenati: numeri indice, 1995=100



Fonte: Ires, Relazione annuale 2020

Un'occasione per risolvere problemi ultraventennali

ELIANA BAICI

Il Piemonte è una regione estremamente dotata anche sotto il profilo infrastrutturale, infatti in termini chilometrici per ogni 10.000 abitanti la sua rete autostradale è superiore alla media del Nord Ovest (50,3) e a quella italiana (51,8). Tuttavia, per un sistema che vuole essere competitivo, dove l'innovazione e la tecnologia assumono un ruolo chiave, è cruciale anche la connettività e pertanto la copertura del servizio a larga banda. Questa in Piemonte non risulta uniforme, è infatti molto presente nelle aree metropolitane, ma poco in quelle a bassa densità di popolazione.

Il Piemonte, inoltre, è riuscito a mantenere relativamente basso il tasso di disoccupazione accrescendo il peso delle posizioni lavorative a più bassa qualifica, il che penalizza i livelli retribuiti, con ripercussioni sul potere d'acquisto e i consumi, e spinge le forze di lavoro più giovani e qualificate verso altri mercati in grado di meglio valorizzare le loro competenze, specie nel caso in cui siano elevate, finendo per accentuare ulteriormente il declino demografico.

In questi frangenti è emerso, in maniera ancora più evidente rispetto al passato, che la nostra Regione, come peraltro il nostro paese è una realtà "a macchia di leopardo". Infatti la capacità di reazione del sistema socio-economico è risultata molto differenziata, in funzione delle caratteristiche del tessuto imprenditoriale, della sua vocazione all'esportazione, del settore di attività economica, ma anche in relazione al territorio in cui opera, alla sua dotazione infrastrutturale ed in termini di capitale umano, nonché al sostegno/capacità di intervento specifico da parte della pubblica amministrazione.

Prendendo come indicatore di benessere il PIL pro capite, gli ultimi dati disponibili (2016), posizionano la provincia di Alessandria (€ 28.000) più vicina alla media Italiana (€ 27.871), che a quella regionale (€ 29.832), a cui peraltro hanno fornito un contributo al rialzo solo le province di Torino e Cuneo.

Un quadro parzialmente migliore emerge se si analizza la densità imprenditoriale (numero di imprese ogni 100 abitanti), come indicatore di propensione imprenditoriale di alcuni cittadini e opportunità lavorative per altri: nel 2018 le province di Asti, Cuneo ed Alessandria presentano valori superiori alla media regionale, pari a 9,9 (rispettivamente 11%, 11,7% e 10,2%), al contrario di VCO e Novara (rispettivamente 8,3% e 8,2%). Il dato sulla densità imprenditoriale non risulta tuttavia adeguato, nel periodo più recente,

a fornire prospettive di lavoro a tutti coloro che vorrebbero entrare nel mercato, infatti nel 2019 il tasso di occupazione (popolazione tra i 15 e i 64 anni) della provincia di Alessandria, tra quelle piemontesi, è superiore solo al dato del VCO (64,6% contro 63,6%), laddove la media regionale si attesta al 66%. Interessante è tuttavia osservare, che la media non rispecchia le possibilità per fasce d'età: il tasso di occupazione per i giovani tra i 15 e i 29 anni in provincia di Alessandria è secondo solo a quello fatto registrare dal "campione" regionale, Cuneo.

Tra i fattori che giocano un ruolo fondamentale per favorire lo sviluppo dei territori vi è sicuramente l'istruzione e la formazione, da cui dipende il futuro delle persone e il loro inserimento attivo nella società. Non a caso tre degli obiettivi della Strategia Europa 2020 riguardano proprio questi aspetti, puntando all'innalzamento al 75% del tasso di occupazione per le persone di età compresa tra i 20 e i 64 anni, all'abbassamento del tasso di abbandono scolastico sotto al 10% e all'innalzamento di quello delle persone con un'istruzione universitaria tra i 30 e i 34 anni sopra il 40%.

Nell'ultimo decennio, il numero dei laureati in Piemonte è costantemente cresciuto, risultando - nel 2018 - pari al 30% delle persone di età compresa tra i 30 e i 34 anni. Le province con la quota maggiore di popolazione giovane laureata sono quelle di Biella, Torino e Asti (rispettivamente 37,7%, 33,5% e 33,3%), quelle con la quota minore Verbano Cusio Ossola, Cuneo e Alessandria (rispettivamente 17,2%, 22% e 26,5%), che si confrontano con il 30,4% della media regionale.

Se da una parte è auspicabile che le persone, soprattutto le giovani generazioni, si presentino sul mercato con competenze elevate, allo stesso tempo è necessario creare le condizioni affinché il sistema produttivo sia in grado di accoglierli in posizioni adeguate.

In caso contrario gli investimenti collettivi genererebbero vantaggi per altri territori, inducendo i giovani lavoratori a ricercare opportunità professionali al di fuori del contesto regionale o nazionale. In Piemonte la domanda di lavoro di settori e attività innovative è risultata meno intensa che altrove, a partire dal dato che le start-up innovative, che spostano il modello di specializzazione verso i settori ad alto contenuto di conoscenza, sono meno diffuse in Piemonte rispetto al resto del Nord Ovest e del Paese (rispettivamente 11, 20 e 16 ogni 100mila abitanti) e sono concentrate nel capoluogo di Torino.

Un'occasione per risolvere problemi ultraventennali

ELIANA BAICI

Un asset strategico per la Regione Piemonte è il suo sistema universitario, che ha mostrato una notevole capacità attrattiva, superiore a quella di tutte le altre regioni italiane, esclusa l'Emilia Romagna. Il numero degli studenti iscritti, nell'ultimo decennio, è infatti passato da 17mila circa del 2008/09 agli oltre 21mila nel 2018/19 (grafico 2). L'aumento degli iscritti si deve alla capacità degli atenei di trattenere sul territorio la domanda di formazione espressa dagli studenti residenti in Piemonte e di attrarre studenti residenti in altre regioni, in particolare dal Sud (soprattutto Sicilia e Puglia). Su cento studenti iscritti agli atenei del Piemonte, 68 risiedono in Piemonte e 32 in altre regioni italiane o all'estero.

In questo contesto vale la pena di segnalare il contributo offerto dall'Università del Piemonte Orientale che nell'anno accademico 2019/2020 ha fatto segnalare un aumento del 14% nel numero degli immatricolati rispetto all'anno accademico 2017/2018.

Nel segmento dei corsi di laurea magistrale gli atenei del Piemonte mostrano una capacità di attrazione di studenti da altre regioni e dall'estero addirittura superiore a quella che essi stessi hanno nei corsi di primo livello: quasi il 50% degli

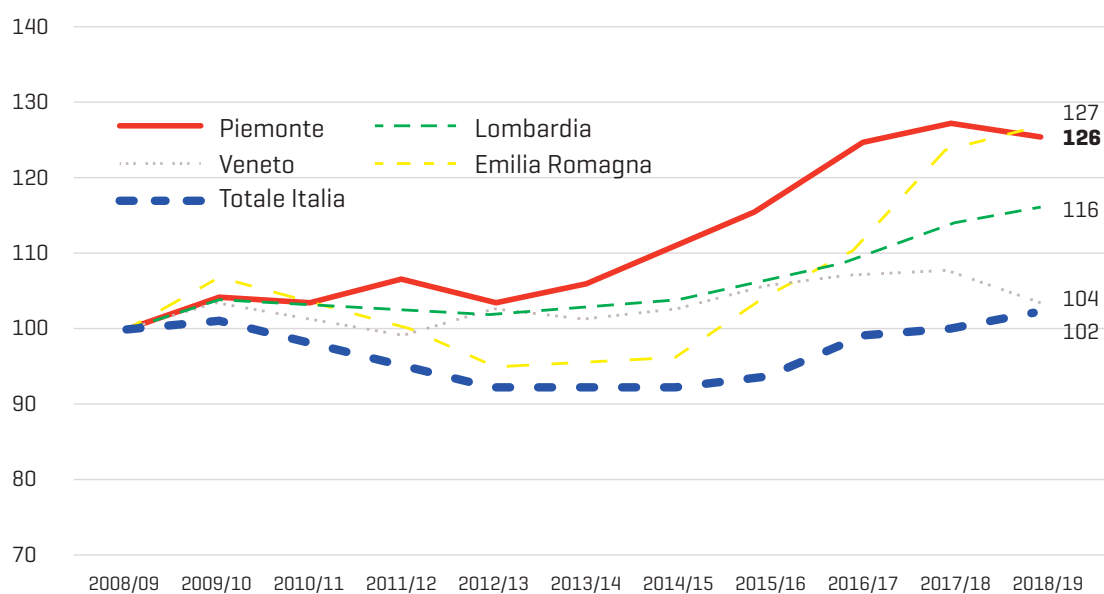
iscritti al primo anno è costituito da studenti provenienti da altre regioni e dall'estero.

Nell'ultimo decennio, è costantemente cresciuto anche il numero dei laureati, che passa dai 17mila dell'anno accademico 2008/2009 agli oltre 22mila del 2018/19.

Il sistema universitario potrà fare la differenza in termini di sviluppo della nostra regione non solo per il contributo alla crescita del capitale umano, ma anche per la sua attività di ricerca e soprattutto per i trasferimenti dei suoi risultati al sistema economico.

Se vogliamo riflettere sulle prospettive, è indiscutibile che il Piemonte ha le potenzialità per tornare ad essere un'economia trainante per il sistema paese. L'attuale crisi racchiude delle opportunità, che è tuttavia necessario riuscire a cogliere, agendo in misura differenziata sui territori per evitare l'acuirsi delle differenze: chi ha più risorse (non solo produttive e finanziarie ma anche e soprattutto in termini di capitale umano) è in grado di reagire più prontamente ed efficacemente, migliorando ulteriormente la sua posizione, ma chi è indietro deve cercare di intervenire sulle criticità in maniera più energica per evitare di peggiorare la sua posizione relativa. >>>

Grafico 2 - Trend degli immatricolati agli atenei del Piemonte e di altre regioni del Nord



Fonte: dati ANS aggiornati ad aprile 2020; elaborazioni IRES - Osservatorio regionale per l'Università.

Nota: il dato del 2007/08 è stato posto uguale a 100 e quelli degli anni successivi ricalcolati su questa base

Energica, il gas metano del Monferrato

Abiti a Valenza, Valmacca o Pomaro?
Passa a Energica e con **GasPrezzoFissoGo**
ricevi subito fino a **250 EURO** in buoni benzina
o uno sconto di pari valore in bolletta.

Chiama subito l'800 845074!

OFFERTA VALIDA SOLO PER I NUOVI CLIENTI
O PER I CLIENTI ENERGICA DEL MERCATO TUTELATO



www.energicagas.it

Energica è una società del gruppo A.M.C. Spa
Via Orti, 2 - Casale Monferrato (AL) - Tel. 0142 . 334.411

Energica
IL GAS METANO DEL MONFERRATO



Amc, da oltre quarant'anni una presenza costante sul territorio

Una presenza costante sul territorio, un solido punto di riferimento per la città di Casale, ma anche per i 24 comuni soci. Amc, Azienda Multiservizi Casalese, presieduta da **Fabrizio Amatelli**, si occupa della gestione di quasi tutti i servizi pubblici locali. Un percorso di rilievo, cominciato oltre quarant'anni fa, che ha evidenziato una crescita importante e che prevede ulteriori progetti di ampio respiro, a confermare un ruolo di assoluta predominanza.

I servizi principali sono distribuzione del gas naturale, ciclo idrico integrato, servizio di trasporto urbano, gestione delle soste a pagamento, servizio scuolabus, servizio cimiteriale e di illuminazione votiva, servizio di illuminazione pubblica e teleriscaldamento. Amc è attiva sul territorio anche attraverso la società Energica Srl (presidente **Paolo Secco** nella foto) che si occupa della vendita del gas metano.

Di strada, evidentemente, ne è stata fatta molta dal lontano 1975, «quando – sottolinea **Gabriella Cressano**, direttore generale di Amc – fu costituita l'Azienda Municipale Casalese, inizialmente per la gestione del servizio trasporti urbani del Comune

di Casale. Poco dopo Amc iniziò a occuparsi della distribuzione di gas metano, mentre un punto di svolta importante va evidenziato alla fine degli anni 80, quando venne aggiunto il servizio di distribuzione di acqua potabile».

Distribuzione gas, dunque, e servizio idrico integrato (acquedotto, fognatura e depurazione) con quest'ultimo settore che per tutta una serie di motivi rappresenta il futuro dell'azienda. Nel 2000 Amc è diventata Società per Azioni, con 25 soci e un capitale sociale di 30 milioni di euro, più un ulteriore fondo 'di riserva' di ulteriori 30 milioni.

«A partire dal 2003 – continua Cressano – dopo il recepimento del Decreto Letta che ha liberalizzato il mercato interno del gas naturale, si è provveduto ad effettuare la separazione societaria dell'azienda Gas, mantenendo in capo a Amc trasporto e distribuzione, con la vendita che è stata invece trasferita alla società Chiara Gaservizi, con le aziende di Tortona e Valenza. Successivamente alla scissione, il ramo d'azienda è stato ceduto ad Amc Energia Srl. Dal 2018, infine, ha assunto la denominazione di Energica Sr, partecipata al 100% da Amc».

Una presenza costante, dunque, a servizio della cittadinanza. Anche durante la prima fase dell'emergenza sanitaria, «perché – concludono all'AMC – di fatto non ci siamo mai fermati,

Amc, Energica ed i suoi circa 130 dipendenti hanno continuato a lavorare durante tutto il periodo della pandemia; sono state anticipate tutte le manutenzioni degli impianti, è stato completato il progetto di trasferimento dell'infrastruttura di Energica sul cloud Oracle approfittando del blocco causato dalla pandemia. Nel 2003 abbiamo compreso quanto fosse importante il concetto di informatizzazione avanzata, nel corso degli anni abbiamo saputo raccoglierne i frutti. In questa fase stiamo investendo molto nella gestione del teleriscaldamento, stiamo cercando nuove forniture per aumentare la produzione e allacciare nuove utenze».



www.energicagas.it

Un'occasione per risolvere problemi ultraventennali

ELIANA BAICI

Le recenti informazioni contenute nel Bollettino della Banca d'Italia [n. 4 ottobre 2020] segnalano che il clima di incertezza, generato dalla pandemia, ha indotto nel secondo trimestre di quest'anno un aumento della propensione al risparmio degli italiani, che è salita al 18,6%, un livello più che doppio rispetto al 2019. In flessione, oltre ai consumi, risultano anche gli investimenti fissi lordi. Negativo è pure il contributo dell'interscambio con l'estero, per effetto di una flessione delle esportazioni più ampia di quella delle importazioni. Il calo della domanda estera è risultato particolarmente significativo in Piemonte a causa della crisi dell'automotive. In questo contesto l'unico stimolo all'economia potrà venire dalla spesa pubblica.

A questo proposito un errore da evitare, in un paese che presenta notevoli differenze tra regioni e tra diverse province all'interno della stessa regione, sono gli interventi "a pioggia", perché, disperdendo le risorse in mille rivoli si rischia di prolungare l'agonia di comparti e/o imprese in strutturale difficoltà, sostenendo in misura insufficiente quelli/e con maggiori potenzialità.

Se, con riferimento alle persone, è doveroso attendersi che le risorse pubbliche siano destinate ai soggetti più fragili, per quanto riguarda il sistema economico, sia a livello nazionale che a livello locale, in questo frangente è giusto chiedere che le risorse siano destinate a progetti in grado di ricostituire il potenziale di sviluppo dell'economia, partendo dai suoi punti di forza.

Questo consentirebbe altresì di risolvere i problemi che, con qualche differenza territoriale, ri-

salgono alla metà degli anni '90 del secolo scorso; bassa produttività, scarsa infrastrutturazione, soprattutto digitale, spreco di capitale umano a causa di competenze non pienamente adeguate alle esigenze del tessuto produttivo. Infatti benché, ad esempio, la quota dei laureati sulla popolazione attiva sia, anche nella nostra regione, inferiore a quella dei paesi più avanzati e ancora al di sotto degli obiettivi europei, un terzo circa dei giovani laureati afferma di possedere competenze superiori a quelle necessarie a svolgere la mansione per la quale è stato assunto.

L'auspicio è che le risorse, che verranno mobilitate in questo momento storico, possano essere utilizzate non solo per sostenere i redditi delle famiglie e la redditività delle imprese, ma vengano impiegate in maniera mirata, fissando un ordine di priorità e valutandone con estrema attenzione l'impatto di medio-lungo periodo.

Questo deve essere il più ampio possibile e garantire uno sviluppo, che sia sostenibile sotto il profilo ambientale, come si chiede con sempre maggiore insistenza, ma anche in linea con le aspirazioni dei territori e rispettoso della loro storia e dei saperi che lì si sono sedimentati. Per garantire un cambio di passo, gli interventi che verranno posti in essere, dovranno far fronte ai bisogni contingenti e dare una risposta ad una crisi che viene da lontano. Per superarla, a mio parere, dovranno essere messe in campo anche energie e risorse private, che oggi appaiono bloccate dall'incertezza: solo le società coese, in cui prevale il principio di sussidiarietà, sono davvero in grado di fornire ai problemi le risposte che i cittadini si attendono. ■

Le conseguenze economiche dell'epidemia da Covid-19



CARLUCCIO BIANCHI

Docente di Macroeconomia dell'UPO

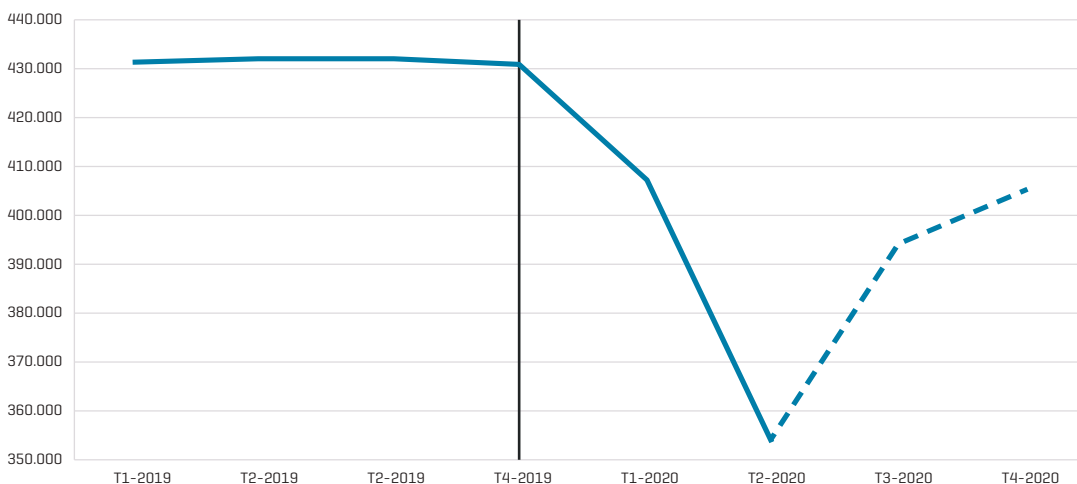
L'epidemia da Covid-19 non ha solo prodotto conseguenze disastrose sulla salute e sulle condizioni di vita degli italiani, ma anche sull'economia del Paese, provocando cadute senza precedenti di produzione, reddito, consumi, investimenti e occupazione. La crisi si è inizialmente manifestata come shock di offerta, posto che nei primi mesi dell'anno il lockdown in Cina ha privato gran parte delle economie occidentali delle componenti materiali necessarie a sostenere la produzione locale, interrompendo le catene internazionali del valore.

Successivamente il lockdown interno dei mesi di marzo e aprile ha impedito alle imprese di svolgere la loro funzione produttiva, limitando le attività consentite ai soli beni necessari. In effetti, le attività produttive considerate "non essenziali", e quindi sospese dal DPCM del 22 marzo 2020, erano pari a circa un terzo del valore aggiunto complessivo; nel caso dei servizi di alloggio e ristorazione tale percentuale era di circa due terzi, mentre le attività ricreative sono state quasi totalmente bloccate. A tali shock di offerta iniziali si sono poi sommati altri shock dal lato della domanda: il blocco della mobilità interna ed inter-

nazionale ha determinato un pressoché completo azzeramento dei flussi turistici e delle attività economiche connesse; la diffusione mondiale della pandemia e le misure di restrizione della mobilità personale e delle attività produttive adottate hanno determinato una caduta senza precedenti del commercio mondiale e delle nostre esportazioni; le restrizioni sui comportamenti individuali e il diffuso clima di incertezza sulle prospettive economiche hanno provocato una drastica contrazione di consumi delle famiglie e investimenti delle imprese. A partire dal mese di maggio, ma soprattutto dal terzo trimestre, la graduale rimozione dei controlli e il forte sostegno delle politiche monetarie e di bilancio al contenimento della recessione, prima, e alla ripresa dell'economia, poi, hanno determinato un rimbalzo delle attività produttive, tuttora in corso. Quest'ultimo però non permetterà di evitare una caduta complessiva del prodotto interno lordo (PIL) nella media dell'anno, né di recuperare i livelli di attività economica precedenti la crisi.

Il **grafico 1** mostra l'andamento trimestrale del PIL italiano, recente e prospettico, in conseguenza delle tendenze sopra illustrate. >>>

Grafico 1 - La dinamica recente del PIL trimestrale italiano



Le conseguenze economiche dell'epidemia da Covid-19

CARLUCCIO BIANCHI

Come si può osservare, già nel corso del 2019 l'attività economica in Italia non era particolarmente dinamica, con un profilo pressoché piatto, in conseguenza della scarsa crescita del commercio mondiale, condizionata dalla guerra dei dazi tra USA e Cina, e di una domanda interna stagnante. In conseguenza della pandemia, il PIL è caduto del 5,5% nel primo trimestre 2020 e del 13% nel secondo trimestre. Nonostante un rimbalzo previsto dell'11% circa nel terzo trimestre, anche come conseguenza dell'ottimo andamento della produzione industriale, rimbalzata del 30% circa, dopo una caduta del 9% nel primo trimestre e del 17% circa nel secondo, e nonostante un'ulteriore lieve crescita prevista nel quarto trimestre, in assenza di nuovi lockdown nella media dell'anno il PIL italiano subirà una riduzione del 9,5% circa. Inoltre la ripresa ipotizzata nel secondo semestre non permetterà comunque al reddito italiano di recuperare totalmente i livelli pre-recessione, dato che alla fine dell'anno esso sarà ancora del 6% inferiore alla media del 2019. Una caduta annua del PIL di tali dimensioni non ha precedenti nell'intero processo di sviluppo post-bellico del nostro Paese, e per trovare un riscontro simile occorre riandare all'ultimo triennio della seconda guerra mondiale. Inoltre, secondo le maggiori organizzazioni internazionali, tra i Paesi industrializzati l'Italia sarà, subito dopo la Spagna (perdita di reddito stimata al 12,8%), quello che subirà la maggiore caduta produttiva, sebbene anche Francia e Regno Unito si troveranno in posizioni simili.

Secondo le stime della Banca d'Italia, la caduta del PIL italiano del 9,5% può essere così ripartita tra le varie determinanti precedentemente specificate: effetto lockdown 5% (quindi più della metà del calo totale), effetto turismo 2,5%, effetto commercio globale 2,3%, effetto fiducia e incertezza 2,2%, effetto espansivo di contrasto alla recessione delle politiche economiche 2,5%.

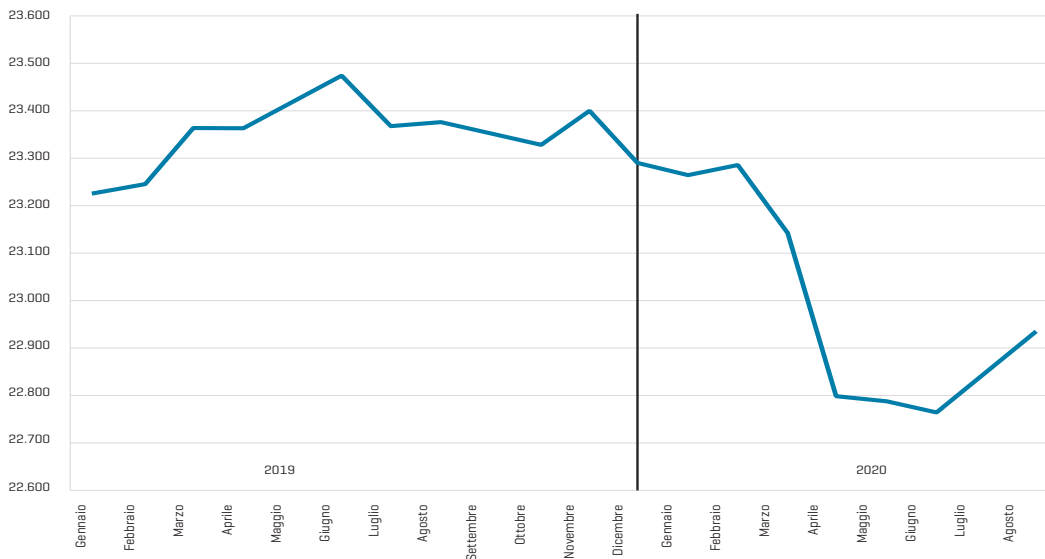
Vale la pena inoltre di osservare che, in seguito ai provvedimenti restrittivi dei comportamenti individuali e delle attività produttive, nonché per effetto del mutamento nelle abitudini di spesa delle famiglie indotto dalla pandemia, i consumi privati subiranno nel 2020 una flessione più consistente di quella del reddito: -10% circa. Questo è un elemento del tutto nuovo rispetto alla tradizionale dinamica della domanda aggregata nelle recessioni, nelle quali la tendenza a mantenere un tenore di vita consolidato induce le famiglie a ridurre il risparmio per sostenere i consumi: così, ad esempio, nella Grande Recessione del 2009, a fronte di una caduta del reddito del 5,3%, la riduzione dei consumi privati fu solo pari all'1,6%. Quest'anno invece, come si è detto, il calo dei consumi [-10%] supererà quello del PIL [-9,5%], contribuendo in tal modo ad aggravare la crisi. Occorre infine osservare che la riduzione dei livelli di attività produttiva non sarà omogenea tra i settori: il comparto agro-alimentare sarà il meno colpito dalla crisi, insieme ai servizi di comunicazione e informazione, la sanità e la Pubblica Amministrazione, mentre gravi perdite saranno sperimentate dai servizi di accoglienza e ristorazione, oltre che dalle attività artistiche, di intrattenimento e ricreative, nonché dal commercio all'ingrosso e al dettaglio e i trasporti.

Con riferimento al mercato del lavoro, mentre le ore lavorate hanno sostanzialmente seguito l'andamento della produzione, con un crollo del 7,3% nel primo trimestre e del 15,2% nel secondo, le persone occupate, secondo le rilevazioni delle forze di lavoro, hanno manifestato una flessione assai meno accentuata, con una diminuzione dello 0,4% nel primo trimestre e dell'1,9% nel secondo. Nel terzo trimestre, invece, l'occupazione è aumentata dello 0,7%. Il **grafico 2** mostra la dinamica recente del mercato del lavoro nel nostro Paese.

Le conseguenze economiche dell'epidemia da Covid-19

CARLUCCIO BIANCHI

Grafico 2 - La dinamica recente dell'occupazione in Italia



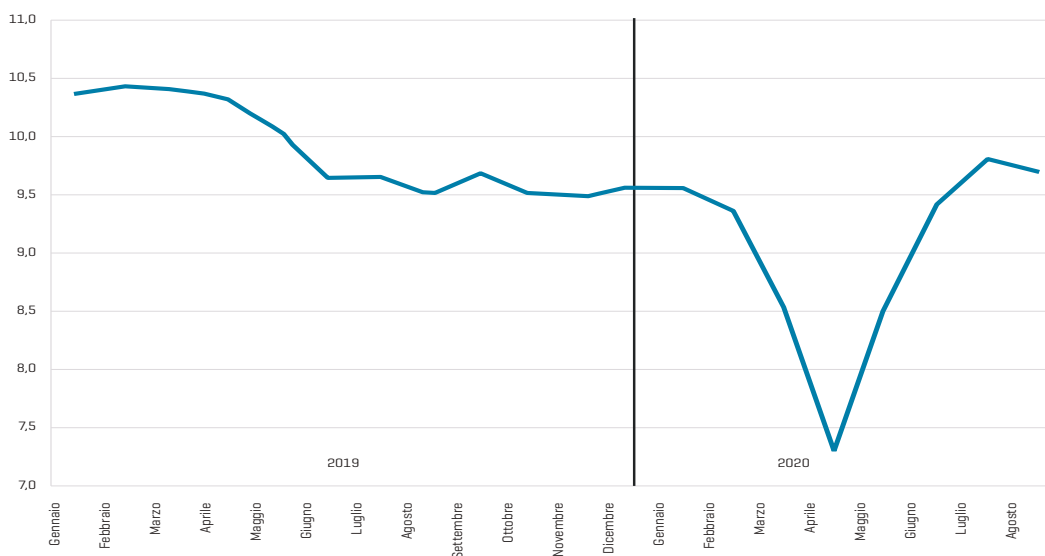
La flessione dell'occupazione totale di inizio anno ha riguardato in misura pressoché analoga tanto i dipendenti quanto gli autonomi, ma all'interno dei primi mentre i lavoratori a tempo indeterminato hanno sostanzialmente conservato il loro posto di lavoro, quelli a tempo determinato sono diminuiti di circa il 4% nel primo trimestre e del 10% nel secondo (con un lieve recupero nel terzo).

La crisi ha dunque acuito ulteriormente le disuguaglianze (in termini di remunerazione e di precarietà) tra lavoratori protetti da un contratto a tempo indeterminato e lavoratori a termine. La tenuta dell'occupazione, di fronte a una forte caduta della produzione, è stata ovviamente resa

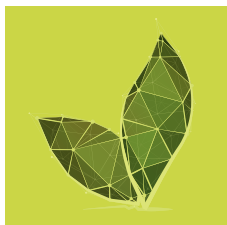
possibile sia dalla legislazione governativa, che ha di fatto bloccato i licenziamenti, sia dagli interventi della Cassa Integrazione Guadagni, che hanno sussidiato i lavoratori che altrimenti sarebbero stati licenziati.

Nel secondo trimestre le ore concesse della Cassa sono state pari a 1,5 miliardi, contro i 62,6 milioni del trimestre precedente. I lavoratori equivalenti in Cassa Integrazione sono quindi passati dallo 0,6% delle forze di lavoro al 15,2% (per poi ripiegare al 6% circa nel terzo trimestre). Si spiega in tal modo l'andamento anomalo del tasso di disoccupazione, raffigurato nel **grafico 3**, il quale addirittura si riduce, contrariamente alle attese, durante il picco della crisi. >>>

Grafico 3 - La dinamica recente del tasso di disoccupazione in Italia



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



Un polo unico per il trattamento dei rifiuti industriali al servizio delle piccole e grandi imprese del territorio



Ogni anno in Italia più dei quattro quinti dei rifiuti prodotti sono classificati come speciali, ossia sono scarti derivanti dal complesso delle attività produttive. Si tratta di materie sulle quali il produttore ha la responsabilità del corretto smaltimento e l'onere di sostenerne i costi. La loro gestione appropriata rappresenta una necessità ambientale ma diventa sempre di più un parametro su cui le imprese intervengono per aumentare l'efficienza del proprio ciclo produttivo. Meno rifiuti da avviare in discarica significa trarre dagli scarti nuove risorse, ridurre gli sprechi di materia e costruire un'economia più efficiente e sostenibile.

In quest'ottica una piattaforma polifunzionale come la Grassano di Predosa rappresenta un partner di prossimità ideale per tutto il sistema economico dell'Alessandrino perché specializzata nell'accogliere, trattare e gestire ogni tipo di rifiuto industriale, pericoloso e non, per poi avviarlo al processo di recupero o smaltimento più idoneo.

Nata nel 1957, Grassano nel 2004 è stata acquisita dal Gruppo Riccoboni Holding che l'ha trasformata in un complesso all'avanguardia che si estende su 22 mila metri quadrati e ha una capacità autorizzata di trattamento di 150 mila tonnellate annue. Al suo interno ha sede anche un moderno laboratorio chimico per l'analisi chimico fisica e la classificazione dei rifiuti.

Possiede diverse linee di lavoro che consentono la gestione di rifiuti industriali sia solidi che liquidi e una vasta gamma di trattamenti in funzione della destinazione finale. Grassano opera con le aziende della raffinazione del petrolio, del petrolchimico e del chimico-farmaceutico, per la capacità che le viene riconosciuta di saper garantire la gestione dei sottoprodotti in sicurezza e soluzioni di smaltimento finale altamente qualificate e costanti. Fornisce servizi anche agli specialisti del risanamento di siti inquinati, di cui la consociata Riccoboni Spa fa parte, offrendo strutture particolarmente efficienti nello stoccaggio e trattamento di fanghi e terre da scavo.

Con il territorio si sono sviluppati legami diffusi soprattutto per le attività di recupero di oli, metalli e sostanze inorganiche che Grassano svolge, gestendo con mezzi propri anche operazioni di microraccolta, come mandatario territoriale dei consorzi obbligatori: Conou (consorzio obbligatorio degli oli minerali usati), Conoe (consorzio obbligatorio degli oli e grassi vegetali e animali esausti) e Cobat (consorzio multiprodotto per la gestione dei RAEE). Dalla raccolta e dal trattamento degli oli minerali e vegetali, di emulsioni, filtri, batterie e accumulatori esausti vengono recuperate importanti frazioni nuovamente utilizzabili: metalli ferrosi e non da avviare alle fonderie, olio esausto rigenerabile, carte e plastiche impregnate da valorizzare come recupero energetico. Un percorso di economia circolare che dall'Alessandrino permette di trarre nuova materia prima.



Le conseguenze economiche dell'epidemia da Covid-19

CARLUCCIO BIANCHI

Tale andamento è dovuto a due fenomeni: il già ricordato ricorso alla Cassa Integrazione e un aumento del numero di persone inattive, ossia di coloro che smettono di cercare un lavoro nei momenti in cui questo difficilmente si trova. Nel mese di aprile, in particolare, la percentuale di lavoratori in Cassa Integrazione è stimabile intorno al 26,3% della forza lavoro, a fronte di un tasso ufficiale di disoccupazione minimale del 7,3%: in assenza di tale istituto la percentuale di disoccupati sarebbe quindi pari alla somma dei due valori.

La forte caduta del reddito e gli interventi di sostegno all'economia hanno provocato una consistente dilatazione del disavanzo pubblico, che quest'anno dovrebbe raggiungere l'11% circa del PIL, con un aumento di oltre 9 punti percentuali rispetto all'anno precedente. Analogamente, il rapporto tra debito pubblico e PIL dovrebbe sfiorare il 160%, con un incremento di 25 punti rispetto al 2019.

Nonostante tale esplosione del disavanzo, i tassi di interesse di riferimento a lungo termine (quelli utilizzati per valutare la sostenibilità del debito) sono diminuiti, passando dall'1,4% pre-pandemia a dicembre allo 0,7% attuale, il livello più basso nella storia italiana. Tale evoluzione è stata resa possibile dagli interventi anti-crisi della BCE e dell'Unione Europea: nel corso del 2020, a fronte di un deficit pubblico previsto di circa 180 miliardi, la BCE acquisterà titoli di Stato italiani per 225 miliardi, finanziando quindi l'intero disavanzo e andando addirittura oltre. L'Unione Europea, con uno sforzo senza precedenti, ha messo a disposizione dell'Italia circa 270 miliardi, tra Fondi per la disoccupazione (27 Mld), MES (36 Mld) e Recovery Plan (208 Mld, di cui 81 di sovvenzioni a fondo perduto). Non deve quindi stupire che tutti questi interventi abbiano assicurato gli investitori internazionali sulla solvibilità del debito italiano, con una netta diminuzione del premio per il rischio, e quindi dello spread. La vera sfida per il nostro Paese sarà ora quella di saper utilizzare in maniera oculata e opportuna i fondi a disposizione per rilanciare l'asfittico processo di crescita che ha caratterizzato il nostro sistema economico negli ultimi due decenni, per fargli riprendere il posto che gli compete tra i grandi Paesi industrializzati.

L'impatto dell'emergenza coronavirus sull'economia del Piemonte: alcune stime preliminari

Come per l'Italia nel complesso, anche in Piemonte l'epidemia da Covid-19 ha avuto profonde conseguenze negative sul sistema economico, a causa dell'operare degli stessi meccanismi di trasmissione all'origine della crisi: misure di restrizione dell'attività produttiva e della mobilità personale, riduzione del commercio internazionale e dei flussi turistici, caduta della domanda interna in seguito ai cambiamenti indotti nei comportamenti di famiglie e imprese, in presenza di fattori di rischio e di incertezza sul futuro. A causa delle caratteristiche strutturali della nostra regione, l'impatto della crisi è stato addirittura più accentuato che nella media nazionale, a motivo dei seguenti fattori: misure di lockdown che hanno interessato una quota più elevata di imprese e lavoratori, maggiore apertura agli scambi internazionali e quindi più consistente impatto sulle esportazioni, maggiore incidenza sul valore aggiunto complessivo dell'industria, e al suo interno dei settori produttivi più colpiti dalla crisi, rallentamento più accentuato dell'attività produttiva già negli ultimi mesi del 2019, che ha lasciato in eredità all'anno in corso un effetto di trascinamento più negativo.

Con riferimento all'intensità delle misure di lockdown, secondo le stime della Banca d'Italia la quota del valore aggiunto regionale delle attività produttive sospese dal DPCM del 22 marzo 2020 è stata di oltre 3 punti percentuali superiore alla media nazionale, con un valore pari al 31%. Con riferimento al commercio estero, la quota delle esportazioni di merci piemontesi sul PIL era pari nel 2018 al 35%, contro il 32,6% della Lombardia e il 26,1% dell'Italia nel complesso.

Per quanto riguarda l'industria, l'incidenza del settore sul valore aggiunto regionale complessivo è pari al 24,6% circa, contro una media nazionale del 19,5%. All'interno dell'industria, più esposta degli altri settori alle alterne fasi congiunturali, il Piemonte si caratterizza poi per una specializzazione nella produzione di beni capitali e di consumo durevoli, con particolare riferimento ai

Le conseguenze economiche dell'epidemia da Covid-19

CARLUCCIO BIANCHI

comparti tessile, automobilistico e della meccanica, la cui domanda è bruscamente calata.

Il **grafico 4** mostra la dinamica recente della produzione industriale italiana a confronto con una proxy di quella regionale, costruita ipotizzando che gli andamenti dei vari settori industriali siano gli stessi nelle due aree territoriali, mentre cambia soltanto l'incidenza di ogni comparto sul totale, in base alle relative specializzazioni. Si riporta inoltre, per confronto, l'andamento dell'indice della produzione industriale regionale elaborato da Unioncamere, il quale utilizza però una metodologia di costruzione diversa, che in generale tende a registrare un'evoluzione congiunturale con fluttuazioni più contenute rispetto all'Istat. Tutti i dati sono stati opportunamente destagionalizzati.

Come si può osservare, la produzione industriale piemontese mostra già nell'ultima parte del 2019 una flessione più accentuata di quella media nazionale, in conseguenza della minore vivacità del commercio estero, coinvolto nella guerra dei dazi tra USA e Cina.

Nel primo e secondo trimestre dell'anno in corso, poi, il calo produttivo piemontese è più consistente di circa un punto percentuale rispetto alla media del Paese [che registra riduzioni pari a -8,9% nel primo trimestre e -16,8% nel secondo]. Sulla base dei primi dati disponibili, inoltre, anche il rimbalzo produttivo del terzo trimestre appare meno forte in regione, per circa 3 punti percentuali [27% contro 30% circa].

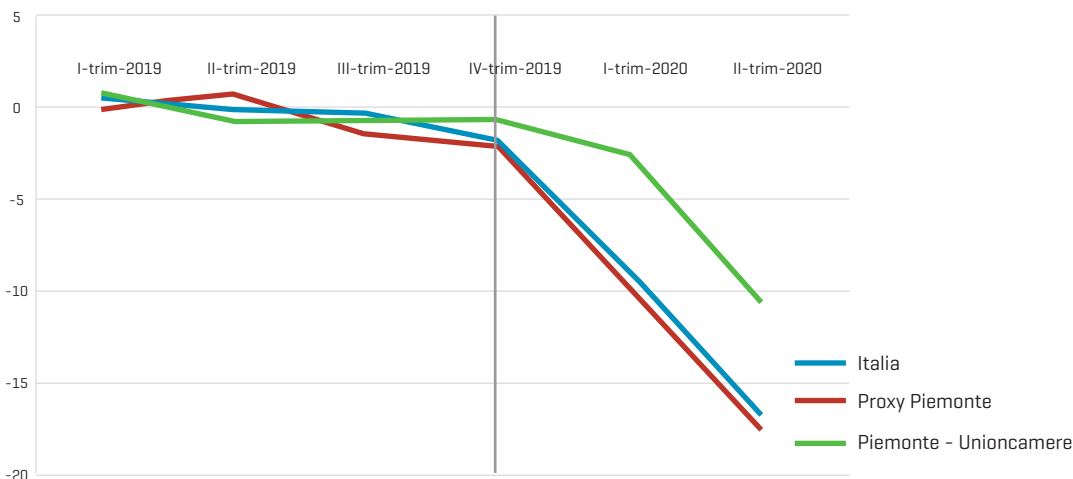
Nella prima parte dell'anno, poi, in Piemonte una maggiore caduta del valore aggiunto complessivo è pure attribuibile al settore delle costruzioni, che in regione ha un'incidenza maggiore di quella italiana (4,4% contro 4,2%), e che soprattutto nel secondo trimestre ha accusato un calo di attività superiore a quello dell'industria in senso stretto [-23% contro -20%].

Per contro, il minor peso dei servizi in Piemonte (69,3% contro il 74,1% medio italiano), e soprattutto del comparto del terziario più in sofferenza, costituito da commercio, trasporti e servizi di alloggio e ristorazione (18,9% contro 21,4%), ha attenuato l'impatto negativo della crisi del settore, per circa 2-3 decimi di punto.

Nel complesso, sulla base delle stime precedenti, mentre in Italia il PIL ha segnato riduzioni percentuali del 5,5% nel primo trimestre e del 13% nel secondo, con un possibile rimbalzo del 10% nel terzo, in Piemonte è possibile ipotizzare cali del 5,9% e del 14% nei primi due trimestri, con un rimbalzo più o meno analogo a quello nazionale nel terzo, grazie soprattutto alla ripresa industriale.

Nella media dell'anno, tuttavia, a causa del più consistente effetto di trascinamento negativo del 2019 e del maggiore calo del primo semestre, il PIL piemontese dovrebbe far registrare una riduzione più consistente di quella media italiana, per circa 1,5 punti percentuali [da -9,5% a -11%]. >>>

Grafico 4 - Variazioni percentuali trimestrali della produzione industriale piemontese



Le conseguenze economiche dell'epidemia da Covid-19

CARLUCCIO BIANCHI

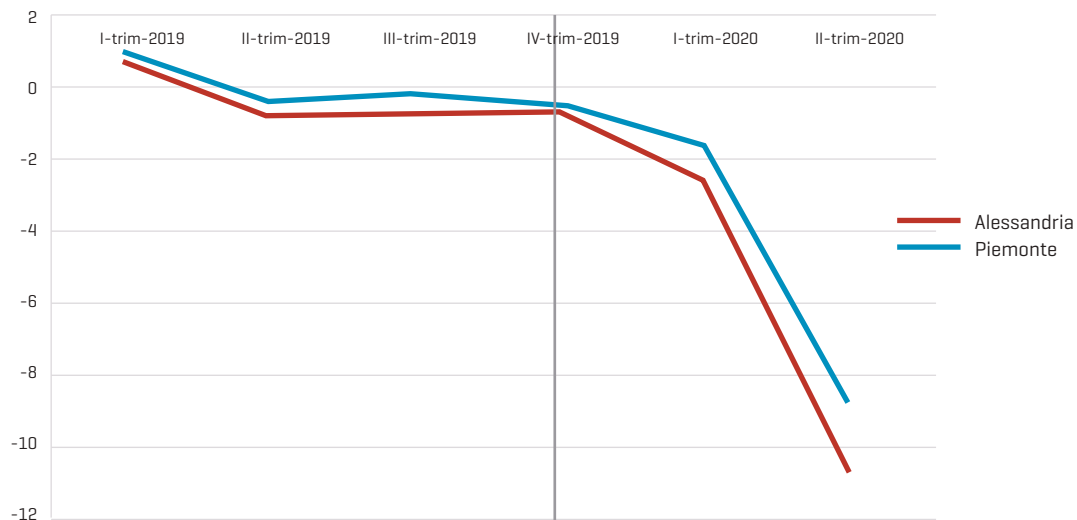
Con riferimento al mercato del lavoro, l'occupazione regionale ha mostrato un andamento abbastanza simile a quello nazionale, con una caduta dei livelli occupazionali nel primo semestre praticamente analoga a quella media italiana [-1,5% rispetto al quarto trimestre 2019], ma con una maggiore tenuta nel primo trimestre e un calo più accentuato nel secondo. Inoltre in regione è risultata più consistente la riduzione degli occupati autonomi, che pesano per circa un quarto sul totale. Il tasso di disoccupazione regionale, nel primo semestre dell'anno in corso, è peraltro rimasto fermo al 7,1%, come a fine 2019, mentre in Italia esso è sceso, in maniera apparentemente paradossale, dal 9,5% del quarto trimestre 2019 al 9,1% e all'8,4% nei primi due trimestri del 2020. La motivazione di tale differente andamento, in presenza di un'evoluzione degli occupati simile nelle due aree territoriali, è da ricercarsi nel comportamento delle forze di lavoro, che in regione sono scese nella stessa percentuale degli occupati, mentre nel resto del Paese sono diminuite di più, essendo gli inattivi aumentati considerevolmente, a causa del fenomeno di scoraggiamento nella ricerca di un impiego quando le occasioni di trovarne uno risultano piuttosto scarse.

Un'ultima osservazione può essere fatta a proposito dell'impatto dell'epidemia in atto sull'attività produttiva in provincia di Alessandria. Come è noto, gli indicatori economici disponibili a livello provinciale sono ancora più scarsi di quelli esistenti a livello regionale. Una prima indicazione

può essere ottenuta dai dati relativi alla produzione industriale raccolti da Unioncamere. Come il **grafico 5** mostra, l'attività manifatturiera nella nostra provincia denota un calo più contenuto rispetto a quello medio piemontese, con un divario pari a circa 3 punti percentuali nel primo semestre, in conseguenza di una diversa, meno penalizzante, specializzazione produttiva. Occorre però sottolineare il fatto che nell'alessandrino l'incidenza sul totale del valore aggiunto dell'industria manifatturiera è più bassa di circa un punto percentuale, il che riduce in parte la minore perdita di reddito provinciale. Per contro, invece, è sensibilmente più elevato nella nostra provincia il peso sia delle costruzioni (un punto percentuale) sia soprattutto di quei servizi, come commercio, trasporti, alloggio e ristorazione [+6,7% rispetto alla media regionale], che sono stati più colpiti dagli effetti economici della pandemia [-20% di valore aggiunto nel primo semestre 2020 rispetto all'ultimo trimestre 2019]. Sono inoltre meno presenti in provincia i servizi di informazione e comunicazione [-3,6% di incidenza rispetto alla media regionale], che meno hanno sofferto della crisi [-3% nel primo semestre].

In definitiva quindi è ragionevole ipotizzare che malgrado il miglior andamento dell'industria, il notevole peso in provincia dei servizi, e soprattutto di quelli più colpiti dalla crisi, abbia determinato una performance complessiva del sistema economico alessandrino ancora peggiore di quella media regionale. ■

Grafico 5 - Variazioni percentuali trimestrali della produzione industriale Unioncamere





CARLO FRATI

Chief Financial Officer Banca Consulia S.p.A.

Economia, quale futuro?

La pandemia legata al COVID-19 si sta rivelando uno degli eventi più devastanti della storia moderna per l'economia mondiale. Le più recenti previsioni del Fondo Monetario Internazionale stimano per il 2020 una decrescita globale del 4,9%, con una diminuzione del reddito pro-capite in oltre 170 Paesi e pesantissime conseguenze sui livelli di disoccupazione: nel secondo trimestre 2020 la perdita di posti di lavoro rispetto al 2019 potrebbe superare i 300 milioni. Dalla primavera le stime sull'impatto della crisi sono progressivamente peggiorate ed è diminuito l'ottimismo sulle prospettive di ripresa, nonostante le ingenti risorse mobilitate da governi e banche centrali. Ad oggi non è ancora chiaro come e quando si potrà intravedere la fine del periodo di emergenza ed in molti Paesi la situazione sanitaria desta forti preoccupazioni. Oltre ai numerosi lutti, il cui aggiornamento quotidiano è diventata una triste normalità, ed all'intenso stress sui sistemi sanitari, il COVID-19 sta avendo un impatto drammatico sui sistemi sociali ed economici di tutto il mondo e sta trasformando, forse in modo permanente, i nostri stili di vita.

La crisi innescata dalla pandemia ha reso ancora più evidenti alcuni elementi critici, che riguardano da lungo tempo i Paesi Sviluppati, pur con tutte le approssimazioni e semplificazioni derivanti da un'analisi aggregata: una discrasia tra l'andamento delle statistiche economiche [PIL, crescita indici di borsa] e l'effettivo miglioramento del benessere economico di gran parte della popolazione, fenomeno che si è particolarmente esacerbato dopo la crisi finanziaria del 2008; un progressivo aumento della disuguaglianza sociale, con una concentrazione sempre più forte della ricchezza in una minima frazione delle famiglie; una crescente frattura tra la struttura fondamentale dell'economia, in primis dei settori finanziario e tecnologico pienamente globalizzati, ed impianti statuali e di imposizione fiscale ancora radicati su logiche ottocentesche, come ad esempio il fatto che un'impresa paghi le imposte in base alla sede legale, elemento ormai totalmente scollegato dall'effettiva generazione di ricchezza.

A questi elementi ovviamente si aggiungono gli effetti della crisi, che – a differenza di altri avvenimenti del passato – ha un effetto molto asimmetrico tra settori (e-commerce in crescita, trasporto aereo in crisi profonda) e tra aziende dello stesso settore: pensiamo solo nel commercio al dettaglio alla differenza tra un negozio di alimentari e un negozio di abbigliamento. È difficile affrontare con efficacia sfide di tale portata senza un'azione coordinata a livello globale. In tal senso, l'Enciclica "Fratelli Tutti" di Papa Francesco costituisce un autorevole richiamo ed è una riflessione profonda e articolata, a prescindere dalle convinzioni religiose di ciascuno di noi.

Non bisogna, però, concentrarsi solo sulle sofferenze e sul fosco presente, né pensare che l'unica via di salvezza sia una palingenesi, che d'un tratto risolva tutti i problemi che affliggono il mondo: le crisi sono fasi di passaggio e lo sviluppo ripartirà, magari traendo da tanta sofferenza anche delle lezioni di miglioramento. Si riuscirà, per esempio, a trasformare un modello di gestione del lavoro fortemente concentrato nei centri urbani, che ha oggi un impatto negativo sulla qualità della vita di molte persone [tempi di trasferimento, qualità dell'aria, ecc.]? In momenti di discontinuità paradigmi prima ritenuti immutabili subiscono profonde trasformazioni: di fronte ad uno shock, la forza non risiede tanto in una statica resistenza, ma nella resilienza, ossia nella capacità di adattarsi, riorganizzarsi ed innovare. Una volta passato il momento più drammatico, ove – per necessità – sono fondamentali forme di sussidio e di sostegno al reddito per famiglie e imprese, emergerà chi avrà saputo dotarsi di un orizzonte evolutivo chiaro e condiviso. La spinta al cambiamento permetterà di affrontare con nuovo vigore la ricerca di maggiore equità, di sostenibilità ambientale, forgiando un equilibrio stabile? Oppure esacerberà i conflitti, aprendo un'epoca di profondi contrasti, prima dell'emergere di un nuovo assetto? >>>

Economia, quale futuro?

CARLO FRATI

L'Italia in questo contesto parte per certi aspetti ancora da una situazione di forza relativa. Per citare solo un esempio, è al settimo posto per ricchezza complessiva netta e, rispetto a venti anni fa, è stata superata solamente dalla Cina, che è passata dalla settima alla seconda posizione. Nonostante questo, il Paese affronterà una sfida molto difficile: attraversiamo da anni un periodo di stagnazione economica, caratterizzato da modesti incrementi della produttività del lavoro; siamo tra i primi sei Paesi al mondo per livello di indebitamento pubblico e la nostra struttura produttiva, per quanto ancora ai vertici all'interno dell'Europa, è fondata su imprese medio-piccole e presenta un'elevata incidenza di settori che ragionevolmente avranno maggiore difficoltà di recupero nel breve termine, come ad esempio il turismo. L'aspetto, però, veramente preoccupante è il livello medio di istruzione drammaticamente basso: la quota di popolazione tra i 25 e i 64 anni in possesso di almeno un titolo di studio secondario è pari al 62,8%, un valore decisamente inferiore a quello medio europeo (78,7% nell'UE28) ed a quello di alcuni tra i più grandi Paesi dell'Unione (es. 86,6% in Germania). Purtroppo, la situazione non cambia se ci limitiamo alla parte più giovane della popolazione: nel 2019 la quota di giovani laureati - pari al 27,6% - non cresce e resta al penultimo posto nell'UE, dove tutti i principali Paesi superano la percentuale del 40%. Infine, secondo le evidenze dell'indagine Piac - Ocse (2019), il 28% della popolazione tra i 16 e i 65 anni è analfabeta funzionale. Il dato è tra i più alti in Europa, eguagliato dalla Spagna e superato solo da quello della Turchia (47%).

Per risollevarsi dalla crisi, che - è bene ricordarlo - interessa tutto il mondo, l'Italia dovrà affrontare nodi che ben conosce, dalla crescita economica asfittica, al crescente divario tra diverse aree del Paese, alla scarsa produttività media del lavoro. Saranno necessari programmi di medio-lungo termine, non influenzati nei loro tratti fondamentali dai *trend topic* o dal colore delle maggioranze politiche del momento. Abbiamo sicuramente i numeri per superare questa prova, anche se la qualità ed i contenuti del dibattito pubblico spesso non spingano all'ottimismo. A mio parere, le due priorità assolute sono l'istruzione e la capacità di attrarre talenti. Un paese relativamente più ignorante dei suoi pari resterà sempre indietro: per prevenirlo è fondamentale

fare in modo da un lato di aumentare il livello medio di istruzione dei cittadini e dall'altro di favorire l'immigrazione di persone di qualità. Affrontare il tema immigrazione non vuol dire solo condurre la lotta alla clandestinità, peraltro molte volte solo con proclami, ma anche agire per eradicare lo sfruttamento di molti lavoratori irregolari, purtroppo ancora endemico in alcuni comparti produttivi, e per creare un ambiente che attragga risorse di qualità da altri Paesi. Per ricorrere ad un termine abusato, sarà fondamentale aumentare la qualità media del *sistema Paese*, non gloriandosi solo di eccellenze isolate, che certamente già oggi l'Italia può vantare nei campi più svariati, dalla ricerca biomedica alla moda. L'unica certezza è che il motore del cambiamento saremo noi stessi, secondo gli indirizzi e le priorità che esprimeremo come comunità. Eventuali aiuti esterni, come il *Recovery Fund*, potranno essere di supporto, ma in mancanza del nostro impegno e convinzione saranno velleitari.

La capacità di riscatto, di trasformazione e di adattamento sarà una sfida ancora più impervia per la Provincia di Alessandria. Pur essendo parte del Nord Ovest, tradizionalmente una delle aree più ricche e dinamiche del Paese, la Provincia di Alessandria era, già prima della crisi, in una situazione assai critica: nell'edizione 2019 della tradizionale classifica sulla qualità della vita stilata da Il Sole 24 Ore occupa l'83° posto su 107 province, con il risultato peggiore degli ultimi 30 anni. Preoccupano in particolare il deterioramento ambientale (98° posto nella depurazione delle acque, 102° per la qualità dell'aria) e la deriva demografica (98° per speranza di vita, 100° per anzianità della popolazione). Il declino registrato negli ultimi venti anni è stato evidente ed il tradizionale ironico disincanto 'mandrogno' mi pare si sia trasformato in un cupo nichilismo, che spegne sul nascere ogni idea di riscatto. Tra le poche note positive, la provincia si classifica al nono posto per export, anche grazie alla presenza di numerose eccellenze imprenditoriali, delle quali questo volume dà ampia e meritoria testimonianza. Speriamo che la caparbia, la capacità di adattamento, la creatività dimostrata dagli imprenditori, dirigenti e dipendenti di queste aziende siano una fonte di ispirazione ed un esempio di come si possano raggiungere traguardi di eccellenza anche in un contesto assai difficile. ■



ANALISI LA PROVINCIA

Per ripartire
le imprese
punteranno
su rinnovamento
e innovazione

di Roberto Gilardengo

Il punto di partenza potrebbe essere il dato che Unioncamere Piemonte aveva presentato alla propria indagine congiunturale sulla produzione industriale, prendendo in esame la situazione del secondo trimestre 2020 e confrontandola con quella dello scorso anno. All'interno di un inevitabile scenario negativo, caratterizzato da molti 'meno', la situazione della provincia di Alessandria è la migliore tra quelle dei territori piemontesi: - 11,2% contro la media regionale, negativa del 15,3. In un quadro che vede il crollo di alcuni comparti, ad esempio il tessile, che fanno calare a picco zone dove in passato erano il punto di forza. Vedi il Biellese, che precipita a - 30,2%. L'Alessandrino tiene soprattutto grazie all'alimentare, dove bisogna però distinguere tra chi rifornisce la grande distribuzione, che durante il lockdown non è certo calato, e chi si occupa di ristorazione, che invece nello stesso arco temporale ha subito pesanti contraccolpi. Senza dimenticare la vitivinicoltura e il mondo agricolo in generale: durante il periodo di chiusura forzata del paese ha garantito la tenuta del sistema Italia che aveva bisogno di rifornimenti quotidiani di derrate.

La provincia di Alessandria cerca di ripartire con le armi di cui dispone da sempre: la capacità di sapersi rinnovare, di puntare sull'innovazione, la grande varietà dei settori merceologici che la caratterizzano. Il vero problema resta l'incertezza del futuro e capire, a livello mondiale, visto che la crisi è globale e dunque non riguarda soltanto Italia ed Europa, quali scenari ci proporranno

no gli ultimi due mesi dell'anno. Soprattutto dal punto di vista sanitario, considerato che in alcune aree strategiche del pianeta l'impatto del virus è sempre forte e in altre, nelle scorse settimane, aveva fatto registrare una preoccupante ripresa. Le prime, in particolare, sono quelle che hanno sempre influito in maniera positiva sulla crescita dell'export provinciale, con la gioielleria a fare da traino.

Ora non è più così, purtroppo: l'esportazione dei generi di lusso è penalizzata dalla situazione, assai complicata, in cui si trovano Medio Oriente, Russia, Stati Uniti. Da qui la pesante flessione registrata dalle analisi delle associazioni di categoria. Cifre alla mano, se a livello regionale, nel primo trimestre dell'anno, il calo raffrontato al 2019 è stato del 5,8%, quello alessandrino è addirittura del 19,6: il più negativo del Piemonte, anche per la bassa performance, appunto, del settore orafa.

Gli imprenditori chiedono aiuti che garantiscano la liquidità delle proprie imprese e di poter lavorare per poter ripartire. In questo momento di grande difficoltà e di prospettive incerte, un dato per certi aspetti sorprendente è invece rappresentato dalle aperture di fallimento: i numeri in possesso della Camera di Commercio, relativi ai primi sei mesi dell'anno, parlano di una diminuzione dell'85% rispetto al primo semestre del 2019. Conseguenza della chiusura degli uffici? Di un diverso atteggiamento nei confronti delle ditte in ginocchio? Forse entrambe le cose.

Ne riparleremo, però, il 31 dicembre...

“Le persone non comprano prodotti e servizi,
ma relazioni, storie e magia”

Seth Godin



medial
pubblicità

CONCESSIONARIA DI PUBBLICITÀ
PER I SEGUENTI MEZZI E GRUPPI EDITORIALI

ilnovese

IL PICCOLO

l'ovadese

[alessandria](#)news | [acqui](#)news | [casale](#)notizie | [novi](#)online | [ovada](#)online | [tortona](#)online | [valenza](#)news

GRUPPO EDITORIALE

So.C.Ed.

È L'INFORMAZIONE CHE CONTA

RadioGold
RADIO GOLD 105.5 FM

La Guida.it
L'ESPRESSO GUIDA DI TUTTE LE CITTÀ

LA SESIA
IL QUOTIDIANO DI VERCELLI E PROVINCIA

Panorama
IL QUOTIDIANO DI TORINO E PROVINCIA

Sette Giorni
di online

La Provincia

La graduatoria provinciale dei fatturati delle principali aziende

La pandemia, il primo lockdown e la conseguente difficoltà nel ripartire hanno portato a spostare in avanti, cioè a fine settembre, la dead line di chiusura dei bilanci (in questo caso, del 2019) che le aziende italiane solitamente presentano a fine giugno. Questo ha condizionato anche il lavoro di raccolta dei fatturati delle principali aziende della provincia che, come lo scorso anno, mostriamo ai lettori nelle pagine che precedono le interviste ai rappresentanti di fondazioni e associazioni di categoria. Innanzitutto una premessa.

La graduatoria dei fatturati provinciali rappresenta un 'unicum' nato più di trent'anni fa su iniziativa di Carlo Beltrame, che a lungo è stato responsabile del Centro studi della Provincia di Alessandria: all'origine c'è una prima elaborazione che risale addirittura al 1970 «basata sul totale dello stato patrimoniale delle società con sede in provincia». Viene stilata in collaborazione con l'Ufficio studi di Confindustria Alessandria (quello, per capirci,

che realizza la periodica indagine congiunturale con le previsioni trimestrali degli imprenditori), sulla base delle comunicazioni delle aziende. Alle imprese, che offrono volontariamente la loro collaborazione, il primo ringraziamento. La loro disponibilità ci permette di integrare i dati resi disponibili da quella primaria e autorevole fonte che è Mediobanca ['Le principali società italiane' a cura di Ricerche e Studi Spa] cui si sono affiancate, negli ultimi anni, altre affidabili fonti web.

La graduatoria di questo supplemento parte da una soglia di fatturato di 15 milioni di euro, contro i 5 del 2019. Come veniva sottolineato lo scorso anno, nell'elenco di Mediobanca non sono presenti nomi di aziende alessandrine, ma al tempo stesso non è esclusa la presenza di 'buchi' anche nella nostra graduatoria: è stata appunto resa possibile grazie alla comunicazione volontaria di chi ha voluto essere inserito, ma c'è al contempo anche chi preferisce non essere citato. Buona lettura.

AZIENDA FATTURATO 2019 [in migliaia di euro]

PRYSMIAN	11.519.000
PRYSMIAN CAVI E SISTEMI ITALIA	317.030

KUWAIT PETROLEUM ITALIA	6.180.644
CONQORD OIL, CASTELLAR GUIDOBONO	69.941

MARCEGAGLIA HOLDING	5.117.248
MARCEGAGLIA SPECIALITES	1.365.072
MARCEGAGLIA BUILDTECH, POZZOLO FORMIGARO	109.416

BUZZI UNICEM, CASALE M.	3.221.443
BUZZI UNICEM (GRUPPO BUZZI UNICEM)	357.542
UNICALGESTRUZZI (GRUPPO BUZZI UNICEM)	211.206

AURELIA, TORTONA	2.612.377
ASMT (GRUPPO AURELIA)	1.964.544
AUTOSPED G	583.453
SATAP AUTOSTRADA TO-AL-PC	454.897
AUTOVIA PADANA, TORTONA	70.989
ITINERA (GRUPPO AURELIA)	548.825
SALT AUTOSTRADA LIGURE TOSCANA	295.957
AUTOSTRADA DEI FIORI (GRUPPO SIAS)	229.368

ARCELORMITTAL ITALIA, NOVI L.	2.502.524
-------------------------------	-----------

AZIENDA FATTURATO 2019 [in migliaia di euro]

DAVIDE CAMPARI (GROUP)	1.842.500
------------------------	-----------

MICHELIN ITALIANA, ALESSANDRIA	1.707.083
--------------------------------	-----------

IMA INDUSTRIA MACCHINE AUTOMATICHE	1.595.527
TELEROBOT, ALESSANDRIA	15.120

SOLVAY ITALIA (GRUPPO)	1.490.000
SOLVAY SPECIALITY POLYMERS ITALY	816.012

GRUPPO EPTA, MILANO, CASALE M.	957.974
--------------------------------	---------

BTICINO, MILANO, ALESSANDRIA	872.020
------------------------------	---------

UNITED TECHNOLOGIES HOLDINGS ITALY	789.854
CARRIER TRANSICOLD ITALIA, ALESSANDRIA	37.254

KRAFT FOODS ITALIA IP	756.242
MONDELEZ ITALIA, CAPRIATA D'ORBA	723.089

SMURFIT KAPPA ITALIA, NOVI L.	645.076
-------------------------------	---------

BULGARI GIOIELLI, VALENZA	619.944
---------------------------	---------

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



La Mino? Ora approda anche in Grecia. E conferma la vocazione

La Mino approda in Grecia. A conferma di una spiccata vocazione per l'export, l'azienda alessandrina installerà un nuovo laminatoio a freddo per alluminio di ultimissima generazione nel sito produttivo di ElvaHalcor a Oinoifyta, nei pressi di Atene. Il nuovo laminatoio a freddo Mino, che sarà tra i più avanzati in Europa, permetterà al Cliente Greco d'incrementare la capacità produttiva di laminati a freddo di alluminio di ulteriori 150 mila tonnellate annue, per applicazioni finali che spaziano dalle lattine per bibite, ai trasporti e all'energia. La nuova commessa di Mino, il cui valore supera ampiamente i 20 milioni di Euro, è stata perfezionata durante la pandemia del Covid-19 e prevede la possibilità per il Cliente Greco di diluire nel tempo il pagamento nei confronti dell'azienda alessandrina. Infatti, attraverso l'intervento congiunto di SACE e UniCredit, la Mino ha potuto associare al proprio contratto un'operazione finanziaria che permette al Cliente Greco di diluire il pagamento di una quota cospicua del contratto su un arco temporale di 5 anni. A migliorare ulteriormente la competitività dell'operazione è intervenuto, quindi, il contributo export di SIMEST in conto interessi a fondo perduto, che ha consentito di ottimizzare i costi finanziari dell'operazione.

Anche in Europa

Dopo Stati Uniti e Cina, dunque, Mino torna protagonista anche in Europa, testimonianza ulteriore di grande flessibilità e competenza tecnica, ma che evidenzia al tempo stesso anche la capacità di mantenere ben saldi i le-

gami con una tradizione dimostratasi vincente nel corso degli anni.

«Si tratta di un'operazione estremamente importante – afferma **Cesare Pettazzi**, presidente di Mino – siamo riusciti a prevalere su altri competitor, specialmente tedeschi, confermando il ruolo centrale che l'azienda assegna al capitolo export, che vale circa l'85% del fatturato, nonché la nostra particolare vitalità nel mercato del sud Europa».

Di strada, del resto, ne è stata percorsa molta da quel lontano 1973, l'anno in cui venne venduto il primo laminatoio in Cina: i numeri infatti dicono che oggi ce ne sono addirittura 300 in giro per il mondo che recano il marchio Mino, un terzo dei quali soltanto in Cina!

Mantenere le proprie caratteristiche di sempre, dunque, ma con la reattività dell'azienda tipica italiana, che guarda con ambizione ai nuovi mercati. La storia di Mino, infatti, insegna proprio questo: dai primi del 900, quando si è cominciato a realizzare laminatoi per piastre di alluminio destinate a diventare pentole, l'azienda ha poi seguito la crescita prodigiosa del mercato dell'acciaio in Cina, per poi imporsi nella laminazione del rame ultra-sottile per applicazioni elettroniche (6 micron di spessore finale, un record mondiale!), fino ad affermarsi recentemente nel settore dell'alluminio nord americano, grazie anche la politica di Trump di rendere gli Stati Uniti più indipendenti dalle importazioni di metalli dalla Cina. Ora la Grecia, per un nuovo significativo passo in avanti di un'azienda capace di evolversi e di trasformarsi, restando sempre fedele alle proprie origini e ai propri valori.



AZIENDA	FATTURATO 2019 (in migliaia di euro)
GUALA CLOSURES (GRUPPO GUALA CLOSURES)	606.546
ITALCEMENTI, BERGAMO, ARQUATA S.	514.844
LAMBERTI, VIGUZZOLO	509.278
ARKEMA SRL, RHO, SPINETTA M.GO	410.781
ROQUETTE ITALIA, CASSANO SPINOLA	408.588
GALE SRL, CASTELNUOVO S.	356.546
GRUPPO LAMINAZIONE SOTTILE, NAPOLI, SPINETTA M.	349.588
CEDACRI, CASTELLAZZO BORMIDA	325.587
GUALA & C. (CONSOLIDATO)	298.139
GUALAPACK, CASTELLAZZO B.	252.159
DIMO (VIPIANA), CASALE M.	295.943
VIBAC, TICINETO	252.479
ALFI SRL, CASALNOCETO	251.729
PPG ITALIA SALES & SERVICES, QUATTORDIO	242.279
PPG INDUSTRIES ITALIA	83.709
PPG ITALIA BUSINESS SUPPORT	32.914
ELTEK GROUP, CASALE M.	199.708
METLAC, BOSCO MARENGO	197.875
DMG MORI ITALIA	197.130
GILDEMEISTER ITALIANA	95.282
GRAZIANO, TORTONA	58.540
ALPLA ITALIA (CONSOLIDATO), TORTONA	191.375
ALPLA ITALIA	128.899
GRUPPO ICE (CONSOLIDATO)	178.417
PRODOTTI CHIMICI E ALIMENTARI, BASALUZZO	98.129
BOBST ITALIA, SAN GIORGIO M.TO	163.851

AZIENDA	FATTURATO 2019 (in migliaia di euro)
DAMIANI-CASA DAMIANI, VALENZA	148.954
LABORATORIO DAMIANI	14.729
HME BRASS ITALY, SERRAVALLE S.	147.262
ELANTAS EUROPE, QUATTORDIO	144.345
ESSEX ITALIA	144.035
ESSEX ITALY, QUATTORDIO	105.976
PAGLIERI, ALESSANDRIA	138.202
ELAH DUFOUR, NOVI LIGURE	126.031
LEONI ITALY, FELIZZANO	124.494
RESTIANI, ALESSANDRIA	115.729
BOERO BARTOLOLOMEO, GE, RIVALTA S.	93.589
NUOVA SOLMINE, SERRAVALLE SCRIVIA	86.068
IMPRESA TRE COLLI, FIDENZA, CARROSIO	81.110
CRIVELLI, VALENZA	79.110
AMAG MULTIUTILITY ACQUA GAS, ALESSANDRIA	78.918
ALEGAS, ALESSANDRIA	46.845
HUHTAMAKI FLEXIBLES ITALY, CARONARA S.	77.819
EUROIMPIANTI, TORTONA	73.304
LOMBARDI METAL RECYCLING, BOSCO MARENGO	73.000
GRANDIAUTO, ALESSANDRIA	71.739
SINELEC, TORTONA	71.035
ALESSANDRIA AUTO, NOVI L.	69.819
FARMACISTI ASSOCIATI PIEMONTE, SOLERO	67.121
GRUPPO SUTTER, BORGHETTO BORBERA	64.143

AZIENDA	FATTURATO 2019 (in migliaia di euro)
GUALA DISPENSING ITALIA, ALESSANDRIA	64.033
ALBASIDER, VILLALVERNIA	60.664
BISIO PROGETTI, ALESSANDRIA	60.426
LINGOTTO, VALENZA	59.132
MINO, ALESSANDRIA	58.991
GRUPPO IBL	57.463
ACCIAI DI QUALITÀ, VIGNOLE BORBERA	56.663
ROLANDI AUTO, ALESSANDRIA	56.056
RISERIA GIOVANNI VIGNOLA, BALZOLA	55.385
FERRARI SPA, ALESSANDRIA	54.999
BANFI, STREVI	52.266
SLI SOCIETÀ INTERNAZIONALE LUBRIFICANTI	51.806
AZIENDA METALLI LAMINATI, QUARGNENTO	51.471
BAZZI E PARTNERS, CASALE M.	51.168
GRISSITALIA, ALESSANDRIA	49.954
PIZZORNI, PREDOSA	46.945
ZERBINATI, BORGO SAN MARTINO	46.215
ENERGY WAVE, ALESSANDRIA	46.005
VITOP MOULDING, ALESSANDRIA	44.796
NOVA (MOLINI VALENTE), FELIZZANO	43.302
GRASSANO, PREDOSA	42.899
LAGOR, ALESSANDRIA	42.639

AZIENDA	FATTURATO 2019 (in migliaia di euro)
INTERPORTO RIVALTA SCRIVIA, TORTONA	42.454
CARTIERA DI BOSCO MARENGO	40.810
STAR7, ALESSANDRIA	39.887
POMPE GARBARINO, ACQUI TERME	38.881
ARGO COSTRUZIONI INFRASTRUTTURE, TORTONA	38.508
CERUTTI PACKAGING EQUIPMENT, CASALE M.	38.202
GRUPPO STAT	37.800
VISGEL, ACQUI T.	35.857
GRUPPO HOLDIM, SERRALUNGA DI CREA	34.460
DIMSPORT	15.823
ALLARA, FRASSINETO PO, CASALE M.	34.404
MECOF, BELFORTE M.	34.326
MINETTI ANGELO, CASALE M.	34.215
TRUCK RAIL CONTAINER, CASTELNUOVO S.	34.035
BAGLIETTO, NOVI L.	33.021
SANDENVENDO EUROPE, CONIOLO	33.907
VUEMME, QUARGNENTO	33.834
NUOVA ELETROFER, OCCIMIANO	31.725
KIMONO, ALESSANDRIA	30.321
DRADURA ITALIA, CONZANO	29.293
AMC (CONSOLIDATO)	29.068
AMC AZIENDA MULTISERVIZI CASALESE, CASALE M.	17.318
ENERGICA, CASALE M.	17.488
GESTIONE ACQUA, CASSANO SPINOLA	28.971
ACOS ENERGIA, NOVI L.	21.469
GESTIONE AMBIENTE, TORTONA	18.064

AZIENDA	FATTURATO 2019 [in migliaia di euro]
VALTER FRANCO RICCI, ALESSANDRIA	28.691
VEPAL, ALESSANDRIA	28.433
COOPERATIVA SOCIALE BIOS, ALESSANDRIA	27.982
RECARLO, VALENZA	27.485
SCHIAVETTI LAMIERE FORATE, STAZZANO	27.464
O.M. GIOVANNI CERUTTI, CASALE M.	26.925
PLASTIPOLIVER, TAGLIOLO	26.498
PLASTIPOL, OVADA	8.220
TRASGO, QUATTORDIO	25.891
CO.VE.MI., ALESSANDRIA	25.367
BIOINDUSTRIA, NOVI LIGURE	25.189
VHERNIER, MILANO, VALENZA	24.795
LA CENTRALE DEL LATTE, ALESSANDRIA	24.600
S.I.F.E.L., SPIGNO	24.279
GARLANDO, POZZOLO F.	23.792
VPA VILLA PEDEMONTE ATELIER, VALENZA	23.789
TERREAL ITALIA, VALENZA	23.366
VEZZANI, OVADA	23.229
TORREFATTORI ASSOCIATI, SERRAVALLE S.	23.151
COLD CAR, OCCIMIANO	22.439
B.M.C. VALENZA	21.668
SEA SEGNALETICA STRADALE, TORTONA	21.631
MARENZANA, NOVI L.	20.317

AZIENDA	FATTURATO 2019 [in migliaia di euro]
NUOVE COSTRUZIONI, VIGONZA	19.758
C.V.L. MACCHINE SPECIALI, FUBINE	19.566
EUROMAC, VILLANOVA M.	19.427
PASQUALE BRUNI, MILANO, VALENZA	19.404
SCOTTI METALLI, FRUGAROLO	19.368
COLLINO E C., ACQUI T.	18.739
COLLINO COMMERCIO	10.107
MIRCO VISCONTI, VALENZA	18.730
LA SUISSA, ARQUATA SCRIVIA	18.120
CHANTECLER, VALENZA	18.100
EMMEBIESSE, CASALE M.	18.029
PLASSON ITALIA, SERRAVALLE S.	17.473
GLOBAL ORO, VALENZA	17.372
LINCLALOR, VILLANOVA M.	17.214
BUNDY REFRIGERATION, BORGHETTO B.	16.854
LOMBARDI, VALENZA	16.367
GLOBAL TUBE, TORTONA	16.263
WASHTEC, CASALE M.	16.159
IMET, SERRAVALLE S.	16.149
BONINO, ALESSANDRIA	15.302
FAPAT, OVADA	15.278
INCOPLAS ITALIA, VIGNOLE BORBERA	15.000

MAURIZIO MIGLIETTA

«Stiamo lavorando per il futuro ma comunque siamo pronti per quando ci sarà la ripresa»

di **Roberto Gilardengo**

«Noi che facciamo parte del comparto dei beni durevoli ci stiamo seriamente impegnando. Si fanno molte offerte, ci sono molti contatti, ma portare a casa una commessa è difficile. In tutta Europa, dalle informazioni che ho, la situazione è questa. Stiamo lavorando per il futuro, diciamo così».

Maurizio Miglietta, presidente di Confindustria Alessandria, parla da imprenditore (è titolare di Euromac costruzioni meccaniche, ndr) e racconta la sua esperienza. Serve per comprendere cosa accade in questo momento di grande fluidità, dopo una ripresa incoraggiante ma con l'incertezza sugli ultimi due mesi dell'anno che condizionano scelte – cioè investimenti – e soprattutto previsioni. In attesa della prossima indagine congiunturale con le interviste agli industriali del territorio, fanno fede le aspettative che arrivano dai titolari di impresa di tutto il Piemonte «sulle quali direi che siamo sostanzialmente allineati», anticipa lo stesso Miglietta. Dicono che il 37,5% delle industrie medie e grandi pensa che la situazione potrebbe migliorare non prima della seconda metà del 2021. Una percentuale quasi identica è quella che rappresenta chi non si sente in grado di fare previsioni, mentre un 10% di ottimisti vede un miglioramento già entro quest'anno. I pessimisti sono il 14%: ripresa dopo il 2022. E' la piccola industria quella che soffre di più: il 60,8% lamenta (dati nazionali) un calo degli ordinativi rispetto all'anno precedente. Va un po' meno peggio a chi ha tra i 100 e i 250 dipendenti dove la percentuale è del 50%, mentre tra le aziende più grandi il quadro è decisamente meno pessimistico: - 38% tra quelle che hanno più di 250 dipendenti e - 20 per le industrie che hanno un numero ancora più alto di maestranze.

Con un futuro ancora tutto da scrivere il presidente di Confindustria non si sente di sfoggiare il suo



È la piccola industria quella che soffre maggiormente. Meno pessimismo tra le grandi imprese

proverbiale ottimismo, che però in parte rimane: «Stiamo lavorando per seminare nell'attesa di tempi migliori, quando i clienti vorranno tutto e subito. In questo momento, in realtà, il polo del cioccolato è in leggera ripresa: si comincia a produrre per Natale». Ma ci sono progetti a più lunga scadenza, come quello rappresentato dalla piattaforma di e-commerce per la gioielleria italiana in Cina curato da Confindustria Alessandria e Federorafi e recentemente finanziato dal governo. Riguarda un settore che in definitiva va meno male di quanto si dica, ma che a sua volta arranca proprio sul terreno in cui è più forte, quello dell'export: «Il comparto orafa è molto variegato – sottolinea Miglietta – e se si dovesse abituare a vendere con questo sistema, potrebbe conquistare una fetta di mercato che prima non conosceva. In realtà si tratta di una opportunità che, quando andrà a regime, potrà venire usata anche per altri prodotti».

L'importante, davvero, «è capire che cosa accadrà», mentre al contempo «si spera che le aziende non siano nuovamente costrette a chiudere: in quel caso diventerebbe una questione di vita o di morte». Insomma, «il 2020 servirà per limitare i danni, ma questo è anche il momento per riflettere su come organizzare meglio il lavoro. Adesso c'è, ma se dovesse mancare tutto questo servirà per affilare i coltelli quando ci sarà la ripresa». ■



Maurizio Miglietta
Presidente
di Confindustria Alessandria



Luciano Mariano
Presidente Fondazione
Cassa di Risparmio
di Alessandria

LUCIANO MARIANO

«I grossi affari si fanno,
ma soprattutto
grazie agli stranieri»

di **Roberto Gilardengo**

«Il Covid ha lasciato il segno sotto due aspetti, parlando dei bilanci e delle nostre uscite. Uno negativo e uno – se si può dire – che non ha inciso negativamente».

Luciano Mariano, presidente della Fondazione Cassa di Risparmio, l'ente che finanzia le iniziative per il rilancio del territorio, cerca di lasciarsi alle spalle il periodo più difficile della sua gestione: quello del lockdown, delle aziende in crisi, della necessità di investire – se possibile – ancora di più nel sociale, quello degli eventi rimandati causa pandemia.

Parlando di numeri, ecco *«elargizioni per 245mila euro che nessuno prevedeva: nel documento programmatico previsionale avevamo immaginato di spenderne 30mila. Invece abbiamo dovuto modificarlo stanziando cifre notevoli»*. Però ci sono state anche numerose iniziative che si sono svolte in forma ridotta e altre che sono state rimandate. Risultato: *«Al momento di tirare le somme faremo i conti – anticipa il presidente – ma diciamo che grazie agli introiti della Cassa depositi e prestiti siamo abbastanza tranquilli, cosa che non si può dire per alcune Fondazioni che non hanno avuto entrate ma soltanto spese, e dunque sono andate in crisi»*.

Parliamo dei numeri, dunque. L'avanzo di esercizio è stato del 2,53% del patrimonio netto [lo scorso anno era stato dello 0,8]. I proventi netti 4,32, a fronte del 2,72 precedente. E così l'avanzo di esercizio si assesta su 5.400.223 euro. Con queste somme accantonate, si può tranquillamente dire *«che il futuro non ci preoccupa più di tanto»*.

Come presidente della Fondazione Cra e come notaio, Mariano ha la possibilità di analizzare la realtà economica della provincia da due osservatori. Ovviamente, c'è preoccupazione *«per i piccoli imprenditori»*. Gli acquisti immobiliari? Si ripete il trend dello scorso anno: *«Come nel 2019, sono sottoscritti per l'80% da stranieri:*

“**Stare fermi
è la scelta
peggiore**”

rispetto agli italiani – sottolinea – sono gli unici ad avere più figli che case, dunque non bisogna essere economisti per capire che hanno la necessità di comprarle».

Ci sono però altri stranieri alla ribalta, nell'Alessandrino, quelli che hanno certamente disponibilità e obiettivi diversi da chi cerca una adeguata sistemazione per la propria famiglia. Sono i proprietari di fondi che, invece, acquistano imprese: *«Non è vero – è l'osservazione di Mariano – che i grossi affari non si fanno più. Il problema è che non li fanno più gli italiani»*.

Il ricordo va all'anno del trasferimento ad Alessandria per prendere possesso dello studio notarile, *«quando, ad esempio a Quattordio, c'era un polo industriale in cui i titolari delle imprese non soltanto erano italiani, ma addirittura locali. Personalmente mi preoccupa il fatto che, come abbiamo del resto visto, gli imprenditori stranieri seguono questa logica: se gli affari non vanno, se ne vanno via loro»*.

L'emergenza della pandemia – è un tema emerso – ci ha fatto ripensare alla possibilità di rivedere i nostri modelli (delle città, ma non solo quelli), per cercarne uno nuovo per il futuro. Sarebbe un'idea realizzabile? *«Sarebbe una possibilità enorme – conferma senza mezzi termini il presidente della Fondazione – perché stare fermi in momenti come questo è la peggior soluzione possibile. Pensiamo al turismo, a come potrebbe essere sfruttato un territorio come il Monferrato con la difficoltà che ancora esiste nel raggiungere la Liguria. Certo, bisognerebbe dare al turista qualcosa da fare...»*. ■

ANTONIO MACONI

Se il Covid riesce a far emergere il senso di comunità del territorio

di **Roberto Gilardengo**

Non si può non parlare di SolidAl senza pensare al grande risultato dell'iniziativa promossa insieme all'altra Fondazione, quella della Cassa di Risparmio di Alessandria, nel periodo più difficile della pandemia: oltre un milione di euro raccolti, attraverso una sottoscrizione, per sostenere gli ospedali del territorio.

La prima considerazione da fare: quando ci sono buoni motivi per aiutare, e soggetti autorevoli che fanno da garanti, Alessandria non si tira indietro e scopre quel senso di appartenenza che le manca in tante altre occasioni. Ma c'è un punto di partenza e ce lo spiega il presidente di SolidAl Antonio Maconi: «Le fondazioni di comunità avevano capito che il sistema sanitario non era in grado di reggere e l'idea di raccogliere i fondi e la strategia scelta, appoggiandoci all'Ufficio comunicazione del Santi Antonio e Biagio, ha permesso di raggiungere un importante obiettivo, quello di evitare l'ospedale da campo. Questo è stato possibile anche grazie alla rete e al sostegno dei privati». Nella strategia di SolidAl rientra la decisione «di non aver comprato nulla - intendo materiale e dispositivi sanitari - da parte nostra, ma di aver delegato la scelta di farlo per il 50% all'azienda ospedaliera e per l'altra metà all'Asl Al». La situazione della provincia era critica ma l'essere riusciti a scollinare è stata la dimostrazione che la strada percorsa era quella giusta.

Ancora un cenno alla raccolta fondi: «Alessandria ha dimostrato - sottolinea Maconi - di avere un senso di comunità forte. Più che la cifra raggiunta, lo dice il fatto che abbiano aderito alla nostra iniziativa 3.500 donatori singoli. Anzi, di più se pensiamo alle associazioni, ai partiti e ai comuni che hanno a loro volta partecipato. Questo è un patrimonio su cui costruire e fa ben sperare anche per altre iniziative: è l'aspetto più positivo della vicenda



3.500 donatori: un patrimonio inestimabile

e l'ha fatto emergere, pensate, il covid. A proposito, questo difficile periodo ce lo racconta l'ebook che abbiamo promosso. Costituisce la prima vera narrazione non filtrata, su quello che è avvenuto, fatta dai protagonisti. Rimarrà nella storia della nostra comunità e per questo avremmo voluto parlarne in un evento pubblico, a fine autunno, ma non è stato possibile, servirà comunque per capire e per non dimenticare».

Quando si è fermata la macchina che ha portato alla raccolta record «è emerso che l'altra emergenza era quella economica. Abbiamo così ripreso quel discorso interrotto - ci tiene a ribadire il presidente - che sostanzialmente rientra nella nostra mission, che è quella di intervenire in progetti specifici a sostegno del territorio che possano portare allo sviluppo».

Secondo questa logica nasce, quando Maconi è alla guida della fondazione, dall'aprile del 2018, il percorso che porterà a SolidAl per la ricerca: «Abbiamo rafforzato il rapporto con l'Università perché abbiamo pensato che con il corso di laurea in Medicina e con la partenza dell'iter per il riconoscimento dell'Irccs ci doveva essere una sezione che si occupasse di queste cose. Il modello di accordo, portato avanti con ospedale e ateneo, deve essere sostenuto e adottato anche per altri grandi progetti. Le fondazioni di comunità - è la conclusione e anche un auspicio - saranno strumenti fondamentali per migliorare la qualità della vita». ■



Antonio Maconi
Presidente di SolidAl



Gian Paolo Coscia
Presidente Camera
di Commercio
di Alessandria e Asti

GIAN PAOLO COSCIA

«Crisi? Potrà anche esserci la ripresa, ma si abbatta la pressione fiscale»

di **Roberto Gilardengo**

Gian Paolo Coscia, presidente della Camera di Commercio di Alessandria e Asti, aveva già commentato la situazione congiunturale della provincia attraverso i dati regionali presentati a settembre da Unioncamere Piemonte, dove ricopre la stessa carica.

La crisi annunciata [«come non si vedeva dal 2008-2009»] era testimoniata dai numeri. I dati di quel report indicavano infatti un calo del 15,3% della produzione industriale rispetto all'analogo periodo del 2019. Poi la discesa degli ordinativi interni [-15,1] e del fatturato totale [-15,3, di cui 13,2 riferito all'estero]. E poi il grado di utilizzo degli impianti che è del 50,2%: 18 punti in meno rispetto allo scorso anno. Per quanto riguarda le province, Alessandria aveva però fatto registrare una flessione inferiore rispetto alle altre zone del Piemonte [-11,2%], soprattutto grazie al contributo del settore alimentare.

Partiamo intanto dalla struttura delle aziende alessandrine, che per il 67% sono di piccole dimensioni: «Una fotografia italiana - sottolinea Coscia - visto che anche a livello nazionale l'ossatura delle imprese è costituita dalle piccole e per questo un segnale importante è il miglioramento della situazione del credito: mettere liquidità nelle imprese vuol dire farle ripartire e in questo senso anche i 30 mila euro di contributo sono serviti».

Ma c'è un però... «Lo dico a titolo personale: io - è la proposta del presidente dell'ente camerale - avrei introdotto il blocco delle scadenze tributarie per tutto il 2020 e avrei portato a dieci anni il termine per il pagamento dei contributi. Soprattutto, dovevano essere allungati i tempi per la restituzione alle banche dei finanziamenti».

“L'agricoltura ha garantito la tenuta dell'Italia

La tenuta di Alessandria, o meglio, il calo contenuto rispetto agli altri territori, dipende tutto dal comparto alimentare, dunque: «L'agroalimentare e l'enogastronomico - precisa Coscia - hanno garantito la tenuta dell'Italia. Ma anche qui ci sono luci e ombre. Ad esempio i florovivaisti, che hanno perso i mesi cruciali di marzo e aprile e gli agriturismi, che hanno accusato perdite notevoli».

E poi c'è l'export, tradizionale punto di forza della provincia, che sembrerebbe in picchiata. Se a livello regionale, nel primo trimestre dell'anno, il calo raffrontato al 2019 era stato del 5,8%, quello alessandrino è addirittura del 19,6: il più negativo del Piemonte, anche per la bassa performance del settore orafa che ne ha sempre costituito il traino: «Dobbiamo renderci conto - sottolinea il responsabile dell'ente - che siamo di fronte a una crisi globale, che tocca quindi i mercati esteri e ha ripercussioni su vino e gioielli. Dipende dal fatto che i mercati asiatici, ma anche quelli di Russia e Stati Uniti sono fermi e così ovviamente gli ordinativi. Insomma, vedo un lento ritorno alla normalità, ma nel giro di qualche anno. Il 2021 sarà cruciale: in base agli ordini che arriveranno alle imprese si capirà se ci sarà o meno la ripresa. Ma non dimentichiamo il vero problema, la necessità di diminuire il costo del lavoro e la pressione contributiva. Altrimenti non andiamo da nessuna parte...». ■

VITTORIO FERRARI

«Le imprese vanno aiutate a investire: in gioco c'è il futuro della nostra comunità»

di **Giordano Panaro**

Le imprese devono tornare a fare le imprese. Un gioco di parole per spiegare che l'emergenza sanitaria ha sì inferto un duro colpo all'economia italiana in generale, ma che se aiutate a dovere le attività possono risollevarsi.

Cosa serve, dunque? «Oggi le imprese non hanno bisogno di un salvagente per non annegare, hanno bisogno di nuova benzina per tornare a navigare in acque più sicure - spiega Vittorio Ferrari, presidente Ascom Confcommercio Alessandria - il Covid in Italia ha bruciato 116 miliardi di consumi nel 2020, che, in termini di consumi per abitante, equivale a 1900 euro a testa. I numeri parlano chiaro: non si possono lasciar andare le aziende alla deriva, occorrono interventi strutturali, da finanziare con fondi europei, che permettano alle imprese di fare le imprese, di tornare ad investire e non solo di sopravvivere in qualche modo. I contributi, necessari in fase di emergenza, -purché tempestivi e gestiti senza lungaggini burocratiche- non sono oggi sufficienti. Ammesso che lo siano stati nei mesi passati».

Ferrari si lamenta anche della difficoltà di accesso al credito: «Bisogna ragionare in termini di prospettive a medio e lungo termine: servono forti iniezioni di liquidità, ad esempio con modalità più agili di accesso al credito con l'incremento delle percentuali garantite e soprattutto con la possibilità di allungare i tempi di rimborso dei finanziamenti. Quest'ultimo aspetto è infatti essenziale per la sopravvivenza della maggioranza delle aziende».

Come sempre la burocrazia si sta dimostrando nemica della libera imprenditorialità: «E occorre azzerare la burocrazia, snellire i tempi. Lo ri-



Il Covid ha bruciato 116 miliardi di consumi

petiamo dall'inizio dell'emergenza: il fattore tempo è determinante. Se non si interviene subito, con programmi certi, confermando nei fatti gli annunci, molte imprese non riusciranno a sopravvivere. Gli incassi persi in questi mesi non potranno più essere recuperati. Ci vogliono prospettive di ripresa, altrimenti il rischio è la chiusura di molte aziende. Ed il fallimento di città e comunità».

Se non bastasse, Ascom ha ancora due parole da dire al Governo: rigenerazione urbana. «Più volte abbiamo sottolineato il valore economico e sociale del commercio e dei servizi di prossimità. Fare rigenerazione urbana è una necessità ma anche un'opportunità, perché mette in moto investimenti e crescita e concorre al rafforzamento di una maggiore produttività complessiva del sistema-Paese e del territorio in cui si opera. Occorre un approccio integrato che comprenda gli interventi edilizi ed urbanistici, le scelte in materia di accessibilità e mobilità, le misure - anche innovative - di rivitalizzazione del tessuto economico e sociale. Ed occorre che tutte le istituzioni e gli attori che operano nel nostro territorio portino il proprio contributo, in termini di risorse economiche, umane e progettuali». ■



Vittorio Ferrari
Presidente Ascom
Confcommercio Alessandria

DA 40 ANNI PRESENTE NEL FUTURO

Studio Due srl



Comunemente detti **creativi, strateghi, consulenti, player**, da sempre ci siamo considerati semplicemente dei preziosi collaboratori per chi ha scelto di affidarci **l'immagine e la comunicazione** del proprio brand. Perché ci piacciono soprattutto l'essere parte di un progetto, il confronto, il pensiero che diventa oggetto e la sperimentazione.

AML AZIENDA METALLI LAMINATI, ARCO CHIMICA, BORSALINO, CLUB RISPARMIO, COMAT SPA, DOMUS NOVA COSTRUZIONI, ECONEX, FERRARI EXPEDITIONS, FRATELLI LA ROCCA, GEFIT, LITOGRAFIA VISCARDI, MECAL, NUOVA JAGER, PAGLIERI, FELCE AZZURRA, RITUALIA, CLÉO, SAPONELLO, PANINI DUE, PPG INDUSTRIES, RICAGNI DOMENICO, BONINO SPA, ROBY SCAVI, SCHIAPPARELLI 1821, SELECTIVA, AQUOLINA, PINK SUGAR, TGM SRL, UNICAPI: VILLAGGIO FOTOVOLTAICO DI ALESSANDRIA, VETROFINESTRA, AGENZIA VIAGGI ZEROUNOTREUNO, AMISANO, ASTRUA, VALTER FRANCO RICCI, AUTOCITY, AUTOPERCORSI, BAGLIANO, BEAUTY LIGHT, BIANCHI ORTOFRUTTA, CABELLA GOMME, CASA DELLA POLTRONA, CENTRO ESTETICO DEDICATA, CERA IN ARMONIA, CONSORZIO ECCELLORO, CONSORZIO ORO INNOVAZIONE, EDILIDEA, FERRARIO LUXURY CHANDELIERS, FORLINI VIVAIO, GETIL: ALCOTEST, GIOIELLERIA FERRANDO, GTS SOLUTION, LE MUSE ACCONCIATORI, LOMBARDI LAMPADARI, MILLENNIUM BAGS, ONDA, PELIZZA, POZZOLI, REGINA PARRUCCHIERA, RESICAR, SR CAR, STEI TECNO, STUDIO ARCHITETTO PEZZANO, STUDIO BARBERIS ASSOCIATI, STUDIO BUZIO, STUDIO COMMERCIALISTI COTTO, CHIARLE, BERTOLINO, SOFI SRL, STUDIO DENTISTICO GUSMARA E ZUCHELLI, STUDIO LEGALE FERRARI, STUDIO PERRONE, UNIONE ASSICURAZIONI, AGRITURISMO LA CASCINOTTA, AZIENDA AGRICOLA ROSSETTI E SCRIVANI, BICENTENARIO BATTAGLIA DI MARENGO, CASCINA CEROLA, CASTELLO DI PIOVERA, CONCORSO DI CHITARRA CLASSICA MICHELE PITTALUGA, CONSORZIO PANIERE DEI PRODOTTI DI PREGIO DELLA PROV. DI AL, EDITORIALE GIORGIO MONDADORI, GALLERIA ALFIERI ARTE MODERNA E CONTEMPORANEA, GRAND HOTEL DI COMO, GRAND HOTEL TREMEZZO, HOTEL EMILIA, HOTEL MARENGO, LA CITTADELLA: HOTEL CASTELLO DI CARIMATE, LA LOCANDA DEL NOTAIO, L'ISOLA IN COLLINA, LARIO HOTELS, MERCURE HOTEL, MULTISALA KRISTALLI, NICOLA SALVATORE, OLIMPO DOLCIARIA, PAOLO DE SANTIS, RELAIS 23, STEFANO TORRIELLI, TEATRO ALESSANDRINO, VILLA POMELA, VENDORAFA LOMBARDI, PEDEMONTE HOLDING, AGRIGELATERIA LA PEDERBONA, AL-VINO MONFERRATO E OBERTENGA, ARTE PANE, AS.CO.VI.LO. ASSOCIAZIONE CONSORZI VINI LOMBARDI, AZIENDA AGRICOLA BORGO MONCALVO, AZIENDA AGRICOLA LA GIRIBALDINA, AZIENDA AGRICOLA OLIVERO DANIELE, BISCOTTIFICIO DEL ROERO, BRANIERI, CADIR LAB, CLUB DI PAPILLON, GOLOSARIA, COMMEDIA DELLA PENTOLA, COMUNICA EDIZIONI, IL GOLOSARIO, ADESSO, PAPILLON, CONSORZIO PESCA DI VOLPEDO, DE ALESSI, DISTILLERIA VILLA ROSATI, ENOTECA REGIONALE DI OVADA, FUNGO CARNI, INGA DISTILLERIE, JAMAICA CAFFÈ, KABES SAS DI ALLAN BAY & C., LA FERMATA, OSTERIA DEL VINACCIOLO, PASTICCERIA ANGOLOSO, PASTICCERIA BONADEO, PASTICCERIA LADOLCEVITO, PERA CAFFÈ, KENIA CAFFÈ, SORANO, DEVISAL, PLANET, RISTORANTE GIRONE DEI GOLOSI, GIRONE DEL GUSTO, RISTORANTE PIQUADRO, RISTORANTE R23, SALUMIFICIO BRIZIO, SOAVE RAPPRESENTANZE, ITALIAN FEELING FOOD, MALÙ ALIMENTARE, STRADA DEL VINO DEI COLLI TORTONESI, TENUTA LA GIOIA, THOGAN PORRI, SALAME DI VARZI, VILLA GUELFA, VISINI, AGENZIA REGIONALE PROMOZIONE TURISTICA DEL PIEMONTE, ALEGAS, AMAG, ARAL AZIENDA RIFIUTI ALESSANDRINA, ASCOM, ASP ASTI SERVIZI PUBBLICI SPA, ASPERIA, ASSESSORATO ALL'AMBIENTE DI ASTI, ASSOCIAZIONE DONNE MEDICO, UN AMORE DI NONNA, ATA AZIENDA TEATRALE ALESSANDRINA, C.S.A., CAMERA DI COMMERCIO DI ALESSANDRIA, CAMERA DI COMMERCIO DI TORINO, CARAL, CASA VERDE SPA, CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA, CITTÀ DI ALESSANDRIA, COMANDO PROVINCIALE VIGILI DEL FUOCO, COMUNE DI ASTI, COMUNE DI FELIZZANO, CONSORZIO SMALTIMENTO RIFIUTI ALESSANDRIA, CSVA, ENERGIA E TERRITORIO, FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA, FONDAZIONE GIANFRANCO PITTATORE, FOTOTECA ALESSANDRIA, FROMI, I.C.E. ISTITUTO NAZIONALE PER IL COMMERCIO ESTERO, ISTITUTO PROF. STATALE PER IL COMMERCIO G. PESSINA, LILT, LIONS HOST, MARCHESI DEL MONFERRATO, MUSEO ETNOGRAFICO GAMBERINA, NOBILI COLLINE DEL MONFERRATO, ORDINE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI DI ALESSANDRIA, PALAZZO DEL GOVERNATORE, PALAZZO DEL MONFERRATO, PALC, PALAZZO CUTTICA, PROVINCIA DI ALESSANDRIA, PROVINCIA DI ASTI, SOLIDAL, SOROPTIMIST, TEATRO DELLE SCIENZE,



IDEE, PASSIONE, PROGETTUALITÀ: LA COMUNICAZIONE SECONDO STUDIO DUE



Protagonisti della comunicazione da quarant'anni, mettendo idee, progettualità, ma anche passione e amore per il proprio lavoro alla base di un'attività capace prima di tutto di distinguersi.

Studio Due Srl, ad Alessandria in via Venezia 5, è un punto di riferimento e – aggiungiamo noi – motivo d'orgoglio per la nostra città. Lo Studio cura il vision design di piccole, medie e grandi realtà imprenditoriali, attua strategie di brand, collabora alla realizzazione di progetti a livello europeo e fornisce consulenze e prestazioni anche per lavori destinati a target non solo nazionali. Giuseppe Perrone, alessandrino di nascita, ha fondato Studio Due oramai 40 anni fa, creando un gruppo di lavoro che è stato tra i primi a seguire questo indirizzo, mentre la moglie Monica Deevasis ha iniziato la propria collaborazione a metà anni 80.

Nella prassi lavorativa dello Studio si considerano aspetti etici, ecologici e ambientali che vengono utilizzati quali valori pregnanti per la comunicazione istituzionale dei propri clienti: da ricordare la partecipazione a una serie di eventi per la promozione della seta italiana nel mondo (progetto che ha visto l'esordio a Pechino per proseguire in Turchia, Usa, Canada, Germania e Russia) e la comunicazione istituzionale ed editoriale di Paolo Massobrio, con azioni di promozione territoriale attraverso interventi di design sistemico e la recente apertura verso il Giappone. Lavori dello Studio si trovano presso il Beaubourg nell'archivio della Grafica europea e presso il Museo

di arte contemporanea di Hiroshima. Inoltre, in più di un'occasione, il lavoro è stato prestato come contributo volontario realizzando la comunicazione di eventi socialmente significativi.

Ma come è cambiata, come si è evoluta l'attività nel corso di tutti questi anni? «Prima era tutto off line – sottolineano Giuseppe Perrone e Monica Deevasis – le innovazioni tecnologiche hanno avuto ovviamente un impatto decisivo, con il computer che è diventato a tutti gli effetti una protesi della mente umana. Questo ovviamente ci ha aiutato moltissimo, riducendo le distanze e permettendoci di 'uscire' da Alessandria. Perché amiamo la nostra città, e i lavori per Borsalino, per Paglieri o per un ente come la Provincia, per esempio, lo testimoniano, ma non siamo confinati qua». Tanti gli aneddoti e gli episodi curiosi da raccontare, come quando «sul finire degli anni 80 andammo in Val Borbera, per illustrare ai bambini delle elementari il significato di alcuni manifesti celebrativi che avevamo realizzato per la Provincia di Alessandria. Di recente siamo stati avvicinati da un signore, uno dei bambini di allora: voleva dimostrarci la propria gratitudine, ci ha detto che grazie a quei manifesti ha preso coscienza di certi valori civici». Qual è il segreto del vostro successo? «Quello di essere dalla stessa parte del cliente, di creare un gruppo di lavoro, di crescere insieme. Creando semplicemente un rapporto. Uno slogan? Suscitare attesa, creare interesse, generare desiderio e spingere all'azione».



Manuela Ulandi
Presidente provinciale
di Confesercenti

MANUELA ULANDI

«Il commercio di vicinato ha saputo rivelarsi un autentico valore aggiunto»

di **Giordano Panaro**

Il commercio cerca di lasciarsi alle spalle il prima possibile questa brutta parte di 2020, anzi, tenta di considerare la fase post Covid come una opportunità per “cambiare pelle”, come spiega la presidente provinciale di Confesercenti, Manuela Ulandi: «*La pandemia ci ha fatto ripensare a noi stessi, alla vita e ci ha resi più consapevoli, ma anche più capaci all’adattamento. L’imprenditore ha bisogno di certezze, ma ora più che mai dobbiamo dimostrarci versatili per saperci adeguare alla situazione mutevole*».

Saper cogliere le opportunità contingenti è forse la miglior qualità dell’imprenditore illuminato, ma su un punto Confesercenti non arretra di un passo: il centro storico. «*Le botteghe sotto casa ci hanno salvato dalla quarantena ed hanno dimostrato il loro valore aggiunto per gli acquisti in sicurezza. Riproponiamo dunque i progetti per rivitalizzarlo: un centro storico vivo porta lavoro*».

Alessandria, la passeggiata coperta di via San Lorenzo, prosecuzione di Galleria Guerci: idea balzana o la chiave di [s]volta del centro? «*L’uso dei déhors, ci dimostra che frequentare strade e piazze piace e porta economia. Un grande dehors in una delle strade del commercio cittadino potrebbe aiutare molto*». E poi ci sono le consegne a domicilio che ancora oggi hanno portato nuovi sbocchi e clientela anche ai piccoli negozi.

Non solo tradizione, però. L’imprenditore moderno deve andare in rete: «*Proponiamo una piattaforma a gestione pubblica - per equilibrare costi e opportunità uguali per tutti - per la digitaliz-*

“” **L’imprenditore moderno deve essere versatile e tecnologico**

zazione del commercio al dettaglio che corra parallelamente alla vetrina tradizionale. Il negoziante deve poter vendere anche online, ma con regole certe ed uguali per tutti».

È necessario un “salto” nel commercio 4.0: «*Pensiamo anche ad incentivare il pagamento elettronico e a migliorare l’alfabetizzazione informatica dei piccoli commercianti: oggi con uno smartphone si può fare di tutto. Si pensa sempre che il commerciante non sia abbastanza tecnologico o sia refrattario ai nuovi metodi di vendita. È un luogo comune: molti hanno dimestichezza con i social media e sanno destreggiarsi con la tecnologia*».

Insomma, se il Governo mettesse a disposizione strumenti adeguati, i commercianti potrebbero combattere una guerra contro la grande distribuzione e i marketplace virtuali, fino a ora combattuta ad armi impari.

Par di capire però che se il commerciante è pronto alle nuove sfide e propositivo nel trovare soluzioni in tempi rapidi, la macchina pubblica non sia ugualmente reattiva. ■

ANTONINO GIUSTINIANI

«Dobbiamo far ripartire i consumi. L'Europa ci ha fornito un'occasione unica»

di **Marcello Feola**

Non è stato un anno semplice, per le aziende del territorio. E Antonino Giustiniani, amministratore delegato del gruppo Martinetto (un pool di aziende tessili per la produzione di nastri, tecnici e non, impiegati in ogni ambito industriale) e presidente di Confapi Industria Alessandria, ne è perfettamente conscio. Ma sa anche che è il momento di iniziare a programmare il futuro.

«Da oggi in avanti bisogna crescere. È impossibile pensare di andare avanti a sussidi, per cui occorrono progetti chiari, validi e in tempi brevi. L'occasione di avere un'Europa che ci concede 207 miliardi di euro, pur in parte a debito e in parte a fondo perduto, non capiterà mai più. Ne va del bene del nostro Paese».

Quanti danni ha causato la pandemia al tessuto economico dell'Alessandrino? «È stato un anno eccezionale: il lockdown ha fermato il mondo per mesi interi.

Con la conseguenza che ogni settore imprenditoriale ne ha risentito. Pensiamo all'automotive, che già era arrivato al 2020 in difficoltà e con la lenta transizione dai veicoli tradizionali a quelli elettrici.

Oppure al lusso, colpito dalla contrazione delle spese sui beni non di prima necessità. Però, la diversificazione delle nostre realtà sul territorio [dall'alimentare all'edilizia, dai servizi al metalmeccanico, non necessariamente legato all'automotive] ha permesso comunque loro di avere maggiore resilienza».

Hanno inciso gli aiuti straordinari decisi dal governo? «C'è stato un uso massiccio della



Basta sussidi: servono progetti che siano chiari e snelli

cassa integrazione - sottolinea Giustiniani - con oltre il 90% delle imprese associate Confapi che ne hanno usufruito, mentre riguardo all'accesso al credito una buona parte non ne ha avuto la necessità. Ma adesso la grande domanda che ci dobbiamo porre è come far ripartire i consumi».

Già, come? «I 207 miliardi di euro del Recovery Fund sono un'opportunità troppo grande e mi auguro che i progetti che verranno sviluppati possano fungere da volano e moltiplicatori per la nostra economia. In provincia, ad esempio, giusto puntare su un'infrastruttura come il Terzo valico, mentre più in generale la necessità è che ripartano gli investimenti pubblici e i cantieri, in primis nelle scuole che hanno bisogno di una manutenzione ordinaria e straordinaria. Infine, regole chiare per tutti e attenzione massima nei confronti dei giovani: troppi hanno perso il lavoro, spesso precario. È giunto il momento di pensare a loro e di passare da una logica di sussidio a quella di crescita». ■



Antonino Giustiniani
Presidente
Confapi Industria Alessandria



Luca Brondelli di Brondello
Presidente di Confagricoltura

LUCA BRONDELLI DI BRONDELLO

«C'è nostalgia dei voucher. Soddisfatti per l'estate di agriturismi e bed & breakfast»

di **Massimo Brusasco**

«La grande sfida è stata riuscire a far lavorare i nostri dipendenti nelle aziende agricole in condizioni di sicurezza e reperire la manodopera, soprattutto nei primi tempi di lockdown, anche perchè ricordo che l'agricoltura non si è mai fermata. Siamo stati uno dei pochi settori sempre attivi. E la questione manodopera è ancora oggi di attualità».

Parla Luca Brondelli di Brondello, imprenditore agricolo, presidente di Confagricoltura Alessandria e membro della giunta nazionale di Confagricoltura. *«Questa pandemia - aggiunge - ha fatto comprendere, a nostro avviso sia al grande pubblico che a chi gestisce la nazione, l'importanza del settore primario, come non si può dipendere dall'estero e dalle importazioni e che la produzione nazionale dovrebbe avere un peso maggiore».*

Restano ancora aperte, però, molte problematiche. *«Sicuramente la tanta, troppa burocrazia che ci attanaglia. Per assumere un lavoratore in agricoltura adesso non è più possibile utilizzare i voucher. È un problema soprattutto in questo momento in cui molti lavoratori stranieri sono bloccati nei loro Paesi di origine».*

Il settore primario è di vitale importanza ma, malgrado ciò, i giovani se ne tengono alla larga. *«A fronte di un numero sempre crescente di iscritti alle facoltà di Agraria e negli Istituti agrari, l'accesso alla terra è complicato e ancora scarsamente percorso - spiega Brondelli - Le aziende sono via via sempre più grandi, ma diminuiscono nel numero complessivo. Auspichiamo che questo trend prenda un'altra rotta, perché è necessaria la presenza dei giovani nel nostro settore».*

“ Bene i noccioletti. E adesso i frutti si vedono

Per contro, però, il legame turismo-agricoltura dà buoni risultati: *«A quanto mi risulta, i nostri associati che si occupano di accoglienza sono in gran parte soddisfatti dei risultati raggiunti quest'estate. Molti turisti hanno preferito trascorrere le vacanze nei nostri agriturismi e b&b e non sono mancate le gite fuori porta nei luoghi di prossimità, che garantiscono relax, buon cibo, contatto diretto con la natura e gli animali e giornate en plein air».*

Al di là dei problemi generati dal Covid, si può cominciare a fare un bilancio della stagione, seppur a raccolta non ancora conclusa. *«Dal punto di vista climatico e delle fitopatie è stato un anno non proprio facile, per alcune zone drammatico. I tecnici di Confagricoltura segnalano per tutte le produzioni risultati nella media sia dal punto di vista della qualità che della quantità. In particolare, il nocciolo dà soddisfazioni. Le nocciole sembrano molte ed eccellenti».*

Inevitabile, a questo punto, lo sguardo al 2021: *«Augurandoci che il Covid-19 si vada ad esaurire, anche grazie ai progressi della medicina - conclude il presidente - Sarà un anno decisivo per il rinnovo della Politica Agricola Comune, la cosiddetta Pac, che ci auguriamo possa consentire all'Italia di avere un'agricoltura forte che garantisca gli approvvigionamenti necessari per la popolazione».* ■

PAOLO VIARENGHI

«Durante la fase del lockdown le persone hanno capito che l'agricoltura è insostituibile»

di **Massimo Brusasco**

L'agricoltura fa i conti con l'emergenza Covid. Lo spiega anche Paolo Viarengi, direttore di Cia Alessandria, che riassume le problematiche di un 2020 molto travagliato. «*La gestione burocratica si è fatta, da subito, molto complessa per il supporto alle aziende - spiega - Inoltre, componenti dell'Organizzazione, come ad esempio il patronato Inac, si sono sostituiti al settore pubblico per alcune attività. Nei comparti produttivi, invece, a subire la battuta di arresto più pesante sono stati gli agriturismi, il settore del vino e quello del florovivaismo, le stalle da latte. Anche i trasporti erano resi difficili, e le informazioni relative, a livello ministeriale sono state a tratti confuse. L'agricoltura si appoggia largamente sulla manodopera straniera. In momenti di pandemia, è un problema anche gestire i flussi migratori. Non solo: anche la fauna selvatica, arrivata indisturbata fino nel cuore delle città, ha creato gravi problemi».*

Poi, però, c'è da considerare anche l'altra faccia della medaglia, ovvero la "riconsiderazione" dell'agricoltura e della "prossimità".

«È un aspetto in cui confidavamo - aggiunge Viarengi - Spesso l'opinione pubblica ci addita, erroneamente, come i principali responsabili dell'inquinamento. Ma abbiamo visto che i corsi d'acqua e i cieli sono tornati puliti, nonostante l'agricoltura non abbia mai cessato la sua attività. La popolazione ha anche capito che non siamo sostituibili ma, purtroppo, è stata una presa di coscienza durata solamente per il periodo stretto dell'emergenza».

Al di là del Covid, restano aperte altre problematiche come il controllo della fauna selvatica, «tema che durante il lockdown è esploso. La



Il nostro territorio resta attraente per gli stranieri

gestione dei selvatici - illustra il direttore - è deleteria per il nostro settore, e la Cia ha proposto al Governo la modifica alla legge 157/92, ritenuta ormai obsoleta rispetto agli anni in cui è stata redatta. La nostra proposta è di passare dal concetto di tutela a quello di gestione: certi numeri, come quello degli ungulati, non possono più essere trascurati e occorre intervenire al più presto, anche per una questione di sicurezza pubblica. Quanti incidenti stradali, a volte anche mortali, devono ancora verificarsi, prima di adottare le misure opportune? Tra i temi aperti restano, in agricoltura, la proroga della nuova Pac e la relativa discussione, ora sospesa. La scelta italiana non è ancora chiara e delineata».

Poi c'è da considerare l'aspetto turistico, strettamente legato al cosiddetto settore primario: «Nel periodo tra luglio e agosto si sono registrati buoni risultati per la presenza negli agriturismi, ma facendo il conto di ciò che è andato perso anche rispetto al turismo estero, il piatto della bilancia non pesa dal piatto positivo. Anche i tour di degustazione nelle cantine hanno subito una battuta d'arresto. Il nostro territorio attrae un'importante fetta di visitatori fuori Italia. Venendo a mancare loro, i numeri cambiano sensibilmente, nonostante sia avvenuta una riscoperta dei residenti in provincia in gita nelle nostre strutture». ■



Paolo Viarengi
Direttore di Cia Alessandria



Mauro Bianco
Presidente
di Coldiretti Alessandria

MAURO BIANCO

«In calo i consumi di alimentari. A tavola sono stati tagliati ben 24 miliardi di euro»

di **Massimo Brusasco**

«I consumi alimentari hanno fatto segnare un calo del 10% nel 2020 per effetto del crollo del canale della ristorazione che non viene compensato dal leggero aumento della spesa domestica per un taglio complessivo di ben 24 miliardi per effetto dell'emergenza coronavirus. In questo modo quella alimentare è tornata indietro di dieci anni su valori del 2010 nonostante che in termini percentuali si sia verificato un aumento rispetto alle altre, che hanno avuto un crollo maggiore».

La preoccupante analisi è di Mauro Bianco, presidente di Coldiretti Alessandria, secondo il quale *«a pesare è stata la chiusura durante il lockdown della ristorazione per la quale rimane una situazione di sofferenza per le difficoltà economiche, lo smart working, la diffidenza dei consumatori e le difficoltà del turismo, soprattutto straniero, che rappresenta una fetta importante della clientela».*

Secondo il numero uno di Coldiretti, *«i settori maggiormente in sofferenza sono quello vitivinicolo che ha registrato perdite sino all'80% e il comparto agrituristico dove si arriva addirittura al 100%. Una situazione che sta rivoluzionando anche gli equilibri all'interno delle filiere produttive che pesa sulla vendita di molti prodotti agroalimentari, dal vino alla birra, dalla carne al pesce, dalla frutta alla verdura ma anche su salumi e formaggi di alta qualità che trovano nel consumo fuori casa un importante mercato di sbocco».* Il bilancio, dunque, non conforta: *«Da quando è iniziata la pandemia - spiega Bianco - il 57% delle aziende agricole ha registrato una diminuzione dell'attività. E non dimentichiamo le difficoltà legate alla mancanza di manodopera straniera, indispensabile per la raccolta di frutta e in vigneto durante la vendemmia: con la semplificazione del voucher agricolo si sarebbero risolti molti problemi, ma nonostante le nostre continue sollecitazioni non è stato sbloccato nulla».*

C'è però anche un altro aspetto che va analizzato,

ovvero la maggior consapevolezza sul valore strategico della filiera del cibo. *«Quella agroalimentare è una realtà allargata dai campi agli scaffali, una rete diffusa lungo tutto il territorio che viene quotidianamente rifornita dalle campagne dove stalle, serre e aziende hanno continuato a produrre nonostante le difficoltà legate alla pandemia. Per questo è di fondamentale importanza che tutti noi continuiamo a sostenere le nostre imprese agricole scegliendo il #Mangiataliano dagli scaffali al ristorante, sempre prodotti del territorio, tracciabili e di qualità garantita».*

Al di là del Covid, restano aperti problemi come quello relativo alla fauna selvatica, all'eccesso di burocrazia *«ma anche all'abbandono delle zone svantaggiate»*, senza dimenticare *«le conseguenze del meteo sempre più pazzo».*

Secondo Bianco, infine *«l'agricoltura è tornata ad essere un settore strategico per la ripresa economica ed occupazionale con le campagne che sono diventate il banco di prova dei tanti giovani che vogliono intraprendere con idee innovative. Una realtà molto lontana dall'immagine stereotipata con le aziende agricole condotte da giovani che possiedono una superficie superiore di oltre il 54 per cento alla media, un fatturato più elevato del 75 per cento della media e il 50 per cento di occupati per azienda in più. Basti pensare che negli ultimi sette anni, gli studenti italiani hanno preso d'assalto la facoltà di Agraria che fa registrare un aumento del 14,5% delle iscrizioni. Si tratta di una presenza record per l'ultimo quinquennio che ha di fatto rivoluzionato il lavoro in campagna dove il 70% delle imprese giovani opera in attività che vanno dalla trasformazione aziendale dei prodotti alla vendita diretta, dalle fattorie didattiche agli agrisilo, ma anche alle attività ricreative, l'agricoltura sociale per l'inserimento di disabili, detenuti e tossicodipendenti, la sistemazione di parchi, giardini, strade, l'agribenessere e la cura del paesaggio o la produzione di energie rinnovabili».* ■

PIER LUIGI PRATI

«Lavoriamo duramente per trasformare un problema in un'opportunità»

di **Giordano Panaro**

Se non ora, quando? Il turismo e l'economia legata all'accoglienza hanno subito un duro contraccolpo e la stagione – grazie a bonus nazionali, ma soprattutto a quelli regionali – pare salvata a metà. Eppure «*occorre fare di un problema un'opportunità*», ribadisce Pier Luigi Prati, presidente Alexala, il consorzio turistico della provincia di Alessandria.

«*Per il futuro intendiamo lavorare in parallelo su due binari: investire sui nuovi e o rafforzati prodotti enoturismo e bike da un lato, e declinare accanto a questa, l'intera offerta territoriale anche nella chiave commerciale fornita dall'estensione dei voucher a tutto il 2021, per attirare nuovi pubblici e fidelizzarli. Su un punto insisto convintamente: coi sindaci dei centri zona provinciali nonché il presidente della Camera di Commercio di Alessandria, abbiamo messo un importante primo paletto con lo studio di sviluppo. Non dobbiamo sprecare il momento. Possiamo ripartire insieme, definendo le priorità, le competenze nei progetti, tempi e business plan e, naturalmente, gli investimenti. Sarebbe così forse la prima volta che si attua un disegno davvero coordinato e condiviso senza sovrapposizioni di ruoli o divisioni campanilistiche*».

Il Monferrato, seppur nel pacchetto 3x1, sta riscuotendo successo: «*Grazie alla promozione della Regione Piemonte in poco meno di due mesi sono stati venduti 2600 soggiorni attraverso il portale monferratontour.it: un grande risultato che premia particolarmente le strutture dotate di servizi di livello, che, quindi, benché con un target diverso, confermano il sold out di altri anni nella medesima stagione. Oltre al pubblico italiano, registriamo un buon successo di vendita da Germania, Danimarca, Francia e Svizzera*».



Rafforziamo il mercato italiano: è una certezza

Quali strategie di marketing porterete avanti? «*Resta importantissimo l'approccio al territorio attraverso la formula del turismo esperienziale: riformulando anche molte delle esperienze, come ad esempio la "ruffle hunting" (ricerca dei tartufi) in notturna, in funzione delle normative correnti, per consentirne lo svolgimento in totale sicurezza. La formula dell'esperienza è una formula in cui crediamo che permette di provare il territorio, dandone letture diverse e, soprattutto, portando a casa il ricordo di qualcosa di concreto tangibile e che spesso resta, come ad esempio la cerca dell'oro nel fiume o la vendemmia esperienziale*».

Si riprende da dove avevate interrotto, insomma: «*Puntiamo a rafforzare il mercato italiano che garantisce certezze e lo facciamo attraverso un progetto che riguarda proprio il turismo di prossimità che si chiama ViA(E) e che si propone, attraverso la costruzione di reti di operatori e di prodotti turistici esperienziali, di raccontare un territorio che si estende dalla Lombardia alla Provenza lungo gli ideali percorsi delle antiche vie romane. Oggi aderiscono al progetto la Lomellina, il Monferrato, il Biellese e il Vercellese, fino ad arrivare alla Liguria di ponente con capofila Alassio, passando per la Valle Bormida*».

Senza dimenticare il turismo "family" e quello cinese, o del progetto Piemonte bike già impostato negli scorsi anni. ■



Pier Luigi Prati
Presidente Alexala

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.



ALESSANDRIA

Imprese, futuro
tutto da scoprire:
pesa l'incognita
di Oriente e Usa

di Roberto Gilardengo

La crescita zero non è un segnale negativo. La tragedia della pandemia, la chiusura delle fabbriche, la difficoltà nel ripartire hanno lasciato il segno sulle imprese italiane che soltanto in quest'ultimo periodo cominciano a intravedere deboli segnali di ripresa.

In un contesto in cui la demografia d'impresa [dati Camera di Commercio relativi al secondo trimestre] fa registrare, a livello nazionale, una crescita 'zero virgola', la situazione di Alessandria, che segna un +0,16%, lascia tra gli operatori del settore un moderato ottimismo. A livello provinciale, nel periodo aprile-giugno del 2020, sono nate 307 nuove imprese e ne sono cessate 241. Il saldo tra iscrizioni e cessazioni è dunque positivo di 66 punti, che vogliono dire attività che si lanciano nella loro iniziativa imprenditoriale sperando di farcela.

Altro dato incoraggiante e per certi aspetti sorprendente quello delle aperture di fallimento: i numeri in possesso dell'ente camerale, relativi ai primi sei mesi dell'anno, parlano di una diminuzione dell'85% rispetto al primo semestre del 2019. Cosa significa? In attesa di verificare il risultato al 31 dicembre, potrebbe essere una conseguenza legata alla chiusura degli uffici ma anche a un diverso atteggiamento nei confronti delle ditte in ginocchio: «Chiedere il fallimento di un'impresa - sussurra un addetto ai lavori - ormai non ha senso, vista la difficoltà nel recuperare il credito. Meglio cercare un'altra strada».

In questo scenario con ombre e qualche luce

c'è il capoluogo che cerca di capire, attraverso le incertezze dell'autunno, quali potranno essere le prospettive per il prossimo anno, visto che il 2020 è decisamente da dimenticare. Su tutti i comparti, incide pesantemente la difficile situazione sanitaria che vivono ancora le aree del mondo che hanno sempre rappresentato importanti mercati per le nostre imprese. Problema che, ad esempio, riguarda il settore delle macchine di assemblaggio, in cui Alessandria è un polo di livello internazionale. Ma lo stesso si potrebbe dire per storiche aziende come la Borsalino, che guarda ai mercati orientali e agli Stati Uniti. Per restare in tema di storici brand, va contro tendenza la Paglieri, visto che l'ultima rilevazione del 'Piccolo' su profumeria e prodotti per la casa parlava di «risultati buoni sul mercato locale e internazionale. In linea come budget e costi».

Per la serie, non tutto è oro quel che luccica, [in attesa di parlare della gioielleria nella sezione riservata a Valenza, ndr] un distinguo per l'alimentare: «Nel periodo del lockdown - spiega un imprenditore alessandrino - è andata bene la grande distribuzione, ma il mondo della ristorazione, pensate ad esempio alle imprese che fanno catering, è stato in grande sofferenza». Su un aspetto sono quasi tutti concordi: «Quello che sta per concludersi è il cosiddetto anno bianco, serve solo per far girare gli impianti. Vedremo che cosa ci riserverà il futuro». Il fatto è che, con questo clima di incertezza, il futuro è, se non un'ipotesi, un bel punto di domanda. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1998

FATTURATO 2019

606,5 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

4764

SETTORE

CHIUSURE DI SICUREZZA

La scommessa per il futuro? Puntare sul packaging digitale

di **Roberto Gilardengo**

Scommettere sul digitale, nel mondo dell'imprenditoria, è quasi un obbligo. Farlo sul packaging è ancora più coraggioso, ma indispensabile se si pensa che sia quello il futuro. Lo sta facendo Guala Closures, un autentico colosso che ha stabilimenti in tutto il mondo ed è leader nella produzione di chiusure di sicurezza per alcolici e in quelle di alluminio per superalcolici. In questo settore il packaging digitale vuol dire, molto più semplicemente, il 'tappo connesso'. In sostanza, quello che consente di 'leggere' il contenuto della bottiglia grazie a un microchip e utilizzando il proprio smartphone. Il presidente e ad **Marco Giovannini** (nella foto) ne aveva già parlato lo scorso anno: «Stiamo seminando - conferma - con l'obiettivo di raccogliere e di essere sempre più presenti nel Nord America, dove sono particolarmente sensibili nei confronti di progetti come questo. Puntiamo su Messico e Stati Uniti». La novità in realtà viene dall'Irlanda, dove la Jameson, nota azienda produttrice di whiskey, sta utilizzando questa tecnologia «con discreti numeri e, sbilanciandomi, sarei tentato di dire - è la speranza di Giovannini - che nel 2021 potrebbe essere una sorpresa».

Questo per il futuro, dunque. Il presente non può tener conto delle conseguenze della pandemia: «Si naviga a vista - ammette il responsabile della società, - vale per tutte le iniziative. E' inutile negare che questa situazione di emergenza sanitaria ha imposto un rallentamento importante. In Italia - lo voglio sottolineare - non abbiamo fatto un'ora di cassa integrazione, ma in altri paesi del mondo, quando non si poteva fare diversamente, abbiamo chiuso. Abbiamo, come dire, tirato la cinghia, continuando a fare investimenti ma senza prenderci grandi rischi e monitorando la situazione». Questo vale,

ad esempio, anche per l'ambizioso progetto di collaborazione con la Cina [«avrebbe rappresentato un mercato importante...»] presentato nella sede della multinazionale, in via Rana, tra Spinetta Marengo e Castelceriolo. Rallentamento, sì «ma in Italia la produzione non si è mai fermata. Del resto rappresentiamo la filiera del food and drink, che anche durante il lockdown non ha avuto cali. Anzi, il consumo domestico è cresciuto in maniera considerevole».

Risultato: il gruppo è riuscito a mitigare gli effetti negativi della crisi legata alla pandemia. Questo grazie anche alla diversificazione di prodotto, geografica e di clientela. Il primo semestre 2020 ha visto una continuazione delle attività di ricerca e innovazione, sia nel campo dei prodotti sostenibili, sia nella risposta alle richieste di molti clienti, che hanno iniziato la preparazione dei repack dei maggiori brand mondiali per 2021 e 2022. Nei primi sei mesi dell'anno i ricavi netti consolidati sono stati 272,3 milioni di euro, in riduzione del 6,4% rispetto al 2019 [«ma solo - 3% a cambi costanti»], ovviamente un riflesso del covid-19. Un ottimo risultato che spinge Marco Giovannini «a fare un elogio ai manager e alle maestranze, la grande maggioranza delle quali è sempre venuta a lavorare. I dirigenti, poi, hanno applicato le misure di sicurezza in maniera quasi perfetta: in Cina, ad esempio, le abbiamo adottate prima che le varasse il governo». Ma l'emergenza porta il numero uno di Closures a una riflessione finale: «Io non sono un fautore dello smart working, perché credo che il confronto in ufficio sia una ricchezza, in questi mesi però ho scoperto un'altra cosa, cioè che metà dei viaggi che facevamo erano per turismo: con le videoconferenze abbiamo coperto quasi tutto il business e risparmiato due milioni...».

La “Fabbrica Sostenibile” del 2020: produzione e imballaggi innovativi

di **Roberto Gilardengo**

Gualapack, storica azienda alessandrina, è leader livello mondiale nelle buste stand up preformate con cannuccia. Anche nel caso di altre grandi aziende del capoluogo, lo stabilimento principale resta quello alessandrino, che si trova nel territorio di Castellazzo Bormida, in zona Micarella. In Italia ve ne sono altri due, che si aggiungono a quelli distribuiti in diversi paesi dell'Europa e del mondo: Romania, Ucraina, Brasile, Messico, Costa Rica, Cile, Cina e Stati Uniti. In totale, dieci. La strada della sostenibilità nel processo produttivo, di cui si è parlato lo scorso anno, resta sempre quella da percorrere. Obiettivo che si può raggiungere grazie a imballaggi innovativi e sistemi di produzione che possono ridurre l'impatto ambientale. Esempio: nel 2019,



l'azienda ha presentato Pouch5, una gamma di buste monomateriale riciclabili al 100%. Tutti gli elementi di queste buste sono infatti riciclabili, tappo e beccuccio inclusi, realizzati con lo stesso materiale, il polipropilene [Pp], che è correttamente identificato per il riutilizzo all'interno del flusso di rifiuti di plastica Pp, chiudendo così il cerchio dell'economia circolare. In qualità di membro del comitato per la sostenibilità di Fpe [Flexible Packaging Europe], Gualapack partecipa attivamente dal 2017 anche a Ceflex [Circular Economy for Flexible Packaging], consorzio che rappresenta l'intera catena del valore degli imballaggi flessibili. Per questa sua scelta, è la 'Fabbrica Sostenibile' del 2020. Ha ricevuto il testimone dalla Michelin e lo passerà a Roquette Italia. ■



ANNO DI FONDAZIONE	1986
FATTURATO 2019	273 MILIONI DI EURO
DIPENDENTI	2007
SETTORE	IMBALLAGGI E PACKAGING

Non solo dispenser: Bisio Progetti realizza la super capsula compostabile

di **Roberto Gilardengo**

Nel cuore del distretto alessandrino della plastica nasce nel 1997 Guala Dispensing di cui fa parte Bisio Progetti dal 2011. Il gruppo opera a livello globale con stabilimenti in Italia, Cina, Messico e Romania, nella progettazione e stampaggio di packaging destinati a diversi settori, quali domestico, alimentare, prodotti per la cura della persona, farmaceutico, automotive, medicale e cosmetico.

Nel settore dispensing la società è leader a livello mondiale nella progettazione e produzione di nebulizzatori per detergenti usati nella pulizia della casa, della persona e dell'auto e dispenser per paste: prodotti complessi che garantiscono elevate prestazioni.

Negli altri settori è attiva la Bisio Progetti, nata nel 1989 per la progettazione e produzione di stampi a iniezione e che oggi si occupa principalmente di stampaggio a iniezione di articoli

termoplastici di alta precisione e qualità. Riguardano il settore alimentare, in particolare le capsule per il caffè, il farmaceutico, il medicale e il cosmetico. Proprio da quest'ultima azienda arriva la novità e riguarda il food, dove Bisio Progetti è leader europea nella produzione di capsule per il caffè: si tratta della realizzazione di una capsula high-barrier, compatibile con il sistema Dolce Gusto, con performance straordinarie possibili grazie a una struttura multistrato integrata per mezzo della co-iniezione.

Di questa capsula altamente performante è stata sviluppata una versione compostabile in grado di rispondere all'aumentata sensibilità per i temi ambientali: «La sostenibilità - spiega la società - è al centro delle strategie di sviluppo di tutto il gruppo Guala Dispensing». Questo approccio, appunto, «si traduce in investimenti nella ricerca di soluzioni innovative». ■



ANNO DI FONDAZIONE	1997
FATTURATO 2019	174 MILIONI DI EURO
DIPENDENTI	1000
SETTORE	STAMPAGGIO MATERIE PLASTICHE E IMBALLAGGI



Pico Maccario. La tradizione guarda avanti



PICO
MACCARIO

MOMBARUZZO (AT) | VIA CORDARA 87 | TEL. 0141 774522 | FAX 0141 775814 | INFOPICOMACCARIO@PICOMACCARIO.COM | WWW.PICOMACCARIO.COM



Pico Maccario: il vino buono, comunicato nella maniera giusta. Tradizione e innovazione

La cantina Pico Maccario nasce nel 1997 a Mombaruzzo, 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 che alla calura estiva, 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. 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. Diciamo che il nostro messaggio è stato comunicato nella maniera giusta». Ultima domanda, di carattere personale: come vive l'azienda? «A 360 gradi, la sento davvero come una parte integrante di me, del mio modo di essere e di vivere. Mi occupo del settore marketing e commerciale, cerco di mettere molto del mio carattere, della mia personalità, della mia visione delle cose, in questa azienda che rappresenta a tutti gli effetti un pezzo di storia della nostra famiglia».



www.picomaccario.com



ANNO DI FONDAZIONE

1887

FATTURATO 2019

24,1 MILIARDI DI EURO

DIPENDENTI

127.200

SETTORE

PNEUMATICI

Mobilità sostenibile e innovazione Michelin, il futuro passa da qui

di **Marcello Feola**

È la mobilità sostenibile l'obiettivo che si persegue nello stabilimento Michelin di Spinetta Marengo. Come? Attraverso la produzione di pneumatici autocarro innovativi, con l'obiettivo teso al continuo miglioramento della durata chilometrica, al risparmio di carburante e al modello "multi vite", ovvero nuovo, riscalpito, ricostruito.

Le ultime generazioni di pneumatici autocarro, del resto, si caratterizzano per un miglior rendimento chilometrico, che arriva fino al 15%-20% rispetto alle gamme precedenti grazie a tecnologie di ultima generazione nate dal settore Ricerca e Sviluppo di Michelin: parliamo di Regenion, Infnicoil, Powercoil e Carbion.

Qui viene inoltre prodotta, tra le altre, la gamma a basso consumo energetico Michelin X Line Energy: l'insieme Front, Drive e Trailer di Michelin X Line Energy, dalla classificazione A, A in termini di resistenza al rotolamento, wet grip e livello di rumorosità, offre un risparmio di carburante fino a 1 litro ogni 100 km rispetto alle gamme precedenti Michelin.

La carcassa degli pneumatici è stata progettata per essere riscalpita e ricoperta più volte.

Mettendo in opera il modello "multi vite" (pneumatico nuovo - riscalpitura - pneumatico ricostruito Michelin Remix), i trasportatori possono realizzare importanti risparmi di carburante,

contribuendo anche alla salvaguardia dell'ambiente e ottenendo una resa chilometrica senza equivalenti. La successione di utilizzo tra pneumatico nuovo/pneumatico ricostruito permette di ridurre del 70% circa l'utilizzo di materia prima in

“ Il riscalpito, il ricostruito e il modello “multivite”

rapporto a un pneumatico nuovo non ricostruibile [Fonte: Life Cycle Assessment of tires - Comparison of environmental impacts of different truck tires scenarios, Analisi del ciclo di vita realizzata da Michelin nel febbraio 2016, ISO 14044:2006 con Quantis].

Gli pneumatici Michelin, compresi naturalmente quelli prodotti a Spinetta Marengo, rappresentano dunque un eccellente esempio di sostenibilità - per l'attenzione agli aspetti ambientali - e di economia circolare, per l'attenzione all'impiego e re-impiego dei prodotti.

Non solo, il sito alessandrino si prepara infatti a introdurre un'ulteriore innovazione tecnologica nei suoi processi produttivi: a partire dai primi mesi del 2020, sono stati inseriti nei reparti i primi carrelli a guida autonoma Agv (Automated Guided Vehicle), utilizzati per trasportare mescole e semifiniti dal magazzino al reparto di preparazione e viceversa.

Si tratta di un progetto molto ambizioso, partito da un'idea proposta e sviluppata interamente dallo stabilimento, che avrà un impatto notevole su molti aspetti del processo produttivo e sulla sicurezza delle persone. ■





«Le direttrici della crescita? Ambiente e tutela della salute...»

di **Roberto Gilardengo**

Per la Solvay di Spinetta Marengo è deciso: «Sostenibilità ambientale e innovazione tecnologica, ma anche tutela della salute e della sicurezza delle persone». Queste sono le direttrici di sviluppo che guideranno la crescita nei prossimi anni dello stabilimento alessandrino, «un'eccellenza per l'intera area, fonte di ricerca, sviluppo per l'economia locale e attrazione continua di talenti». Con una aggiunta: «Il sito opera in sinergia costante con le istituzioni e gli enti tecnici di controllo per una positiva integrazione con il territorio, nel pieno rispetto delle normative ambientali attraverso investimenti per l'adeguamento continuo delle tecnologie impiantistiche di produzione e di monitoraggio».

Andrea Diotto (nella foto), il direttore dello stabilimento, che si è formato professionalmente a Spinetta, dove è tornato da numero uno dopo aver girato per il mondo, del resto non ha dubbi: «Il polo si distingue per la grande capacità di innovare e realizzare prodotti di avanzata tecnologia, anche attraverso le più evolute applicazioni digitali ai processi produttivi».

La chimica è parte della quotidianità, essenziale alla realizzazione di molti prodotti presenti nelle nostre case. Basti pensare che è chimica il 14% del valore di un'automobile o di una cucina, il 25% di un divano o di una scarpa, il 30% di un elettrodomestico o di un attrezzo sportivo, il 47% di un paio di occhiali o di un cosmetico. Solvay Specialty Poly-



mers, con i suoi siti di Bollate (Milano) e Spinetta, è una delle società che ogni anno depositano in Europa dall'Italia il maggior numero di nuovi brevetti di ricerca: una media fra settanta e ottanta. A Spinetta si producono 35 famiglie di prodotti e più di 1.500 formulazioni che danno vita a una vasta gamma di polimeri fondamentali in vari settori: dai dispositivi medici all'industria dell'auto, dall'elettronica di consumo all'aerospaziale, dall'oil&gas all'edilizia.

«Il piano di investimenti che abbiamo da poco annunciato, prevede un ulteriore passo avanti: 35 milioni destinati a sostenibilità e ambiente da qui ai prossimi 5 anni e altri 60 milioni per lo sviluppo industriale del sito produttivo», sottolinea Diotto.

Tra i settori di punta ci sono l'automotive, in particolare la mobilità sostenibile che prevede l'impiego di elastomeri fluorurati, utilizzati sia nei motori a combustione ad alta efficienza che nelle vetture ibride o elettriche, fondamentali per ridurre le emissioni degli scarichi.

Poi c'è la produzione di batterie a idrogeno, che vengono oggi realizzate grazie a un polimero unico ed innovativo, brevettato nel

centro di ricerca Solvay a Bollate e prodotto sempre a Spinetta. Rispetto alla tecnologia più consolidata delle batterie al litio, quelle a idrogeno offrono diversi vantaggi, il più importante dei quali è un'autonomia più elevata [oltre i 400 chilometri] che le rende interessanti per i mezzi commerciali o di trasporto di massa. Sarà per questo che Solvay è stata ammessa a partecipare al progetto paneuropeo per lo sviluppo di batterie di nuova generazione. ■

ANNO DI FONDAZIONE

1863

FATTURATO 2019

1,49 MILIARDI DI EURO

DIPENDENTI

600

SETTORE

INDUSTRIE CHIMICHE





ANNO DI FONDAZIONE
1939

FATTURATO 2019
45 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI
120

SETTORE
ENERGETICO

Quando la gestione energetica è un credo e una missione

di **Giordano Panaro**

Energy wave, società Esco certificata, fonda la sua esperienza e il suo know-how sugli 80 anni di storia di Restiani, azienda madre con sede ad Alessandria attiva nel mondo dell'energia. Oggi la società, di proprietà del gruppo Antas, occupa oltre 120 addetti e ha un fatturato di 45 milioni di euro.

Le sue attività sono orientate all'offerta di servizi dedicati alla gestione energetica con una forte caratterizzazione verso l'efficienza e l'innovazione, per poter cogliere le sfide che offre il mercato energetico. Oltre alla vendita di energia elettrica e gas, Energy Wave propone servizi di relighting con la sostituzione dei corpi illuminanti con luci a led, isolamento termico di edifici, sistemi ibridi di climatizzazione e soluzioni a fonti rinnovabili.



Con le sue 10 sedi operative [Alessandria centro città, Alessandria - Spinetta, Biella, Fossano, Genova, Milano, Ovada, Rivoli, Vercelli e Voghera] Energy Wave offre servizi di assistenza e consulenza radicati sul territorio in cui opera.

Tre i pilastri strategici su cui si fonda il business Energy Wave: servizio di efficienza energetica: soluzioni di risparmio energetico, gestione calore, fornitura di energia elettrica e gas, servizi di consulenza pre e post intervento; innovazione: offerte pensate per competere sul mercato e proporre ai propri clienti; soluzioni adeguate orientate all'efficienza energetica e alle comunità energetiche; attenzione al cliente: un approccio trasparente ed etico nell'offerta di servizi e assistenza continua h24. ■



ANNO DI FONDAZIONE
1948

FATTURATO 2019
8,4 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI
40

SETTORE
CASSETTE DA INCASSO

Design, cura dei materiali, qualità e ambiente con risultati concreti

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 Pucciplast, azienda alessandrina la cui sede è a Quargnento nata nel 1948 specializzata nelle cassette di scarico per wc.

La continua ricerca ha fatto sì che in tutti questi anni Pucciplast 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**. - Inoltre le cassette Pucciplast non avranno mai il problema dei pezzi di ricambio. Garantiamo l'assistenza e le sostituzioni per la prima vendita 70 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 incastrati", così da ridurre al minimo le possibilità di rottura e malfunzionamento: addirittura alcuni alberghi montano le nostre cassette dal '48 e sono perfettamente funzionanti».

Pucciplast 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. ■

Circa 100 ettari e 900 matite: benvenuti a Mombaruzzo

di **Marcello Feola**

Sono 100 gli ettari di vigneto che costituiscono il cuore della Cantina Pico Maccario, nata nel 1997 a Mombaruzzo grazie all'idea e alla passione dei fratelli Pico e Vitaliano. Con due simboli ben precisi: le matite e le rose. Quasi 5mila piante a clone unico hanno infatti 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 colpire le viti. E le matite? «Abbiamo oltre 900 pali nei nostri terreni che costeggiano la statale e accompagnano, di fatto, l'arrivo in cantina» racconta

Vitaliano Maccario.

(nella foto) - E saranno pure il simbolo del nuovo, elegante contenitore per le nostre bottiglie».



Quando avete iniziato, ormai 23 anni fa, la dimensione degli ettari di vigneto era inferiore?

«Siamo partiti con 70 ettari, ma proprio di recente abbiamo acquisito un'azienda adiacente alla nostra, portando a 80 gli ettari impiantati a Barbera, senza trascurare quelli per Merlot, Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Sauvignon Blanc, Freisa e Favorita».

Le alture di Mombaruzzo, argillose e di medio impasto, danno del resto origine a vini variegati ed equilibrati, il cui affinamento da Pico Maccario avviene in acciaio, botte grande o barrique, «perseguendo sempre la direzione della massima ricerca della qualità e del rispetto per i tratti originari del frutto». ■



ANNO DI FONDAZIONE

1997

FATTURATO 2019

4,5 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

18

SETTORE

VINI

«Primi nella solidarietà e nella progettazione del futuro»

di **Marcello Feola**

Il Gruppo Amag è la multiutility di servizi pubblici dell'Alessandrino e opera sul territorio nell'erogazione di acqua (con ciclo idrico integrato), gas, energia elettrica, calore, raccolta e gestione rifiuti, trasporto pubblico locale. Realtà industriale ad azionariato pubblico al 100%, ha come suoi soci il Comune di Alessandria (azionista di maggioranza) e altri 57 Comuni della provincia di Alessandria e della Langa Astigiana.

«Certamente il 2020 ce lo aspettavamo diverso, come tutti - spiega il presidente **Paolo Arrobbio**. (nella foto) - Proprio l'emergenza Covid 19 ha fatto emergere la profonda anima sociale delle nostre aziende. Un particolare grazie sento di doverlo rivolgere agli operatori di Amag Ambiente, che nei giorni più difficili della pandemia non si sono mai tirati indietro. Ma tutti i dipendenti delle aziende del gruppo hanno fatto pienamente la propria parte, organizzando una parte delle attività in smart working, senza però mai venir meno al proprio

ruolo di erogatori di servizi essenziali. Come governance, inoltre, abbiamo deciso di sostenere gli sforzi delle strutture sanitarie alessandrine e delle Fondazioni impegnate nella raccolta fondi». Non solo, perché Arrobbio annuncia anche che «abbiamo deciso di saldare tutti i nostri fornitori: 1750 aziende per un totale di oltre 15 milioni di euro. In un momento come questo, di grande difficoltà, crediamo si tratti di una boccata di ossigeno importante per tutti i fornitori».

Ma, naturalmente, il Gruppo Amag guarda avanti: «Sono stati avviati due grandi progetti - aggiunge Arrobbio - Da un lato l'implementazione di cassonetti 'a scomparto' per la differenziata su strada, dall'altro il project financing per 'Alessandria smart city', con digitalizzazione di tutta la città e 'pali intelligenti' per l'illuminazione integrata. Si tratta di due percorsi, paralleli e complementari, che ci consentiranno, in due anni, di cambiare il volto di Alessandria». ■



ANNO DI FONDAZIONE

1976

FATTURATO 2019

83 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

361

SETTORE

SERVIZI



Da laboratorio ad azienda strutturata. Qui nasce la celebre "Giacometta"

di **Mimma Caligaris**

Giacomo Boidi è un artigiano appassionato e creativo, anche adesso che il suo piccolo laboratorio del cioccolato è diventato un'azienda strutturata, con aula didattica e caffetteria, ma familiare [con lui lavorano anche la moglie Nicoletta e il figlio Davide]. Conservando, però, sempre, le regole e lo spirito della bottega, in cui ogni creazione è una eccellenza a se stante, da proporre al cliente locale come sui mercati internazionali che Boidi ha conquistato andando a raccontare i suoi prodotti.

Nel 2005 ha costruito la nuova sede, nella sua Castellazzo, in zona Micarella, con uno spazio di lavoro a vista: è come entrare in una boutique, in cui si segue il ciclo della produzione, dalla fava del cacao alla celebre 'Giacometta', la spalma-bile, in più versioni, che ha vinto premi e, novità del 2020, è pronta a cambiare look. Perché, anche nei mesi difficili, Boidi ha continuato a creare: il lockdown ha causato, solo nel periodo di Pasqua, una contrazione netta dei ricavi, co-

munque parzialmente contenuta grazie alla vendita online, ma in quei mesi difficili sono nati i 'cioccolatini di Natale', con ripieni particolari, dal panforte al torrone, dal castagnaccio a fichi e noci, e anche una gamma ancora più ampia di 'petali' e di cremini.

«Il cioccolato è una materia viva, che bisogna toccare e capire – questa la filosofia di Giacomo – Lo paragono ad uno strumento musicale, con cui si deve saper entrare in confidenza per apprezzarne tutte le note». La ricerca delle materie prime è abbinata alla cura degli ingredienti, come la scelta di utilizzare colori vegetali per alcune praline. Un esempio? Il rosso del cuore gusto lampone è un concentrato di ravanella, ribes nero e mela. «Dietro ogni prodotto ci sono prove, assaggi, immagine, studio del packaging. L'incertezza diffusa ci ha spinti a rimodellare il catalogo, ma la sfida quotidiana nel segno della qualità e della novità ci deve guidare fuori dall'emergenza». ■



ANNO DI FONDAZIONE
1907

FATTURATO 2019
1,8 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI
15 [21 CON GLI STAGIONALI]

SETTORE
ALIMENTARE DOLCIARIO



Con Lucato Termica l'Orient Express può riprendere a viaggiare

di **Mimma Caligaris**

L'Orient Express potrà riprendere a viaggiare. Anche i tecnici e gli storici francesi hanno promosso il lavoro della Lucato Termica, una piccola azienda artigiana a Castelletto Monferrato, eclettica e versatile. Perché accanto alla caldaia che fa ripartire una vecchia locomotiva, per viaggi da sogno in territori da riscoprire, ci sono alambicchi per grappe e distillati celebri nel mondo. E, ancora, nuovi impianti a vapore, olio diatermico e acqua calda, scambiatori di calore, valvole di sicurezza da tarare. Si possono pure noleggiare generatori di vapore. La celebrità, però, Giordano e il fratello Tiziano l'hanno conquistata, soprattutto, rigenerando locomotori destinati a diventare ferro vecchio, che affidate alle loro mani diventano macchine sbuffanti e piene di fascino, grazie a lavorazioni speciali, come la chiodatura a caldo delle lamiere delle caldaie, unica in Italia.

«Siamo fra i pochi in Europa in possesso della

certificazione Iso 9001 proprio per la riparazione e il ripristino delle locomotive. Abbiamo sempre richieste – confessa **Giordano Lucato** – anche nel periodo dell'emergenza siamo stato contattati da Ferrovie Nord per un nuovo mezzo da sistemare, e dalle Ferrovie della Sardegna, che ci hanno invitati ad una gara per due esemplari. Per la prima volta anche la fondazione delle Ferrovie dello Stato si è rivolta a noi. Soprattutto, l'Orient Express ha superato l'ultimo collaudo, pronto a tornare in Francia».

La Lucato Termica non si è mai fermata, neppure a marzo e aprile, riducendo solo le lavorazioni, ma da metà maggio tutta la forza lavoro è tornata a pieno regime, con molti ordini. Per gli appassionati di cultura ferroviaria una 'chicca': in azienda c'è anche una piccola biblioteca, consultabile, con 1700 volumi, alcuni del secolo scorso, tra manuali tecnici, libri fotografici, disegni e progetti. ■



ANNO DI FONDAZIONE
1958

FATTURATO 2019
1,1 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI
12

SETTORE
METALMECCANICO ARTIGIANALE

Centrale del Latte: altri 2 milioni per rafforzare il posizionamento

di **Marcello Feola**

La Centrale del Latte di Alessandria e Asti - tra le prime realtà italiane a definire un rigido disciplinare tecnico che regola la filiera di produzione e fa sì che da oltre 60 anni il viaggio del latte inizi ogni giorno in cascine selezionate del Piemonte - ogni anno raccoglie, lavora e vende quasi 15 milioni di litri di latte fresco e panna e distribuisce circa 400 diversi prodotti. «Siamo al centro di una filiera che fa della qualità e del benessere alimentare la cifra del suo agire d'impresa - evidenzia il presidente, **Gian Paolo Coscia**. [nella foto] - La maggioranza della nostra compagine societaria, costituita da allevatori, rappresenta un unicum in Piemonte e un caso raro in Italia. Per l'esercizio 2020-2021 il consiglio d'amministrazione ha confermato 2 milioni di investimenti per proseguire



nella riorganizzazione commerciale, logistica e amministrativa avviata con il cambio di management e per presentarci sul mercato con una serie di novità importanti: prodotti sempre più corrispondenti alle richieste di gusto e praticità dei consumatori, senza dimenticare la nostra funzione di servizio, che ci fa raggiungere oltre 4.200 punti vendita in otto province, comprese zone montane e disagiate».

Da sempre attenta al dialogo con le nuove generazioni, la Centrale è impegnata anche a promuovere corrette abitudini alimentari e stili di vita sostenibili attraverso svariati progetti scolastici e un ricco programma di visite in stabilimento, sviluppato in collaborazione con Confagricoltura Alessandria. L'azienda, inoltre, sostiene il territorio attraverso la sponsorizzazione di molteplici eventi culturali e sportivi. ■



ANNO DI FONDAZIONE
1953

FATTURATO 2019
26 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI
54

SETTORE
ALIMENTARI

COOPERATIVA MAIS ALESSANDRIA

Oltre la pandemia, il futuro è oggi. La nuova filiera e la vendita al minuto

di **Daniela Terragni**

Sessanta soci, 30 mila ettari e una nuova sfida, innovare la tradizione per valorizzare la qualità dei prodotti agricoli e sostenere le aziende. La Saf [Società cooperativa agricola Servizi Agricoli Fresonara] dal 1978 svolge attività di stoccaggio cereali per 100 mila quintali, ritiro e vendita di vari prodotti coltivati, dal girasole ai lupini, destinati all'industria e all'allevamento. Per tutti è la cooperativa del mais, in gran parte destinato alla Roquette Italia di Cassano, ma nel 2020 a questa storica filiera, si è aggiunta la filiera del grano per Galbusera, che si appresta alla prima semina. In più per far conoscere meglio la varietà di prodotti, Saf incentiverà la vendita al minuto e diversificherà le colture su 30 mila ettari. Erano ipotesi per il futuro, sono diventate soluzioni immediate sulla spinta delle emergenze: prima le alluvioni, poi il Covid-19. «Per la prima volta nell'autunno 2019 non si è potuto seminare regolarmente il grano per via

dei campi allagati, abbiamo proposto l'orzo primaverile, che ha dato buona resa. Il piano B ha funzionato e sarà riproposto in caso di necessità», spiega il responsabile della Saf **Paolo Regalzi** in sintonia con il presidente Marco Ferraro. Poi il lockdown, non ha fermato le attività agricole, ma ha mandato a monte ritiri e vendite di prodotti da varie zone. «La crisi ha fatto apprezzare ancora di più le collaborazioni ed i prodotti a km zero». Così Regalzi ha contattato la Galbusera e Ferraro ha scelto pezzature a misura di aziende e privati. ■



ANNO DI FONDAZIONE
1978

FATTURATO 2019
2 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI
1 INDETERM.+2 A CONTRATTO

SETTORE
COOP. AGRICOLA



ANNO DI FONDAZIONE
1857

FATTURATO 2019
18 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI
140

SETTORE
ABBIGLIAMENTO

Oltre all'Italia, l'obiettivo è la Cina Sognando il Museo del cappello

di **Roberto Gilardengo**

Il rallentamento causa pandemia non ha frenato più di tanto la crescita di Borsalino, il simbolo di Alessandria. Le zone del mondo a cui guardava lo storico cappellificio nel 2018 erano il Giappone e l'Europa, con i paesi nordici in testa. Ovviamente l'Italia, con l'intenzione di rafforzare la propria leadership. Nel 2019 l'obiettivo erano gli Stati Uniti, quest'anno è la Cina.

Per quanto riguarda le collezioni, la nuova tendenza è rappresentata dalla moda che dialoga con l'arte. Borsalino guarda ai mercati internazionali e a quelli italiani, senza dimenticare da dove è partita. Il ritorno alle origini della sua impresa e della tradizione artigiana dello storico cappellificio c'è stato, ad esempio, in occasione della recente presentazione della collezione autunno-inverno 2020/2021, avvenuta ad Alessandria, dove sono stati aperti due luoghi leggendari come la manifattura di Spinetta Marengo (dove si realizzano ancora i cappelli

con i macchinari di una volta) e la splendida villa di via Cavour, nel centro cittadino, dove ha vissuto Giovanna Raisini Usuelli, moglie di Teresio Usuelli, pronipote di Teresio Borsalino. Si tratta di una collezione liberamente ispirata al movimento Arts and Crafts, che secondo la strategia del Creative Curator Giacomo Santucci «*intende tradurre il proprio dna in canoni estetici contemporanei per accompagnare nel futuro un'icona di eleganza e stile con oltre 160 anni di storia*».

La stessa scelta anche per la collezione primavera-estate 2020/2021.

La nuova idea di Borsalino è dunque quella di «*esaltare la gioia di vivere, la diversità come ricchezza, che fanno intravedere sconfinata possibilità di espressione*».

Sempre a proposito di Alessandria, la speranza è la riapertura del Museo del cappello, nella nuova sede e con l'aggiunta dei contenuti multimediali. ■



ANNO DI FONDAZIONE
1922

FATTURATO 2019
-

DIPENDENTI
38

SETTORE
SERVIZI FUNEBRI

Bagliano, una storia di famiglia che cresce e diversifica

di **Marcello Feola**

Fu Carlo Bagliano, di ritorno dalla Grande Guerra, a porre le basi per la creazione della ditta nel 1922, riprendendo il vecchio mestiere di falegname: una storia lunga ormai 98 anni, passata per momenti difficili - come il bombardamento del 1944 che distrusse completamente la sede, poi ricostruita nell'immediato dopoguerra da Agostino e Giuseppe - a passi che, nel settore, nessuno aveva ancora avuto il coraggio di fare. Furono sempre Agostino e Giuseppe, ad affiancare al lavoro di falegnameria quello di organizzazione del servizio funebre,

mentre - dopo il trasferimento in piazza Ceriana nel 1960 - nel 1974 arrivarono i carri funebri moderni e furgoni per il personale addetto. Tra gli anni Ottanta e Novanta, poi, con Mauro e Franco (attuali amministratori delegati) la ditta continua a evolversi, fino ad arrivare a oggi, con la nuova Casa Funeraria di via Parini, la prima a nascere in Piemonte (nel 2016) per supportare sotto ogni punto di vista le famiglie nel momento dell'ultimo saluto ai propri cari - "Professionalità, puntualità e discrezione sono gli insegnamenti tramandati di generazione in generazione" - e l'inaugurazione un anno e mezzo fa del servizio "Ponte Arcobaleno".

«*Si tratta - racconta Marco Bagliano (nella foto) - che insieme a Davide rappresenta la quarta generazione - di un servizio innovativo per il saluto agli animali d'affezione, con la restituzione delle ceneri alle famiglie e dedicato sia ai privati che ai veterinari*». ■

Gruppo Resicar, il presente e la scommessa dell'elettrico

di **Marcello Feola**

Sono quattro le concessionarie che compongono il Gruppo Resicar: la capostipite è ovviamente Resicar - storica rappresentante del marchio Nissan per Alessandria e provincia da oltre 30 anni - ma gli altri gioielli sono Sr Car [concessionaria Hyundai] e Sr Motors [concessionaria Volvo e infiniti service partner] che nel 2018 vengono accorpate sotto il nome di Resicar Srl, che nel 2020 apre la nuova sede di Arona come rappresentante Nissan & Volvo.

«Siamo sempre e costantemente al servizio del cliente, con il nuovo, l'usato e una assistenza specializzata e continua - spiega **Roberto Siri** (nella foto) - Anche per questo, e per rimanere sul mercato al passo di una concorrenza sempre più aggressiva, nel 2021 inaugureremo una nuova concessionaria di oltre 2mila metri quadri a Cameri, corredata di vendita-assistenza e ricambi, per coprire le province di Novara e Verbano-Cusio-Ossola

con i marchi Nissan, Volvo e - ultima novità per Resicar - Mazda [dopo il lockdown abbiamo già aperto una sede commerciale a Paruzzaro, tra Arona e Borgomanero]».

Non solo: «Altro obiettivo per noi fondamentale - aggiunge Siri - sarà creare un'organizzazione commerciale dedicata a tutti i modelli elettrici o elettrificati. Questa sarà la vera sfida del futuro, nella quale tutte le case automobilistiche si cimenteranno.

Ecco perché nel corso di quest'anno abbiamo inserito la prima figura dedicata unicamente al mondo elettrico, in modo da intercettare e contattare tutte le amministrazioni pubbliche e le aziende che, secondo la mia analisi, saranno le prime a beneficiare delle nuove tecnologie per immagine e benefici fiscali».

Una partita che non a caso vede impegnata la 'seconda generazione di Resicar': «I miei figli - conferma Siri - sono qui oggi per imparare e domani per continuare». ■



ANNO DI FONDAZIONE

1989

FATTURATO 2019

40,2 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

39

SETTORE

AUTO

«Servizi e qualità l'arma vincente. E anche una Stella...»

di **Marcello Feola**

Sono bastati quattordici anni a Bolidea per diventare un punto di riferimento nel mondo dell'auto alessandrino (e, come vedremo, non solo).

«L'azienda - racconta l'amministratore delegato **Marco Pozzo** - nasce grazie alla passione dei fratelli Pico e Vitaliano Maccario, il quale ha avuto anche grandi trascorsi come pilota e collaudatore Porsche. La prima sede apre in via Trotti poi, nel 2015, la proprietà decide di rilevare una vecchia concessionaria andata in fallimento a Spinetta Marengo. E le cose cambiano».

Il 2016 è l'anno del suo ingresso: «Avevo voglia di mettermi in gioco, arrivando da altre esperienze nel settore, e una sera a cena spunta l'idea di creare un format nuovo, che è poi quello che ancora oggi contraddistingue Bolidea».

Quali i punti di forza? «Noi non siamo in competizione con gli altri concessionari: ad esem-

pio, abbiamo fin da subito lavorato per diventare officina autorizzata Mercedes. Si sono perciò compiuti tutti i passi necessari e, nel luglio 2017, è arrivato il riconoscimento della Casa tedesca. Il che, ovviamente, ha fatto per noi da volano, perché le priorità sono sempre state i servizi e la qualità, piuttosto che i numeri o i volumi. Un'arma vincente, tanto che per tre anni di fila siamo stati indicati - cosa mai successa nella rete italiana - come miglior officina autorizzata Mercedes del nostro Paese».

I progetti di crescita però non si sono fermati... «L'anno scorso - conferma Pozzo - sull'onda dei risultati, e con l'ambizione che ci contraddistingue, abbiamo scelto di fare un ulteriore salto, acquisendo la concessionaria Land Rover di Savona. Un'attività partita a gennaio e che, nonostante il lockdown e il periodo che stiamo vivendo, sta dando risultati e risposte molto soddisfacenti». ■



ANNO DI FONDAZIONE

2006

FATTURATO 2019

10 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

26

SETTORE

AUTO



Sei in buone mani

PRODOTTI • ASSISTENZA • CONSULENZA **RICOH**

AD ALESSANDRIA

assistenza, tecnologia
e consulenza **RICOH**
sono ora affidate a

RAVIOLA
SISTEMI PER UFFICIO

unico **Partner Certificato**
per la provincia

Tutto quello che ti serve per
stampa, archiviazione, gestione
comunicazioni aziendali
e prodotti per lo smart working.

Servizi & Soluzioni per le nuove sfide del lavoro
sempre più **smart**, sempre più **digital**.



RAVIOLA
SISTEMI PER UFFICIO

RICOH CORPORATE
PARTNER

PER LE PROVINCE DI ALESSANDRIA E ASTI

RAVIOLA FRANCO - Sistemi per ufficio

Via G. Deledda 2/2a - 14100 Asti - Italy
Tel: +39 0141 477627 - Fax: +39 0141 47700

info@raviolafranco.it **raviolafranco.it**

Nel 2021 si investirà sulla nuova linea che riduce l'utilizzo della plastica

di **Roberto Gilardengo**

Se lo scorso anno il fatturato ha fatto registrare un incremento di 6 milioni di euro rispetto al 2018, le previsioni del 2020 parlano di una ulteriore crescita, che dovrebbe far toccare i 139 milioni. Segno che, come aveva già raccontato Il Piccolo, Paglieri ha passato indenne il periodo della grande crisi legata al lockdown.

Non ne ha per nulla risentito, anzi è cresciuta nei numeri. Del resto il settore della profumeria e dei prodotti per la casa, durante quella emergenza, ha continuato a lavorare, produrre e ad aumentare il fatturato.

Le buone notizie

La prima che nessun caso di covid-19 è stato registrato in fabbrica, merito soprattutto degli accorgimenti adottati, vedi la chiusura alle visite esterne. L'altra, che a fronte di questa disponibilità in termini di budget, l'azienda ha deciso, per il 2021, l'acquisto di una nuova linea

per le ricariche doypack, un packaging sicuro e flessibile usato per saponi liquidi e ammorbidenti che riduce l'utilizzo della plastica.

Paglieri - che come Borsalino vuol dire Alessandria - ha una lunga storia alle spalle che inizia a fine Ottocento, quando Lodovico Paglieri eredita la piccola profumeria di via Mazzini dal padre che commerciava in belletti, parrucche e profumi. La svolta avviene nel momento in cui quel giovane imprenditore ha l'idea di avviare una produzione di prodotti in un piccolo laboratorio nell'attuale piazza della Libertà. La nascita di Felce Azzurra, il marchio che ha fatto conoscere l'azienda alessandrina in tutto il mondo, è la seconda svolta. La fragranza che tutti conoscono è il risultato di una composizione chimica trascritta su un taccuino che ancora oggi viene gelosamente custodito in cassaforte. Ma oltre al passato e al presente si guarda, evidentemente, al futuro. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1876

FATTURATO 2019

132 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

150

SETTORE

PROFUMERIA E PRODOTTI CASA

Dalla logistica all'energia quasi zero «E per i lavori, solo il nostro staff...»

di **Roberto Gilardengo**

La logistica è il punto di partenza, l'obiettivo è quello di superare i confini nazionali e aprire cantieri magari anche in Francia e in Belgio. In generale, realizzare interventi con il proprio personale, senza ricorrere a subappalti o comunque a tecnici esterni, percorrendo dove è possibile la strada dell'efficientamento energetico. Plt nasce nel 2007 come Polo Logistico Tortona, 104mila metri quadri a Torre Garofoli, ma è nel 2013 che l'azienda cambia volto e anche indirizzo, 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. Senza dimenticare il settore ricettivo e gli interventi di restauro. Si passa da 8 a una cinquantina di dipendenti e la filosofia è quella «di affrontare con più flessibilità e dinamismo il mercato». La sede sociale è a Milano, ad Alessandria ci sono magazzino e sede

operativa in zona Micarella. I lavori oltralpe? Ad esempio per realizzare il polo logistico della Lannutti Group e a Mougins, sulle Alpi Marittime, un grande centro server per la Titan. Ma forse il fiore all'occhiello è un condominio di 30 appartamenti, sulle alture di Alassio, riviera ligure, costruito nel rispetto della normativa nZeb. Si tratta in sostanza di un edificio a 'energia quasi zero', che grazie a isolamenti, fonti rinnovabili, impianti performanti e corretta progettazione, riuscirà a garantire consumi ridotti. Ad Alessandria, da segnalare l'intervento nel retail park di via Vecchia Torino per costruire il punto vendita Mercatò e, in piazzetta della Lega, il recupero della palazzina del Moderno

Il futuro? Investire sul personale, che dovrà essere «sempre più qualificato». E poi «continuare a lavorare, crescere seriamente e, soprattutto, strutturare l'azienda». ■



ANNO DI FONDAZIONE

2007

FATTURATO 2019

10,7 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

50

SETTORE

Costruzioni



ANNO DI FONDAZIONE

1840

FATTURATO 2019

80 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

230

SETTORE

MECCATRONICA

Dalla Cina agli Stati Uniti, l'azienda non si è mai fermata

di **Marcello Feola**

La Mino è ormai un gruppo riconosciuto a livello mondiale nel settore degli impianti di laminazione per metalli non ferrosi. Ha sedi a San Michele [quella storica, con la progettazione e la costruzione della parte meccanica e idraulica], Vicenza [per la progettazione e costruzione della parte elettrica ed elettronica], Wimborne [Gran Bretagna, per lo sviluppo del software dedicato al controllo di processo degli impianti], Beijing [sede commerciale] e Tianjin [stabilimento di produzione] in Cina. Probabilmente anche per questo, pur con tutte le difficoltà legate alla pandemia, il 2020 si chiuderà in linea con gli anni passati: «Forse la presenza in Cina, sotto questo punto di vista, ci ha aiutati - analizza il presidente del gruppo, l'ingegner **Cesare Pettazzi** - Eravamo infatti più consapevoli di altri di ciò che sarebbe accaduto e non è stato un caso aver implementato i protocolli sanitari addirittura in anticipo rispetto alle indicazioni del governo italiano. E poi, un po' per bravura un po' per un pizzico di fortuna, a marzo avevamo il portafoglio ordini già pieno di commesse».

Quali progetti avete portato avanti? «Solitamente lavoriamo su poche commesse di grosse dimensioni ogni anno, facendo tra i 5 e i 10 laminatoi per contratti che variano in valore tra i 10 e i 20 milioni di euro l'uno. Ebbene, a marzo ne avevamo nove - 2 negli Usa, 1 in Spagna, 1 in Grecia e 5 in Cina - in vari stadi di lavorazione: alcuni in progettazione, altri in costruzione o già in montaggio presso i clienti». Avete adottato comunque lo smart working? «Siamo sempre rimasti aperti, essendo tra le realtà inserite nelle filiere essenziali dell'alluminio, ma i dipendenti per cui ciò era possibile hanno lavorato a distanza. Ad esempio, i nostri 50 disegnatori hanno progettato in questa

modalità un laminatoio per la Grecia, uno per gli Usa e uno per la Cina».

E per i montaggi? «È accaduto qualcosa di speciale - confida Pettazzi - A Charleston, negli Usa, erano infatti presenti dieci nostri tecnici quando venne deciso il lockdown: di conseguenza, per sei mesi non sono potuti rientrare a casa, ma con grande senso di responsabilità hanno portato a termine l'opera e messo in servizio la linea, tanto che il 10 luglio è stata prodotta la prima bobina in conformità con i programmi contrattuali originari».

Come vede la seconda parte dell'anno? «C'è incertezza, ma pure segnali di ripresa, specialmente in Cina e negli Stati Uniti».

E il futuro della Mino? «Il nostro obiettivo, tramite investimenti importanti, è quello di rendere più green e sostenibile il ciclo di produzione dell'alluminio. Proprio quanto realizzato a Charleston in partnership con gli americani della Hazelett Corporation ne è esempio: abbiamo infatti messo in linea una loro macchina di colata, dove l'alluminio liquido viene trasformato in un nastro solido, a un nostro laminatoio a caldo. Con la particolarità che il materiale in ingresso, che viene fuso e diventa alluminio liquido, proviene totalmente da lattine usate! Quindi, 100% di alluminio riciclato e fabbisogno di energia dimezzato rispetto al ciclo tradizionale di produzione dell'alluminio».

La vostra esperienza in Oriente vi permette di ipotizzare quale strada prenderà il settore? «Sarà sempre più hi-tech: non è un caso se le macchine che già oggi stiamo realizzando per la Cina vengono utilizzate per laminare rame con uno spessore di appena 0,006 millimetri, meno di un capello, da utilizzare in smartphone e computer». ■





VALENZA

Puntare
sui nuovi ricchi?
Dipenderà
dalla pandemia

di Roberto Gilardengo

Dipenderà molto da come staremo di salute. O meglio, da come staranno i paesi a cui il mondo orafa si rivolge da anni, con il risultato di costituire il traino per tutto l'export provinciale, come viene periodicamente documentato dalle indagini congiunturali di Confindustria.

Valenza si prepara a un fine anno in cui le incognite sono, al momento, superiori alle certezze. Vero, quando il lockdown era finito la ripresa c'era stata e il lavoro, nei laboratori cittadini e nelle sedi delle grandi aziende, era ripartito con la voglia di recuperare il terreno e le commesse perdute. Ma era stata una ripresa strana, come aveva evidenziato allora la presidente del consorzio DiValenza Barbara Rizzi: «Siamo di fronte a un trend da interpretare, perché la crisi sembra che abbia colpito a macchia di leopardo, sia chi ha un brand che i contoterzisti. Così ci sono quelli che hanno aumentato il fatturato e quelli che arrancano. Vedremo come sarà la situazione al 31 dicembre. Certo non vogliamo pensare a una nuova chiusura in quelle aree del mondo che hanno ancora oggi notevoli problemi sanitari...». E sono quelle, in sostanza, che tengono in piedi il settore del lusso. Insomma, un nuovo lockdown sarebbe un disastro.

Vedremo, dunque. Qualche numero per capire quanto incidono le imprese orafe sull'economia valenzana, ormai monotematica dopo la scomparsa del comparto calzaturiero. Gli addetti sono oltre 4mila, suddivisi in oltre 700 aziende, che arrivano a sfiorare i 5mila se si considerano anche i comuni del Sistema locale del lavoro che nell'ultima rilevazione garantivano un'altra

cinquantina di attività e circa 200 persone impiegate. Prima che scoppiasse l'ultima crisi, il monitor di Intesa Sanpaolo segnalava Valenza come il miglior distretto italiano sui mercati esteri. Le previsioni dell'ultima congiunturale, purtroppo, mostrano una realtà diversa. Peraltro la stessa che vivono altri distretti italiani. Tutti accomunati da un obiettivo, quello di raggiungere in maniera significativa i mercati emergenti dove venivano calcolati 100 milioni di nuovi ricchi solo tra Cina, India e Brasile. Paesi che, si diceva, adesso hanno altri problemi e, di riflesso, altre priorità.

Valenza si prepara agli ultimi due mesi dell'anno mostrando comunque un certo dinamismo e sarà compito della nuova amministrazione comunale seguirne la ripresa o addirittura cercare di promuoverla. La città degli orafi da qualche anno è divisa in due. Da una parte ci sono i contoterzisti che lavorano per le grandi aziende, dall'altra quelli che servono il mercato italiano. Il fatto che molti siano legati ai grandi marchi lascia spazio anche ai secondi: «Tutto questo – ci fa notare un operatore del settore – porterà vantaggi, in generale, all'economia cittadina».

Resta sempre l'eterno problema, quello di non saper unire le forze, o forse di non volerlo fare: «È una questione di mentalità – sottolineava lo scorso anno il gioielliere Marco Borsalino, uno che Valenza la conosce bene – ma se i grandi del settore, come ad esempio Bulgari, puntano su di noi, è perché ritengono che il nostro distretto possa dare molto più di altri. Noi restiamo, comunque, ottimi lavoratori».



ANNO DI FONDAZIONE

1962

FATTURATO 2019

-

DIPENDENTI

-

SETTORE

OREFICERIA

Gioielli di eccellenza per brand di alta qualità

di Massimo Brusasco

L'attuale azienda Assini Andrea & C. nasce nel lontano 1962, con soci fondatori Giorgio Assini e Giovanni Knecht. Il primo laboratorio si trovava nella zona comunemente chiamata Valenza vecchia. L'anno successivo entra come nuovo socio Piero Carpani.

Verso la fine del 1967, l'azienda si trasferisce in via XX Settembre, con un nucleo di 8 dipendenti. In quegli anni il mercato di riferimento era prevalentemente in centro America, ad esempio Portorico. Successivamente l'azienda si trasferisce in corso Garibaldi 146, restandoci fino al 2014 e arrivando a contare 12 dipendenti, con la denominazione sociale di Assini Giorgio & C snc. Cominciano a crescere i primi brand importanti dell'oreficeria, l'azienda si specializza come contoterzista, collaborando con firme importanti. Nel 1984 entra nell'azienda Andrea Assini, figlio di Giorgio, successivamente Claudia Carpani, figlia di Piero, attuali titolari insieme a quest'ul-

timo. I tempi cominciano a cambiare, la tecnologia applicata all'oreficeria comincia ad avere un ruolo determinante. Nel 2005, a causa dei continui inserimenti di nuove tecnologie, l'azienda deve trasferirsi in Corso Garibaldi 130, su una superficie di 300mq (15 dipendenti), con la denominazione di Assini Andrea & C sas.

Attualmente la ditta collabora con importanti brand dell'oreficeria, posizionandosi in una fascia qualitativa di eccellenza e acquisendo certificazioni a livello mondiale come RJC, Responsible Jewel Council ed ottenendo dalla Camera di Commercio di Vicenza la Certificazione aggiuntiva del titolo e la TF - Traceability & Fashion - per garantire la provenienza dei metalli.

Nell'ultimo anno, la Assini è entrata a far parte della Fondazione Mani Intelligenti, che si occupa di formare nuovi talenti, e collabora con la scuola professionale ForAl, consentendo stage in azienda ai giovani neo diplomati. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1968

FATTURATO 2019

20,8 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

80

SETTORE

GIOIELLERIA

Anche l'Academy per studiare come si realizza un gioiello

di Roberto Gilardengo

Un'accademia dove si può imparare il lavoro degli artigiani orafi. Una scelta che Pasquale Bruni, creatore di uno storico brand che abbina la moda ai gioielli, aveva in mente di realizzare e che l'emergenza da pandemia ha accelerato per quanto riguarda i tempi.

Ecco la prima novità, l'Academy valenzana. Ha portato all'assunzione di diversi giovani, cui sono stati affiancati dipendenti dell'azienda con trent'anni di lavoro alle spalle nel ruolo di insegnanti. L'obiettivo di questa iniziativa, spiegare come si lavora il gioiello e non disperdere un patrimonio di conoscenza prezioso, che le nuove generazioni devono conoscere.

La seconda novità è, in realtà, una buona notizia legata a un'altra scelta, quella di aver puntato sul mercato italiano. Strategia che, in un periodo di grande crisi, con la chiusura delle frontiere e di conseguenza dei mercati, si è rivelata vincente. Lo dicono i numeri, visto che il 30% del fatturato complessivo (nel 2019 incrementato del 7%) è rappresentato dalle vendite

entro i confini nazionali. Per restare nel campo dei numeri, anche il 2020 non era partito male per la maison valenzana: +30% a febbraio, prima che entrasse in vigore il lockdown, cui ha fatto seguito il prevedibile e vertiginoso calo dei mesi successivi che ha portato al -20% di settembre: «Comunque, vista la situazione, un grosso risultato - viene sottolineato - che premia la nostra filosofia, quella di puntare sull'aspetto passionale della vita e di trasferirlo nella realizzazione dei nostri oggetti». E un gioiello di famiglia la **Pasquale Bruni** lo è. Con il fondatore, ci sono la figlia **Eugenia** che è direttrice creativa da quasi dieci anni e il figlio **Daniele**, che vive a New York ed è amministratore delegato della filiale americana. Passato, presente e futuro. ■





Damiani raccoglie la sfida. E continua a crescere nel mondo

di **Marcello Feola**

La pandemia ha cambiato le abitudini di ognuno di noi e anche, ovviamente, il mondo del lusso. Per il Gruppo Damiani, brand universalmente riconosciuto, una sfida da raccogliere.

Evoluzione continua

«È un mutamento epocale - conferma il presidente **Guido Damiani** - che ci obbliga a ripensare piani strategici e modelli di business. È altresì vero che si aprono nuove opportunità per definire strategie, possibilità di investimento e modelli di business: come sosteneva Clayton Christensen, docente alla Harvard University, una strategia non è un evento, ma un processo in evoluzione continua. Sicuramente il green, e la relativa eticità e sostenibilità delle aziende nei diversi settori produttivi, rimane un tema fondamentale. Per Damiani è sempre stato un elemento chiave, tanto da selezionare attentamente i fornitori: tutti appartengono a un ristretto nucleo che rispetta il "Kimberley Process", che garantisce che i profitti ricavati dal commercio di diamanti non contribuiscano a finanziare guerre civili. Ed è previsto un sistema di garanzie per assicurarsi che gli operatori continuino a certificare l'origine dei diamanti in filiera attraverso una dichiarazione di conformità. Inoltre, contrastiamo lo sfruttamento del lavoro minorile ed esigiamo dai fornitori che nessun bambino sia utilizzato per il reperimento delle materie e per la loro lavorazione. C'è poi la digitalizzazione - prosegue Damiani - I clienti, ora, tramite videochiamata possono farsi presentare i modelli e chiedere live informazioni su orologi o gioielli: grazie alla nostra attenzione al digitale, le vendite on-line in quest'ultimo anno sono più che quadrupli-



cate. Infine, il ripensamento della distribuzione: per noi che vediamo nella boutique una sorta di Agorà moderna, si tratta di ripensare il rapporto col cliente. Così, abbiamo definito un servizio per prenotare un appuntamento in negozio (in uno spazio riservato col venditore di fiducia) o virtuale (grazie alla tecnologia) durante il quale farsi presentare il prodotto e farselo consegnare a casa in maniera privata e sicura».

Lo sviluppo non si ferma

Progetti e investimenti in cantiere? «L'innovazione è fondamentale. Negli anni '90, per esempio, mio padre ebbe l'intuizione pionieristica di scegliere personaggi del cinema come testimonial e farli immortalare da grandi fotografi: le star internazionali rendono il marchio immediatamente riconoscibile e aiutano la "brand awareness" a crescere. Il Covid-19 - aggiunge Guido Damiani - ha solo rallentato, ma non bloccato, alcuni piani: ad esempio, abbiamo concluso l'acquisto delle rimanenti quote di Venini, nominato un nuovo Ceo e implementato le attività volte a rilanciare l'immagine della storica vetreria artistica. Inoltre, abbiamo aperto subito dopo il lockdown come Rocca a La Rinascente di Milano, dove andremo a gestire il piano dedicato a Gioielleria e Orologeria, mentre ci siamo aggiudicati una prestigiosa location in Galleria Vittorio Emanuele, dove inaugureremo una Boutique Rolex. Infine, sono iniziati i lavori per il negozio Rocca in via Nassa, a Lugano, che andremo ad aprire prima di Natale, ed è stato firmato un accordo per la costituzione di una nuova società di diritto cinese con Yuyuan Inc., società chiave del Gruppo Fosun, e che si occuperà della distribuzione in Cina [compreso Macau] di Salvini e Damiani». ■

ANNO DI FONDAZIONE

1924

FATTURATO 2019

170 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

586 (+60 VENINI)

SETTORE

LUSSO





ANNO DI FONDAZIONE

1884

FATTURATO 2019

53,7 MILIARDI DI EURO

DIPENDENTI

-

SETTORE

GIOIELLERIA

Bulgari, sogno che si avvera E la manifattura raddoppia

di **Massimo Brusasco**

Se pensate che l'oreficeria versi in una crisi profonda è perché non sapete che Bulgari (Gruppo LVMH), a Valenza, ampliarà la sua manifattura di gioielli che già oggi è la più grande in Europa.

«L'estensione della superficie dell'attuale manifattura - si legge in una nota dell'azienda - verrà accompagnata da un piano di nuove assunzioni, con l'obiettivo non solo di assecondare il trend di crescita produttiva dei gioielli nel medio e lungo termine, rispondendo alla domanda del mercato internazionale in continuo aumento, ma anche di investire nel Made in Italy e nelle "mani intelligenti" che ne fanno la fama del lusso al livello mondiale. Valenza costituisce infatti un polo di eccellenza nell'arte orafa sin dal Rinascimento - arte che Bulgari continua a custodire e salvaguardare proiettandola nel futuro attraverso l'impiego di nuove tecniche manifatturiere».

«Abbiamo ambiziosi piani di espansione per i prossimi anni nel mondo dei gioielli perché sempre di più crediamo di poter diventare leader mondiali in questa categoria - dice **Jean-Christophe Babin**, ceo di Bulgari - Negli ultimi tre anni abbiamo raddoppiato il numero degli orafi sia nella manifattura di Valenza che nel laboratorio di Alta Gioielleria a Roma rispondendo ad un trend di crescita a livello globale. Valenza è un distretto orafa storico

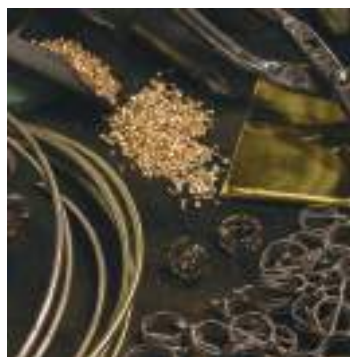
“ La maison investe nel Made in Italy e programma nuove assunzioni

e ancora una volta abbiamo dimostrato di voler investire nel Made in Italy e nella capacità dei nostri artigiani di esercitare un'arte antica con un approccio sempre orientato al futuro».

Passo indietro. A marzo del 2017 Bulgari ha inaugurato qui la nuova manifattura di gioielli. Con una superficie di 14mila metri quadri. Oltre 300 le nuove assunzioni, l'obiettivo di arrivare a 700.

La Manifattura Bulgari si sviluppa in due edifici dai caratteri architettonici differenti. Il progetto ha previsto infatti sia il recupero di un edificio già esistente dal grande valore storico, la Cascina dell'Orefice - sede agli inizi del '800 del primo insediamento orafa di Valenza - interamente ricostruita, valorizzata e ampliata grazie all'aggiunta di una nuova ala interamente rivestita in vetro e denominata Glass House, sia la realizzazione dell'edificio produttivo, distribuito su tre livelli e caratterizzato da una corte interna, ispirata alla domus romana, di quasi 600 metri quadri. La Manifattura si occupa della realizzazione di tutte le maggiori collezioni di gioielleria della Maison. All'interno della Manifattura, spicca la Bulgari Jewellery Academy, una scuola del 'savoir faire' orafa mirata alla formazione di tutti i neo-assunti, avviata a marzo 2017 con l'inserimento dei primi 21 giovani orafi.

Ora si guarda avanti. Col raddoppio degli spazi e la moltiplicazione delle idee. ■



I turisti salvano l'annata. E le sfere diventano d'oro

di Massimo Brusasco

Se hai un negozio monomarca a Courmayeur e due punti di vendita nella Sardegna dei turisti puoi dirti fortunato anche in un'annata balorda come questa, caratterizzata dal Covid.

Alessandro Pallavidini, alla fin fine, può dirsi moderatamente soddisfatto.

La sua azienda, Alex Ball, ha venduto parecchio, soprattutto in una Valle d'Aosta dove «non si è mai vista così tanta gente, per la gioia degli operatori, compresi noi commercianti. Ricordiamo che è stata compromessa la stagione invernale e che ci siamo persi le vacanze di Pasqua e tutti i ponti di primavera. Però ad agosto qualcosa si è recuperato».

La Alex Ball è un marchio della Guerci Pallavidini, azienda fondata da Dario Pallavidini, papà di Alessandro, e da Luigi Guerci. Era il 1957.

Alessandro ha aggiunto fantasia e capacità imprenditoriali che sono sempre andate di pari passo con la voglia di innovare e di adeguarsi al mercato. Ecco perché, in tempi recenti, ha perfino cambiato il marchio: non più "Alex Ball Mi-

lano", in omaggio non solo alla città in cui è nato ma anche alla capitale del fashion, bensì "Alex Ball - A Valenza dal 1957", per porre l'accento sulla storia e sulla località che ospita la sede ed è nota nel mondo della gioielleria.

Contestualmente, c'è stata un'ulteriore variazione in questo 2020: la Alex Ball ha deciso di accantonare la produzione di sfere in argento e di concentrarsi su quelle in oro, diamanti e pietre preziose, offrendo sempre un prodotto artigianale, fatto a mano. «Gli oggetti di fascia bassa non sono redditizi per un'azienda come la nostra - racconta Pallavidini - La clientela, ora, punta sul fattore emozionale, chiede qualcosa di personalizzato, da mettersi addosso e da tenere. E' il concetto del tatuaggio, applicato alla gioielleria. Non va dimenticato che la fascia media non esiste più. E poiché noi non siamo in grado di garantire prodotti sotto i 100 euro, dobbiamo per forza concentrarci su quelli di fascia medio-alta. Essendo di Valenza, da questo punto di vista siamo molto organizzati». ■



ANNO DI FONDAZIONE

1957

FATTURATO 2019

1,5 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

24

SETTORE

GIOIELLERIA

BORSALINO DIAMANTI VALENZA

La pandemia che fa ritrovare il tempo per far bene le cose

di Roberto Gilardengo

La crisi figlia della pandemia non ferma Valenza. O meglio, l'ha fermata durante il periodo del lockdown, ma da agosto il mercato si è rimesso in moto e il calo di fatturato che si ipotizza per il 2020 è quello, fisiologico, legato appunto alla chiusura della primavera. La conferma arriva dalla 'Marco Borsalino', storica azienda che si occupa, da oltre quarant'anni, di importazione e vendita al dettaglio di diamanti tagliati e dunque si può ragionevolmente dire che rappresenti il termometro dello stato di salute del comparto orafa, essendone di fatto il magazzino. Nel 2019, da registrare un'assunzione in più e un incremento del fatturato del 20%. Quest'anno, si prevede un calo in percentuale identico. E quasi inevitabile.

Marco Borsalino, il fondatore, i figli **Miriam** e **Matteo** e il fratello **Luigi**, che ha la responsabilità amministrativa, lavorano come al solito nei loro uffici di via Mazzini, che in definitiva sono rimasti chiusi un mese, giusto nel periodo della massima

emergenza. La parola d'ordine? «Professionalità. Non è come una volta: sempre più le aziende ci chiedono garanzie sul prodotto. Ed è quello che noi dobbiamo fare». Marco e Matteo Borsalino non hanno dubbi sul fatto che sia questa la strada da seguire. Naturalmente facendo grande attenzione alle tendenze del mercato, che da qualche mese è interessato a diamanti di medio-grandi dimensioni.

Si diceva di Valenza, che non va male. O meglio, vanno discretamente le aziende che si rivolgono al mercato italiano, quelle che esportano hanno rallentato. Una lezione il covid-19 l'ha data: «Le persone sono diventate più concrete. C'è più tempo per far bene le cose». Sempre durante il lockdown si è puntato molto sul web e sull'immagine, ma Valenza «da parte sua punta molto, come sempre, sul prodotto». Parola di Marco Borsalino, che con cinquant'anni di attività alle spalle la conosce bene. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1978

FATTURATO 2019

6 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

14

SETTORE

GIOIELLERIA

CASA PUCCI



Pucci dal 1948 nel



Nelle case di moltissimi Italiani, giorno dopo giorno le cassette Pucci lavorano silenziosamente rendendo confortevole la stanza da bagno. Da oltre 70 anni Pucci realizza cassette ultra-funzionali, al 100% Made in Italy, capaci di soddisfare le esigenze di utenti e installatori, e completate da placche eleganti e Hi-tech.



Fin dagli anni '90 Pucci si è distinta per l'attenzione al risparmio idrico: il suo impegno è stato riconosciuto dall'Oasis Green Innovation Award, assegnato alle aziende italiane che si sono distinte per il contributo alla sostenibilità ambientale.



CASSETTE
PUCCI®

stile e tecnologia italiana
www.pucplast.it

bagno degli italiani



ANNO DI FONDAZIONE

1979

FATTURATO 2019

8,6 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

62

SETTORE

GIOIELLERIA

L'azienda al bivio ha scelto bene E i risultati restano lusinghieri

di Massimo Brusasco

Inconfondibile, Gioj. Ha una struttura architettonica che non lascia spazio a equivoci. **Jacopo Beneventi**, il titolare, è un tipo originale e non poteva certo accontentarsi di un capannone qualunque, anche se non ha un brand da promuovere ma semplicemente lavoro da offrire a chi, invece, un marchio ce l'ha.

Gioj è in strada Citerna, a Valenza. Numero civico il 23. È qui che, da maggio 2018, questo gruppo che si dedica alla produzione di gioielli per conto terzi ha scelto di mettere radici, proseguendo, con innovazione obbligatoria, una storia cominciata nel 1979 con la "Argentini di Mattacheo Giovanni & C".

Beneventi ha scelto un architetto per uscire dai canoni della banalità. E così Claudio Deangelis ha messo a disposizione le proprie competenze, puntando sul verde e sull'innovazione. E così, la fabbrica si è ulteriormente rinnovata, dopo il debutto nel 1982 e il cambio di direzione nel 2001 quando, come spiega Beneventi «ci si è trovati

a un bivio: o proseguire col produrre le nostre collezioni e commercializzarle, oppure investire nel lavorare per altri. Abbiamo optato per la seconda ipotesi. Una scelta risultata vincente».

Alla Gioj si rivolge chi, con disegni e modelli, chiede la realizzazione dei preziosi ma anche chi preferisce affidarsi totalmente ai creativi dell'azienda di Beneventi. Una ditta sana che, non a caso, sta tenendo malgrado il Covid abbia fatto perdere due mesi e mezzo di fatturato. «È chiaro che, a causa del lockdown, abbiamo dovuto rinunciare a dare lavoro a ditte esterne, salvo sporadiche occasioni, però noi non abbiamo accusato significativi problemi: ad esempio, nessuno è stato in cassa integrazione. Siamo ancora nelle condizioni di dire che gli ordini arrivano».

L'impulso è garantito anche da "mani intelligenti", la fondazione di promozione dell'artigianato valenzano che Gioj ha contribuito a fondare e di cui è convinto sostenitore. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1977

FATTURATO 2019

-

DIPENDENTI

-

SETTORE

GELATERIA

La nuova sfida: «Anche il cono dev'essere buono, non solo il gelato»

di Massimo Brusasco

Perché si va alla ricerca di un gelato particolarmente buono e non ci si cura mai del cono, accontentandosi di una cialda tutt'altro che appetitosa? Ecco, **Andrea Soban**, gelatiere di Valenza (il marchio è presente anche ad Alessandria e a Trieste), se l'è chiesto più volte e altrettante volte ha cercato una soluzione che fosse economicamente sostenibile.

E così, nell'anomala estate del 2020, ha deciso di fare un investimento pressoché rivoluzionario: ha trovato un'azienda che gli produce coni che hanno come ingrediente il burro senza glutine, anziché i più tradizionali, e certamente meno gustosi, oli vegetali.

«Si chiamano coni gourmet - dice Soban - e la differenza è sostanziale. Chi li prova li apprezza. Sono contento di avere fatto questa

scelta che supera vecchie diatribe sul cono, ad esempio quella secondo la quale non deve avere sapore per consentire di apprezzare meglio il gelato. Penso che un ottimo gelato possa essere supportato da un ottimo cono».

Non è l'unica novità di Soban. La più "alcolica" è il gelato cocktail: la più visibile è sotto gli occhi di chi passa in piazza in Gramsci: il dehors. «Un gradito ritorno - dice Andrea - Lo smantellammo 25 anni fa perché era poco utilizzato. Non valeva la pena tenerlo. Ora, con gli sgravi e il plateatico gratuito, abbiamo pensato di investire su un nuovo spazio. E la gente apprezza».

Tanto più che, particolare non secondario, al dehors si può accomodare anche chi gusta semplicemente il gelato da passeggio. ■





Nell'anno più difficile cresce del venti per cento

di **Massimo Brusasco**

Nell'anno in cui "festeggia" chi ha perso un quarto del fatturato, alla My Family hanno buoni motivi per essere soddisfatti, visto che gli introiti, al momento, sono superiori [di circa il 20%] a quelli del 2019, quando neppure si sapeva cos'era il Covid e figurarsi se si poteva immaginare il lockdown con conseguenze annesse.

Non ci si deve stupire troppo, però, conoscendo la storia di quest'azienda di Valenza [la sede è nella zona industriale] che è nata per un'intuizione e che, a forza di colpi di genio, si è ampliata e ha invaso il mondo con articoli dedicati al mondo animale, cani soprattutto. E dire che si era partiti per fare breccia nel settore della gioielleria, come i più in questa città che è ancora etichettata "del-

l'oro". Poi la svolta. Il core business sono diventate le targhette sulle quali incidere i nomi dei cani e, di seguito,

le apparecchiature da distribuire nei negozi affinché chi ne chiede una incisa non debba aspettare: in pochi minuti ha soddisfazione.

My Family ha una sede anche negli Stati Uniti e lavora

in 81 Paesi del mondo. Qui i dipendenti sono un centinaio, otto al di là dell'Atlantico [dove opera la My Family Usa Inc.]. Le due realtà, insieme, concorrono a un fatturato di 12 milioni di euro.

«Diversificando si attenuano i problemi - dice **Alessandro Borgese** - lasciando intendere che, se da una parte va male, ci sarà un'altra area in grado di fare da traino e dunque di compensare.

Sta andando così anche in epoca di Covid, in questa realtà che ha detto no al contoterzismo [una caratteristica di Valenza...] preferendo l'autonomia: significa, ad esempio, che non ci si affida ad altri per lo stampaggio, non si cerca una sartoria altrove, non si fa ricorso a una tipografia esterna. Tutto nasce qui, in questo capannone dove - come spiega Borgese - ci sono quattordici aziende in una e il prodotto viene curato dall'inizio alla fine».

L'ultima idea è stata quella di allestire un reparto per progettare stampi a iniezione delle materie plastiche, necessaria per realizzare accessori vari, dalle ciotole per i cani alle fibbie dei guinzagli, che sono un altro prodotto che, marchiato My Family, fa il giro del pianeta.

Poi c'è anche da dire che, in quest'anomalo 2020, Borgese ha saputo riadattare la propria azienda nel momento di maggiore difficoltà. Si parlava di mascherine? My Family s'è messa a fare mascherine. Ne servivano per la città? My Family le ha regalate al Comune.

C'era aria grama per dipendenti a "rischio posto"? «Sono stati "riposizionati" in un settore nuovo, quello appunto della confezione dei dispositivi di sicurezza. E così sono state prodotte 300.000 mascherine [realizzate dopo accurati test su tessuti e droplet] e 30.000 sono state donate ai cittadini di Valenza, tramite il Comune e la Protezione civile».

Capacità di adattarsi e intuito, ricette vincenti ancora una volta. Se poi entra in campo anche l'elemento solidarietà, si fa un ulteriore passo avanti. ■

ANNO DI FONDAZIONE

2010

FATTURATO 2019

12 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

108

SETTORE

PET MARKET





IL LUOGO del LAVORO

(GIO)
manifattura
valenza

Strada Citerna 23 - Valenza - Telefono 0131 941155 - Mail: info@gioj.it

(GIOJ)

UNA SFIDA VINTA. ANTICIPANDO IL FUTURO

La fabbrica del futuro, che però ha già un ruolo importantissimo nel presente. Anche grazie a radici solide e alla capacità di aver fatto le scelte giuste quando era il momento. Gioj Srl, a Valenza in strada Citerna 23, rappresenta un prezioso punto di riferimento, ma anche un progetto innovativo. Emblema più significativo ne è proprio la sede, innovativa, originale, curiosa: la 'casa' – oramai da maggio 2018 – di questo gruppo valenzano che si dedica alla produzione di gioielli per conto terzi e che ha saputo dare una svolta a una storia cominciata nel 1979 con la "Argentino" fondata da **Sauro Beneventi** e **Giovanni Mattacheo**.

La scelta giusta

L'architetto Claudio Deangelis ha molti meriti. È lui il professionista al quale si sono affidati, persone tutt'altro che banali, i titolari di Gioj. Si sono intesi ben presto, puntando sul 'green' e assicurando un aspetto bucolico a una fabbrica a tutti gli effetti, quella che nel 1982 è diventata Gioj e che nel 2001 ha cambiato pelle, rispetto alle origini. "Ci siamo trovati davanti a un bivio – racconta Beneventi – O proseguire col produrre le nostre collezioni e commercializzarli, oppure investire nell'essere fabbrica e lavorare per altri. Abbiamo optato per la seconda ipotesi. Una scelta criticata da qualcuno, ma alla fin fine risultata vincente, grazie anche a colleghi che, conoscendo il nostro modo di fare, si sono rivolti a noi, diventando clienti".

Una struttura di tubi che s'incrociano in modo all'apparenza «eccentrico» fa da sostegno a rampicanti, arbusti, piante aromatiche (salvia, rosmarino, menta, malva e così via) che ricoprono laboratori orafi e uffici, racchiusi da verstrate per rendere visivamente un tutt'uno interno ed esterno. Sul tetto, poi, c'è un prato. Perché si è scelto di progettare un luogo vero e proprio, piuttosto che un semplice edificio.

La fabbrica, dove lavorano una sessantina di persone, grazie al verde che la copre gode d'estate di un microclima temperato, d'inverno la cortina arborea fa da schermo. La climatizzazione è assicurata da impianti con pompe di calore e fotovoltaico.

Percorso vincente

Benvenuti e i suoi collaboratori hanno intrapreso un percorso che, ad oggi, pare vincente. Lo hanno fatto in una città che è profondamente cambiata rispetto alla tradizione, quando i piccoli laboratori artigianali pullulavano; erano numerosi, vitali, davano impiego, a vario titolo, a decine di persone. La somma "ha fatto il totale", decretando Valenza una capitale della gioielleria.

Non che adesso non lo sia più, ma lo è in modo diverso. E Benvenuti lo sa bene. La forbice si è divaricata, a favore dei grandi brand quelli che, numericamente importanti e supportati da robusto budget, riescono (ancora) a tener botta nel mondo che li sa apprezzare. Chi più ha più investe e più ricava. Dalla spirale, Gioj ha preferito uscire. E ha deciso che si sarebbe dedicata soprattutto a supportare gli altri. Una rinuncia (a esportare un marchio) da una parte, ma anche la capacità non solo di tener duro, ma di specializzarsi e, dunque, crescere ancora.



ANNO DI FONDAZIONE

2014

FATTURATO 2019

900 MILA EURO

DIPENDENTI

4 OLTRE AI 3 SOCI

SETTORE

TEMPIO CREMATORIO

«Il lavoro in quei mesi tremendi senza dimenticare il lato umano»

di **Massimo Brusasco**

Da 16-18 cremazioni al giorno, a 29-30. Il Covid ha inciso profondamente sull'attività di Panta Rei, il tempio crematorio di strada Oche, a Valenza.

«Arrivavano bare da Bergamo, da Lodi e anche da Brescia, dove avevamo già clienti - racconta **Enrico Cerruti**, titolare della struttura col fratello **Alfredo** e con **Roberto Marchisio** - *Febbraio, marzo e aprile sono stati mesi tremendi, in cui siamo stati sotto pressione. Arrivavano i feretri e noi provvedevamo alla cremazione, ma non c'era alcun legame con i famigliari e questo è stato un ulteriore aspetto doloroso. Gli addetti al trasporto ci portavano le bare, ce le lasciavano, insieme ai documenti, e se ne andavano. Pensavamo noi a tutto. Se riuscivo a recuperare i numeri di telefono, pensavo io a telefonare alle famiglie e a dire che il loro caro era da noi e che avrebbero potuto venire a ritirare le urne quando e come avessero preferito fare. Mi è sembrato un gesto di umanità in un periodo d'emergenza in cui il distanziamento ha prevalso su tutto».*

Cerruti ricorda i mesi del Covid e lo fa con la consapevolezza di avere dato una grossa mano a fare fronte all'emergenza, ospitando bare provenienti da una Lombardia messa seriamente sotto pressione.

«Sono stati mesi di stress, anche dal punto di vista psicologico - aggiunge Cerruti - Abbiamo cercato di fare del nostro meglio, consapevoli del momento molto particolare e speriamo irripetibile».

È stata, pur in un momento di estremo dolore, la conferma dell'affidabilità di un tempio che è nato da un'intuizione. E che è "figlio" di un'impresa di costruzioni, la Cerruti Fratelli srl, erede di una tradizione di famiglia vecchia di 102 anni. L'azienda

è nata nell'Astigiano nel 1918, si è trasferita a Torino nel 1945 quando c'è stata necessità di risollevarla la città dopo la guerra; nel 1975 la venuta ad Alessandria e, nel 2005, la sede è stata spostata a Valenza.

Nel 2014 è stata posata la prima pietra del tempio crematorio, realizzato in soli 8 mesi, col metodo del project financing: la proprietà è della Cerruti che, per 35 anni, ha in concessione un terreno comunale, dopo avere vinto l'appalto.

Ma perché un'impresa di costruzioni decide di realizzare un tempio crematorio? «Andai alla cerimonia di cremazione di un parente, a Torino - racconta Enrico - Era il primo agosto 2010. L'attesa è stata lunghissima, c'erano quattro funerali, abbiamo aspettato fuori per più di un'ora. Ho notato l'insegna: al nome del tempio seguiva la sigla srl. Ho chiesto informazioni e mi è stato spiegato che il titolare era un odontotecnico. Mi è venuta un'illuminazione: se un odontotecnico fa un tempio crematorio, perché non posso farlo io che, peraltro, ho un'impresa di costruzioni? E ho cominciato a girare l'Europa, per confrontarmi con altre esperienze».

È seguita la proposta del Comune di Valenza, che ha indetto la gara mettendo a disposizione un terreno in zona cimiteriale.

Ora Panta Rei è una realtà consolidata, con due forni attivi, quattro dipendenti a cui vanno aggiunti i tre soci, che danno manforte soprattutto nei fine settimana. Il fatturato si aggira sui 900mila euro. L'attività del 2020 ha avuto un'impennata clamorosa nei primi mesi e un rallentamento a fine dell'estate. D'altronde, in fatto di vite umane, tra febbraio e aprile s'è pagato un prezzo spropositato. ■





CASALE

Il presente
si aggrappa
al passato.
Il futuro resta
un'incognita

di Alberto Marello

Il numero degli appartamenti sfitti in città [oltre 1500] e il calo demografico [nel 1974 la città arrivò a contare quasi 44mila abitanti, oggi supera di poche unità i 33mila residenti] raccontano una situazione difficile che perdura da anni e che si è acuita ancora dal 2010 ad oggi. In campo produttivo ed economico, Casale - nello specifico - e il Casalese - in generale - si aggrappano alle certezze consolidate nel passato per cercare un futuro dalle prospettive più floride.

Un polo importante

Nonostante il quadro poco incoraggiante, la città e il suo comprensorio, restano la seconda realtà produttiva della provincia, per numero di aziende, alle spalle del capoluogo. Negli ultimi sei anni, dopo che i paesaggi vitivinicoli di Langhe, Roero e Monferrato sono stati riconosciuti patrimonio dell'umanità dall'Unesco, il settore turistico si è sviluppato crescendo addirittura in doppia cifra. Un buon segnale, certo, ma è necessario tenere a mente che solo i numeri non percentuali restituiscono la vera dimensione del settore: piccolo, molto piccolo. Un comparto tanto di nicchia quanto di qualità che sta crescendo soprattutto grazie agli investimenti di quegli imprenditori che sul territorio (e spesso anche al di fuori) si sono fatti un nome sviluppando le storiche aziende di famiglia e che

negli scorsi anni hanno scelto di diversificare nel bello e nel buono che il Monferrato ha da offrire. Così sono nati b&b [nella sola Casale sono circa una cinquantina], nuove aziende vitivinicole e strutture ricettive che si occupano di sport, natura o benessere della persona. Insomma, il settore dell'accoglienza c'è, cresce e fa ben sperare: ma non basta. Non basta soprattutto se si paragonano i posti di lavoro che ha creato fino ad ora rispetto a quelli che si sono persi nel settore industriale del Freddo o delle rotative, per fare due esempi di comparti storicamente strategici per il Casalese.

Poco movimento

Se escludiamo la realizzazione di un carcere alla Bixio che potrebbe avere relative ricadute positive sul mercato immobiliare e sui servizi [ma che di fatto darebbe ossigeno solo all'esistente], di nuovi insediamenti industriali che possano dare prospettive occupazionali - nonostante l'ottimo sviluppo di alcune eccellenze come Bobst ed Euromac - non si hanno notizie. A reggere il tessuto socio economico del Casalese restano, dunque, quelle promesse del passato diventate solide certezze del presente [alcune delle quali raccontate nelle pagine che seguono] e anche modello - per chi avrà le capacità e il coraggio di investire - per il futuro. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1960

FATTURATO 2019

1.63 MILIARDI DI CHF

DIPENDENTI

5500 (360 PER BOBST ITALIA)

SETTORE

IMPIANTI INDUSTRIALI

Il rinnovo dello stabilimento, un investimento per il futuro

di **Marco Bertoncini**

Un progetto importante e ambizioso, un investimento da circa 12 milioni di euro, completato solo poche settimane fa dopo quattro anni di lavoro. È il piano di ampliamento dello stabilimento di San Giorgio di Bobst Italia. La più evidente delle cartine di tornasole sulla centralità dell'ex Rotomec tra gli asset del gruppo, un colosso da 5500 dipendenti in giro per il mondo nel quale la realtà monferrina rappresenta il centro di eccellenza per la stampa rotocalco, l'accoppiamento e le applicazioni di spalmatura. In termini di fatturato, già nel 2005, Bobst Italia deteneva oltre il 50% della quota di mercato globale nel settore delle macchine per la stampa rotocalco di imballaggio flessibile. Nell'ambito poi relativo alle macchine rotocalco per stampa di corte tirature la quota si attesta all'85%.

Un primato che si deve all'introduzione di numerose tecnologie innovative, come la prima applicazione dell'albero elettrico sulle rotative rotocalco, che ha dato all'azienda un indiscusso vantaggio competitivo in questo segmento di mercato. Anche a livello di macchine per l'accoppiamento, extrusion coating e spalmatura, le macchine Bobst sono tra le leader del mercato, soprattutto di fascia alta, con soluzioni ad alto contenuto tecnologico.

Un risultato superiore alle aspettative

Il rinnovo dello stabilimento - ultimato per il sessantesimo compleanno del sito - non poteva essere da meno. Senza acquisizioni di terreni è stata dapprima completata la costruzione di un capannone dedicato alla logistica per la spedizione delle macchine, successivamente è stato realizzato un nuovo competence center, il centro dimostrativo annesso allo stabilimento che

ospita macchine da stampa rotocalco e di accoppiamento complete e funzionanti che vengono utilizzate per effettuare dimostrazioni per clienti, test interni di R&D, progetti congiunti con fornitori di substrati, film e inchiostri, nonché corsi per operatori macchina. La struttura attuale include anche un laboratorio [di 60 metri quadrati] equipaggiato di strumenti per l'analisi dei campioni in tempo reale.

Durante il quadriennio le attività all'interno del sito non si sono mai interrotte, i dipendenti e i reparti sono stati semplicemente spostati temporaneamente. «Ora abbiamo rivisto tutti i flussi aziendali, anche dei visitatori e dei clienti. Tra dipendenti e indotto parliamo di circa 1000 persone, con aziende fornitrici che sono al 95% nel raggio di 200 chilometri - spiega il site

project manager **Massimo Mantovani** (nella foto) - Oggi possiamo dire che il risultato abbia superato le aspettative» prosegue. Open space, vetrate, nuovi funzionali parcheggi, aree verdi rinnovate, acqua piovana recuperata e utilizzata per sciacquoni e irrigazione». L'illuminazione è a Led, consumi ridotti e automatizzazione per poter agire in sinergia con quella naturale: «Un investimento significativo ma anche strategico, fortemente voluto per il sito e per il territorio che ha permesso un miglioramento nella qualità di vita dei dipendenti, una migliore organizzazione logistica e un incremento della sostenibilità» spiega Antonio Padovani, Hr Director. ■





Si scava e si costruisce pensando anche all'ambiente

di **Marco Bertoncini**

In attesa di avere i dati relativi al 2020, che comporteranno un'inevitabile contrazione del giro di affari per effetto della riduzione del lavoro a causa dell'emergenza sanitaria, con le sole attività a servizio dei settori strategici in funzione durante il lockdown, i dati del fatturato 2019 di Allara Spa sono in crescita. Rispetto all'anno precedente, che si era chiuso a 28 milioni, "dicono" quasi 34.5 milioni di euro.

Il core business del gruppo monferrino, oltre allo scavo, è il macrosettore delle costruzioni, che produce circa il 50% del giro d'affari ma, è bene sottolinearlo, l'attività è fortemente diversificata. Nel suo bacino di riferimento, il Nord Ovest italiano (Piemonte, Liguria e Lombardia), il gruppo è leader nella fornitura di aggregati naturali, calcestruzzi e asfalti e nella realizzazione di infrastrutture. La diversificazione si sviluppa con l'ingresso nei settori dell'agricoltura, dell'ambiente, delle energie rinnovabili e dei trasporti.

Attività di rinaturazione

I siti estrattivi vengono rivisti in un nuovo paradigma e i progetti di scavo si inseriscono in cornici di rinaturazione. «*Non semplici buchi*» sintetizzano da Allara. Le vecchie cave vengono oggi convertite in aree di laminazione dei bacini fluviali, in terreni agricoli o in aree parco e anche i nuovi scavi vengono effettuati alla luce di queste considerazioni, ad esempio comprendendo la creazione di aree di sfogo per i fiumi, in caso di piena. «*In località Baraccone a Casale la vecchia cava è in un progetto di recupero ambientale che restituirà al Parco un'area golendale*» spiegano.

I siti estrattivi sono 5, 3 gli impianti di betonaggio, uno l'impianto per conglomerati bituminosi. Il parco macchine supera le 100 unità. Non solo cave si diceva. Nonostante l'attività primaria riguardi la valorizzazione del patrimonio di giacimenti di inerti naturali attraverso la trasformazione, l'attività si in-



Le rinnovabili? Danno portafoglio commesse alle costruzioni

tegra con le costruzioni attraverso una sorta di filiera virtuosa interna per la quale il cliente può trovarsi all'interno del gruppo stesso.

Le prospettive di sviluppo futuro sono legate alle infrastrutture, al settore ferroviario, autostradale. Ai recuperi ambientali alla bonifica di siti contaminati. «*All'implementazione dell'area green con il recupero di attività in dismissione, di macerie da demolizione, di aree abbandonate*».

A Casale non si può non parlare della diga realizzata da Allara per Idrobaveno, entrata in funzione a maggio, quando ha iniziato a produrre energia idroelettrica. E se, per rimanere sul fiume, proprio in questi mesi dovrebbero partire le opere di arretramento dell'argine Consolata, sul fronte dell'energia idroelettrica. Il progetto di Allara è uno dei tre in concorrenza di un nuovo impianto sulla traversa del canale Lanza: «*Non comporta particolari modifiche all'esistente per l'agricoltura*» spiegano. In buona sostanza, un profano potrebbe pure non accorgersi dell'ipotetica nuova centrale idroelettrica.

Sempre sul tema rinnovabili, che comprende anche il biogas, è stato recentemente autorizzato un parco eolico in Sardegna mentre si sviluppa, oltre all'idroelettrico, anche il fotovoltaico con un progetto di pannelli sui laghi in prossimità dei siti estrattivi. «*Le rinnovabili danno portafoglio commesse alla divisione costruzioni*» concludono. ■

ANNO DI FONDAZIONE

1954

FATTURATO 2019

34,4 MILIONI DI EURO

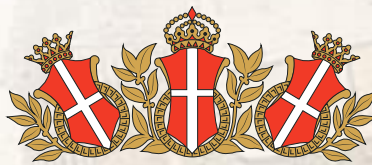
DIPENDENTI

127.200

SETTORE

ESTRAZIONE E COSTRUZIONI





KRUMIRI
ROSSI

DAL 1878, gli originali



PORTINARO - CASALMONFERRATO

Portinaro e C. S.r.l. - Via Lanza 17/19 - 15033 Casale Monferrato (AL) - ITALY
tel. / fax +39 0142 453 030 - www.krumirossi.it



Andrè Maurice, un secolo di grande storia del cashmere

di **Sveva Faldella**

Nel 2021 celebrerà i 100 anni di attività Andrè Maurice, storico marchio di Casale Monferrato conosciuto in tutto il mondo per la lavorazione del cashmere. Tutto ebbe inizio nel 1921 a Roncaglie quando a Giulia Allario, diventata mamma, venne regalata per l'occasione una macchina da maglieria e i suoi pochi ma raffinati prodotti iniziarono a essere venduti in tutto il Monferrato. In questi lunghi anni di storia ci sono ovviamente alcuni passaggi fondamentali per l'evoluzione del marchio come l'ingresso in azienda di Luigi Scagliotti che, negli anni '70 grazie al suo forte spirito imprenditoriale, inizia a presentare i capi firmati Andrè Maurice anche all'estero. Con 52 dipendenti interni, 67 contando l'indotto e la divisione dei punti vendita, e 10,7 milioni di euro di fatturato, l'azienda oggi è arrivata alla quarta generazione. Alla guida, con il ruolo di amministratore c'è **Andrea Scagliotti** [nella foto].

«La missione è portare avanti quanto realizzato dalla mia famiglia e posizionare il prodotto restando al passo con i tempi curando l'evoluzione dello stile e dei canali di vendita - spiega - Negli anni 2000 è iniziata la vendita diretta al pubblico attraverso il punto aziendale, gli spazi negli outlet e soprattutto i rivenditori esteri che incidono per il 72% con una netta prevalenza dei mercati russi, coreani, giapponesi e cinesi». Un altro step importante nel processo di crescita del marchio è avvenuto in momento di stop, quello causato dal lockdown.

«Proprio in questo periodo abbiamo iniziato a sviluppare l'e-commerce comunicando la novità, inizialmente, solo ai nostri clienti già fidelizzati nei negozi - prosegue Scagliotti - Vogliamo incrementare la nostra sfaccettatura digitale, oggi tutti hanno fretta di conoscere e acquistare i nuovi capi. In questo modo riusciamo a garantire flessibilità e immediatezza di disponibilità, oltre a rafforzare l'identità del marchio da sempre fortemente radicato al territorio ma conosciuto nel mondo. L'online consente anche di accorciare le distanze diventando un canale b2b immediato con i

rivenditori dall'altra parte del globo». Nonostante questa modernità e 72 macchinari giapponesi attivi nell'azienda casalese, ancora è forte e predominante la componente manuale e artigianale prevalentemente femminile. «Le macchine certamente ci aiutano, ma operano in base a quello che le nostre impiegate ordinano loro di fare. L'intervento della sapiente manualità delle nostre lavoratrici, alcune insieme a noi da 40 anni, permette di rifinire accuratamente ogni singolo capo grazie a un occhio sempre attento e insostituibile. - conclude l'amministratore - Altra cosa che nel tempo non è mai cambiata è l'acquisto della materia prima, direttamente dalle alture della Cina. Prendiamo le fibre appena pettinate e seguiamo tutto il processo di trasformazione dall'inizio alla fine per garantire sempre l'eccellenza del prodotto».

Ma dove nasce il nome Andrè Maurice? È arrivato soltanto negli anni '70 dinanzi alla necessità di identificare con un marchio tutto l'operato. «Ha un'assonanza con le sonorità francesi, ma al tempo stesso del nostro dialetto. In questo modo quindi potevamo continuare il legame con il territorio, ma anche con la Francia la cui moda ha sempre affascinato il mondo intero». ■



ANNO DI FONDAZIONE

1921

FATTURATO 2019

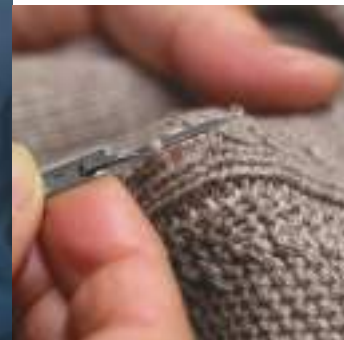
10,7 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

67

SETTORE

TESSILE





ANNO DI FONDAZIONE

1998

FATTURATO 2019

-

DIPENDENTI

-

SETTORE

ENOLOGICO

Dalla Germania per produrre vino senza sapere nulla di viti e vigneti

di **Massimo Brusasco**



“ La curiosa storia di Uwe Jens Burchard, cominciata comprando un rudere

C'è un tedesco che ha deciso di scegliere un posto dove di tedeschi non ce ne fossero troppi. Ha lasciato un Paese noto per la birra, preferendone uno più vocato al vino. Dice che lui il vino lo beveva, ma che mai si sarebbe immaginato di produrlo.

Invece così sta facendo Uwe Jens Burchard, 73enne originario di Amburgo: «Facevo lo scultore, ora le mie opere d'arte sono le vigne». Una sonora risata accompagna la battuta. È stato anche insegnante, si occupava di design, affiancato da dipendenti che seguivano la parte burocratica, perché lui s'è sempre occupato solo di quella creativa.

Nel mezzo del cammin di sua vita, ha deciso di dare una svolta. E ha lasciato la Germania. «Ho scelto subito l'Italia, anzitutto il lago Maggiore. Mi sono pure trasferito lì, ma c'erano troppi tedeschi e troppi svizzeri. Meglio spostarsi un po'. Neanche la Toscana andava bene: pure là i tedeschi abbondano».

Screening sull'Italia: «In Veneto ci sono troppe fabbriche, in Liguria troppe autostrade e ferrovie e poco spazio. Nel Roero non mi piaceva la monocultura viticola. Cercavo colline dolci con colori cangianti. E boschi e pianure...».

E allora, ecco il Monferrato. Ed ecco Vignale. Un rudere con terreno era quello che faceva al caso di Burchard, alla ricerca di colline, clima, buona qualità della vita e "italianità autentica" (coi tedeschi a distanza di sicurezza...). Quel che era uno stabile in disuso è diventato un'azienda vitivinicola con agriturismo annesso, che si chiama Cascina Intersenga Uno, su cui ha grandi progetti insieme al figlio Ilia Marcos.

«Ho lavorato 10 anni per ristrutturare tutto, insieme a mia moglie Rena, perché la cascina potesse ospitare la mia famiglia e quella di mio figlio Ilia. L'altro mio figlio, Ian, abita a Seattle e ho due soci: Hans Rittmannsperger, tedesco, e la moglie Shawan Brown, canadese».

Curiosa la storia: «Accanto al rudere c'era una vecchia vigna, nella mia proprietà. Io di vigneti non sapevo

assolutamente nulla, ma vidi il mio vicino lavorarne uno. Gli chiesi di poterlo aiutare e mi sono appassionato. E così ho deciso di acquistare un ettaro di vigneto, poi un altro ancora, poi un altro...». Sposando una filosofia chiara: il prodotto sarebbe stato esclusivamente biologico. E così sono "bio" il Barbera, il Barbera superiore, lo Chardonnay, l'Arneis.

Nel frattempo, naturalmente, ha studiato, s'è perfezionato, non ha lasciato nulla all'improvvisazione (è pur sempre tedesco, quindi pragmatico). «Le mie bottiglie - ha raccontato - sono Piemonte Barbera e Barbera del Monferrato docg (in barrique). Il superiore lo chiamiamo 'Cavallo rosso' perché anni fa acquistammo un cavallo arabo rosso, che viveva vicino alla vigna».

«Il bio - aggiunge - resterà un prodotto di nicchia perché la quantità non sarà mai abbastanza per soddisfare l'intera domanda. In Germania c'è una sensibilità particolare al biologico. Tra Germania, Olanda e Belgio vendo il 90% del mio vino. Il resto resta in azienda per gli ospiti dell'agriturismo, che ha 24 posti letto».

La struttura include una piscina e un locale destinato all'arte: «Organizzo quattro eventi internazionali all'anno. Le mostre si intitolano Kunstalle, ovvero 'sala d'arte' e Czarnetta, il cognome di mia moglie, anch'ella appassionata».

Oltre alla ristorazione... c'è di più: «Stiamo sperimentando la coltivazione delle olive che danno una produzione molto diversa a seconda degli anni. L'obiettivo primario però è arrivare a fare un vino di alta qualità, con nuovi vigneti. Stiamo investendo nel fotovoltaico, anche in cantina. Il futuro dev'essere per forza all'insegna del green».

La Cia-Agricoltori Italiani gli dà supporto, ma c'è un ostacolo difficile da superare: «Gli italiani hanno bellissime idee però non riescono a svilupparle perché la burocrazia è un ostacolo troppo grosso che disincentiva o rende impraticabile lo sviluppo del business».

Lui con la tenacia dei tedeschi ci sta riuscendo. Anche se troppi tedeschi attorno... non sono un granchè. ■

'Distillatori dal 1846': accoglienza e territorio grazie alla grappa

di **Marco Bertoncini**

Da quasi duecento anni Mazzetti è sinonimo di grappa monferrina.

La "Mazzetti d'Altavilla, distillatori dal 1846" è la più storica distilleria del Nord-Ovest italiano ed è giunta alla settima generazione, quella in cui a raccogliere il testimone sono tre sorelle: Chiara, Silvia ed Elisa Belvedere Mazzetti.

Fatturato in crescita

I numeri del 2019 sono positivi, con un aumento del fatturato del 13% rispetto al 2018. La "ricetta" è rimasta la stessa: la creazione di distillati d'eccellenza da vinacce locali, al 100% piemontesi.

L'emergenza Covid non ha interrotto i processi di innovazione, ospitalità e valorizzazione territoriale.

La sede "in cima alla collina di Altavilla" è a disposizione per visite guidate, tour, mostre e anche un servizio di ristorazione, attraverso il ristorante "Materia Prima".

Nel 2020 è stata ampliata la produzione con i liquori alla liquirizia, al limone ma anche rinnovata la linea della collezione di grappe di singolo vitigno piemontese.

È nata la linea Radici, recentemente introdotta sul mercato, il tentativo di superare la pandemia ripartendo concettualmente dal territorio, con rinnovata energia e con molta consapevolezza.

Da segnalare anche il lancio recente e fortunato dei kit per il Negroni e il Gin Tonic che segnano un'altra svolta nel lavoro di attenzione verso il mondo della miscelazione.

Un occhio all'ambiente

L'azienda è attiva anche nelle politiche ambientali. Negli ultimi anni in sede è stata installata una palina per la ricarica dei mezzi elettrici (gratuita), si scelgono vinacce a km0, gli approvvigionamenti energetici derivano totalmente da rinnovabili. ■



Da sinistra: Chiara, Silvia ed Elisa Belvedere Mazzetti



ANNO DI FONDAZIONE
1846

FATTURATO 2019
8,3 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI
39 [50 IN ALTA STAGIONE]

SETTORE
PRODUZIONE DI DISTILLATI

Le abitudini che cambiano e tre nuovi prodotti in arrivo

di **Marcello Feola**

«Come per tutti, è stato un anno complicato. Perché, a differenza di quanto si crede, l'alimentare sul mercato ha tenuto all'inizio della pandemia, poi i consumi si sono stabilizzati e si è iniziato a vedere ciò che realmente il consumatore vuole»: **Simone Zerbinati** (nella foto) - direttore generale dell'azienda monferrina leader di mercato nella produzione di insalate e verdure fresche di IV e V gamma, di piatti pronti freschi (zuppe, vellutate, contorni, burger gluten-free e flan vegetali) e di estratti freschi di frutta e verdura - non si nasconde.

«L'insalata, come categoria, ha sofferto, mentre hanno tenuto le zuppe, i piatti pronti e i prodotti con i formati più grandi.

Adesso, però, occorrerà capire la tipologia di vita che andremo a fare, perché le abitudini stanno cambiando: il dubbio è se in maniera transitoria o definitiva».

Lo smart working ha modificato la 'quotidianità alimentare' dei lavoratori?

«E' evidente, perché stando a casa molte persone

non sono più andate a pranzo al ristorante o al bar. Dal mio punto di vista bisogna analizzare bene i pro e i contro di queste nuove modalità di occupazione: ad esempio, non mi troverei a lavorare in un ambiente dove non c'è mai nessuno. Abbiamo finora elogiato il team building, i rapporti e la condivisione e, di punto in bianco, non valgono più nulla?».

Quello che stiamo vivendo è un anno particolare per Zerbinati, perché è quello del 50esimo. Novità in arrivo? «Abbiamo lanciato tra fine maggio e inizio giugno la linea dei lunch box, ovvero insalate già pronte e dotate di forchetta a base di farro, cereali e cous cous, e devo ammettere che i risultati sono andati oltre le aspettative.

Durante il lockdown, invece, abbiamo spinto su una gamma di prodotti con grammatura più alta e, anche in tal caso, la clientela ha risposto bene. Per l'autunno-inverno, infine, presenteremo tre prodotti che andranno ad ampliare, con ricette attualmente non presenti sul mercato, la varietà delle zuppe e dei piatti pronti». ■



ANNO DI FONDAZIONE
1970

FATTURATO 2019
48 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI
OLTRE 250

SETTORE
ORTOFRUTTICOLO



ANNO DI FONDAZIONE

1878

FATTURATO 2019

1,9 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

13

SETTORE

PASTICCERIA

Il gusto della tradizione è più forte della pandemia

di **Marco Bertoncini**

Forse la morale più importante è che i Krumiri sono più forti del Covid. A dirlo, attraverso le sue parole, pur non così esplicite, è **Anna Portinaro** (nella foto), da una vita impegnata nell'azienda di famiglia, che nel 1953 acquistò il brevetto del biscotto simbolo di Casale Monferrato. L'emblema ricurvo della città, certificato per la prima volta nel 1878 per invenzione di Domenico Rossi, il Krumiro Rossi.

Il gusto intramontabile

Come possa la pandemia globale non aver sconfitto uno dei biscotti più celebri d'Italia, vero biglietto da visita della monferrinità nel mondo, lo spiega Anna: «Dopo due mesi di chiusura, dal 7 marzo al 18 maggio, avevamo un po' di timore. Non abbiamo mai smesso di lavorare producendo per alcuni nostri rivenditori ma il negozio-pasticceria [nella storica sede di via Lanza, che sponde per tutto il quartiere l'inconfondibile aroma del biscotto in cottura] era, pur con la luce accesa, chiuso al pubblico. Avevamo paura, credevo che qualche cliente avrebbe potuto dimenticarsi. Non è stato così e alla riapertura li abbiamo ritrovati tutti qui in negozio, felici di rincontrarci. Una felicità reciproca. Sanno che il nostro è un prodotto artigianale, sano».

Nel mondo come a Casale

Il rispetto della tradizione è l'emblema dell'azienda, che tra i suoi rivenditori annovera solo quelli che, attraverso un rapporto di fiducia, possano garantire di rispettare il Krumiro, di farlo gustare in tutto il mondo come se ci si trovasse a Casale. La sensazione, all'apertura dell'iconica scatola di metallo

rossa, deve essere la stessa a tutte le latitudini. Oggi come a fine 1800.

Sarebbe tuttavia sbagliato dire che il Covid non abbia creato disagi, anche economici, a un'attività che, per forza di cose, produce un bene «voluttuario» come dice Anna.

«È stata una bella botta» spiega [-33% di vendite nei primi 7 mesi del 2020]. Alcuni dei dipendenti - il cui numero, di poco superiore alla dozzina, quasi raddoppia per l'aumento della produzione da settembre a gennaio - è stato messo in cassa integrazione. Il Krumiro Rossi, che viene prodotto ancora come oltre 140 anni fa, con gli stessi cinque ingredienti [farina, zucchero, uova, burro e vanillina pura], ha un tempo di conservazione limitato. Dopo sei mesi perde la sua fragranza. «Nel periodo più duro dell'emergenza abbiamo fatto tanti regali per evitare sprechi. Ai sanitari, alle forze dell'ordine, a tutti quelli che si sono impegnati nell'emergenza» spiega Anna.

Un amore solido

Ora, con le pur legittime incognite sul Natale, legate all'incertezza sulla quantità delle richieste, si lavora con ottimismo e "a regime".

«La cosa più importante è che non siamo stati dimenticati» afferma Anna mentre racconta che, sul fronte dei mercati stranieri, è in ascesa quello di Dubai: «Grandi hotel e ristoranti italiani, gli ordini sono anche cresciuti durante l'emergenza. Sono loro che ci cercano, noi siamo sempre qui, è una grande soddisfazione».

L'abbinamento tra Krumiri Rossi e brand di lusso non è una novità: «Bulgari li offre con il the ai clienti» spiega Anna con una punta di orgoglio. Più che legittimo. ■



Le sfide sono la riduzione delle emissioni e l'alta formazione

di **Marco Bertoncini**

Buzzi Unicem è una realtà multi-regionale internazionale la cui attività industriale verte su cemento, calcestruzzo e aggregati naturali, operando in 14 paesi con 37 stabilimenti di produzione cemento e 404 per il calcestruzzo.

Una parte importante dell'attività è in Italia (37 stabilimenti per il cemento, 114 per il calcestruzzo, 6 cave e 2 depositi e terminali di distribuzione). Il secondo trimestre del 2020 ha risentito della pandemia, con contrazione in tutti i mercati tranne quello Usa. Ora però si registra un recupero.

La strada per il futuro è percorsa con una sempre maggiore attenzione al capitale umano, all'ambiente e alla sostenibilità.

In primavera, in partnership con il Politecnico di Torino, è stato avviato un master di alta formazione biennale di II livello in Tecniche Avanzate per la Gestione degli impianti di produzione del Cemento (Tag-Cem), rivolto a giovani laureati magistrali in

discipline dell'ingegneria e della chimica industriale. Gli allievi, assunti alla sede centrale di Casale Monferrato, hanno l'opportunità di frequentare lezioni accademiche e nel contempo di conoscere l'operatività di diversi stabilimenti del Gruppo. Le sfide imminenti sono legate a piani di riduzione delle emissioni di Co2, a sfondo "Circolare". In questo contesto si inserisce la collaborazione con Leap per lo sviluppo del progetto Cleanker focalizzato sulla cattura della Co2 nel processo di produzione del cemento, in corso di sperimentazione presso la cementeria Buzzi Unicem di Vernasca (Pc). ■



ANNO DI FONDAZIONE

1907

FATTURATO 2019

3,2 MILIARDI DI EURO

DIPENDENTI

9841

SETTORE

CEMENTO - CALCESTRUZZO

ANTICA DISTILLERIA DI ALTAVILLA CASALE

Quando l'alambicco è storia e la grappa la racconta

di **Marcello Feola**

È una storia lunga 173 anni quella dell'Antica Distilleria di Altavilla, non a caso inserita nel 2011 - in occasione del 150esimo anniversario dell'Unità d'Italia - nel Registro delle imprese storiche istituito da UnionCamere, con tanto di medaglia celebrativa.

Una storia che profuma di passato e tradizione: sono non a caso migliaia ogni anno i visitatori dello splendido Museo della Grappa allestito all'interno della sede, mentre la distillazione delle vinacce avviene negli impianti di alambicchi a vapore: un processo rigoroso, che porta poi a 'custodire' per anni, in cantina, le varie tipologie di grappa prodotte, separate di anno in anno e varietà per varietà.

Solo quando l'intero processo è terminato, dando vita a un prodotto unico, si prosegue con l'imbottigliamento e l'apposizione del marchio Antica Distilleria di Altavilla.

«Quest'anno, anche a causa delle chiusure per l'emergenza sanitaria, abbiamo leggermente calato la produzione, che sarà dunque di 35mila bottiglie - racconta **Fabrizio Mazzetti** (nella foto), che con il fratello Alessandro e i genitori Filippo e Laura manda

avanti la tradizione di famiglia - *Ma con due belle novità: una "magnum" da 3 litri per la ristorazione di qualità e una Malvasia non filtrata fredda che però, una volta servita in un "baloon" da cognac, va lasciata riposare per una ventina di minuti, in modo da rilasciare tutti i suoi profumi*».

Il resto del "tesoro", invece, continua a invecchiare sotto stretto controllo dell'Agenzia delle Dogane, costituendo un vero e proprio patrimonio di tipologie e annate diverse, racchiuse in svariate qualità di legno. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1846

FATTURATO 2019

500MILA EURO

DIPENDENTI

CONDUZIONE FAMILIARE

SETTORE

DISTILLATI



Lavorazioni lamiera e inox ad elevato contenuto tecnologico

AZIENDA

Cameltech produce carpenteria metallica di precisione in subfornitura, su progetto fornito dal cliente e sviluppato internamente su rete CAD/CAM.

La sede operativa si trova nella Zona Industriale di Cereseto, in provincia di Alessandria, in uno stabilimento di nuova costruzione su di un'area complessiva di 20.000 mq di cui 5.600 coperti, lungo la Statale 457 Casale - Asti, nei pressi dell'innesto con la Statale 455 Asti - Vercelli.

Grazie ad un parco macchine all'avanguardia, all'adozione di cicli di lavoro altamente specializzati e all'elevato bagaglio di esperienza dei propri addetti (la metà dei quali ha oltre dieci anni di anzianità), Cameltech può vantare grande rapidità in termini di risposta nell'esecuzione ordini con qualità certificata del prodotto e del servizio.

CERTIFICAZIONI

La nostra azienda al fine di tendere all'eccellenza verso i propri clienti, fornitori e dipendenti, nell'ultimo trimestre del 2017, oltre ad aver confermato la certificazione del proprio sistema qualità UNI EN ISO 9001:2015 ha implementato il sistema di gestione ambientale ex UNI EN 14001:2015 e quello riferito alla sicurezza sul lavoro ex OHSAS 18001:2007.

RISPETTO DELL'AMBIENTE

La grande superficie di pannelli fotovoltaici installati permette a Cameltech di produrre autonomamente oltre il 50% del fabbisogno energetico dello stabilimento ad IMPATTO AMBIENTALE ZERO!



CARPENTERIA METALLICA LEGGERA E TECNOLOGIE AFFINI



46, S.S. Casale-Asti • 15020 Cereseto [AL]
Tel.: 0142 953001 • Fax: 0142 953050
Email: camel@cameltech.it

www.cameltech.it



Le sfide di **CAMELTECH** che punta su risorse umane e specialisti del settore

Una lunga e qualificata esperienza, costantemente al servizio del cliente. Che viene, sempre e comunque, prima di tutto.

Cameltech produce carpenteria metallica di precisione in subfornitura, su progetto fornito dal cliente e sviluppato internamente su rete Cad/Cam.

«Siamo un'azienda carpentiera metallica leggera – sottolinea la presidente, Paola Leva – e operiamo da tantissimi anni nel settore. L'azienda così com'è è nata nel 1996, ma in realtà alle spalle ci sono 40 anni di attività che hanno portato ad avere buona conoscenza del ferro. Il punto di forza è quello di essere a tutto tondo a servizio della nostra clientela».

L'azienda produce carpenteria metallica di precisione in subfornitura, su progetto trasmesso dal cliente e poi sviluppato internamente su rete Cad/Cam. La rete consente di programmare le macchine a controllo numerico con la massima precisione e rapidità. Grazie alla rete, la descrizione dei particolari da eseguire è inviata al centro di punzonatura/cesoiatura o al laser in tempo reale. La gestione della produzione è altamente automatizzata; è possibile conoscere lo stato di avanzamento della lavorazione di ogni singolo pezzo, in qualsiasi momento ed a tempo reale. «Ma non siamo semplici esecutori – spiega la signora Leva – valutiamo il disegno, ci confrontiamo con l'ufficio tecnico, viviamo in prima persona la creazione del prodotto, cercando anche un confronto con il committente. E siamo molto richiesti in materia di prototipazioni».

Tradizione e innovazione

Come si conciliano tradizione e nuove esigenze? «Nel corso degli anni abbiamo fatto

investimenti importanti per aumentare il livello della competitività, sviluppando la capacità di tagliare spessori più elevati di acciaio, ferro e alluminio. Stare al passo coi tempi, seguendo quelli che sono gli sviluppi e i progressi dell'aspetto tecnologico, è sicuramente importante, ma a fare la differenza a nostro parere è integrare queste migliorie con le risorse umane. Che per noi sono fondamentali e che rappresentano il vero fattore in grado di fare la differenza e di spostare gli equilibri»

Altro aspetto che merita attenzione e che va sottolineato riguarda l'attenzione all'ambiente: Cameltech, oramai da tempo, ha sviluppato grande sensibilità sotto questo punto di vista. La grande superficie di pannelli fotovoltaici installati permette a Cameltech di produrre autonomamente oltre il 50% del fabbisogno energetico dello stabilimento ad impatto zero. «Un'altra innovazione che ritengo importante per il presente – conclude Paola Leva – ma che potrebbe diventare ancora più rilevante in futuro riguarda lo sviluppo del disegno 3D. Più veloce, più pratico, più economico, con vantaggi considerevoli per tutti. Si tratta di una pratica che deve ancora prendere piede nella sua completezza, ma che sta già mettendo in evidenza margini di crescita e prospettive di assoluto spessore. Il futuro, per certi versi, è già adesso e noi siamo orgogliosi di esserci». La sede operativa si trova nella Zona Industriale di Cereseto, in provincia di Alessandria, in uno stabilimento di nuova costruzione su di un'area complessiva di 20.000 mq di cui 5.600 coperti, lungo la Statale 457 Casale – Asti, nei pressi dell'innesto con la Statale 455 Asti-Vercelli. 29 i dipendenti, 6 milioni il fatturato.

L'azienda produce carpenteria metallica di precisione in subfornitura, su progetto trasmesso dal cliente e poi sviluppato internamente su rete Cad/Cam. La rete consente di programmare le macchine a controllo numerico con la massima precisione e rapidità.





Leadership regionale nella fornitura di aggregati naturali, calcestruzzi e asfalti e nella realizzazione di infrastrutture, Allara SpA opera dal 1954 nel rispetto del territorio attraverso l'investimento nei settori delle energie rinnovabili, dell'agricoltura e della gestione ambientale.

INERTI
CALCESTRUZZO
ASFALTO
INFRASTRUTTURE
TECNOLOGIE INNOVATIVE
LOGISTICA



ALLARA

Str. Frassineto Po, 42 - Casale Monferrato (AL) - allaraspa.it - commerciale@allaraspa.it



Dal Monferrato la Mecca del lusso guarda alle Langhe e al mondo

di **Marco Bertoncini**

Si scrive **Angelo Minetti** (nella foto) e, automaticamente, si legge lusso nel vestire. La boutique situata a Casale (due negozi in via Trevigi) è un autentico punto di riferimento per i grandi marchi della moda internazionale. I due store di 700 metri quadrati complessivi, recentemente rinnovati, sono però solo parte del business aziendale che si sviluppa, grazie al centro logistico situato in zona industriale (1000 metri quadrati), specialmente attraverso la vendita via web, che produce la "fetta" principale del fatturato.

«Le vendite online avvengono sia in modo diretto, attraverso il sito angelominetti.it, sia attraverso la presenza nel marketplace Farfetch, piattaforma di vendita al dettaglio che racchiude le 700 migliori boutique al mondo. Noi siamo una di loro» spiega Angelo Minetti, nipote del fondatore dell'azienda, del quale porta il nome. Angelo guida una realtà decisamente giovane insieme alla moglie Linda Negri: «Tutti laureati, con profili di alto livello, crediamo moltissimo nella possibilità di farli crescere in azienda. Oltre a loro c'è comunque un board di manager senior».

Obiettivo retail

Nonostante gli ottimi risultati delle vendite online, l'obiettivo è la crescita della vendita in negozio. La clientela arriva da tutte le regioni limitrofe e il restyling dell'area espositiva [«fondamentale avere per prodotti di alto livello un contenitore di alto livello»] si inserisce in questo tentativo di incrementare gli affari nel campo del retail.

I social sono fondamentali. «Li utilizziamo, oltre che per l'online, per aumentare la localizzazione del negozio, oltre che per promuovere gli eventi che organizziamo [sospesi durante l'emergenza Covid], per Boosta dei Subsonica a ottobre 2019 c'erano 400 persone -

prosegue il titolare dell'azienda - A livello italiano godiamo di una grande reputazione ma vogliamo sempre più brandizzare il nome Angelo Minetti».

I marchi trattati sono moltissimi: Dior, Gucci, Valentino, Balenciaga, Saint Laurent, Tom Ford, Fendi, Givency, Brunello Cucinelli, Burberry, Bottega Veneta, Loro Piana, Alex McQuenn, Ermenegildo Zegna, Dolce e Gabbana solo per citarne alcuni. Non si disdegna anche qualche brand di ricerca come Sakai, Mastermind Japan e Issey Miyake. Il modus operandi è ormai rodato, la chiave è la scelta del prodotto giusto, l'acquisto di determinati capi di una collezione avviene circa 6 o 8 mesi prima che arrivino in negozio. «Si usano studi e statistiche ma la differenza la fa l'abilità del buyer» dice Minetti.

Un nuovo punto di vista

In queste settimane ai negozi di Casale se ne è aggiunto uno nuovo, ad Alba. «Palazzo Belli, frutto di una newco con la partner cuneese Bruna Rosso. Dimostra che crediamo molto nel retail. Ci crediamo tanto anche in Monferrato, un territorio che deve essere rilanciato, un'operazione per la quale ho grande fiducia nell'operato dell'attuale amministrazione comunale. Siamo seduti su una miniera d'oro. Vorrei che aumentasse il livello qualitativo dei negozi di Casale, la concorrenza, sembra un controsenso dirlo, è stimolante e positiva». ■



ANNO DI FONDAZIONE

1936

FATTURATO 2019

34 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

30

SETTORE

ABBIGLIAMENTO





ANNO DI FONDAZIONE

1991

FATTURATO 2019

34,5 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

168

SETTORE

ELETTRONICA PER AUTOMOTIVE

Una nuova sala emissioni per il testing. E non solo

di **Marco Bertoncini**

Il prossimo anno sarà quello del trentennale per Dimsport, realtà fondata da **Giovanni Deregibus** (nella foto) e più noto marchio di Holdim, gruppo le cui attività continuano a crescere e a ramificarsi, differenziandosi. Dimsport continua ad occuparsi di tuning elettronico, realizzando strumenti di ottimizzazione del rendimento dei motori rivolti principalmente alle officine ma anche agli utenti finali. Intorno ad essa crescono una serie di realtà legate alla mobilità sostenibile e alle energie rinnovabili. Grazie a Ecomotive Solutions, fautrice del "Diesel Dual Fuel", e Autogas Italia, specializzata nelle conversioni bifuel, il gruppo affronta le sfide di conversione dei motori per abbattere le emissioni e ridurre i consumi. «*Ci poniamo come il partner tecnologico ideale nella transizione energetica*



verso l'elettrico - sostiene Deregibus - Non solo su strada ma anche nelle applicazioni industriali, per il trasporto marittimo, per quello su rotaia, per il mondo dell'agricoltura. Non ci poniamo limiti!».

Nella filiera virtuosa del Gas Naturale Liquefatto è protagonista anche la 2Lng, azienda che propone sistemi di upgrading e liquefazione del biogas: nei prossimi mesi saranno consegnati sei impianti per la produzione di biometano. In queste settimane nella sede principale a Serralunga di Crea (Madonnina), viene inaugurata la nuova sala prove emissioni, un investimento da tre milioni di euro: «*Sarà al servizio delle nostre attività di testing, ma apriremo anche a tutte quelle aziende che necessitano di certificazioni per l'omologazione dei loro prodotti*» dice Deregibus. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1919

FATTURATO 2019

37,8 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

180

SETTORE

TRASPORTO PERSONE

Il bus? Economico, facile e sicuro «Soddisfatti nonostante il 2020»

di **Marco Bertoncini**

È cresciuto del 3.4% rispetto al 2018 il fatturato del Gruppo Stat, realtà societaria casalese guidata da **Paolo Pia** (nella foto) insieme alla moglie Simona Piccioni e al cugino Franco Giordano. Quello che è di fatto un sistema di "logistica delle persone" comprende i marchi del trasporto bus Stat Turismo (marchio Stat), Stac (Autoticino), i genovesi Volpi, Callero e Pesci e le agenzie viaggio Stat Viaggi (Casale, Vercelli e Asti), Sassone (Casale), Goldtravel (Valenza) e Geotravels (Genova). Ai numeri più che positivi dello scorso anno (nel 2019 si sono registrati 8 milioni di chilometri per oltre 1.200.000 viaggiatori, di cui 25mila nel settore dei tour organizzati in bus) nonostante il Covid che ha inevitabilmente penalizzato il 2020, l'amministratore delegato



Paolo Pia risponde con ottimismo. L'estate è andata bene «considerando le prospettive davvero difficili che si presentavano in primavera» dice. Una stagione che per volumi ovviamente non può essere paragonata con le precedenti, ma che ha permesso all'azienda di lavorare con il proprio personale al completo, sfruttando tutti i 111 bus in dotazione e fornendo garanzie di sicurezza a tutti i viaggiatori. Evitando i viaggi all'estero normalmente proposti e gettonati ci si è concentrati sull'Italia: il bus è stato scelto spesso come mezzo facile, economico e sicuro per le mete turistiche. «*C'è davvero di che essere soddisfatti - ribadisce Pia - ma è merito anche di un gruppo di lavoro straordinario che ha saputo ricalibrare la nostra offerta tenendo conto delle nuove preferenze e necessità dei clienti*». ■

Opportunità di lavoro “giovane” dopo l’ampliamento del sito

di **Marco Bertoncini**

È una storia di famiglia quella della Euromac di Villanova. Una saga iniziata oltre 50 anni fa da **Adelio Miglietta** e proseguita con i suoi figli **Maurizio** (presidente) e **Massimo** (vice-presidente). Ora in azienda c'è anche la terza generazione con **Vittorio** e **Corrado**. Con un fatturato che viene ricavato all'80% dal mercato estero, la Euromac è leader mondiale nella progettazione e realizzazione di macchine tagliabobinatrici nel settore del packaging farmaceutico, alimentare e altri specifici settori.

La peculiarità è l'alto livello tecnologico delle macchine realizzate, con una continua evoluzione tecnica e informatica, alla quale si aggiunge un puntuale servizio di assistenza post-vendita. Nonostante i rallentamenti dovuti all'emergenza sanitaria, sono stati recentemente portati a termine i lavori di ampliamento del reparto produttivo e a



breve sarà completata anche la nuova palazzina uffici.

Con i nuovi investimenti si è calcolato un aumento della capacità produttiva del 30%, che permetterà all'azienda di farsi trovare preparata al momento della ripresa. L'incremento delle strutture creerà inoltre nuove opportunità di lavoro, soprattutto per gli studenti degli istituti tecnici del casalese. « Non possiamo dire il peggio sia passato - dice **Vittorio Miglietta** (nella foto) - I prossimi mesi saranno determinanti per comprendere se la situazione economica globale evolverà favorevolmente. Dovremo far sì che la produttività torni ad essere in competizione con le altre nazioni europee non dimenticando ciò che la pandemia ci sta insegnando: l'importanza del capitale umano e la salvaguardia dell'ambiente». ■



ANNO DI FONDAZIONE	1968
FATTURATO 2019	20 MILIONI DI EURO
DIPENDENTI	130
SETTORE	PRODUZIONE TAGLIABOBINATRICI

Il Giappone arriva da Coniolo: «Con il gas verde l'ozono è al sicuro»

di **Marco Bertoncini**

La SandenVendo Europe Spa (Sve), con sede in Coniolo, dipende integralmente dalla SandenVendo GmbH di Düsseldorf, a sua volta parte della Sanden Retail Systems Corporation (Sdrs) di Tokyo. La SandenVendo GmbH, oltre a detenere la sede di Coniolo, gestisce le branch commerciali di Spagna, Belgio, Francia e Italia (sede a Casale in via Galeotto del Carretto). La Sdrs ha 3 sedi produttive: quella



di Coniolo per il mercato europeo, russo, medio orientale e africano. Le altre sono a Dallas (Usa) e ad Akagi-Maebashi (Giappone). Ci sono inoltre succursali in Corea del Sud, Ma-

lesia, Filippine, Indonesia, Australia. Si parla di un leader nel settore della distribuzione automatica per l'erogazione di bevande calde, refrigerati per prodotti alimentari e non e unità condensanti con tecnologia Co2, quest'ultima un'attività intrapresa a Coniolo lo scorso anno grazie al know how della casa madre. La chiave è l'uso dell'R744, un gas naturale, non tossico, non infiammabile, che non contribuisce alla riduzione dello strato di ozono. Un gas "green", con un Gwp [Global Warming Potential] uguale a 1. L'emergenza sanitaria, verificatasi sul finire dell'esercizio fiscale, ha impattato sulle vendite di marzo causando una lieve flessione sul fatturato rispetto all'anno precedente, sospendendo l'attività per meno di un mese dal 23 marzo al 16 aprile ma non le iniziative di ricerca e sviluppo che sono andate avanti comunque in smartworking. Nell'ultimo periodo si è ampliata la gamma dei distributori automatici e semiautomatici per l'erogazione di bevande e si sta investendo nella tecnologia touch. ■



ANNO DI FONDAZIONE	1965
FATTURATO 2019	32,5 MILIONI DI EURO
DIPENDENTI	180 (30 INTERINALI)
SETTORE	DISTRIBUTORI AUTOMATICI

Valter Degiovanni, Presidente di Sanden Vendo Europe

HOLDIM

group



DIMSPORT

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



ecomotive solutions

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

AUTOGAS
Aitalia

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

www.autogasitalia.it



2LNG

Evoluzione di un progetto nato nel 2018 in collaborazione con il gruppo Ram, **2LNG** propone soluzioni chiavi in mano riguardanti l'intero ciclo del gas naturale liquefatto.

www.2lng.com

GLF
TURBINE

Glf Turbine produce componenti statorici per turbine a gas e può vantare un'esperienza trentennale in ambito 'Oil&Gas'. Nel gruppo Holdim dal 2019.

www.glfturbine.com

MACARIO

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



HOLDIM s.r.l.

Loc. San Iorio, 8 - 15020 SERRALUNGA DI CREA (AL) Tel. 0142.9552 - www.holdim.it



NOVI LIGURE

Tradizione
e adattamento:
così Novi
si rinnoverà

di Andrea Vignoli

“In novitate vivam”, rinnovandomi vivrò. È il motto di Novi Ligure e ha sempre aiutato molto a capire il vero spirito della città, non solo dal punto di vista culturale e sociale, ma anche da quello economico e industriale. Nella storia, sono i momenti di passaggio e il modo in cui sono stati affrontati a rappresentarne meglio il carattere. Dalle fiere di cambio genovesi del '600, che portarono i nobili con i loro palazzi e con le facciate dipinte che ancora oggi li caratterizzano, alle filande dell'800 che producevano il “bianco Novi”, la seta più pregiata sul mercato di Londra, fino alle carbonifere e all'arrivo della ferrovia e della lavorazione dell'acciaio nelle ferriere.

Novi Ligure ha sempre saputo rinnovarsi e reinventarsi, come quando le operaie delle filande, bravissime a dipanare i fili della seta, divennero operaie nelle tante fabbriche di lampadine, portando la loro abilità nel disporre il filamento della lampadina come se fosse un filo pregiato.

Cambiamento

Oggi come ieri, si sta affrontando il cambiamento, con la buone dose di incertezza che porta sempre con sé, contando sulla sua capacità di rinnovarsi per sopravvivere. Sono quattro i grandi filoni del lavoro su cui la città gravita.

Quello metalmeccanico, con tutte le incertezze sul futuro dell'Ilva - la sua fabbrica più grande e più storica - ma anche con la solidità di tante piccole e medie aziende che operano in questo settore e che godono tutto sommato di ottima salute.

E poi quello alimentare, con colossi come la Campari e la Novi, e con la Pernigotti che sta cercando faticosamente di ripartire dopo la chiusura sfiorata lo scorso anno. A fianco a loro, una serie di piccole e medie realtà nel settore del cioccolato con produzioni meravigliose.

C'è quindi il terziario, con il polo commerciale di outlet e retail park che ha ormai sconfinato nel Novese e che rappresenta un grande volano di occupazione giovanile e femminile in particolare.

Infine, c'è il settore delle grandi opere: il cantiere del Terzo valico interessa una grande porzione del territorio urbano e finora non ha dato le ricadute occupazionali locali che molti attendevano.

La partita da giocare è quella: terminati i lavori, non limitarsi a veder passare i treni, ma fare in modo che essi portino sviluppo nel comparto della logistica e non solo. I fondi compensativi del Cipe, se usati su un progetto comune di sviluppo invece che persi in mille rivoli campanilistici, potranno portare benefici effetti.

Le crisi e i mutamenti

La partita dello sviluppo è incentrata insomma, ieri come oggi, su molti campi e con una pluralità di giocatori. Sulla forza della propria tradizione e sulla capacità di adattamento si gioca il futuro della città, che dovrà essere capace di avere una visione e un progetto.

Da una crisi non si esce nello stesso modo in cui vi si è entrati, ma cambiando. Rinnovandosi, per vivere. ■



CIT, dal 1978 un prezioso punto di riferimento



Una realtà consolidata nel territorio, in grado di tutelare il concetto di socialità, ma anche le fasce più deboli. Un percorso lungo e ricco di momenti importanti, cominciato nel settembre del 1978 e che ha portato il Cit a conquistare un ruolo sempre più significativo. Nato sotto forma di Consorzio tra Comuni, è stato trasformato in Azienda Speciale nel luglio 1996, mentre a decorrere dal 1° gennaio 2001 è società per azioni a totale capitale pubblico. Sono soci i Comuni di Novi Ligure, Serravalle Scrivia, Arquata Scrivia, Gavi, Stazzano, Borghetto di Borbera, Grondona, Carrosio, Voltaggio, Fraconalto, San Cristoforo, Parodi Ligure, Bosio, Mornese, Tassarolo, Pasturana e Francavilla Bisio.

I PUNTI DI FORZA

Silvio Mazzarello, dal 4 dicembre 2019, è l'amministratore unico. «Il core business dell'azienda – sottolinea – è legato al trasporto pubblico urbano, extra urbano e scolastico, ma ci sono anche varie attività integrative, dal noleggio bus per turismo, alla gestione dei parcheggi a raso e di quello interrato a Novi, fino alle onoranze funebri».

Un solido punto di riferimento, dunque, capace di operare su diversi fronti. Ma quali sono i punti di forza dell'azienda? Mazzarello chiarisce che «il parcheggio interrato rappresenta il fiore all'occhiello, parliamo di una realtà di fatto unica a livello provinciale, e che per noi è vero e proprio motivo d'orgoglio. Cit, inoltre, dispone di un deposito in zona Cipian, uno spazio dove è possibile provvedere alla manutenzione dei mezzi, che sia ordinaria o straordinaria, ma anche più in generale alla gestione del servizio. E, per restare fedeli a tematiche purtroppo strettamente attuali, alla sanificazione».

ASPETTI CONDIZIONANTI

A proposito di attualità, quanto è stata condizionante per l'azienda l'emergenza Covid? Come è stato affrontato il periodo della primavera scorsa? E poi la ripartenza, al netto, però, delle conseguenti restrizioni, delle misure anti contagio e dei protocolli da rispettare? «Nella prima fase – chiarisce l'amministratore unico – abbiamo chiaramente dovuto fare i conti con drastiche riduzioni determinate dal lockdown in essere. Faccio riferimento all'interruzione della bigliettazione a bordo, oppure ai mancati introiti derivanti dal pagamento dei parcheggi a raso. Una volta riprese le attività, soprattutto in quella che è stata denominata Fase2, il calo è stato comunque oggettivo anche se più contenuto, certo è che meno turisti significa anche meno corse verso l'Outlet, per esempio. Nei giorni scorsi sono stati approvati bilancio e piano di risanamento, stiamo mettendo in campo tutte le soluzioni e tutte le contromisure per affrontare questo momento così complicato, anche sfruttando i contributi messi a disposizione dalla Regione Piemonte. L'intenzione è quella di continuare a essere ciò che siamo sempre stati, e cioè un punto di riferimento per un territorio importante come questo, non solo in termini sociali, ma anche in fatto di considerazioni strategiche. Va infatti sottolineato che per quanto riguarda la linea di trasporto pubblico arriviamo fino in Liguria, con collegamenti tra l'Alta Val Lemme e Busalla, mentre Novi e Arquata sono collegate con Tortona».



CIT Consorzio Intercomunale Trasporti spa
via Paolo Giacometti 22 - 15067 Novi Ligure (AL)
Tel. 0143 743681 - Fax: 0143 744504

www.citnovi.it

Oltre vent'anni di outlet e tanti progetti in campo

di Irene Navaro

Era il mese di settembre dell'anno 2000 quando a Serravalle Scrivia veniva inaugurato il primo centro outlet d'Italia. A vent'anni di distanza, le celebrazioni per il ventesimo compleanno sono solo rimandate: le restrizioni introdotte per l'emergenza sanitaria, tuttora in vigore, non hanno infatti consentito a McArthur Glen, multinazionale proprietaria e gestore del centro, di festeggiare come avrebbe voluto.

«Si tratta solo di un rinvio - assicura il general manager del Serravalle Outlet, **Matteo Migani** (nella foto). - Ci sarà tempo e modo di farlo, nel rispetto dei vincoli attuali, già in concomitanza con l'accensione del grande albero natalizio».

Non è stato un anno facile per il più grande outlet d'Europa: oltre sessanta giorni di chiusura forzata hanno lasciato un segno pesante, non solo economicamente ma pure nell'animo, perché il centro è da sempre simbolo, oltre che di acquisti di qualità a prezzi convenienti, di divertimento, svago e famiglia. Appena è stato possibile, così, i cancelli di via della

Moda hanno riaperto «in sicurezza, nel rispetto delle norme e non solo». Ingressi controllati, misurazione della temperatura, sanificazione delle aree comuni e dei negozi, gel a disposizione dei visitatori, mascherine. «C'è stata un grande rispetto delle regole da parte di tutti, dipendenti e clienti», assicura Migani. Sono mancati gli utenti provenienti dai Paesi extra-europei, «ma gli italiani hanno apprezzato molto le proposte dei nostri brand, che hanno offerto fin da subito ottime occasioni». Tanto che la spesa media del cliente nostrano è aumentata rispetto a dodici mesi fa.

Sono tornati poi i "vicini" d'oltralpe, come svizzeri, francesi e tedeschi. E per novembre andranno a completamente gli investimenti già programmati, come la nuova area dedicata alle famiglie e l'arrivo di brand di grande richiamo (Starbucks, solo per fare un esempio). «Siamo e vogliamo essere positivi. E ci stiamo preparando per accogliere, quando sarà possibile, i visitatori stranieri». ■

ANNO DI FONDAZIONE

2000

FATTURATO 2019

N.D.

DIPENDENTI

2000 (TRA DIRETTI E INDIRETTI)

SETTORE

COMMERCIO



Da Novi Ligure al mondo intero al servizio della farmaceutica

di Irene Navaro

L'azienda - nata a Novi Ligure come Sinfar nel 1946 su impulso della famiglia Bruschettoni - si è trasferita a Basaluzzo nel 1964, dove ha assunto il nome più noto di Pca - Prodotti Chimici Alimentari.

Lo scorso anno è stata poi acquisita da Advent International, uno dei maggiori fondi globali di private equity, con esperienza sia in ambito farmaceutico che in investimenti sul mercato italiano: in quel momento arriva la fusione con Ice - Industria Chimica Emiliana, già proprietaria dal 2008 dello stabilimento di Basaluzzo. Oltre settant'anni di storia industriale in poche righe, che danno però l'idea di una crescita e di uno sviluppo che continua ancora oggi.

La prima svolta, quella che portò la ex Pca da Novi Ligure a Basaluzzo negli anni Sessanta, vide pure una trasformazione nella produzione, dapprima focalizzata sugli additivi alimentari come il caramello, quindi passata al servizio della farmaceutica, in particolare sui derivati biliari utilizzati per la produzione di farmaci per il trattamento di patologie del fegato.

Il focus su tali prodotti è stato il vero motore della crescita, permettendo di passare dai 10-20 impiegati degli anni Sessanta ai 150 circa di fine anni Novanta.

Attualmente nello stabilimento lavorano 230 dipendenti e formazione e ricerca sono i tratti comuni. Innegabile che il 2020 sia stato un anno difficile, segnato dall'emergenza sanitaria, proprio nel momento in cui questa realtà si trovava in una fase di grande sforzo per aumentare i volumi produttivi. Ciononostante, Ice è stata in grado di superare il lockdown senza chiusure e perdite di produzione, grazie a una attenta politica di prevenzione, che ha incluso l'utilizzo dello smart working per il personale amministrativo, la messa in aspettativa retribuita dei dipendenti in condizioni di salute di maggiore rischio, la distribuzione di mascherine e disinfettanti, misure di controllo per tutto il personale e, non ultimo, un grande senso di responsabilità e di appartenenza da parte di tutti i collaboratori. ■

ANNO DI FONDAZIONE

1946 [SINFAR, EX PCA]
1949 [ICE, CAPOGRUPPO]

FATTURATO 2019

N.D.

DIPENDENTI

230 [BASALUZZO]
900 [GRUPPO, INCLUSE SOCIETÀ ESTERE]

SETTORE

CHIMICA FARMACEUTICA





ANNO DI FONDAZIONE

1903

FATTURATO 2019

OLTRE 200 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

230

SETTORE

ALIMENTARE DOLCIARIO



«Da sempre il fattore “italianità” è una strategia vincente»

di Irene Navaro

Una tradizione che non si arresta ma, casomai, si rinnova, quella portata avanti da Novi-Elah-Dufour, azienda dolciaria novese in attività dal 1903. E che neppure l'emergenza sanitaria, scoppiata nel 2020 con la diffusione del coronavirus, ha fermato. I portoni della fabbrica in frazione Barbellotta, a Novi Ligure, non sono mai stati chiusi e la produzione è proseguita pure nei mesi più duri del lockdown, «adottando i necessari mezzi per la sicurezza», precisa il cavalier **Flavio Repetto** (nella foto), a capo dell'impresa dal 1982, oggi presidente.

La storia di Novi-Elah-Dufour e dell'uomo che l'ha portata ai livelli attuali ormai è nota: negli anni Ottanta, Repetto (originario di Lerma) prende in mano le sorti di uno stabilimento sull'orlo del fallimento e ne fa uno dei marchi più apprezzati del Made in Italy nel settore dolciario, acquisendo dopo “Novi” anche Elah, Dufour, Baratti & Milano, tutti marchi noti e accomunati da due caratteristiche: la qualità e la tradizione.

Non era scontato, ma era probabile che Novi-Elah-Dufour uscisse “senza troppi graffi” dall'emergenza Covid. Intanto, in quanto operante nel settore alimentare, ha potuto continuare ad essere operativa, seppur con tutte le cautele a tutela della salute dei lavoratori.

«La nostra azienda durante il periodo di crisi sanitaria ha continuato la produzione, potenziandola con lo sviluppo di nuovi prodotti, adatti al difficile momento», conferma il presidente Repetto.

Perché, pur in tempo di crisi, il cioccolato e i prodotti a base di cacao non sono mancati nelle dispense degli italiani. Cioccolatini e gianduotti, anzi, “consolano”, “coccolano”, stimolano la produzione dell'ormone della felicità. E in tempi bui ce n'è sempre più bisogno. Tanto che, conferma il



**Il personale?
Durante il lockdown
presente e operativo**

cavaliere, «non abbiamo riscontrato un calo nella domanda, ma viceversa abbiamo avuto un incremento».

Non è stato necessario neppure ricorrere allo smart working: «Il personale era presente e operativo». Restano quindi positive le prospettive per il mercato che, in altri comparti, è al contrario più incerto. A patto, ovviamente «di attrezzare l'azienda per il futuro». Quali siano i progetti, Flavio Repetto - uomo di poche parole e più avvezzo a parlare con i fatti - non lo rivela.

Novi-Elah-Dufour continuerà a puntare in ogni caso sul Made in Italy: «La strada che abbiamo intrapreso da oltre vent'anni si basa sull'italianità [“Svizzero? No, Novi”, diceva lo spot diventato icona] e i fatti dimostrano che è stata una strategia vincente».

Si è detto che “nulla sarà più come prima”. Un'affermazione sulla quale Repetto tuttavia non concorda: l'evoluzione dei mercati chiamerà, probabilmente, a cercare nuove risposte, ma «noi continueremo a impegnarci affinché l'Italia torni ad essere un grande Paese». ■



«C'è tanta voglia di ricominciare, ma la situazione impone prudenza»

di Irene Navaro

«In Roquette vediamo il cambiamento come un'opportunità. Ci troviamo di fronte a un avvenimento epocale, che sicuramente porterà diverse novità. Si dice che nulla sarà più come prima, noi invece preferiamo l'espressione "Qualcosa non sarà più come prima". E la passione per il lavoro, l'attenzione al cliente e il nostro spirito pionieristico nel campo degli ingredienti di origine vegetale saranno le leve con cui affronteremo al meglio le sfide future».

Così **Daniele Della Pria** (nella foto), manager di Roquette Italia, vede il futuro per l'azienda che dirige dal 2012 e che dal 1961 ha uno stabilimento a Cassano Spinola, quando ancora si chiamava Spad (passato a Roquette nel 1992).

Opera nel settore agro-alimentare ed è tra i leader mondiali nella lavorazione di materie prime di origine vegetale per la produzione di semilavorati principalmente per l'industria alimentare, farmaceutica e cosmetica.

Ecco perché, anche durante il lockdown, la produzione non si è fermata. «Fin da febbraio avevamo attivato tutte le procedure per garantire la sicurezza e la salute dei dipendenti e in pochi giorni le misure necessarie al contrasto preventivo della diffusione del virus sono state messe in pratica e adottate dal personale, che ha dimostrato grande senso di responsabilità - spiega il direttore - Durante la serrata del Paese si è instaurato un rapporto di responsabilità e fiducia reciproca tra azienda, lavoratori e fornitori, tramite comunicazioni costanti e la verifica della messa in pratica delle varie disposizioni atte alla protezione della salute di chi operava nel sito cassanese».

Si è fatto ricorso pure allo smart working per 130 dipendenti su 480, anticipando di fatto un progetto che era già nelle intenzioni del management e che



La nostra offerta diversificata ci ha tenuti attivi

sarebbe dovuto partire a pieno regime entro il 2020.

Un anno non certo facile, dunque, anche per chi, come Roquette, è rimasto in attività: «Abbiamo rilevato due fasi: la prima, nel pieno dell'emergenza, in cui vi è stata una forte spinta nei consumi e le richieste da parte dei nostri clienti, in particolare per i settori alimentare e farmaceutico, sono aumentate in modo importante. La seconda, al contrario, a partire da giugno, con una diminuzione della domanda da parte del mercato in seguito alla stabilizzazione della situazione sanitaria. In generale, l'intero comparto alimentare ha riscontrato rallentamenti a causa delle restrizioni e del calo dell'attività turistica. La nostra offerta è tuttavia molto diversificata (riforniamo anche i settori alimentazione animale e industriali) e ciò ha permesso di mantenere la produzione a un buon livello».

Il futuro? «Molto dipenderà dall'andamento della pandemia e dalla situazione globale. Nei mercati c'è voglia di ripresa, ma allo stesso tempo la parola d'ordine è "prudenza": il virus, purtroppo, non è stato debellato». ■

ANNO DI FONDAZIONE

1961

FATTURATO 2019

480 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

480

SETTORE

ALIMENTARE



*Non basta comprarla,
perchè una terra sia tua...
diventa tua con gli anni,
con la fatica, con il sudore,
con le lacrime, con i sospiri.*

Ignazio Silone, Fontamara

Valditerra

VALDITERRA VINI SAS

Strada Monterotondo, 75 - Novi Ligure (AL) | Italia

+39 0143.380305

valditterravini2017@gmail.com

Per maggiori informazioni scrivere a:

info@valditerra.it



Valditerra Vini



[azienda_agricola_valditerra](https://www.instagram.com/azienda_agricola_valditerra)

www.valditerra.it

La nostra famiglia, il nostro lavoro, il nostro vino e quello che siamo oggi, è il risultato di un amore antico: quello per la terra da cui prendiamo il nome.

*Intorno all'Azienda, sulle colline di **Monterotondo**, con un'altitudine media di **260 metri sul livello del mare**, i nostri vigneti si estendono per **15 ettari**. Un'Arcadia mitica: declivi di quiete, luoghi dell'anima dove lo spirito si ristora della vista di paesaggi tessuti in un ordito di filari e vigneti assediati da boschi di querce e robinie che si specchiano nelle fresche acque del lago.*

*I vitigni sono quelli classici della nostra area e del nostro tipico microclima: **Cortese di Gavi e Barbera**.*

*Abbiamo iniziato da poco anche l'allevamento di vitigni di **Dolcetto**.*



DAL VIGNETO ALLA BOTTIGLIA

NOVI LIGURE - Piazza xx Settembre, 6

0143 380305 - 0143 381247

ARQUATA SCRIVIA - Via Roma 132

www.cantinadifralele.it

valditterravini2017@gmail.com

Valditerra:

un forte legame con la tradizione e nuovi progetti da sviluppare

Tra tradizione e innovazione, per proseguire con entusiasmo e passione una storia che ha radici molto profonde. L'Azienda Agricola Valditerra, in strada Monterotondo a Novi Ligure, è uno splendido esempio di un percorso importante, tramandato di generazione in generazione.

«Ha iniziato il mio bisnonno a piantare le prime vigne – spiega Francesco Valditerra, che oggi gestisce l'azienda con il fratello Emanuele – ma la prima vera svolta risale alla metà degli anni 80, quando mia zia avviò la produzione del Gavi. In quel momento è cominciato un impegno concreto da parte della nostra famiglia, perchè in precedenza l'azienda, pur di nostra proprietà, era data in gestione. La produzione di Cortese, di pari passo con la nascita e il consolidamento del Consorzio del Gavi, ha permesso una crescita costante, con mia zia che è riuscita a portare i nostri vini in tutto il mondo». A tutti gli effetti, è stato compiuto il salto di qualità.

Francesco, che di anni ne ha 31, e il fratello Emanuele, di 3 più giovane, sono subentrati 4 anni fa, desiderosi di dare continuità a quella che si è rivelata una scelta vincente. «I vitigni sono quelli classici della nostra zona e del nostro tipico microclima, Cortese di Gavi e Barbera. Da poco abbiamo iniziato anche l'allevamento del Dolcetto. Abbiamo terreni anche a Sarezzano, nel Tortonese dunque, e a Strevi, non facciamo biologico,

ma da quest'anno abbiamo una nuova enologa e oltre a mantenere i forti legami con la tradizione, ci stiamo avvicinando sempre di più a un'idea biodinamica».

Il punto di forza

Il punto di forza di una simile realtà è sicuramente la conduzione familiare: «Lavoriamo insieme, tutta la famiglia è coinvolta nel progetto e questo rappresenta un vantaggio. Quanto è stato condizionante il Covid, con le conseguenti emergenze sanitarie ed economiche? Sicuramente ha inciso, rallentando alcuni progetti, ma continuiamo a lavorare e abbiamo idee interessanti che vogliamo sviluppare». Prima l'azienda era principalmente incentrata sulla produzione e sulla vendita, ora invece ci sono ulteriori aspetti che meritano di essere approfonditi. Francesco Valditerra, infatti, spiega che «all'interno della nostra tenuta abbiamo rifatto un intero salone per la degustazione e l'idea, nei primi mesi del 2021, è quella di aprire anche un bed and breakfast. Inoltre abbiamo già due punti vendita, a Novi in piazza XX e ad Arquata in via Roma. I riscontri sono buoni, l'intenzione è quella di proseguire con altre aperture in futuro». Per proseguire una storia vincente, basata su valori tradizionali, ma con grande attenzione a quelle che sono le ultime tendenze di mercato.

www.valditerra.it



ANNO DI FONDAZIONE

2000

FATTURATO 2019

82 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

2000 (TRA DIRETTI E INDIRETTI)

SETTORE

COMMERCIO



Acqua, gas e servizi per centomila (e per oltre cento Comuni)

di Irene Navaro

Costituita nei primi anni Settanta in seguito a un'intuizione degli allora amministratori comunali di Novi Ligure, che ritennero utile non rinnovare la concessione della distribuzione del gas metano alla Cieli, Acos oggi è una società per azioni con un volume d'affari annuo di oltre 82 milioni di euro.

Attraverso le società controllate opera nei settori di vendita e distribuzione di acqua e gas, offre servizi ambientali nella raccolta dei rifiuti e ha interessi anche nello sport, tramite il controllo della piscina pubblica e degli attigui impianti sportivi costruiti, attraverso finanza di progetto, dalla società Aquarium, operativa con la denominazione di Anemos.

Un'attività, quella del Gruppo Acos, che si espande in oltre cento comuni della provincia di Alessandria, offre servizi a più di 100mila utenti e dà lavoro a 338 dipendenti, suddivisi tra la capogruppo e le controllate Acosi [impegnata nel servizio gestione calore, relativa alla riconversione, conduzione e manutenzione degli impianti termici di edifici pubblici e privati] e Reti Srl 2016 [discendente da Acos Reti Gas, costituita nel 2013 al fine di ottemperare alle disposizioni dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas relative alla separazione ammini-

strativa e contabile delle imprese operanti nei settori della distribuzione e della vendita di gas ed energia elettrica].

Fanno parte del gruppo pure Acos Energia Spa [società commerciale per la vendita di gas ed energia elettrica], Acos Ambiente Srl [incaricata della gestione del servizio di raccolta e trasporto rifiuti solidi urbani nei comuni di Novese e Tortonese] e Gestione Acqua Spa, titolare del servizio idrico integrato per il sub-ambito novese-tortonese fino al 2034.

La storia di Acos ebbe inizio nel 1972, quando il Comune di Novi Ligure istituì l'Amgas, municipalizzata del gas che dal 1° gennaio 1990 assunse la denominazione di Amga [Azienda municipalizzata acqua e gas] e venne trasformata in azienda consortile il 1° gennaio 1996 con la partecipazione dei Comuni di Novi Ligure e Arquata Scrivia. L'evoluzione in società per azioni è datata 1° gennaio 1999, con l'assunzione della denominazione di Acos Spa. Il 29 dicembre dello stesso anno, a seguito delle risultanze della gara ad evidenza pubblica finalizzata all'individuazione di un partner industriale, il Comune di Novi Ligure ha ceduto il 25% delle azioni di Acos Spa ad Amga Spa di Genova, oggi Ireti. ■

ANNO DI FONDAZIONE

1920

FATTURATO 2019

10,2 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

30

SETTORE

PRODOTTI CHIMICI



Una storia lunga cent'anni dedicata a medici e infermieri

di Marzia Persi

1920-2020: cento anni di industria e di imprenditoria fiore all'occhiello dell'economia del territorio. Questa è la Lechner Spa di Arquata Scrivia, nata come azienda di produzione di resine per vernici ma che nel corso degli anni si è specializzata in sistemi consolidanti per sottofondi cementizi, premiscelati in cemento, adesivi per pavimenti e rivestimenti resilienti e per il parquet, vernici e sistemi di finitura e manutenzione per pavimenti in legno. Non solo: da oltre trent'anni, la sua specializzazione è anche riservata alla cantieristica navale.

Paolo Lechner, coadiuvato dalle figlie **Marta**, **Vittoria** e **Carola**, non si è mai fermato nella ricerca di nuovi prodotti

e soluzioni. Con questo spirito è nata ed è operativa da quasi dieci anni Drenatech, pavimentazione permeabile dall'alta capacità drenante.

L'azienda, durante il lockdown, non si è fermata: «Abbiamo lavorato - dice Paolo Lechner - senza interruzione e siamo riusciti ad ampliare il nostro raggio d'azione nel mondo. E, come altre imprese, abbiamo convertito parte dei reparti alla produzione di igienizzanti per mani e per superfici».

Durante l'emergenza, tra l'altro, si è ritenuto opportuno sospendere i preparativi per i festeggiamenti dei cent'anni di attività, destinando buona parte delle risorse alla Sanità pubblica con donazioni agli ospedali di Tortona e di Bergamo. ■



Campari, la regina degli aperitivi che “stappa” in ventuno Paesi

di **Luciano Asborno**

Tra le realtà internazionali che producono a Novi Ligure, una delle più brillanti e virtuose - perché in continua espansione - è Campari Spa, marchio italiano che opera nel settore alimentare ed è leader mondiale degli alcolici. Alcuni dei prodotti di punta, compreso lo storico aperitivo che porta lo stesso nome dell'azienda, vengono fabbricati nel moderno sito cittadino inaugurato nel 2004, esattamente cent'anni dopo il primo sito avviato dall'impresa fondata nel 1860 a Milano da Gaspare Campari. Oggi Davide Campari Milano ha la sede centrale a Sesto San Giovanni, una rete distributiva propria in 21 Paesi e 22 impianti in tutto il

mondo. Tra i prodotti che escono dalle linee di generazione e imbottigliamento del complesso industriale di via Nazioni Unite per fornire qualità e gusto ai bar di tutto il mondo, oltre allo storico Campari ci sono spumanti e vermouth a marchio Cinzano, Biancosarti, Jägermeister, Cynar e Campari Soda. E a fine anno verrà trasferita in loco pure la linea del Crodino, famoso per essere - come dice lo spot - "l'analcolico biondo che conquista il mondo". Un lavoro di qualità che viene effettuato con un organico di circa 120 dipendenti, mentre a livello mondiale il gruppo si avvale di una forza lavoro di 4mila persone. ■



ANNO DI FONDAZIONE	1860
FATTURATO 2019	1,86 MILIONI DI EURO
PERSONE IN FILIERA	4000
SETTORE	ALCOLICI



«Non ci fermiamo mai, ora puntiamo sulla frutta»

di **Irene Navaro**

L'emergenza sanitaria non ha fermato Serra Dolciaria, storica azienda di caramelle, e non solo, a Novi Ligure. «Per non interrompere la catena di fornitura non ci siamo fermati, ma fin da subito abbiamo messo in sicurezza lo stabilimento, con sanificazioni e i presidi necessari per garantire la salute dei dipendenti - spiega l'amministratore delegato **Luigi Serra** (nella foto), che guida l'impresa di famiglia insieme alla sorella Alessandra - Praticamente ci siamo "blindati", utilizzando termoscanner all'ingresso per rilevare la temperatura e chiedendo un utilizzo corretto della mascherina». C'è stato un calo dei consumi?

«Il nastro è un prodotto 'da impulso' - spiega - Si consuma prevalentemente viaggiando in auto, oppure al lavoro. Ha inciso pure la chiusura di bar e ristoranti, ma abbiamo continuato le forniture alla grande distribuzione».



Quanti dipendenti in smart working? «Il 60% , un esperimento che ha funzionato». Per un breve periodo si è fatto ricorso alla cassa integrazione straordinaria per Covid, ma ora è il momento di pensare alla ripresa: «Abbiamo inaugurato una nuova linea per la lavorazione delle barrette di frutta, prodotto che ci ha sostenuto soprattutto nei mesi di marzo e aprile. E' stata una scelta azzeccata».

Il coronavirus ha cambiato le abitudini di vita e consumo? «Noi abbiamo sempre puntato sulla valorizzazione dei prodotti italiani e oggi, a maggior ragione, proseguiamo su questa strada, privilegiando un'alimentazione sana ed equilibrata, nella quale le barrette di frutta sono la punta di diamante». ■

ANNO DI FONDAZIONE	1947
FATTURATO 2019	10 MILIONI DI EURO
DIPENDENTI	42
SETTORE	ALIMENTARE-DOLCIARIO





LE ORIGINI DI UN'ARTE

Cioccolato dal 1943

www.bodratocioccolato.it

BODRATO:

una rima non certo casuale e tanti progetti ambiziosi

Bodrato fa rima con cioccolato, e forse non è un caso. L'azienda dolciaria, oggi novese, nasce a Capriata, per iniziativa della famiglia omonima. Nel 2001 la fabbrica viene rilevata dai fratelli **Fabio** e **Paola Bergaglio**, che dei Bodrato erano amici di famiglia, e si ingrandisce, trasferendosi a Novi, in zona industriale. Oggi Bodrato è un'azienda da 3 milioni di fatturato annuo, con una forte impronta green e radici ben piantate nella tradizione, che coniuga l'arte della lavorazione del cioccolato, ancora artigianale, con le esigenze della produzione moderna.

«Sentivo che ci sarebbe stata una rottura tra industria e artigianato.. Le 'cose buone' stavano esplodendo, ma andavano fatte bene», spiega Fabio Bergaglio.

Così, partendo dalla tradizione e artigianalità intrinseche del marchio, Fabio e Paola hanno portato innovazione e tecnologia, alzando l'asticella della qualità.

Il tratto distintivo

Dici 'Bodrato' e vengono in mente i boeri, quei cioccolatini tondi con il ripieno di liquore e ciliegia.

È stato sempre Fabio a puntare sul prodotto, la cui lavorazione che rischiava di andare perduta, diventata punta di diamante della produzione. Era un suo desiderio di bambino, quando si aggirava per il negozio di rivendita di alimentari dei genitori, a Capriata d'Orba.

La nuova generazione di imprenditori, Fabio e Paola, hanno puntato molto sul rilancio della pralina, scegliendo, per il ripieno, le ciliege del territorio, come la 'Bella di Garbagna', che è presidio Slow Food, o la 'bianca di Vignola', aggiungendo grappa della distilleria Gualco di Silvano d'Orba.



«Chi faceva i boeri prima, è la stessa persona che si prende cura del prodotto oggi» assicura l'amministratore Fabio Bergaglio. Poi ci sono le uova di cioccolato, lavorate e decorate a mano, veri prodotti d'arte; le creme; i cremini; le tavolette, anche nelle nuove versioni con frutta e spezie. Una vera specialità. Le nocciole utilizzate nelle lavorazioni sono rigorosamente le Igp (identificazione geografica tipica) del Piemonte. Le fave di cacao, tostate in stabilimento, sono quelle del Perù, Ecuador, Venezuela, Santo Domingo e Sao Tomè.

Oggi l'80% della produzione è destinata al mercato interno, il 20% all'export, settore in crescita: dall'Europa agli Stati Uniti, dalla Russia al Giappone fino ai mercati del Medio Oriente e del Sud America. Bodrato si occupa di tutta la catena produttiva, ad eccezione dell'essiccazione e fermentazione delle fave di cacao, che avviene nel paese di raccolta, a distanza di poche ore dalle coltivazioni. Partendo dalla tostatura delle fave, in stabilimento, Bodrato è tra le poche italiane 'from bean to bar'. Importante sottolineare l'impronta 'green' anche nella realizzazione dello stabilimento: un impianto fotovoltaico che produce più del necessario (fino a 200 kw ora), no alla CO2, macchinari innovativi e un progetto per ridurre al minimo la plastica nel giro di qualche anno.

Come è stato vissuto il periodo dell'emergenza sanitaria?

«Non si può dire che quei mesi non siano stati condizionanti - conclude Bergaglio - ma abbiamo comunque avuto la capacità di saper resistere, continuando a essere presenti, a farci vedere.

Ad esempio, di recente, abbiamo aperto un temporary store in stazione Centrale a Milano e poi abbiamo sempre tanti progetti ambiziosi, come un ulteriore ampliamento dello stabilimento.

In questa fase teniamo tutto in stand by, è un momento nel quale bisogna giocare 'in difesa', ma siamo pronti a rilanciare nel momento in cui questa emergenza sarà superata. Abbiamo tante sfide che vogliamo vincere».

www.bodratocioccolato.it

ANNO DI FONDAZIONE

1950

FATTURATO 2019

-

DIPENDENTI

-

SETTORE

ERBORISTICO



Natura, famiglia e territorio: l'azienda senza tempo

di **Elio Defrani**

Da sempre a Novi Ligure e dintorni il nome Peruzzo è sinonimo di erboristeria. La definizione - per un'azienda che vanta punti vendita sparsi su buona parte del territorio nazionale e che ha un importante canale di vendita online - in realtà è riduttiva. Ma tre cose dai tempi del fondatore Iginio Peruzzo non sono mai cambiate: la gestione familiare dell'azienda, l'amore per la natura e per i suoi frutti, il rapporto con il territorio.

Con settant'anni di storia alle spalle, Erbaflor Peruzzo può a buon diritto essere considerata un'azienda storica del territorio alessandrino. Ma se i prodotti realizzati dall'opificio erboristico di Basaluzzo oggi sono sugli scaffali di molti flagship store è stato grazie a una intuizione di **Irene Peruzzo**, che oggi gestisce Erbaflor con i genitori Rosanna

Arecco e Sebastiano. Nel 2014 infatti è stata avviata una catena di franchising che si è rapidamente espansa, arrivando anche in Estremo Oriente. Lo sviluppo è passato anche tramite uno shop online, completamente tradotto in inglese: una ulteriore dimostrazione della volontà per questa storica azienda di confrontarsi con il mercato globale.

Iginio Peruzzo aveva una sensibilità rara e un particolare legame con la natura. Agricoltore, si guadagnò ben presto la fama di guaritore. La sua fama varò l'Appennino e a Molare, dove abitava, arrivavano richieste di aiuto da tutta

Italia. Le sue medicine erano le piante, di cui conosceva ogni segreto. Nel dopoguerra sistemò vicino a casa un laboratorio per la lavorazione delle erbe. Lì iniziò la storia di Erbaflor Peruzzo. ■



ANNO DI FONDAZIONE

2019

FATTURATO 2019

N.D.

SOCI

2

SETTORE

ALIMENTARE



Bres-Up, la sfida di un prodotto nato poco prima dell'emergenza

di **Benedetta De Paolis**

Dfm è una realtà a livello familiare che lo scorso anno ha lanciato Bres-Up, la bresaola in tasca: la prima barretta a base di salumi che si può tenere fuori frigo, senza conservanti. Una novità assoluta, un prodotto brevettato nato da un grande lavoro di ricerca e sviluppo. L'emergenza sanitaria è arrivata subito dopo il lancio del prodotto e un grande investimento produttivo e promozionale. Bres-Up è stata infatti presentata nel 2019 alla fiera "Rimini Wellness", ma è entrata a tutti gli effetti sul mercato nazionale e online a inizio 2020: un mercato che include principalmente realtà anch'esse chiuse in questi mesi, come centri fitness, negozi e baite.

«Durante l'emergenza non ci siamo arresi: abbiamo pianificato l'atti-

vità, allargandoci a nuovi percorsi e sviluppi di mercato - spiega **Mattia Bavastro** (nella foto), titolare dell'azienda con la sorella Francesca - Siamo pure entrati nella Gdo, tanto che oggi siamo presenti in 15 supermercati in Piemonte, Lombardia e Liguria. Abbiamo inoltre ampliato la gamma e il target: non solo sportivi ma, per esempio, chi cerca uno spuntino veloce. Una soddisfazione è aver acquisito il premio Quality Award, attribuito dai consumatori italiani ai prodotti giudicati di alta qualità. Il colpo è stato comunque duro per noi che eravamo in pieno lancio prodotto: non avevamo neanche raccolto i primi frutti, ma fortunatamente siamo giovani e non ci siamo demoralizzati».

Senza dimenticare una cosa: durante il lockdown, infatti, Dfm si è adoperata nel sociale, donando barrette agli ospedali di Milano, Genova e Novi Ligure. ■



«L'export resiste, ma pensiamo anche al mercato interno»

di Irene Navaro

Il lavoro in vigna non si è mai fermato, neppure nei mesi di chiusura totale. A risentirne, però, è stato il mercato del vino, penalizzato dalla chiusura di bar e ristoranti. «Ora siamo ripartiti - dice il presidente del Consorzio che riunisce i produttori del bianco piemontese Gavi Docg **Roberto Ghio**, nella foto - Tuttavia la situazione pandemica in Italia e nel mondo non è risolta, e non lo sarà ancora per diversi mesi, obbligandoci a tenere in considerazione possibili chiusure e arresti del mercato. Non solo: la limitata mobilità di questi mesi, con meno viaggi all'estero e meno possibilità di confronto con distributori e importatori perché sono mancati i tradizionali momenti di incontro come fiere ed eventi, è possibile che abbia conseguenze per il settore esportazione soprattutto dei produttori più piccoli». Consapevoli che occorre guardare con ottimismo al futuro, al Consorzio si sono messe in campo una serie di azioni per stare a fianco delle 180 aziende associate, promuovendo, tra le altre cose, corsi di aggiornamento orientati all'enoturismo e alla cultura dell'ospitalità. «Abbiamo avuto riscontri positivi e un generale consenso da parte dei nostri produttori, che hanno colto il vantaggio di approfon-

dire le disposizioni ministeriali in materia di enoturismo [attraverso i webinar che abbiamo organizzato a giugno] e l'opportunità di sapersi esprimere meglio a livello di comunicazione verso clienti e potenziali tali. "Happy Gavi Estate 2020", l'evento diffuso che ha coinvolto i borghi, i ristoranti e le cantine del Gavi ad agosto e settembre, è stato non a caso un successo, dimostrando che c'è la volontà da parte di tutto il territorio di agire in modo sinergico per diventare finalmente una destinazione turistica a tutti gli effetti, in grado di offrire vino, cibo e cultura come solo i grandi territori enologici italiani sanno fare». Per un mercato che guarda prevalentemente all'export («quasi l'85% della nostra produzione è assorbita da Germania, Inghilterra, Stati Uniti e Russia», dice Ghio), «è fondamentale per il Gavi promuoversi sul mercato interno, puntando, come stiamo facendo da diversi anni, sulle grandi città italiane attraverso i city tour "Tutto il Gavi a Milano, Genova, Torino" e impegnandoci nella valorizzazione enoturistica del territorio, invitando i winelovers a scoprire - in tutta sicurezza - questo angolo di Piemonte suggestivo e bellissimo, ma ancora poco conosciuto». ■

ANNO DI FONDAZIONE

1993

FATTURATO 2019

50 MILIONI DI EURO

PERSONE IN FILIERA

5000

SETTORE

AGRICOLTURA



«Guardiamo al futuro partendo dal territorio»

di Benedetta De Paolis

Guardare lontano rimanendo fortemente legati al territorio. Questo è Birra Pasturana, birrifico artigianale talmente radicato nel suo paese da portarne il nome. Alla guida **Cristiano Laguzzi, Pierluigi Meloncelli, Simone Sparaggio e Stefano Becchi** (nella foto), appassionati di birra di qualità e desiderosi di ritrovare la tradizione del passato, quando i paesi possedevano realtà a filiera corta. L'emergenza sanitaria è arrivata a un anno dai festeggiamenti per il primo decennale: la prima cotta risale infatti al 14 maggio 2009, con la Filo d'Arianna, ancora oggi "cavallo di battaglia". Negli anni la produzione è poi aumentata, con referenze spesso originali. Durante la pausa forzata i soci hanno deciso così di guardare al futuro: il primo passo è stato il miglioramento di aspetti tecnici e tecnologici dell'impianto, progettato autonomamente per una lavorazione annua di circa 400



ettolitri. L'intervento ha interessato il processo produttivo, l'igiene e il sistema refrigerante; è stata inoltre fatta una serie di perfezionamenti volti a ottimizzare l'intera catena. Il secondo passo è stato invece pensare a nuovi prodotti da lanciare a emergenza finita, come la San Bovo Imperial Saison, nata come altre birre, dalla collaborazione con realtà del territorio, in questo caso con l'homebrewer Andrea Randi e la sua associazione "San Bovo" di Pozzolo Formigaro. La birra è ispirata all'archeologia industriale del secondo dopoguerra: all'epoca, non a caso, San Bovo era un importante scalo ferroviario. ■

ANNO DI FONDAZIONE

2008

FATTURATO 2019

100 MILA EURO

SOCI

4

SETTORE

ARTIGIANATO



ANNO DI FONDAZIONE

1980

FATTURATO 2019

42,5 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

21

SETTORE

PRODOTTI SIDERURGICI



Punto di riferimento nel settore della banda stagnata e cromata

di **Benedetta De Paolis**

International Tin Plate nasce nel 1980 come ufficio commerciale grazie alla grande esperienza in campo siderurgico di **Bruno Pedemonte** (nella foto). Oggi è leader nel settore e si occupa di produzione, conto vendita e conto lavorazione su forniture di banda stagnata (Bse) e banda cromata (Tfs). Il fondatore è mancato lo scorso anno e oggi Itp è guidata dalle figlie **Antonella** e **Barbara** (nella foto) e dalla moglie Orietta Canneva.

«Il 2019 è stato un anno difficile: la perdita di mio papà, l'alluvione a ottobre e le dinamiche internazionali dei dazi - spiega Antonella - ma si è comunque concluso con un consuntivo in crescita».

E nel 2020 l'emergenza sanitaria... «Febbraio, marzo e aprile sono mesi intensi, in cui prepariamo la banda stagnata (latta) in fogli a misura per le scatole di alimenti come

pomodori, carne e legumi. Seguendo le indicazioni del Governo, condite con il buon senso del padre di famiglia, madri nel nostro caso, abbiamo soddisfatto i clienti della filiera alimentare e limitato la presenza in azienda: personale e titolari divisi in due gruppi alternati, agevolazione dello smart working, niente cassa integrazione. A oggi lavoriamo regolarmente con mascherine e igienizzanti dove necessario e intensificando le sanificazioni degli spazi comuni. Ringraziamo il personale, che non si è mai sottratto al dovere e ha garantito la presenza nonostante la paura che tutti avevamo».

Aspettative future? «Auspiamo la ripresa di un settore ancora fermo: la ripartenza del general line, dell'aerosol che stenta ad arrivare. Ci auguriamo mesi di duro lavoro». ■



ANNO DI FONDAZIONE

1980

FATTURATO 2019

CIRCA 15 MILIONI COME PRISMA IMPIANTI, CIRCA 20 MILIONI COME GRUPPO

DIPENDENTI

76 IN ITALIA, 103 IN TOTALE

SETTORE

AUTOMAZIONE INDUSTRIALE



Cyber security nell'automazione per sostenere l'industria

di **Daniela Terragni**

Il Covid-19 non fermerà l'industria 4.0, perché per sbloccare l'economia servono più efficienza e sicurezza anche nell'automazione. Nella sede della Prisma Impianti Spa di Basaluzzo, dal 1978 si realizzano sistemi per il controllo del processo produttivo e dell'efficienza energetica con funzionalità avanzate di sicurezza e analisi dei dati.

L'azienda opera in vari settori: metallurgia, chimica, automotive, oil & gas, trasporto di massa, nuovi progetti per il settore alimentare. È presente in tutto il mondo e controlla al 100 per cento due realtà distinte: Prisma Integration Corp negli Usa (Girard, Ohio), acquisita nel 2018, e Prisma Andes in Perù, creata nel 2019.

«La pandemia ha bloccato progetti internazionali importanti, in compenso stiamo recuperando quote di mercato in Italia ed Europa», fa il punto l'amministratore unico **Manuel Alfonso**, che si orienta verso la cyber security e progetti di ricerca

come Magus. «È il sistema che in tempo reale traduce i dati di produzione in informazioni utili ad individuare anomalie meccaniche prima che si verifichi il guasto. Ed è perciò in grado di proteggere le linee pure da attacchi informatici».

La diversificazione aiuta

Ci vorrebbe un Magus contro il coronavirus. «La pandemia è un grande acceleratore di eventi e tendenze, che erano già nell'aria - conclude Alfonso, past president del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Alessandria - Sinceramente non vedo possibilità di ripresa rapida senza vaccino.

Ci potranno essere dati trimestrali più favorevoli, ma non significa tornare ai livelli precedenti. Ma il tessuto economico alessandrino, essendo diversificato, sta già dimostrando di essere in condizioni di vantaggio». ■



TORTONA

La logistica,
una certezza
che non riguarda
solo il Tortonese

di Roberto Gilardengo

Tortona non può fare a meno delle industrie, fanno parte della sua storia e i numeri del passato dicono che aveva assorbito abbastanza bene la crisi pre-covid, anche se il terremoto della M&G è stato difficile da metabolizzare, con il suo smembramento che ha preso origine da una tragedia, il suicidio di Guido Ghisolfi. Resta, solidissimo, il gruppo Gavio. Forte e inserito nella realtà urbana al punto da sostenere il mega-progetto di una cittadella dello sport, con il grande palazzetto per la squadra di basket. La Graziano, da anni di proprietà tedesca, non se la passa per nulla male.

Il quadro economico del centro zona e del suo territorio sono naturalmente condizionati dall'attuale congiuntura, che crea incertezza nel mondo delle imprese e non soltanto a quelle dell'industria, ma anche a quelle agricole – che pure, sotto la voce enogastronomia, hanno retto al recente, difficile momento – e al settore terziario.

In generale, comunque, qui il tessuto industriale era cambiato da tempo. Adesso la logistica è la scommessa sul futuro, anche se il Parco scientifico e tecnologico di Rivalta, al momento, è un posto dove si affittano capannoni. Per un ulteriore sviluppo di quest'area, sarà importante capire come e se effettivamente procederà il progetto di rilancio dello scalo ferroviario di Alessandria, che non ne è di certo antitetico: «Sarà fondamentale il coinvolgimento di Tortona con il sistema dell'area di Rivalta Scrivia che non è antagonista con Alessandria come interporto, ma anzi rappresenta un valore aggiunto sul piano dell'integrazione dei servizi», sottolineava in estate il presidente di Slala Cesare Rossini.

Del resto, a Rivalta «la situazione ferroviaria è diversa ma i due centri – era la considerazione di Nicola Bassi, responsabile nuovi sviluppi di Uirnet – non si dovranno intralciare. Al traffico di Rivalta Scrivia se ne aggiungerà un altro, perché l'hub alessandrino lavorerà anche con Savona Vado».

Queste le parole che arrivano dalla politica e più che altro dal capoluogo provinciale. La verità dei fatti racconta che esiste da una parte un distretto, quello della Valle Scrivia, distribuito su un'area di un milione e mezzo di metri quadri, su cui si investe da decenni e che da cinque anni ha avuto una grande crescita. Oltre a Rivalta, comprende anche Pozzolo Formigaro e dunque una parte del Novese. Insomma, una situazione definita e processi industriali già pronti. Dall'altra, c'è il progetto finanziato sullo smistamento di Alessandria che dovrà poi fare i conti con la sua eventuale sostenibilità economica. Dalla parte di Tortona ci sono anche i numeri del presente: esempio, 55mila operazioni doganali nel 2019 che danno l'idea di una realtà consolidata e in fase di rilancio. Per arrivare a qualcosa di simile, Alessandria dovrà aspettare una decina di anni.

Dunque, in un momento di estrema incertezza, qualcosa di sicuro esiste, cioè il fatto che a Rivalta è tutto pronto per far sì che questo polo possa esplodere. Il problema è, anche in questo caso, economico, legato all'incremento dei costi. La seconda incognita è quella relativa a un altro incremento, quello del trasporto su gomma che necessita di collegamenti autostradali con la Liguria diversi dagli attuali. E questo, ovviamente, è un altro problema. ■



Roquette è un leader globale negli ingredienti di origine vegetale, un pioniere delle proteine vegetali e un fornitore leader di eccipienti farmaceutici. In collaborazione con i suoi clienti e partner, il gruppo affronta le sfide attuali e future della società liberando il potenziale della natura per offrire i migliori ingredienti per i mercati alimentare, nutrizione e salute.

Questi ingredienti rispondono a esigenze uniche ed essenziali, consentono stili di vita più sani e sono componenti fondamentali dei medicinali salvavita.

Grazie ad un costante impegno per l'innovazione e una visione a lungo termine, il gruppo è impegnato a migliorare il benessere di milioni di persone in tutto il mondo, occupandosi nel contempo delle risorse e dei territori.

Ciò in cui crediamo

La Natura detiene la risposta per fornire alla popolazione l'alimentazione, la nutrizione e la salute di cui ha bisogno, secondo lo stile di vita che ha scelto, l'età, il luogo in cui vive e le attività che pratica.

I nostri valori

AUTENTICITÀ
ECCELLENZA
BENESSERE
LUNGIMIRANZA



Alimentazione
e Nutrizione



Farmaceutico



Cosmetico



Industrie



Nutrizione
Animale

La vicinanza di un Gruppo mondiale

Una rete commerciale
in oltre 100 paesi

Le nostre materie prime



patate



granoturco



grano



pisello



cellulosa

Innovazione

300

collaboratori
dedicati a R&D

86

anni di esperienza

40

brevetti l'anno

10%

del profitto reinvestito in
R&D e progetti innovativi





Gavio è più forte della pandemia: avanti con l'internazionalizzazione

di **Roberto Gilardengo**

Gavio, Tortona e il mondo. Storia di un colosso che nasce all'inizio del Novecento, quando il fondatore Marcello Gavio inizia a trasportare con carri trainati da cavalli cereali e prodotti agricoli. Ora, nel terzo millennio, il gruppo è più forte della pandemia e reagisce con un volume di affari che conferma la capacità di proseguire nel processo di internazionalizzazione, presentando una situazione patrimoniale in netto miglioramento. Lo certifica la relazione finanziaria di Astm, illustrata a fine estate, che si riferisce al primo semestre dell'anno.

Con Astm, l'attuale patron **Beniamino Gavio** (nella foto) si occupa della gestione di reti autostradali in concessione, progettazione e realizzazione di grandi opere infrastrutturali e tecnologia applicata alla mobilità dei trasporti. Nel settore delle concessioni, il gruppo è il secondo operatore autostradale al mondo con un network di circa 4.600 chilometri di rete in gestione in Italia, Brasile (EcoRodovias) e Regno Unito. In quello della progettazione di grandi opere, Astm opera con Sina, società di ingegneria del gruppo e Itinera. Realizza strade, autostrade, metropolitane, ponti, viadotti, tunnel, ma anche progetti di edilizia civile e industriale come ospedali e aeroporti. Itinera, negli Stati Uniti, agisce attraverso Halmar International, tra le principali società dell'area metropolitana di New York. Poi c'è la tecnologia. In questo settore, grazie a Sinelec, si creano sistemi avanzati di sicurezza, infomobilità ed esazione pedaggi.

I numeri confermano la sostanziale tenuta, anche se l'effetto covid si sente. Breve sintesi: migliora la posizione finanziaria netta (+503,5 milioni di euro), crescono gli investimenti sulla rete autostradale (+23%), dove il traffico dopo il lockdown è stato in forte ripresa. Il volume d'affari è di 860 milioni (nel primo semestre del 2019, 989,2), il margine operativo lordo di 185,5 milioni (contro i 362 dell'analogo periodo

dello scorso anno, flessione principalmente riconducibile al settore autostradale), l'utile netto di 33,7 (75,4 nei primi sei mesi del 2019).

Insomma, si devono fare i conti con la crisi figlia della pandemia, ma il gruppo è riuscito comunque a raggiungere importanti risultati industriali nell'ambito del processo di crescita e diversificazione geografica previsto dal business plan 2017-2021. E dunque si rafforza ai vertici mondiali nel settore delle concessioni autostradali. Nella sostanza, ha sottoscritto un accordo finalizzato al controllo di EcoRodovias; si è aggiudicato l'asta pubblica relativa alla concessione di una quota della concessionaria Sitaf (Società italiana per il traforo autostradale del Frejus), si è prequalificato in importanti progetti negli Usa e in Norvegia.

Nel primo caso si tratta di un business da 1,3 miliardi di dollari per la costruzione e gestione di un tratto autostradale in Georgia e, nel Maryland, per la costruzione di nuove corsie a pedaggio, con relativa gestione per cinquant'anni, di un primo lotto di 60 chilometri della 'Capital Beltway', sistema di collegamento con Washington. Nel secondo, si parla della realizzazione, nel sud del paese, di un tratto autostradale di 10 chilometri che prevede anche un ponte sospeso di 900 metri. Dunque, secondo le previsioni, «la crisi epidemiologica non ha modificato le strategie a medio-lungo termine e gli obiettivi del gruppo, le cui linee guida escono ulteriormente rafforzate». Come la leadership. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1928

FATTURATO 2019

2,1 MILIARDI DI EURO

DIPENDENTI

8.526

SETTORE

AUTOSTRADE E OPERE
INFRASTRUTTURALI



ANNO DI FONDAZIONE

2011

FATTURATO 2019

17 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

122

SETTORE

RACCOLTA RIFIUTI



La rivoluzione del “porta a porta”. Aspettando anche Novi e Tortona

di **Marco Gotta**

È stato un anno difficile, ma pieno di soddisfazioni, per Gestione Ambiente: il programma prevedeva infatti che i Comuni in partenza nel 2020 con il nuovo sistema di raccolta differenziata fossero Castelnuovo Scrivia, Gavi, Novi Ligure, Spineto Scrivia e Tortona, ma la pandemia ha rallentato i tempi e, soprattutto nei due centri zona, le operazioni stanno ancora andando un po' a rilento.

Per quest'anno si è così deciso di rimanere ancora legati alla Tari, la vecchia tariffa per i rifiuti, in attesa nel 2021, dopo l'introduzione del nuovo sistema di raccolta differenziata che Gestione Ambiente sta attuando in queste settimane, del passaggio alla Tarip, ovvero la tariffa “puntuale”, calcolata in base al reale

consumo degli utenti. In attesa di poter avere i dati pure per Novi Ligure e Tortona, le previsioni sono ottimistiche: i Comuni avviati con il nuovo servizio di raccolta differenziata 'porta a porta' tra la fine del 2019 e l'inizio del 2020, prima del lockdown, hanno quasi tutti già superato ampiamente l'obiettivo imposto dalla Legge Regionale 1/2018: arrivare, entro il 2020, al 65% di differenziata.

Si tratta di un risultato eccellente, centrato grazie alla sinergia tra i cittadini, le amministrazioni pubbliche e l'azienda di raccolta, con punte dell'89% a Carrosio e dell'82% a Viguzzolo. In tal modo si garantisce una vita più lunga alle discariche attualmente esistenti, scongiurando il rischio di un aggravio dei costi. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1985

FATTURATO 2019

24 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

100

SETTORE

TUBETTI IN PLASTICA



Entro i prossimi cinque anni solo prodotti in plastica “verde”

di **Marco Gotta**

La sede di Tortona dell'Albèa è una delle tante sparse per l'Europa di un gruppo che produce le confezioni e gli oggetti che si usano ogni giorno: dai tubetti ai rossetti passando per i mascara, fino agli applicatori o ai kit da viaggio e molto altro ancora.

I clienti spaziano da marche prestigiose e dinamiche a piccole realtà indipendenti distribuite in tutto il mondo: il gruppo fattura oltre 1,5 miliardi di dollari annui grazie a 15mila dipendenti e a quaranta siti di produzione sparsi in diciassette Paesi che comprendono ogni continente.

La sede di Tortona, in particolare, è il centro di eccellenza nel Sud Europa per la produzione di tubetti destinati al mercato della cosmesi e della cura personale. E ci sono soluzioni

per ogni tipo di cliente: da quelli che si sono appena affacciati al mercato e vogliono crescere a quelli che stanno cercando soluzioni di packaging di classe o vogliono dare una svolta decisa al look dei loro prodotti.

Albèa opera particolarmente con chi sa dare il giusto valore alle innovazioni, alla responsabilità sociale, alla presenza locale e alla possibilità di raggiungere mercati globali, con la disponibilità a lavorare su una collaborazione che aiuti i partner a crescere. Il tutto, cercando di realizzare prodotti funzionali e sostenibili nel rispetto dell'ambiente, per raggiungere nel 2025 il traguardo di avere all'interno del proprio catalogo solamente prodotti in plastica riciclabile, riutilizzabile o compostabile. ■



Tecnica e qualità contro la crisi: la plastica prende tutte le forme

di **Benedetta De Paolis**

La commistione fra la gestione familiare che le ha dato le origini a metà degli anni Settanta e la grande specializzazione dell'azienda nella creazione di particolari tecnici di qualità ha permesso anche quest'anno alla Mopla di affrontare e vincere la sfida di soddisfare al meglio i propri clienti. Merito dell'attenzione particolare di una struttura in grado di seguire il cliente fin dalle prime fasi di progettazione, realizzate grazie ad un software proprietario che controlla le diciannove presse dello stabilimento monitorando tutte le fasi del processo di stampaggio.

Ciò si è reso necessario al fine di ottimizzare il prodotto e prevenire e risolvere i problemi nel più breve tempo possibile: la costruzione degli stampi così progettati è attualmente realizzata all'interno della struttura e in più la Mopla si



avvale della collaborazione di altre tre unità ad esse collegate e che lavorano su un loro progetto per meglio supportare i clienti durante i picchi di lavoro.

Oltre allo stampaggio, la Mopla si occupa anche di sovrastampa a caldo, naturale conseguenza della pluriennale esperienza maturata nello stampaggio

di particolari per i misuratori di fluidi per cercare di offrire al cliente un servizio sempre più completo.

Inoltre, la Mopla possiede anche gli impianti specifici per il trattamento della materia prima, il recupero e il dosaggio del rigranulato ed ha da sempre utilizzato internamente procedure di sistemi qualità certificati dalla qualifica ISOTS 16949 per il settore automotive. ■

ANNO DI FONDAZIONE

1975

FATTURATO 2019

9 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

54

SETTORE

STAMPAGGIO AD INIEZIONE DI MATERIE PLASTICHE



Un tubetto ma anche mille idee. Leader dalla cosmesi alla farmacia

di **Daniela Terragni**

La partecipazione alla fiera Pcd di Parigi a fine gennaio è stata un successo, poi la pandemia ha bloccato le occasioni di incontro ma non la produzione della Global Tube che, forte di una esperienza più che ventennale negli imballaggi plastici, non ha avuto problemi a continuare il proprio lavoro.

La produzione di tubetti per la cosmesi, ma soprattutto per il settore farmaceutico, è infatti decollata durante il lockdown e l'azienda ha potuto sfruttare al meglio la posizione strategica

acquisita sul mercato italiano ed europeo per incrementare la produzione totale annua, già intorno agli 80 milioni di pezzi. I punti di forza



sono la varietà di prodotti - vengono creati in Global Tube tubetti da 19 a 60 di diametro, con capacità da 5ml a 400ml - e le molteplici tecnologie di stampa e corredi di diverse capsule a seconda del tipo di progetto e di utilizzo: insieme alla nuova linea di tubi "sostenibili", che vanno da quelli prodotti con solo materiale biobased di origine vegetale (Braskem) o riciclabili nella normale filiera di smaltimento del Pe con una netta riduzione delle emissioni di Co2, ci sono infatti quelli realizzati con materiale selezionato

da post consumo (che contribuiscono a ridurre la quantità di nuova plastica immessa nell'ambiente) e quelli in Pe biodegradabili con l'aggiunta, in fase di estrusione, di un componente simile ad un master match in percentuale fissa e minima, che permette la biodegradabilità della resina componente il packaging. ■

ANNO DI FONDAZIONE

1998

FATTURATO 2019

16 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

100

SETTORE

IMBALLAGGI PLASTICI





Signature

CAFFÈ MIKE

TORREFAZIONE ALESSANDRIA ITALY SINCE 1959



Partecipanti ad uno dei corsi di caffetteria con il presidente della Società

TORREFAZIONE MIKE CASTAGNOTTO MARIO S.p.A.

Il mantenimento delle tradizioni per un futuro oltreoceano

Un'azienda affermata nel settore delle torrefazioni, capace di sfruttare appieno tutte le migliori tecnologie per essere sempre all'avanguardia e capace di far valere quel patrimonio di amore e di passione, che rappresenta il vero fattore in grado di fare la differenza.

Quella della Torrefazione Mike è una storia lunga e ricca di momenti importanti, cominciata 61 anni fa, quando Mario Castagnotto decise di dedicare la propria vita al caffè, una scelta intrapresa e condivisa con la consorte e successivamente con i figli, che oggi continuano con successo l'attività imprenditoriale lasciata dal fondatore.

Un percorso così significativo, che ha portato Torrefazione Mike ad assumere un ruolo sempre più importante, iniziato localmente e poi oltre i confini nazionali.

IL PUNTO DI SVOLTA

Consapevoli che un'attività si afferma quando è in grado di produrre beni che incontrano il favore delle persone, Torrefazione Mike ha il suo punto di forza nel realizzare miscele uniche che soddisfano anche i palati più esigenti.

Qualità e costanza sono le caratteristiche che distinguono i suoi caffè che riescono ad assecondare i gusti dei consumatori ad ogni latitudine, portando fieramente la cultura dell'espresso italiano nel mondo.

Vanta infatti clienti in tutta Italia ed esporta in 27 paesi compresi due importanti concessionari storici a Perth in Australia e a Toronto in Canada. Dal 2020 Torrefazione Mike sarà gustato anche in Cina, infatti un importante cliente è stato acquisito nella regione dello Zhejiang.

GRANDI TRAGUARDI

In un mercato standardizzato e globale la Torrefazione Mike riesce a fare la differenza con prodotti che si avvalgono di un processo produttivo che vede l'utilizzo di caffè pregiati acquistati direttamente dai paesi di origine, impianti di tostatura tecnologicamente avanzati, materiali d'imballaggio di qualità e un servizio di customer care che ac-

compagna il prodotto sino al cliente finale in tutte le zone di distribuzione.

A tutela del consumatore l'azienda ha implementato ed ottenuto la certificazione ISO 22000, sistema di gestione sulla sicurezza alimentare. Nell'ottica di un continuo efficientamento aziendale, quest'anno è stato richiesto all'Agenzia delle Dogane lo status di Operatore Economico Autorizzato – AEO-. Tale qualifica permetterà di avere accesso a benefici e vantaggi per le operazioni doganali.

Una scelta vincente è stata fatta nel 2014 quando la famiglia Castagnotto ha deciso di aprire al pubblico le porte dello stabilimento nella sede storica di Via Giordano Bruno per condividere tutti i passaggi dall'arrivo del caffè verde, contenuto nei sacchi di juta, sino agli assaggi delle varie miscele passando per la zona di tostatura, dove si viene inebriati dal profumo dei chicchi torrefatti e la zona di confezionamento e stoccaggio.

Un'esperienza che ha permesso e che permetterà di conoscere da vicino un mondo affascinante e l'opportunità di un arricchimento culturale e di consapevolezza verso un prodotto le cui origini meritano di essere conosciute profondamente per apprezzare meglio una delle bevande più consumata al mondo.



Particolare dell'estrazione di un espresso Mike



Magazzino di stoccaggio del caffè verde

"La piacevolezza"

è uno degli aggettivi più ricorrenti utilizzati dai consumatori per descrivere il **Caffè Mike** e questo riconoscimento sintetizza i traguardi ottenuti e mantenuti nel tempo. Nell'opera di Riccardo Guasco si rappresenta l'icona del 60° anniversario di **Caffè Mike**.



www.caffemike.it



ANNO DI FONDAZIONE

1999

FATTURATO 2019

-

DIPENDENTI

-

SETTORE

VITIVINICULTURA



Il gioiello Timorasso e i danni del lockdown: ecco come ripartire

di **Marco Gotta**

Si era aperto nel migliore dei modi l'anno per il Consorzio: l'evento "Derthona 2.0-Timorasso: un vitigno, un vino, un territorio", seppur organizzato in poco tempo, aveva portato al museo Orsi di Tortona gli appassionati di vino di tutto il nord Italia e oltre, ribadendo la grande passione che anima un gruppo di vignaioli nella promozione di un vitigno quasi dimenticato e collegandolo strettamente al loro contesto geografico tanto quanto alla storia e alla cultura del Tortonese.

Quel "2.0" nel titolo poteva ingannare, ma non vuole indicare una innovazione nei mezzi o nei metodi, quanto nella comunicazione. Per questo, già dalla prima giornata, Gian Paolo Repetto, presidente del Consorzio, e Walter Massa, storico produttore e protagonista indiscusso della rinascita del Timorasso, con l'aiuto del docente di marketing Kurt Hilgemberg, dell'agronomo Davide Ferrarese e del giornalista Gianni Fabrizio del Gambero Rosso hanno cercato di esporre le particolari caratteristiche di questo vitigno e le ultime novità sulla denominazione.

I numeri

La continua espansione di vigneti dedicati al particolare tipo di uva ha portato dal mezzo ettaro recuperato nel 1987 da Walter Massa a già una trentina di aziende che a fine anni 2000 vinificavano su oltre 25 ettari, per arrivare ai numeri attuali che parlano di 175 ettari di vigneti divisi fra 132 produttori.

Il disciplinare

Inevitabile che, nella ricerca della qualità più che della quantità che da sempre ha animato il consorzio, si arrivasse alla necessità di creare una sottozona Derthona all'interno del territorio Doc dei Colli Tortonesi: in questo modo si è creata un'area riservata esclusivamente al Timorasso con rigide norme e una quota minima per Comune, così come indicazioni sulla commercializzazione del prodotto non prima del settembre successivo all'anno della vendemmia o, per la riserva, dell'1 marzo del terzo anno successivo alla vendemmia e sul peso della bottiglia al vuoto, che non deve superare i 600 grammi. Poco più di un mese dopo, la cappa del Covid è calata sull'intero Paese, tanto che già solo nel bimestre marzo-aprile il superconsorzio Piemonte Land stimava un danno fra i 160 e i 200 milioni di euro, dovuto alla chiusura dei mercati nazionali ed esteri, alla contrazione violenta dei consumi e alla cancellazione di molti ordinativi, con una forbice che andava dal -20% della Gdo al -70% registrato da molti piccoli produttori, legati soprattutto alla ristorazione.

Per ricominciare

Si è fatto molto in termini di promozione per cercare di riavvicinare il pubblico, come consentire a enoturisti e appassionati di prendere parte alla vendemmia gomito a gomito con i viticoltori, vivendone da vicino l'atmosfera e la magia e trasferendosi poi in cantina, dove si è potuto effettuare visite e degustazioni.

Il territorio tortonese ha sempre avuto una forte connotazione vitivinicola: la ripresa economica dalla crisi del coronavirus passa obbligatoriamente anche per la rinascita del comparto. ■



Una realtà multinazionale con il marchio di famiglia

di **Marco Gotta**

In principio erano le caramelle: l'origine delle industrie Huhtamaki è nella intuizione che porta il giovane figlio del fornaio di Kokkola Heikki Huhtamäki a fondare le industrie omonime nel 1920, facendole diventare in breve tempo una delle maggiori aziende produttrici di caramelle della Finlandia.

Quaranta anni dopo, a Tortona, sfruttando la posizione molto favorevole al centro del triangolo industriale fra Milano, Torino e Genova, un imprenditore locale fonda la Isea, che dopo una serie di passaggi di proprietà e di cambi di nome

nel 1999 - con la fusione fra la Huhtamaki e la Van Leer che ne era entrata in possesso - entra a far parte delle realtà controllate dal gruppo finlandese.

A dieci anni dall'acquisizione, lo stabilimento tortonese diventerà un'entità autonoma con il nome di Huhtamaki Flexibles Italy e collocato all'interno dell'organigramma della divisione europea della casa madre.

Venendo spesso citata come una delle cinque che, all'interno della provincia di Alessandria, producono il 75% del fatturato della plasturgia locale, la ditta di Carbonara Scrivia spicca per le iniziative volte al rispetto dell'ambiente come la creazione di una struttura per il recupero dei solventi utilizzati durante la produzione e per l'ambiente interno, rimasto nonostante tutti i passaggi di proprietà e la necessità di inserirsi in una struttura più grande, ancora tipico di una gestione familiare, con l'attenzione al cliente come primo obiettivo. ■



ANNO DI FONDAZIONE

2009

FATTURATO 2019

72 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

160

SETTORE

IMBALLAGGI



COMMET TORTONA

Dai "macisti" dei cantieri edili alla formazione degli operatori

di **Marco Gotta**

Un'eccellenza nel campo dell'edilizia ma non solo: questa la definizione più semplice per spiegare come negli oltre quaranta anni di attività il gruppo Commet abbia diversificato i propri interessi. L'attività principale rimane la vendita o il noleggio di macchinari per la movimentazione terra come miniescavatori, minipale e pale gommate e cingolate, terne, sollevatori telescopici, rulli compattatori da 15 o 30 quintali, motocarriole cingolate, benne miscelatrici e frese per l'asfalto o di

attrezzature per l'edilizia come betoniere, mescolatrici, elevatori, segatrici, tagliafango, compattatori, intonacatrici, pompe per calcestruzzo, lavasciugapavimenti, aspirapolveri, idropultrici, generatori di aria calda o di corrente, scale, trabatelli, parapetti provvisori e ponteggi assieme agli accessori come segnaletica, monoblocchi e servizi chimici o in lamiera. Ad essa si affianca anche una incessante attività di formazione professionale per le figure richieste nell'edilizia come gli operatori di gru per autocarro o di gru a torre, di escavatori idraulici, caricatori frontali e terne e di piattaforme di lavoro elevabili con o senza stabilizzatore, carrellisti e formazioni generiche con diversi livelli di specifica rischio.

Da un paio d'anni è stato anche rinnovato lo showroom di Spazio Casa che presenta soluzioni di arredamento e progettazione così come la posa in opera di serramenti esterni, porte interne e tagliafuoco, portoncini blindati, finestre da tetto, basculanti, scale, controtelai per porte scorrevoli e pavimenti in legno e laminato. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1979

FATTURATO 2019

2,5 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

70

SETTORE

MACCHINARI PER ESTRAZIONE





DOTT. GIANPAOLO PIANA

Consulente Finanziario e Previdenziale

Piazzetta Stura, 5 · OVADA
Via Marengo, 16 · ALESSANDRIA

Tel/Fax 0143 80149
Cell. 333 6712602

gianpaolo.piana@dbfinancialadvisors.it
www.gianpaolopiana.it



OVADA

**Numeri
in costante
decrecita:
un futuro
incerto**

di Edoardo Schettino

Difficile capire, in attesa di rilevazioni puntuali, quali danni abbia creato sul tessuto economico ovadese la primavera scorsa. Quel che è certo, lo rivelano i dati messi a disposizione dalla Camera di Commercio, gli effetti del lockdown hanno inciso su un territorio già fortemente fiaccato dall'andamento degli ultimi anni.

Scenario negativo

Nel 2014 le imprese registrate a Ovada erano 1.327 per un totale di 2.827 addetti. Cinque anni dopo il totale è sceso a 1.275 con 2.300 addetti. Il settore che ha perso maggiormente è l'agricoltura con il 10,8%. A seguire, le costruzioni (7,4%), la manifattura (5,5%), il commercio (4%). Numeri che, secondo gli esperti, sono in qualche modo fisiologici. Proprio nell'agricoltura si è registrato un gran numero di accorpamenti tra piccole realtà. Situazione simile in tutto l'Ovadese. Cinque anni fa le aziende registrate erano 2.974 per un totale di 4.785 addetti. Lo scorso anno eravamo calati a 2.827 con 4.480 addetti. Oltre i numeri le storie di tante aziende: tra queste la conclusione, almeno formale, di agglomerati di proporzioni più ampie come la Sapsa Bedding di Silvano d'Orba. Nel complesso le imprese dell'Ovadese registrano un calo del 4,9% e una diminuzione di addetti del 6,4%.

Realtà complessa

L'Ovadese registra il calo maggiore rispetto al dato di tutta la provincia (4,4%) e del solo centro zona (3,9%): perde infatti il 17,6% degli addetti totali, mentre la città si ferma al 6,4%. Un ruolo importante nel fenomeno

ce l'ha la composizione di una popolazione generalmente di età avanzata. Così come la relativa difficoltà dell'intero territorio ad attrarre dall'esterno nuovi insediamenti.

Radici del passato

Nel 2011 le imprese registrate erano 2.940: una realtà alla quale è impossibile guardare senza conoscere il pregresso. La collocazione del territorio, all'interno del triangolo industriale tra Genova, Torino e Milano ma in area tutto sommato marginale, ha generato esternalità negative. Dal 1951 al 1981 l'Ovadese vide scendere di circa 4mila unità i propri abitanti e di riflesso si assistette pure a un deciso invecchiamento della popolazione.

D'altro canto la conformazione del territorio, tante colline pochi spazi, non rese possibile lo sviluppo di fenomeni, osservati altrove, di trasferimento di realtà produttive dal Genovese. A Ovada lo sviluppo del comparto industriale è passato dall'ambito meccanico: piccole botteghe artigiane diventarono col tempo imprese medie. Il successivo frazionamento creò un indotto che fece della città il settimo centro industrializzato della provincia di Alessandria.

Ormig, Vezzani, Elettromeccanica Bovone, Mecof sono state tra i principali motori dello sviluppo ovadese. Oggi la gran parte delle realtà di dimensioni più importanti è situata nelle due aree, di piccole dimensioni, della Caraffa (tra Silvano e Tagliolo) e della Coinova (verso Molare); il resto è formato dalla galassia di micro-imprese spesso difficile da valutare con gli strumenti di monitoraggio abituali. ■



ANNO DI FONDAZIONE
2004

FATTURATO 2019
-

DIPENDENTI
-

SETTORE
INVESTIMENTI



«Gestire attentamente il denaro è sempre più importante»

di **Edoardo Schettino**

«Oggi avere una gestione attenta e pianificata del proprio denaro è sempre più importante».

Gian Paolo Piana (nella foto) parla in ragione dell'esperienza maturata grazie a un percorso iniziato sedici anni fa e rafforzatosi dal 2014 con l'inserimento 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 per potenziare la Private Advisory Unit.

Non più semplici promotori finanziari, ma consulenti in grado di gestire i risparmi dei loro clienti, di indirizzarli e, se necessario, fare un po' di educazione finanziaria. «Un aspetto - spiega - che nel nostro Paese è molto trascurato e provoca diffidenze ingiustificate e ritardi».

Settore previdenziale

«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».

Conoscenza tecnica dei mercati e un forte rapporto di fiducia con il cliente sono le condizioni di partenza imprescindibili che permettono di costruire in ogni caso



un percorso adeguato. Un settore, quello della previdenza complementare, in crescita nel periodo più recente, ma pur sempre indietro rispetto ad altri Paesi europei, in particolare del nord.

Risparmio

Un settore molto complesso, che si sviluppa attraverso una visione e obiettivi di breve e medio termine. Avere alle spalle il supporto della rete di Deutsche Bank Financial Advisors rappresenta una grande opportunità per avere a disposizione non solo i prodotti creati dal gruppo ma soluzioni pensate da prestigiose società di investimento a livello mondiale. Al tempo stesso la capacità di soddisfare tutte le esigenze di finanziamento dai mutui per la casa fino ai prestiti personali.

Lavoro in team

Non sarebbe possibile gestire tutto senza una squadra affiatata alle spalle. «Ne fanno parte cinque elementi, che a loro volta hanno seguito i loro percorsi di crescita e ampliamento delle competenze».

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.

«Ho scelto questo lavoro molto impegnativo - conclude Piana - e mi piace proprio per questo motivo. Curo ogni investimento come se fosse il mio. Al di fuori di quest'ambito, ho diversi interessi. Il primo è lo sport: il mio spirito competitivo viene da lì ed è quello che mi guida anche sul lavoro». ■



Il biscotto della tradizione italiana da Capriata in tutto il mondo

di **Giordano Panaro**

Nello stabilimento Mondelez di Capriata d'Orba viene prodotto un pezzo di tradizione italiana, il biscotto Oro Saiwa che per molti è sinonimo di colazione. Per soddisfare le nuove istanze dei consumatori in quanto a qualità, tracciabilità delle materie prime e benessere ambientale, la classica galletta si è rinnovata, continuando però ad incrociare l'interesse dei consumatori. Attivo dagli anni '80, lo stabilimento in provincia di Alessandria ha subito profondi ampliamenti a partire dagli anni 2000.

Oggi è il primo sito del Gruppo, in Europa, a dotarsi di un impianto di trigenerazione che permette di incrementare l'indipendenza energetica [circa il 73% del fabbisogno elettrico verrà autoprodotta] e di avere un impatto ambientale positivo [1200 tonnellate di Co2 in meno all'anno].

Oltre a garantire alla fabbrica un considerevole risparmio economico per il prossimo decennio, il calore generato dal nuovo impianto non verrà disperso in ambiente, ma interamente recuperato per la produzione di acqua surriscaldata, acqua calda per gli impianti di riscaldamento dello stabilimento, acqua gelida e olio diatermico ad alta temperatura.

Vengono lavorate ogni giorno 120 tonnellate di farina per produrre 120



Silvia Bagliani, ad Italia

tipologie differenti di prodotti e, a partire da febbraio 2019, Oro Saiwa Classico viene prodotto esclusivamente con grano italiano, proveniente da colture nelle province di Alessandria, Asti, Pavia, Torino e Cuneo nel raggio di 75 chilometri dallo stabilimento di Capriata d'Orba.

La fabbrica produce annualmente volumi per 40 kt di prodotti, ha un portafoglio di 120 codici prodotto e realizza un export del 33%, dalla Francia al Giappone. A Capriata vengono impiegate 3 tecnologie di produzione per le diverse tipologie di prodotti e formati: i biscotti, i crackers e gli snacks.

Non solo biscotti 'laminati', dunque, ma anche i frollini, sempre con un occhio di riguardo alla salute e alle materie prime, con biscotti ricchi di cereali, frutta o cioccolato. Per quanto riguarda i crackers, nel sito vedono la luce marchi come Tuc e Premium.

E l'impasto dei crackers ha una lievitazione naturale di ben 23 ore. Infine tutto il mondo degli snacks, che annoverano prodotti come Cipster e Freeky Fries e laminati e cotti al forno come Tuc Crisp e Ritz.

«Lo stabilimento di Capriata è leader per le tematiche di sicurezza all'interno del gruppo Mondelez International in Europa e si propone all'interno dell'azienda come esempio da seguire nell'attuazione di strumenti di accrescimento della cultura della sicurezza che portino al miglioramento continuo - evidenziano in Mondelez - Il sistema di gestione della sicurezza alimentare dello stabilimento è certificato dall'Iso Fssc22000:2011». ■

ANNO DI FONDAZIONE

1985

FATTURATO 2019

CIRCA 900 MILIONI

DIPENDENTI

CIRCA 370

SETTORE

ALIMENTARE DOLCIARIO





ORMIG S.p.A.
PIAZZALE ORMIG - 15076 OVADA (AL) ITALY
TEL. (+39) 0143.80051 r.a. - FAX (+39) 0143.86568
E-mail: mktg@ormigspa.com - sales@ormigspa.com

www.ormig.com

www.pickandcarry.com



[ormigspa](https://www.instagram.com/ormigspa)







ANNO DI FONDAZIONE

2010

FATTURATO 2019

-

SOCI

56 TRA ENTI E PRODUTTORI

SETTORE

VITIVINICOLO



Si parte dal vino per promuovere un territorio che fa sognare

di **Edoardo Schettino**

Dieci anni. Una spinta propulsiva rinnovata che si concretizza in strategie di promozione che vogliono costruire ponti tra i territori. A definire l'orizzonte prossimo venturo dell'Enoteca Regionale di Ovada è la candidatura, presentata di recente, per il riconoscimento di "Città europea del vino" per il 2023. La regia di un'ambizione condivisa da tre città. Casale, Acqui Terme e la stessa Ovada, riunite in un'unica macro area definita "Gran Monferrato". All'interno di questa realtà c'è la visione di un territorio che vuole fare il salto di qualità dal punto di vista turistico sfruttando tre filoni principali: rinascita immobiliare, sport ed enogastronomia.

Lavoro comune

«Abbiamo dato vita all'ultima riorganizzazione proprio per dare più forza alla mission con la quale il nostro ente è nato». Così **Mario Arosio** definisce l'associazione che presiede. Alle sue spalle un Cda che ha validato le attuali scelte. Gestione diretta dei locali ricavati nelle cantine storiche di Palazzo Delfino, il municipio di Ovada. Spazio alla promozione, non solo del vino rappresentato dai 60 soci, ma dei prodotti agroalimentari d'eccellenza del territorio: frutta e suoi derivati, pasta e pane, insaccati, distillati. Un nucleo portante, un progetto di promozione a 360° che la Regione Piemonte ha deciso di sostenere, per la prima volta, con un finanziamento da 100 mila euro. «Gli "Ori" - ha spiegato Arosio in più occasioni - sono le eccellenze dell'Ovadese. E per noi sono tutte sullo stesso

piano». Il ramo più spiccatamente commerciale dell'associazione è diventata un'occasione per serate a tema, iniziative nate e realizzate in collaborazione con le attività sul territorio.

Anno del Dolcetto

Una strategia più ampia, partita nel 2019 con le manifestazioni create nell'ambito dell'Anno del Dolcetto dichiarato dalla Regione Piemonte. In primo piano con Ovada, finalmente al centro, Dogliani e Diano d'Alba.

Tre territori diversi accomunati dalla prevalenza di un vitigno storico e identitario per la nostra regione, più difficile di altri da coltivare ma generoso con chi lo sa fare e per questo celebrato da grandi esperti di vino. Per dodici mesi il Dolcetto si è messo l'abito buono e si è seduto, con pari dignità, al tavolo dei grandi rossi del Piemonte sicuro di poter recitare la sua parte. Il futuro economico dell'Ovadese passa anche da qui, dal tessuto di piccole aziende agricole nate negli ultimi anni che hanno rinnovato il modo di produrre e restituito al vino ovadese la forza della qualità perduta negli anni precedenti.

Paesaggio e tradizione

Dal vino tutto parte. A ruota arrivano il turismo legato a una natura spontanea e poco toccata dall'uomo e una qualità della vita alta. L'Enoteca punta ad essere portavoce di tutto questo. Lo ha fatto partecipando alle manifestazioni di punta ma anche creando contenuti sul territorio e mettendo a rete ciò che già c'era. "Le storie del vino" a Tagliolo e la "Fiera nazionale del Tartufo" a Trisobbio sono gli esempi più felici di ciò che l'Ovadese può offrire ai visitatori. ■



Più vicini alle famiglie durante e dopo il lockdown

di **Daniela Terragni**

«Il 2020 è stato un anno molto particolare - afferma il direttore generale di Basko Spa, **Giovanni D'Alessandro** [nella foto]- Il nostro vantaggio, rispetto ai competitor, è avere anche sul territorio alessandrino punti vendita che sono diventati veri e propri punti di riferimento per i clienti».

Come quelli di Silvano d'Orba e di via Marengo ad Alessandria: «Durante il lockdown sono stati molto apprezzati per servizio, professionalità e assortimento, in particolare di prodotti freschi e locali - continua il direttore di Basko - Sono stati tra i primi

supermercati a contingentare gli ingressi e a dotarsi dei vari dispositivi di sicurezza anti covid. Il crescente afflusso dei clienti si è mantenuto anche dopo il picco dell'emergenza».

Nel periodo più duro della pandemia, la vicinanza ai cittadini è stata dimostrata con iniziative concrete, dai prezzi ribassati a maggiori sconti per i possessori della carta fedeltà: «Per rinforzare il potere d'acquisto delle famiglie», conferma D'Alessandro.

In questa seconda metà dell'anno, poi, Basko ha ampliato il proprio progetto "100% Latte Ligure", coinvolgendo numerosi allevatori piemontesi nella realizzazione di una ricca linea di prodotti in esclusiva, a base di latticini. «La nuova linea "100% Qualità e Tutela dei Territori punta sulla sostenibilità della filiera produttiva, applicando standard di benessere animale. Continueremo a lavorare per offrire un'offerta commerciale che valorizzi competitività, prodotti locali e freschezza, come da tradizione di Basko». ■



ANNO DI FONDAZIONE

1987

FATTURATO 2019

334 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

1500 IN 61 PUNTI VENDITA

SETTORE

SUPERMERCATI



Le gru ad alimentazione elettrica portano il nome dell'Italia nel mondo

di **Edoardo Schettino**

Un'azienda nata da un'intuizione 70 anni fa, che ha accompagnato la ricostruzione del nostro Paese cercando di anticipare le esigenze dei mercati e di produrre mezzi di alta qualità. Ormig rappresenta una realtà consolidata nel settore del sollevamento, nel quale è diventato un punto di riferimento non solo a livello nazionale.

I prodotti realizzati all'interno degli studi di progettazione e delle officine di regione Carlovini a Ovada vengono infatti esportati in tutto il mondo.

«La produzione attuale - spiega l'amministratore delegato, **Gian Paolo Aschero** - oltre ai mezzi più tradizionali, si è concentrata prevalentemente sulla realizzazione di gru ad alimentazione elettrica utilizzate per spostamenti di carichi negli interni ed in qualunque ambito sia richiesta una portata in semovenza».

Le caratteristiche principali dei mezzi sono le ridotte dimensioni di ingombro, per poter operare negli sta-

bilimenti di nuova generazione, e il peso minimo, per poter trasportare le gru agevolmente su autocarri, in ogni paese del mondo.

Gli innovativi brevetti studiati dall'Ufficio progettazione e realizzati dai tecnici di officina hanno consentito all'azienda di confermare la propria leadership in questo settore di nicchia.

«La maggior parte dei macchinari che compongono le nuove linee di produzione negli stabilimenti più all'avanguardia - prosegue Aschero - sono montati e posizionati dalle gru elettriche Ormig».

Oggi la società condotta dalla famiglia del fondatore, Guido Testore, è presieduta dalla figlia Gemma Testore Aschero. Orizzonte incoraggiante nonostante le difficoltà generate nel 2020 dall'emergenza sanitaria.

«Il mercato si è fermato per un certo periodo, ma ora ci sono i presupposti per cercare di avvicinare i parametri stabiliti per l'anno in corso». ■

ANNO DI FONDAZIONE

1949

FATTURATO 2019

10 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

34

SETTORE

MACCHINE INDUSTRIALI



ANNO DI FONDAZIONE

1976

FATTURATO 2019

15 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

75

SETTORE

CHIMICO - DETERGENTI



«Ora più che mai occorre vivere in un ambiente pulito»

di Luca Piana

«Credo che questa fase abbia aiutato tutte le persone a comprendere quanto sia importante e quanto debba essere considerato prioritario vivere, lavorare e curarsi in un ambiente pulito e disinfettato». Così

Matteo Marino (nella foto), l'ex amministratore delegato che nella primavera del 2019 ha rilevato la carica di presidente del gruppo Kemika da Vincenzo Cama, a proposito di un'annata del tutto particolare che, inevitabilmente, a causa della pandemia, oltre ad avere un peso specifico da un punto di vista economico, sta incidendo anche sulle prospettive future di un gruppo che distribuisce i suoi prodotti con quattro marchi [a quello principale si aggiungono Attiva, Nova e Controlchemi srl] diversi.



E se da un lato, per

il settore dei detersivi e degli strumenti idonei al trattamento delle acque e l'igiene delle piscine si è registrata una battuta d'arresto, dall'altro va riconosciuta l'importante crescita di un fatturato che, dopo la crisi del 2008, quest'anno supererà i 20 milioni di euro.

«Fra aprile e giugno abbiamo avuto un incremento del fatturato del 100% mese su mese - sottolinea Marino - A livello organizzativo è stato aggiunto un turno di lavoro, rispetto all'unico che avevamo in precedenza, e abbiamo anche assunto cinque persone a tempo determinato».

Attualmente sono 75 i dipendenti che operano all'interno dell'azienda che ha sede in via Di Vittorio, nel cuore della "Coinova", la zona industriale posta al confine tra Ovada e Molare. Un sito produttivo che non si è mai fermato, e che pertanto ha ricevuto anche gli apprezzamenti della politica locale. «Per i motivi che ho spiegato prima - conclude Marino - mi aspetto che anche nei prossimi mesi la domanda dei nostri prodotti non cali». ■

ANNO DI FONDAZIONE

1883

FATTURATO 2019

-

DIPENDENTI

-

SETTORE

TRATTORI - SETTORE AGRICOLO



La forza di essere piccoli. E anche al servizio del cliente

di Edoardo Schettino

La meccanica applicata al lavoro agricolo. Non è un caso che Pierre Trattori, un gioiello nel panorama del settore, sia nata e si sia sviluppata nell'Ovadese. Due piedi ben piantati tra le vigne del territorio, nelle quali il bisnonno di Giovanni Polentes, attuale uomo di punta dell'azienda, nel 1883 pensò di dare il verdetto con la prima pompa meccanica realizzata artigianalmente. Niente a che fare con l'attuale realtà.

Veri gioielli

Dagli studi di progettazione e dalle officine di Pierre Trattori escono gioielli della meccanica, il prodotto di un'evoluzione avanzata ad ogni generazione.

Negli anni '50 del secolo scorso la progettazione del sistema di disinnesco automatico della fresa con l'innesto della retromarcia. La svolta nella decade successiva con la macchina sterzante sull'asse

anteriore, ideale per i terreni in pendenza.

«Il vantaggio di essere un'azienda piccola - ribatisce spesso Polentes - è quello di poter seguire l'intero 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».

Macchine pesanti ma leggere

A questo si aggiunge la ricerca portata avanti negli ultimi dieci anni con Locostra e Apt: dalla macchina agricola tradizionale a un piccolo sminatore per la bonifica dei territori di guerra.

L'ultima evoluzione della specie è rappresentata da un trattore in grado di muoversi tra i filari di una vigna con un'agilità mai vista fino a quel momento. Macchine pensate per i mercati di tutto il mondo, dalla Germania all'America del nord. ■



L'azienda cresciuta sulle cementine cento anni di storia e di lavoro

di **Edoardo Schettino**

Foto ingiallite dal tempo di un'azienda inserita in un contesto molto diverso da quello odierno. Poche ditte hanno intersecato la loro parabola a quella della città come la Fratelli Marchelli. Il passato è un vanto che dà corpo a un presente importante. **Riccardo Marchelli**, attuale titolare, ha festeggiato tutto questo tagliando la torta per festeggiare i primi cento anni. «*Ne abbiamo passate tante* – racconta – *tra il boom dell'edilizia degli anni '60 e la crisi degli anni '90. L'importante è non smettere di cercare una via alternativa*». L'azienda significa edilizia a 360°. Un'idea nata nel 1920 con le cementine. All'epoca erano di gran moda: piccole piastrelle colorate, di norma a forma esagonale. Edifici pubblici, come la scuola Damilano di via Fiume, e case private ne hanno sfruttato l'estetica per creare ambienti più gradevoli. A fondare l'azienda fu Paolo Marchelli, uomo pratico e ambizioso. Lavorare per un'azienda non gli bastava, voleva essere padrone del suo destino. E così decise di tentare. Il primo magazzino in corso Martiri della Libertà [all'epoca Regina Margherita], il confine tra la città e la campagna. «*I clienti* – ricorda Marchelli – *arrivavano col carro dai paesi. Prendevano la sabbia, recuperata dal letto di Orba e Stura, mattoni, cemento*». E le piastrelle esagonali. Un successo, tanto da riuscire a sopraelevare il magazzino e costruire un'abitazione. Ma la guerra spazzò via tutto. «*Al termine c'erano difficoltà economiche un po' per tutti*». Paolo vendette tutto, si trasferì nella vicina via Galliera e ripartì. Il destino lo portò via a soli 49 anni.

Sul ponte di comando salirono i figli, Felice e Giuseppe. Impensabile oggi. Avevano 17 e 15 anni. Attorno un'Ovada che nel panorama economico dell'area era pronta a decollare e a ri-



scattarsi da anni di privazioni dovute alle difficoltà e all'incertezza dell'agricoltura e alle conseguenze del conflitto. Anni in cui Fratelli Marchelli fu un'icona dell'economia cittadina e contribuì come Ormig alla ricostruzione. Cementine, ceramiche, granglia. Ancora la sabbia. Negli anni '60 Ovada cambiò volto. Palazzi, case private di costruttori per i quali le cementine dei due fratelli rappresentavano un complemento d'arredo di cui vantarsi. «*Non tutte quelle costruzioni* – riconosce Riccardo – *hanno reso la città più bella*». Era venuto il tempo della terza generazione. Con Riccardo, amante della musica e conosciuto per la sua attività di disk jockey, il fratello Corrado, molto noto per essere uno degli speaker televisivi della Tele Ovada creata negli anni '80 da Bruno Mattana. In quegli anni raggiunge la sua parabola più alta: una dozzina di dipendenti.

Poi una lenta decrescita. «*La crisi si è fatta sentire per tutti. I meno preparati non erano pronti a passare dalla costruzione ex novo alla ristrutturazione. In più nuovi materiali si affacciavano sul mercato*». Corrado è scomparso qualche anno fa, Riccardo è andato avanti. «*Durante la festa dei cento anni* – conclude – *abbiamo parlato di chi non c'è più ma ha rappresentato un pezzo di storia importante. Per noi è un pungolo giornaliero. Oggi lavora tanto con le piccole ristrutturazioni, un'azienda come la nostra dev'essere il complemento di esigenze diverse*». Il filo conduttore sono la passione e la serietà. ■

ANNO DI FONDAZIONE

1920

FATTURATO 2019

-

DIPENDENTI

5

SETTORE

PIASTRELLE E CEMENTO



ANNO DI FONDAZIONE

1908

FATTURATO 2019

21 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

62

SETTORE

PRODUZIONE PASTA



Una storia lunga ben 112 anni. L'amore tutto italiano per la pasta

di **Luca Piana**

La visione che Rocco Moccagatta ebbe nel 1908 rimane al passo coi tempi. Quattro linee di prodotto che rappresentano l'evoluzione e l'adeguamento di un'azienda nata 112 anni fa nel centro di Ovada: oggi Pasta Moccagatta è uno stabilimento moderno nella zona della Caraffa, l'area artigianale e industriale tra Silvano d'Orba e Tagliolo che ospita un gran numero di insediamenti produttivi:

superficie costruita di 11mila metri quadri, su un terreno di 30mila. Una storia ripartita nel 2013 con l'ingresso nel gruppo Cerealto, otto centri di produzione in Spagna, Portogallo, Italia, Regno Unito e Messico. Il gruppo Mediterraneo, di cui Moccagatta è parte integrante, nel 2018 ha

fatto registrare un fatturato superiore a 21 milioni di euro. Attualmente può contare su una sessantina di dipendenti. Una crescita costante, quella messa in atto negli ultimi sette anni, con miglioramenti al ciclo di produzione grazie a investimenti significativi e puntuali. La fabbrica ha tre linee di produzione: quella della pasta lunga da 1.700 chilogrammi all'ora, quella della pasta speciale [da minestrina, lavata e tagliatelle] da 800

chilogrammi all'ora e quella della pasta corta da 2.500 chilogrammi all'ora.

La classica è prodotta con il 100% di semola italiana e trafilata al bronzo, mentre la linea "premium" deriva sempre da semola italiana, ma si caratterizza per la superficie ruvida e porosa. Negli ultimi anni, poi, sono state lanciate le linee "biologica" e "biologica integrale". ■



ANNO DI FONDAZIONE

1967

FATTURATO 2019

28 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

200 NEL MONDO

SETTORE

PRODUZIONE INFUSI E TÈ



Nell'ultimo triennio crescita del 13% Da Tagliolo un tè per il mondo

di **Luca Piana**

Parte da Tagliolo una rete che si sviluppa tra Stati Uniti, India e Croazia. Everton rappresenta una realtà complessa, un fatturato consolidato da 22 milioni di euro. Oltre 3mila le tonnellate di solubili prodotti ogni anno nello stabilimento dell'area della Caraffa e un legame forte con Tagliolo, il paese che ospita il sito produttivo.

Maraviglia

Rappresenta la passione di tre generazioni il marchio nato a Genova oltre 70 anni fa da una felice intuizione della famiglia Dodero-Donelli, che creò "Maraviglia". Un tasso di crescita che negli ultimi cinque anni si è attestato sul 15% e ottenuto anche grazie agli investimenti sostenuti per incrementare e migliorare la produzione. L'ampliamento portato a

termine a Tagliolo due anni fa ha rappresentato il 30% dell'estensione del sito produttivo, con un aumento dell'87% di posti pallet per lo stoccaggio di materie prime e di prodotto finito.

A tutto questo si affianca Everton Tea India pvt ltd, con le coltivazioni dirette e i 6mila metri quadri di stabilimento produttivo dedicato alla produzione e al confezionamento di tè ed 'herbarium' e 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. 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. ■





ACQUI TERME

La “calda”
estate
acquese:
dalla crisi
del commercio
alla questione
Terme

di Alessandro Francini

Per gli esercenti, i ristoratori e gli albergatori acquesi il 2020 rimarrà un anno da dimenticare ma dal quale ripartire con rinnovato slancio.

L'emergenza sanitaria, che anche tra i cittadini termali ha mietuto diverse vittime, ha messo in ginocchio non poche attività. Nei quasi tre mesi di lockdown, come d'altronde nel resto del Paese, appartenenti a ristorazione e al settore alberghiero [ad Acqui particolarmente rinomato] hanno dovuto fare i conti con un drastico calo del fatturato: i primi, quantomeno, in alcuni casi hanno continuato a lavorare - se pur a regimi evidentemente molto ridotti - grazie agli ordini e alle consegne a domicilio, mentre per i secondi si è trattato di una vera e propria serrata senza appello fino a data da destinarsi.

Commercianti, esercenti e artigiani, d'altra parte, non hanno avuto sorte migliore, costretti anche loro a mantenere chiusi i locali o a sospendere la propria attività fino al 18 maggio. Da parte del Comune di Acqui e delle associazioni di categoria non sono comunque mancate idee e proposte a sostegno dell'economia locale: da ricordare l'iniziativa 'Rin-Acqui', promossa ad aprile da Palazzo Levi, che tramite l'emissione di ticket specifici ha consentito a ristoranti, bar o negozi di vario genere di proporre prodotti o servizi a prezzi scontati da acquistare durante il lockdown e da consumare o ritirare a riapertura avvenuta (con un anno di tempo per l'acquirente).

Le adesioni solo in pochi casi hanno fatto registrare numeri significativi, ma più o meno tutti gli aderenti hanno concordato

su un punto: in un periodo di estrema incertezza l'iniziativa è quantomeno servita ad avere nuova visibilità sul web.

A inizio giugno, in accordo con Confcommercio e Confesercenti, la Giunta comunale ha poi concesso a bar e ristoranti la possibilità di allargare i propri dehors sospendendo fino al 31 ottobre il canone per l'occupazione permanente di spazi e aree pubbliche [Cosap].

Anche grazie ad una timida ripresa dei flussi turistici, il mese di agosto ha segnato il rilancio del commercio locale. I negozi che hanno esteso l'orario fino alle fasce serali sono stati premiati con un discreto incremento delle vendite rispetto al periodo che va dal 15 giugno fino alle metà di luglio.

Durante l'estate acquese, poi, ha tenuto inevitabilmente banco la questione Terme. Forti gli attriti tra l'amministrazione comunale e la famiglia Pater, proprietaria di tutti gli stabilimenti curativi e della piscina monumentale, che per la prima volta dal dopoguerra è rimasta chiusa per l'intera stagione. Una decisione che ha generato forti malumori tra gli acquesi e che ha gravato sull'indotto economico locale.

Per soddisfare le esplicite richieste degli albergatori i Pater hanno però accettato di riaprire prima del previsto almeno uno stabilimento curativo: il 3 agosto, infatti, il "Nuove Terme" ha riaperto i battenti, il 5 settembre è stata poi la volta del Grand Hotel Nuove Terme e successivamente della Spa Lago delle Sorgenti.

Ora, l'intero comparto economico acquese attende il 2021 sperando in una nuova ripartenza. ■



ANNO DI FONDAZIONE

1919

FATTURATO 2019

19 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

57

SETTORE

PASTICCERIA, GELATERIA



«Ripensare al lavoro: ad agosto sono arrivati i primi risultati»

di **Giulia Boggian**

Un'azienda con cent'anni di vita, nata come piccolo laboratorio ad Acqui Terme specializzato in amarene, confetture e frutta candita che oggi è diventato uno dei tre pilastri del Gruppo Casa Optima, leader mondiale nel mondo della gelateria e pasticceria. Questa è la Giuso Guido Spa, esempio virtuoso di Made in Italy.

Piani cambiati

Esperienza, qualità e professionalità ormai acquisite hanno permesso alla Giuso di reinventarsi in questo anno difficile a causa della pandemia che ha colpito buona parte del Pianeta.

«I piani originali per il 2020 prevedevano una crescita rilevante della nostra presenza sia in gelateria che in pasticceria, tanto nei mercati italiani che esteri - hanno spiegato dall'azienda - A partire da febbraio però, con l'aggravarsi della situazione, è stato necessario ripensare a come operare con successo in un contesto così complesso, concentrandoci su poche ma fondamentali priorità».

Come il sostegno alla clientela stabilendo un filo diretto sulle continue novità normative per fronteggiare l'emergenza, attraverso un servizio di newsletter e mettendo gratuitamente a disposizione iniziative per raggiungere i consumatori finali con un servizio di comunicazione social e consegne a casa.

Chiare le strategie commerciali: incrementare il supporto alla comunicazione digitale; stringere partnership con attori primari dell'home delivery; organizzare "eventi-prodotto" specifici come la "Missione Colazione" per sostenere il take away dei prodotti da prima colazione e, infine, inaugurare un servizio online di formazione all'utilizzo dei prodotti.

La Giuso, durante l'emergenza sanitaria, ha contribuito anche con azioni solidali supportando con donazioni

l'ospedale di Alessandria per l'acquisto di macchinari necessari alla lotta al Covid e con la donazione, nel periodo della Pasqua, di 350 colombe artigianali, consegnate a medici, infermieri e operatori sanitari. Alcune migliaia di mascherine chirurgiche, guanti monouso e gel disinfettanti sono stati distribuiti alle famiglie residenti nei Comuni in cui hanno sede le aziende italiane.

Come il 2019

«È stato un lavoro impegnativo ma i risultati di cui stiamo avendo riscontro ci stanno ripagando ampiamente». Prima di tutto, le attività produttive sono proseguite in sicurezza e senza interruzioni, grazie anche alla dedizione dei dipendenti dei reparti produttivi. *«La nostra clientela ci ha reso orgogliosi, riconoscendoci la capacità non solo di averli saputo rifornire nei momenti più complicati, ma anche di essere stati presenti ed in ascolto con una attività di consulenza».* Non è un caso che i mesi estivi abbiano visto andamenti delle vendite che hanno riportato agli stessi livelli del 2019. Questo ha anche permesso di proseguire con fiducia nel programma di innovazione, confermando il lancio, a settembre, di più di 10 nuove referenze, destinate principalmente all'uso in pasticceria.

Si riparte

Una ripresa, quindi, che ha già dato risultati soddisfacenti, *«spronandoci a continuare a lavorare per offrire ai nostri clienti sempre nuove soluzioni e prodotti innovativi per ampliare le opportunità di business».*

L'obiettivo sarà quello di consolidare il mercato in Italia e cogliere tutte le opportunità di crescita, ancora poco esplorate, che riserva l'estero. ■



Brachetto d'Acqui: «Il Covid stronca una possibile rinascita»

di **Alessandro Francini**

Fino allo scorso inverno si registravano numeri davvero incoraggianti. Dopo anni di perdite e di prodotto rimasto invenduto, infatti, il mercato stava dando segnali di ripresa. «Eravamo riusciti a recuperare le circa 400 mila bottiglie perse a fine 2018 – spiega **Paolo Ricagno** [nella foto], presidente del Consorzio Tutela del Brachetto d'Acqui – ma poi è arrivato il lockdown epidemico e da marzo in avanti le vendite hanno subito un nuovo drastico calo». Non c'è davvero pace, quindi, per il Docg tipico del territorio acquese e astigiano. Se non fosse stato per l'insorgere dell'emergenza Coronavirus, infatti, la crisi con la quale da anni il Consorzio e i tanti produttori di Brachetto stanno facendo i conti, probabilmente, si sarebbe potuta tramutare in un brutto ricordo.

«Le chiusure e le restrizioni anti-Covid hanno bloccato quasi totalmente il mercato, causando nel giro di tre-quattro mesi una perdita di circa 200 mila bottiglie – continua Ricagno – Tirando le somme, a settembre 2020 possiamo dire che rispetto a inizio autunno 2019 le vendite sono calate di un buon 10%». La prima vendemmia post-Covid, ad ogni modo, è stata positiva. «Niente di eccezionale per quanto riguarda la quantità consueta, ma quest'anno abbiamo deciso di ritardare la raccolta rispetto al solito per ottenere una gradazione più elevata e avere così una resa maggiore dal punto di vista della qualità». Il Brachetto è un tipo di vino che sul mercato estero ha sempre avuto poco "appeal", «perché lo spumante rosso – spiega il presidente del Con-



sorzio – nel resto d'Europa non è particolarmente apprezzato. Piace, ma non ha mercato. Negli ultimi tempi, però, stiamo avendo buoni riscontri in particolare dalla Russia e dagli Stati Uniti, Paesi nei quali parecchie aziende hanno iniziato a investire su questo tipo di prodotto in maniera più significativa».

Per risollevarlo [nuovamente] le sorti del Brachetto d'Acqui in vista del 2021 si punta quindi ad una nuova "task-force" promozionale, «ma al momento siamo in attesa di avere indicazioni più precise dalle aziende produttrici per stabilire insieme le strategie più efficaci da seguire». Intanto, già da qualche tempo il Consorzio di Tutela sta impiegando importanti risorse sul rilancio dell'Acqui Rosé. Anche a tal proposito, il 25-26 e 27 settembre, ad Acqui Terme, si è svolta la tre giorni "Acqui Wine Days", appuntamento enogastronomico che ha

nel Brachetto Rosé il suo "trait d'union". «Nel periodo natalizio, inoltre, è prevista un'intensa promozione del Brachetto d'Acqui, spumante e rosé, direttamente nei supermercati della provincia – conclude Ricagno – Certo, la speranza di tutti è che l'epidemia di Coronavirus resti contenuta entro certi limiti. La gente è ancora spaventata, e essendo il Brachetto un bene di consumo "voluttuario", c'è il rischio che sul medio-lungo periodo possano aprirsi scenari sempre meno favorevoli». ■

ANNO DI FONDAZIONE	1992
FATTURATO 2019	–
DIPENDENTI	60 PRODUTTORI ASSOCIATI
SETTORE	VITIVINICOLO





ORGANIZZAZIONE DI VIGILANZA PRIVATA
LA PANTERA
 Srl
 SERVIZI DI SICUREZZA



Dal 1980 Lavoriamo
 PER LA VOSTRA SICUREZZA

40 ANNI DI ESPERIENZA NEL SETTORE DELLA VIGILANZA PRIVATA, LA PANTERA OFFRE UN SERVIZIO DI VIGILANZA E CONTROLLO DI QUALITÀ SU TUTTO IL TERRITORIO PROVINCIALE DI ALESSANDRIA, GENOVA E SAVONA. E' LA PANTERA CHE GIRA PER LE STRADE DELLA CITTÀ A GARANTIRE LA SICUREZZA DEI SUOI CLIENTI

Fiducia Sicurezza Qualità
 ATTENZIONE AL CLIENTE

LA PANTERA OPERA NEL SETTORE DELLA VIGILANZA E DELLA SICUREZZA E PROTEGGE BENI MOBILIARI E IMMOBILIARI TRAMITE PIANTONAMENTO FISSO O SERVIZI DI RONDA. EFFETTUA SERVIZI DI SCORTA VALORI, ANTIRAPINA, VIDEOVIGILANZA, TELESOCOCCORSO E COLLEGAMENTI MEDIANTE SISTEMI DI ALLARME



ALESSANDRIA
 Via Parma 53/3B
 Tel. 0131 315311 - Fax 0131 261306
vigilanza.alessandria@lapantera.it



GENOVA
 Via Gavotti, 5
 Tel. 010 531129
vigilanza.genova@lapantera.it



SAVONA
 Via Giacchero, 2
 Tel. 019 813752 - Fax 019 8338306
vigilanza.savona@lapantera.it

I nostri servizi

- SICUREZZA CASA
- SICUREZZA AZIENDA
- VIDEOSORVEGLIANZA COMUNALE
- ANTITACCHEGGIO
- SERVIZIO ANTIRAPINA
- RONDA NOTTURNA
- PIANTONAMENTO FISSO
- VIGILANZA PORTUALE
- HELP ME
- SECUR STAY SYSTEM

www.lapantera.it



ORGANIZZAZIONE DI VIGILANZA PRIVATA

LA PANTERA

SrI
 SERVIZI DI SICUREZZA



Sicurezza e serenità a casa e al lavoro

Sono trascorsi 40 anni da quel 1980, da quando i fratelli **Rocco** e **Danilo Giampaolo** decisero di mettersi in proprio e fondare un loro istituto di vigilanza privato, provenendo da una tradizione di famiglia nel settore delle guardie giurate e della sicurezza.

Una nuova avventura, cominciata poco a poco, per poi estendersi in tutta la provincia di Alessandria, Genova, Savona. Una longevità che deriva da un impegno costante verso privati ed aziende, un attaccamento al proprio territorio per rispondere a una sempre crescente domanda di sicurezza: dormire sonni tranquilli, poter ritornare in ufficio o nella propria attività con tranquillità e continuare il lavoro.

La Pantera è sinonimo di vigilanza e sicurezza e vuole continuare ad essere un punto di riferimento per garantire il massimo grado di qualità e soddisfazione.

La Pantera è partner di migliaia di utenze a cui offre i propri servizi, in presenza e a distanza. Oggi più che mai la tecnologia è fondamentale per garantire sicurezza negli ambienti domestici e di lavoro. Ha una divisione specializzata nella videosorveglianza e geolocalizzazioni e tele-allarme sempre più personalizzato.

Tra i vari servizi c'è "help me", dispositivo GPS che segue in tempo reale gli spostamenti. È un localizzatore adatto anche per persone anziane non autosufficienti o per individuare persone in luoghi impervi, come boschi o montagne: consente di inviare avvisi, chiamate o SMS di soccorso.

Sono disponibili sistemi di allarme wi-fi, sem-

pre collegati con la centrale operativa, i cui operatori sono attenti a riconoscere le situazioni di pericolo e a far intervenire le pattuglie al momento giusto.

Qualche dato. Tre sedi: oltre a quella storica di Alessandria, nel 2003 è stata aperta quella di Savona e nel 2015, quella di Genova. Il personale è composto da una sessantina di unità, tra guardie e amministrativi. 20 i mezzi per i pattugliamenti e il pronto intervento. Al di là di quello tradizionale di ronda notturna - il classico 'bigliettino' - La Pantera ha ampliato i propri servizi a tutti i tipi di utenza, compresi gli enti pubblici.

Il servizio antirapina, per esempio, garantisce una sorveglianza e protezione "H24" di interni ed esterni sensibili al rischio di rapine come per esempio industrie, magazzini, capannoni, cantieri, uffici pubblici o privati, oreficerie, banche, zone residenziali, centri commerciali ed attività.

L'antitaccheggio è dedicato a esercizi commerciali sia con guardia all'ingresso, sia in borghese all'interno.

La videosorveglianza nei Comuni è un altro importante contributo alla collettività svolto da La Pantera, in ausilio alle Forze dell'Ordine. Il servizio è in espansione e già attivo nel Comune di Casal Cermelli.

Il personale de La Pantera è formato costantemente inoltre per il controllo del territorio, fino all'intervento in situazioni di flagranza di reato, offrendo un ulteriore contributo al territorio in ogni situazione di pubblica sicurezza.





ANNO DI FONDAZIONE
1925

FATTURATO 2019
1.2 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI
11 [PIÙ AVVENTIZI STAGIONALI]

SETTORE
VITIVINICOLO



«Covid devastante, ma ci piace essere sempre ottimisti...»

di **Alessandro Francini**

«L'epidemia di Coronavirus è stata devastante anche dal punto di vista organizzativo. Da marzo in avanti avevamo in programma molti tour promozionali in giro per il mondo, che ovviamente sono saltati». Questa l'impetuosa analisi di Andrea Costa, responsabile marketing della cantina strevese 'Marengo Vini', in riferimento al primo semestre del 2020 pesantemente condizionato dall'emergenza sanitaria. «A causa del Covid i mercati esteri sono diventati di colpo inaccessibili. Quelli di Stati Uniti e Gran Bretagna, paesi con i quali negli anni abbiamo stretto intensi rapporti, purtroppo lo sono tuttora».

Nonostante le riaperture di ristoranti e alberghi, nel corso della cosiddetta "Fase 2" la ripresa per la cantina Marengo è stata tutt'altro che immediata, «solo da agosto in poi abbiamo iniziato a registrare numeri incoraggianti, a differenza di giugno e luglio quando il fatturato è stato davvero irrisorio. Gli ordini sono in aumento. Sono ripartite le visite in cantina, anche da parte dei turisti stranieri. Rispetto al dramma dei mesi primaverili le vendite pian piano stanno tornando su buoni livelli».

Anche nei momenti più critici, però, ottimismo e fiducia non abbandonano i propositi della grande famiglia delle **sorelle Marengo, Michela, Doretta e Patrizia** (nella foto). «Nei mesi di lockdown, ad ogni modo, non ci siamo di certo fermati - sottolinea Costa - ma abbiamo continuato a lavorare nelle nostre vigne per prepararle al meglio in vista delle vendemmie, che fortunatamente quest'anno si presenta tutto sommato favorevole».

Fare di necessità virtù è senza dubbio la "massima" che meglio può riassumere l'iniziativa lanciata dallo stesso Andrea Costa durante l'emergenza sanitaria: visto che i clienti non potevano muoversi, perché non portare i prodotti della cantina di Valle Bagnario direttamente a casa dei clienti? «Durante il lockdown

abbiamo pensato di migliorare il nostro servizio online con una degustazione a domicilio dei nostri prodotti in formato campione. I clienti che effettuano l'ordine hanno poi la possibilità di fare una chiacchierata con noi sulla piattaforma 'Zoom' per discutere delle caratteristiche di ogni vino». La cantina Marengo ha inoltre avviato collaborazioni con diversi bed&breakfast dell'Acquese, «che riforniamo dei nostri prodotti per proporre degustazioni ai turisti ospiti delle strutture». Per quanto riguarda l'offerta commerciale 2020, due importanti novità: il nuovo Acqui Docg Rosé, «Brachetto al 100% che si discosta dalla classica tipologia spumante in quanto secco e fermo» e il Nizza Docg, «qualità che sentivamo in dovere di avere nella nostra gamma di prodotti perché il Barbera è uno dei vitigni tipici della zona del Monferrato».

I rapporti di Marengo Vini con gli Stati Uniti, ad ogni modo, non si sono interrotti del tutto: il Moscato d'Asti della cantina strevese, infatti, insieme ad altri 4 produttori provenienti da Nizza, Canelli, Santo Stefano Belbo e Castiglione Tinella ha partecipato a fine agosto ad una videoconferenza d'oltreoceano moderata dal famoso sommelier Jeff Porter per proporre a 20 esperti della costa Est degli Usa la degustazione del pregiato Docg. ■





Un'azienda in espansione: «Investimenti anche in Liguria»

di **Alessandro Francini**

La Brus Service di Bistagno è una delle aziende della provincia che durante il lockdown epidemico non ha chiuso i battenti, continuando a rifornire e assistere stabilimenti industriali, ditte e strutture sanitarie. «Rispetto al primo semestre del 2019, però, il nostro fatturato ha comunque subito un calo del 25% - commenta **Alessandro Scrivano**, responsabile commerciale - Durante l'emergenza sanitaria sono diminuite le vendite per quanto riguarda la distribuzione automatica a causa del fatto che uffici privati, enti pubblici e scuole erano chiusi, ma in compenso le consegne a domicilio sono aumentate a livello esponenziale». Durante la fase più acuta 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. In parecchi casi anche due o tre volte a settimana».

Nei drammatici mesi in cui la pandemia teneva impegnati notte e giorno operatori sanitari e volontari, Brus Service ha deciso di dare in qualche modo il proprio contributo consegnando gratuitamente a Protezione Civile, Croce Rossa e Croce Verde capsule di Caffè Scrivano compatibili Nespresso. «È stato il nostro modo di ringraziare tutti coloro che si sono impegnati duramente per combattere una battaglia così difficile», sottolinea Alessandro Scrivano. Prima del Covid l'azienda acquese stava attraversando un momento davvero positivo: «Siamo cresciuti in maniera sensibile a partire da settembre 2019. Per quanto riguarda la distribuzione automatica abbiamo investito sul mercato ligure, in particolare sulla provincia di Savona e in una parte di quella di Imperia. Inoltre, abbiamo aperto tre nuovi negozi self-service, aperti 24 ore su 24: due ad Acqui Terme e uno a Ovada, ed entro la fine di ottobre ne apriremo uno anche ad Alessandria sotto i portici di piazza Garibaldi». ■

ANNO DI FONDAZIONE

1964 [COME BRUSCAFÈ]

FATTURATO 2019

4 MILIONI DI EURO


DIPENDENTI

37

SETTORE

DISTRIBUTORI AUTOMATICI
E TORREFAZIONE






La rivoluzione è alle porte

L'emergenza si trasforma in innovazione

Sta per partire la nuova piattaforma commerciale che il network de Il Piccolo mette a disposizione di coloro che hanno un'attività da promuovere

- 
- uno** Hai un'attività che può fare consegne a domicilio o può erogare servizi online in provincia di Alessandria?
- due** Vai su www.ilpiccolo.net, troverai la sezione dedicata che ti permetterà di individuare l'azienda mediante un sistema di geolocalizzazione
- tre** Ma la grande novità è che ogni azienda avrà a disposizione uno spazio in cui promuovere le proprie attività. Un vera e propria landing page all'interno del portale più seguito della provincia di Alessandria
- info** Contatta medial@medialpubblicita.it oppure commerciale@radiogold.it. La tua attività sarà segnalata a tutti gli utenti del network, che comprende oltre a Il Piccolo anche Radio Gold, AlessandriaNews, NoviOnline, OvadaOnline, TortonaOnline, ValenzaNews, CasaleNotizie e AcquiNews

Per voi ci siamo fatti in 3

IL PICCOLO
il novese i ovadese

GRUPPO EDITORIALE
So.C.Ed.
È L'INFORMAZIONE CHE CONTA


CONCESSIONARIA
DI PUBBLICITÀ
PER TUTTA LA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA
PER I MEDIA
DEL GRUPPO SOGED

[alessandrianews](#) [acqui news](#) [novionline](#) [ovadaonline](#) [valenzanews](#) [tortonaonline](#) [casalenotizie](#)



«Calo intorno al venti per cento, ma guardiamo al 2021 con fiducia»

di **Alessandro Francini**

Come tante aziende vitivinicole della provincia nei mesi di lockdown anche la cantina Tre Secoli ha dovuto dirottare i propri canali di vendita sull'online. «Nonostante il codice Ateco ci permettesse di rimanere aperti - spiega il direttore **Elio Pescarmona** [nella foto]- con i Dpcm del Governo di inizio marzo abbiamo deciso di chiudere ugualmente i nostri punti vendita di Ricaldone e Mombaruzzo per salvaguardare la salute dei nostri dipendenti e poi, vista l'impossibilità di allontanarsi dai propri comuni di residenza, non avrebbe avuto molto senso rimanere aperti». La possibilità di effettuare gli ordini sul web, però, non ha avuto riscontri particolarmente positivi. «In quei tre mesi, infatti, le nostre vendite sono calate vorticosamente. Ad ogni modo siamo convinti che questa nuova opportunità possa diventare in futuro molto utile». In tutto il settore vitivinicolo l'emergenza epidemica ha inevitabilmente portato ad un aumento dell'inventario, «problema al quale fortunatamente abbiamo potuto ovviare con le distillazioni destinate al mercato dei prodotti igienico-sanitari. Onestamente - aggiunge Pescarmona - la distillazione delle uve è un processo che lascia ai produttori un po' di amaro in bocca, ma nel caso specifico sapere che si sarebbe fornito un importante contributo alla prevenzione ha alleviato il malcontento». 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 la vendita del Moscato i numeri sono rimasti nella media, quindi positivi. In questo senso, davvero ottima è stata la scelta di individuare nello chef Alessandro Borghese un testimone del nostro prodotto». Diverso il discorso per il Brachetto, «che da anni è alle prese con una crisi alla quale si fatica a trovare rimedio. La Tre Secoli - continua il direttore della cantina, presieduta da Bruno Fortunato - ha puntato parecchio sulla modifica al disciplinare, facendovi inserire nuove versioni, quali l'Acqui Docg Brut e due qualità firmate Fontanaperla, una rossa e una rosé, entrambe secche. Sul rosé in particolare abbiamo grandi aspettative perché parliamo di una qualità superlativa, adatta anche ai pasti. Ovviamente, occorre continuare ad investire anche sulla comunicazione».

Alla Tre Secoli, ad ogni modo, si guarda al bicchiere (è proprio il caso di dirlo...) mezzo pieno. «Quest'anno sono saltati tutti gli eventi e le fiere legate al mondo del vino, e per quanto riguarda il nostro fatturato, entro la fine del 2020 calcoliamo un possibile calo del 20%. In vista del 2021, però, dobbiamo restare fiduciosi. Sperando che i contagi a livello mondiale rimangano entro certi limiti, nel nuovo anno diventeranno ancora più importanti le occasioni di incontro con i clienti e tutti gli sbocchi possibili verso i mercati esteri». ■

ANNO DI FONDAZIONE

2009

FATTURATO 2019

10,5 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

450 PRODUTTORI ASSOCIATI

SETTORE

VITIVINICOLO





ANNO DI FONDAZIONE

2017

FATTURATO 2019

2,5 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

10

SETTORE

METALMECCANICO



Tante incognite per ripartire e mercato ancora sotto shock

di **Giulia Boggian**

Una "giovane" scommessa quella nata tra l'imprenditore acquese **Alberto Tacchella** (nella foto) e l'azienda dei Paesi Baschi di macchine utensili. Così nel 2017 è nata a Bistagno una "figlia", la Danobat srl per soddisfare e rivolgersi in modo strutturato al mercato italiano. È stata creata una squadra di tecnici qualificati per la commercializzazione dei prodotti e l'assistenza che è "la chiave di interpretazione dell'azienda" oltre all'aspetto molto importante, l'attività di supporto tecnico/commerciale per indirizzare il cliente al miglior investimento, che deve essere produttivo e rendere. Insomma, veri consulenti che hanno in mano il prodotto dall'origine: non solo montaggi e collaudi, ma ricerca e studio del progetto per arrivare poi alla sua commercializzazione. Tutto creato dall'interno, da un Gruppo mondiale con 65 anni di storia ed esperienza.

Prospettive cambiate

«L'anno era partito molto bene – spiega il direttore generale della sede acquese di Tacchella – Dopo soli tre anni stavamo iniziando a raccogliere buoni risultati di vendita, con prospettive e progetti importanti soprattutto nel settore ferroviario e dell'energia». E questo in un periodo già di calo di mercato, soprattutto del settore automobilistico, rispetto agli anni di crescita dal 2014 in poi. «A un tratto, dalla sera alla mattina è cambiato tutto, è arrivato il Covid-19». L'azienda c'era, i clienti no: auto, treni, aerei tutti fermi. «Il nostro mercato ha subito uno shock senza precedenti». È stato quindi

necessario «riplanificare il lavoro e le consegne vista la sospensione di alcuni progetti di investimento. Anche se, per fortuna, nessun ordine è stato cancellato ma solo per qualche commessa il cliente ha chiesto di posticipare la consegna».

Tanto che, da fine agosto, la Danobat srl ha ripreso a pieno regime, cercando di recuperare e di portarsi avanti con l'arretrato, dopo che il lavoro e la clientela hanno ripreso a farsi sentire. E si è guardato agli spiragli che, nel mondo, si stanno pian piano riaprendo. A partire dal settore aeronautico che "ragiona" su piani pluriennali, si può essere fiduciosi. E anche il mercato cinese si è rimesso in moto a beneficio delle attività del Gruppo.

Il peggior nemico

Poiché "il peggior nemico è l'incertezza", in Italia, senza garanzie sul futuro, i progetti sospesi stentano a ripartire. E tutto il mercato resta frenato. E non è ancora tornata la "lungimiranza" di acquisto per fare grandi progetti, dopo tre mesi di blackout. Nessun paragone con le crisi a cui si è abituati, quelle "di settore" che portano anche ad alti e bassi del 20-30%; questa, dovuta alla pandemia, «ha colpito indistintamente e tutti i settori».

Coraggio

Per paura, a seguito di quanto vissuto, molti clienti preferiscono sospendere ogni progetto di investimento in attesa di tempi migliori e una situazione più chiara e stabile. Per fortuna non in tutti i settori e, a livello mondiale, non in tutti i mercati. «Questo ci fa sperare in un rimbalzo positivo già all'inizio del 2021». ■





Quando l'azienda viaggiava con un fatturato da record...

di **Giulia Boggian**

Quasi 90 anni di storia: questa è la Pompe Garbarino Spa di Acqui Terme, fondata da **Paolo Garbarino** che ebbe un'intuizione per soddisfare le esigenze delle aziende vinicole e degli acquedotti locali. In seguito è entrato nel mercato dell'industria navale, prima della Marina Militare Italiana e poi in quella civile.

Il record del 2019

Oggi la Garbarino fornisce i più importanti cantieri navali europei ed asiatici, oltre a 29 marine militari straniere. All'interno del settore navale civile, la Garbarino è leader mondiale nella fornitura di navi da crociera. Agli inizi degli Anni Ottanta risale la decisione di diversificare il mercato entrando nel settore industriale, sfruttando le metallurgie speciali, le prove di vibrazione e i requisiti antishock: la clientela è costituita da società d'ingegneria, impianti chimici e petrolchimici, impianti di desalinizzazione, centrali elettriche, raffinerie, acciaierie.

Questo è il grande patrimonio di famiglia, oggi gestito da Carlo Garbarino (presidente e figlio del fondatore Paolo) insieme ai due figli Paolo e Danilo (amministratori delegati).

Ampliamento industriale, installazione nuovi macchinari e un continuo programma di crescita e investimento hanno portato la Pompe Garbarino Spa a raggiungere nel 2019 un record di fatturato: quasi 40 milioni.

«Un valore analogo si sarebbe raggiunto anche nel 2020 se non ci fosse stata questa pandemia - hanno spiegato dall'azienda - Il virus ha infatti colpito tutti i mercati in cui operiamo, causando un importante calo degli ordini, superiore del 50% rispetto all'anno precedente».

Il settore navale è il core-business dell'azienda acquese: la Garbarino è leader di mercato nella fornitura

di navi da crociera (oltre 140 navi consegnate sino ad oggi a 17 diversi armatori) e l'aumento di fatturato in questi anni è dovuto soprattutto ad alcuni prodotti che vanno installati a bordo nave per motivi normativi: si tratta degli scrubbers (simili a marmitte catalitiche che puliscono i fumi emessi dai fumaioli delle navi durante la fase di attracco in porto) e dei sistemi di trattamento dell'acqua di zavorra. La Garbarino è riuscita a diventare il fornitore dei più importanti costruttori di questi impianti. «Ma con lo stop delle crociere e il conseguente fermo delle navi, si è assistito a una forte contrazione del mercato del post-vendita, mentre per quanto riguarda le nuove costruzioni non ci sono state delle cancellazioni ma gli armatori hanno chiesto ai cantieri navali di ritardare le consegne con ovvie conseguenze sull'intera filiera produttiva. Persino i nuovi prodotti, gli scrubbers, hanno subito un calo di richiesta e dunque di produzione».

Salvati dalla storia

Se da un lato, quindi, lo scossone si è sentito, dall'altro il portafoglio ordini, cresciuto molto negli ultimi anni, è rimasto importante ed è il motivo per cui l'azienda non ha attuato riduzione di personale né chiusure prolungate (solo una settimana per la sanificazione) dello stabilimento che ha continuato a servire mercati strategici come quello navale militare.

E ora? «Sappiamo che sarà impossibile tornare, a breve-medio termine, alla situazione di mercato del 2019. E' fondamentale evitare una nuova ondata del virus con relativo secondo lockdown. Noi ci auguriamo che, con le dovute precauzioni per la salute, possano riprendere le crociere il prima possibile e che gli armatori tornino ad investire, ordinando nuove navi». ■

ANNO DI FONDAZIONE

1932

FATTURATO 2019

38,9 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

132

SETTORE

INDUSTRIALE - NAVALE





ANNO DI FONDAZIONE

1975

FATTURATO 2019

2,7 MILIONI DI EURO

DIPENDENTI

15

SETTORE

MECCANICO



«Con il Covid fatturato in calo, ma il lavoro non è mai mancato»

di **Alessandro Francini**

A detta di chi ne è a capo, la Cmf di Strevi rientra tra le non poche aziende che hanno saputo far fronte alle possibili ricadute economiche dell'emergenza sanitaria. La Costruzioni Meccaniche Foglino è specializzata nella trivellazione e nel consolidamento del terreno oltre che nella riparazione di attrezzature per fondazioni. Da decenni opera sia in Italia che all'estero. «Poco prima del lockdown epidemico - commenta **Paolo Foglino**, insieme al fratello Pier Luigi titolare della ditta - stavamo vivendo un breve momento particolarmente positivo dopo che nel periodo autunno/inverno avevamo registrato un leggero calo del giro d'affari. Una tendenza che, d'altronde, si ripresenta quasi ogni anno. Poi sono arrivate le chiusure imposte dal Governo, che però non ci hanno riguardato perché rientriamo tra quelle aziende che in base al codice Ateco hanno potuto continuare l'attività». Rispetto allo scorso anno, Foglino calcola che da marzo a maggio la Cmf ha comunque fatto registrare un calo di fatturato «nell'ordine del 30-40%».

Nonostante la chiusura dei confini e quindi l'impossibilità di organizzare viaggi di lavoro all'estero, durante il lockdown negli stabilimenti della Cmf non è mai mancato il lavoro, «perché molti clienti tra fine febbraio e inizio marzo ci hanno consegnato parecchie macchine da riparare, così per un certo periodo di tempo abbiamo comunque avuto parecchio da fare».

Cantieri edili e gallerie oltreconfine, però, sono improvvisamente diventati inaccessibili, ma per i quindici dipendenti dello stabilimento strevese, fortunatamente, la cassa integrazione si è resa necessaria solo in minima parte, «l'abbiamo interrotta ancora prima del tempo. Voglio ringraziare i lavoratori, che di loro iniziativa si sono organizzati in turni per far sì che tutti a rotazione potessero continuare a venire

in azienda, se pur a orari ridotti» sottolinea Foglino. Da fine maggio in poi l'attività di Cmf ha ripreso a gran ritmo, «prima in Italia, poi dalla metà di giugno in avanti anche all'estero. In Francia, Svizzera e Austria in particolare, dove solitamente abbiamo parecchi contratti in quanto dal 2000 vantiamo 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».

Le maxi trivelle realizzate da Cmf, ad ogni modo, non smettono di essere utilizzate nei cantieri di tutta Europa: «La Pg8, quella che era stata impiegata nei cantieri della metropolitana di Parigi, a ottobre è stata mandata in Portogallo per la costruzione di un'altra metropolitana. Inoltre, abbiamo da poco realizzato una macchina elettrica che servirà ad effettuare perforazioni nei camminamenti delle dighe per verificare la solidità dei materiali». ■

